

COMPETICIONES

La WTA centralizará la producción de contenidos para que las tenistas potencien su marca

El circuito profesional de tenis femenino se ha aliado con la plataforma Opendorse para facilitar el intercambio de contenidos entre torneos y jugadoras para que puedan construir su imagen en redes sociales.



Palco23
16 may 2018 - 10:13

El tenis femenino busca dar mayor visibilidad a sus jugadoras. La WTA ha firmado un acuerdo con Opendorse, por el que la plataforma centralizará las redes sociales de las jugadoras con contenidos para potenciar su explotación comercial. “Al capacitar a sus atletas con contenido premium, la WTA les ayudará a construir sus marcas personales y atraer a nuevos fanáticos”, ha señalado Blake Lawrence, consejero delegado de la tecnológica.

El proyecto permitirá que el circuito profesional pueda compartir publicaciones de forma ilimitada con las jugadoras durante todo 2018, con opción a extenderse a 2019. “La WTA es una voz fuerte y comprometida para amplificar el talento y el viaje del tenis

femenino, pero parte de esa historia deben contarla las atletas”, ha comentado Heather Bowler, vicepresidente sénior de márketing y comunicación de la gestora, que proveerá de contenido a las jugadoras para poder difundirlo y tener una mayor audiencia con la que captar patrocinios.

Opendorse, que ya colabora con 3.200 atletas y 1.500 marcas, trabajará junto con la división de contenido digital y social de la WTA para gestionar el intercambio de activos. El contenido incluirá una variedad de videos y fotos emocionantes de partidos de torneos, estadísticas de noticias, entrevistas de jugadores y momentos detrás de escena de la gira.