

COMPETICIONES

La NFL busca monetizar patrocinios con vídeos exclusivos para Twitter

La liga de fútbol americano firma un acuerdo con la red social para que emita programas propios y vídeos subjetivos para la previa de los partidos.

Palco23
12 may 2017 - 10:14

Twitter continúa buscando alianzas con las principales propiedades deportivas. Una semana después de firmar acuerdos con la MLB, el PGA Tour y la WNBA, la red social ha anunciado una importante alianza con la NFL para los próximos años. El objetivo es doble: aumentar la visibilidad de la competición, pero también crear nuevos activos publicitarios para las marcas.

La asociación entre las dos partes se remonta a 2013 con el uso de Amplify, y el objetivo es intensificarla para "ofrecer a las marcas la oportunidad de anunciarse en el contenido oficial de la NFL creado específicamente para Twitter". "El acuerdo abre nuevos caminos en la programación creativa en vivo y el contenido de vídeo a la carta", vaticinan en un comunicado.

En esta nueva etapa, y siguiendo los pasos de la NBA, la competición norteamericana producirá un programa de treinta minutos que se retransmitirá cinco días a la semana y sólo en Twitter. Además, se NFL se servirá de Periscope para retransmitir previas de los partidos, incluidos los calentamientos o entrevistas con los jugadores.

"Sigue siendo un socio importante en el acceso a millones de aficionados altamente comprometidos en los medios digitales", ha argumentado Brian Rolapp, jefe de medios y negocios de la NFL, sobre la elección de Twitter. "Tenemos todas las expectativas de que el nuevo programa diario, producido por NFL Network y con algunos de nuestros principales analistas, se convertirá rápidamente en una de las programaciones más populares", ha añadido.