

## Amazon ficha a un ex de Nike para liderar su estrategia de cara a la NFL

Marc Patrick pondrá al servicio de la plataforma de *streaming* sus más de veinte años de experiencia trabajando en Nike.

Palco23  
30 abr 2021 - 16:15



Amazon refuerza su estructura deportiva. La plataforma de *streaming* ha contratado a Marc Patrick, ejecutivo que, tras más de dos décadas en diferentes roles en Nike, ejerció hasta el pasado diciembre de vicepresidente de marketing de Beyond Meat. En Amazon Prime Video, Patrick asume el rol de director de marketing, con el objetivo principal de liderar la estrategia de cara a la National Football League (NFL).

Hace un mes, la NFL firmó acuerdos para la venta de sus derechos de televisión por 110.000 millones de dólares, rubricando contratos récord a largo plazo por los derechos de televisión con Amazon, CBS, Espn/ABC, FOX y NBC. En el caso de Amazon, se quedó con los derechos de la popular **Thursday Night Football**.

Los acuerdos por los derechos de la NFL mantienen en gran parte el panorama actual, con NBC Sports, CBS Sports, Fox Sports, ESPN y Amazon como socios de la competición. Pero hay una serie de cambios notables, como un aumento de los derechos de retransmisión para cada socio; un cambio de los derechos del jueves por

la noche, pasando de una situación compartida a la exclusividad para Amazon; y una redistribución de los futuros Super Bowls, con la incorporación de ABC, a la rotación de retransmisiones del partido por primera vez desde 2006.

El reto de Patrick será acostumbrar y convencer al público para que se suscriban a la plataforma para poder seguir los partidos de la NFL que transmitirá en exclusiva Amazon a partir de 2023.

## Amazon se apoyará en Marc Patrick para promocionar su oferta deportiva

Patrick “será responsable de desarrollar innovadoras campañas de entretenimiento multimedia para nuestras ofertas de deportes en directo y trabajará en estrecha colaboración con la NFL como responsable de marketing del *Thursday Night Football* en Prime Video”, explica Ukonwa Ojo, director de marketing de Amazon Studios y Amazon Prime Video. “Como todos sabemos, los deportes en directo son un factor clave para el crecimiento de Prime Video”, añade.

“Liderará el equipo responsable de crear campañas que integren de manera efectiva los medios de comunicación, las redes sociales, las actividades promocionales y otros medios para atraer a los seguidores del deporte a escala global”, sentencia el director de marketing de la compañía.

El nuevo ejecutivo también trabajará para desarrollar el catálogo de series de documentales deportivos y otros contenidos de temática deportiva para la plataforma.