

## COMPETICIONES

# La NBA crea un nuevo puesto para ganar penetración en el público final

El cargo de director de venta directa al consumidor lo ha asumido George Aivazoglou, que también ha sido nombrado vicepresidente en Europa y Oriente Próximo junto a Chus Bueno.

Palco23  
20 jul 2020 - 13:10



La NBA da un paso más en su estrategia de venta directa al consumidor. La liga norteamericana de baloncesto ha creado un cargo directivo para pilotar este vertical, al que se añade el de relación con los aficionados. El objetivo: ganar penetración en el público final a través de la comercialización del League Pass y otros activos audiovisuales.

Para pilotar este nuevo departamento la NBA ha fichado a George Aivazoglou, que también ostentará el cargo de vicepresidente en Europa y Oriente Próximo junto al español Chus Bueno. El griego procede de Eurosport, donde trabajó entre 2017 y 2020 como vicepresidente de marketing y analítica.

Aivazoglou trabajará desde la oficina de Londres, que encabeza Ralph Rivera. “George cuenta con una experiencia demostrada en la industria y un gran conocimiento del baloncesto y, teniendo en cuenta la evolución constante en la interacción con nuestros

---

# PALCO23

---

aficionados, este puesto resultará crucial para aumentar el interés y crear nuevos escenarios que nos permitan acercarnos a la próxima generación de fans”, ha asegurado Rivera.

La reanudación de la temporada 2019/2020 de la NBA está prevista con 22 equipos en liza para el jueves 30 de julio en el ESPN Wide World of Sports Complex de Walt Disney World Resort en Orlando (Florida).