

FUERA DE JUEGO

Los Nets se abren a la moda con una 'pasarela' en el túnel de vestuarios

El equipo de la NBA y la plataforma Goat han alcanzado un acuerdo temporada 2019-2020, por lo que la compañía tendrá visibilidad en el túnel de vestuarios.

Palco23

26 nov 2019 - 09:00



Brooklyn Nets se anima con el ecommerce. El equipo de la NBA ha firmado un acuerdo con la plataforma de *sneakers* Goat, en la que Foot Locker invirtió 100 millones de dólares este año. El logotipo de la compañía tendrá visibilidad en el túnel de vestuarios en 2019-2020, convertidos en una suerte de pasarela de moda donde los jugadores lucen diferentes modelos de marcas de moda, estén vinculadas al deporte o no.

Los términos económicos del acuerdo no han sido develados, aunque en virtud del mismo, incluirá acciones como crear contenido previo a los partidos, para lo que se asociarán a los jugadores de los Nets, que llevarán modelos exclusivos de las marcas que se venden en el *marketplace*.

Tener visibilidad en el túnel de vestuarios ha ganado importancia en las última temporadas, ya que tanto en los canales de televisión como en las redes sociales

1 / 2

<https://www.palco23.com/fuera-de-juego/los-nets-se-abren-a-la-moda-deportiva-con-una-pasarela-en-el-tunel-de-vestuarios>

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

comparten imágenes de la llegada de los jugadores. Hasta ahora, la NBA no ha explotado estos espacios publicitarios, aunque la iniciativa de los Nets podría abrir las puertas a encontrar nuevos activos dentro del pabellón, y que no sea únicamente la vestimenta y el calzado de los jugadores los que ganen visibilidad.

El director de marca de Goat, Sen Bugano, ha mencionado que “la organización Nets y los jugadores individuales encarnan esto, hacen que el patrocinio sea una opción natural para nuestras marcas; con mayor influencia dentro y fuera de la cancha, estamos emocionados por ver a cada atleta destacarse y mostrar sus estilos esta temporada”.

Por su parte, Bryan Calka, vicepresidente de patrocinios de BSE Global, el grupo matriz de los Nets, se ha referido al impacto del patrocinio en las redes sociales señalando que, “hoy, en las conversaciones en las redes sociales, los deportistas profesionales están estableciendo tendencias; al asociarnos con Goat, un líder en la industria del estilo, podemos resaltar estos momentos y traducir su estilo individual en evolución de los fans”.