

COMPETICIONES

La WWE se asocia con la 'telecos' Cricket Wireless

A. Malla

4 mar 2016 - 11:37

La WWE se conecta con Cricket Wireless. La competición de lucha libre profesional ha llegado a un acuerdo con la operadora de telecomunicaciones para los próximos años, por el que la compañía tendrá una "visibilidad significativa" y "participación con los consumidores" en los eventos más importantes del torneo, como lo son WrestleMania, SummerSlam, Royal Rumble y Payback, según afirma la organización en un comunicado.

En virtud del acuerdo, Cricket Wireless patrocinará la web de la WWE y ofrecerá por PPV un paquete de contenidos que contendrán toda la programación prevista y una hemeroteca de vídeos de los distintos eventos. Además, la WWE utilizará sus plataformas digitales y sus canales en las redes sociales para dar a conocer el servicio de la compañía. A todo esto, John Cena, el luchador de la competición con más seguidores en las redes sociales, será embajador de la marca junto a Dolph Ziggler.

"Los aficionados llegan a nuestras tiendas en masa, mostrando la increíble pasión por el entretenimiento que ofrece la WEE, Superstars y Divas", asegura la vicepresidente y directora de marketing de Cricket Wireless, Janna Ducich. "Este patrocinio nos permite llegar a los aficionados a través de eventos de la WWE", explica.

Por su parte, el vicepresidente ejecutivo de ventas mundiales y asociaciones de la WWE, John Brody, ha comentado que "estamos orgullosos de presentar esta nueva relación de varios años con Cricket, un agresivo y rápido crecimiento de la marca que ofrece a sus consumidores con una propuesta de valor tremendo y experiencia del cliente de primera clase". "El patrocinio de Cricket les proporcionará enormes oportunidades para utilizar las plataformas de la WWE y llegar a nuestra base de aficionados apasionados", recalca.

La WWE dejó en febrero atrás las pérdidas gracias al impulso del Viejo Continente, en el que sus ingresos se han casi duplicado. En 2015, su beneficio neto fue de 24,1 millones de dólares (21,4 millones de euros), mientras que el año anterior registró unos números rojos de 30,1 millones de dólares (26,7 millones de euros).

Los eventos deportivos de la WWE se ven en más de 650 millones de hogares en 24

PALCO23

idiomas diferentes. La compañía, con sede en Stamford (Connecticut), cuenta con oficinas en Nueva York, Los Ángeles, Londres, Ciudad de México, Mumbai, Shanghai, Singapur, Dubai, Múnich y Tokio. En España, Eurosport y Neox se reparten la retransmisión de los eventos. Además, el circuito de lucha libre tiene parada en Madrid, Barcelona y Málaga.