

Jose Eshkenazi: La publicidad deportiva en Fortnite es el siguiente paso para el marketing en México

Jose Eshkenazi explica porque la nueva tendencia de Fortnite en publicidad de equipos de futbol es una reafirmación de que la publicidad virtual es el futuro.

MIAMI, FLORIDA, USA, May 24, 2021 /EINPresswire.com/ -- "Las audiencias jóvenes están volteando a otros canales no tradicionales, siendo uno de los más importantes: Fortnite. En Soccer Media Solutions como líderes en marketing lo estamos registrando" menciona el especialista en marketing deportivo y director de MBL [Jose Eshkenazi](#)

El product placement, una técnica publicitaria que consiste en insertar "un producto, marca o mensaje dentro de la narrativa" se ha popularizado de forma masiva en el juego de MMO FPS Fortnite.

Fortnite con su gigantesco mapa se ha convertido en la ciudad de los mil anuncios. Desde Disney con Avengers, pasando por Nintendo, IT, Stranger Things y hasta J Balvin, Fortnite es un universo en si mismo al que ya han llegado la NFL el año pasado y este año llegarán varios equipos de la UEFA Champions League.

"Este tipo de marketing es una realidad desde hace ya unas cuantas temporadas. En el Mundial de Rusia dejó caer su influencia algunos entrenadores se quejaban porque sus deportistas dedicaban demasiado tiempo a Fortnite. Ahora los equipos de esos jugadores promueven su participación en el juego" mencionó Jose Eshkenazi, director de Soccer Media Solutions.

En el caso de la NFL, esta llegó con skins de los 32 uniformes oficiales. Y en el Super Bowl LIII Epic Games promocionó en su tienda oficial las equipaciones de los dos clubes finalistas, New England Patriots y Los Ángeles Rams



Jose Eshkenazi explica publicidad virtual en Fortnite

“Fortnite, acaba de anunciar que dará acceso a sus jugadores a skins, torneos y un festejo inspirado por Pelé. Este acuerdo es una llave para comprender cómo están cambiando las cosas y cómo están ganando en poder ciertos entornos y ciertas áreas emergentes. La publicidad virtual en product placement es algo que nosotros llevamos haciendo en el fútbol mexicano desde hace años. Este nuevo movimiento demuestra que nuestro negocio es parte del futuro.” concluye Jose Eshkenazi.

¿Qué es exactamente lo que está ofreciendo Fortnite y lo que permitirá que sus usuarios hagan? El juego ha cerrado un acuerdo con varios clubes de fútbol repartidos por todo el mundo - como explican en AdAge el proceso de cerrar estos acuerdos ha sido realizado por la IMG, el representante de licencias de Fortnite - que dará una presencia de marca de ciertos equipos en la plataforma.

“Ahora la experiencia gamer también será una experiencia de publicidad deportiva” sentencia Jose Eshkenazi.

“

La publicidad virtual es algo que nosotros llevamos haciendo en el fútbol mexicano desde hace años. Este nuevo movimiento demuestra que nuestro negocio es parte del futuro.”

Jose Eshkenazi

Antonio Lopez
Hey Content Agency
[email us here](#)



Jose Eshkenazi director Soccer Media Solutions y MBL explica publicidad virtual y deportes



Jose Eshkenazi director de MBL
explica publicidad virtual y deportes

This press release can be viewed online at: <https://www.einpresswire.com/article/540843012>

EIN Presswire's priority is source transparency. We do not allow opaque clients, and our editors try to be careful about weeding out false and misleading content. As a user, if you see something we have missed, please do bring it to our attention. Your help is welcome. EIN Presswire, Everyone's Internet News Presswire™, tries to define some of the boundaries that are reasonable in today's world. Please see our Editorial Guidelines for more information.

© 1995-2021 IPD Group, Inc. All Right Reserved.