

IEBS formará a profesionales en Esports, el nuevo marketing deportivo

Publicado en: [Comunicación](#), [Digital](#), [Interés General](#), [Marketing](#), [Novedades](#), [Tecnología](#)

En los últimos años, los videojuegos han logrado consolidar su posición como prescriptores de marca gracias al engagement que generan entre las nuevas generaciones. En este sentido, desde **escuela de negocios online**, explican que «los usuarios de los deportes electrónicos son increíblemente fieles a sus juegos por lo que las marcas que aparecen en estos entornos tienen la oportunidad de aumentar, mejorar y consolidar su relación con ellos».

Así, las posibilidades que ofrece el sector de los esports no han pasado desapercibidas para las empresas. De hecho, **cada vez son más las compañías que apuestan por incorporar profesionales de marketing especializados en deportes electrónicos**. «Los videojuegos se han convertido en un producto en el que los más innovadores de la industria, como startups y empresas familiarizadas con estrategias de innovación y transformación digital, son capaces de ver distintos modelos de negocio y obtener rentabilidad», apuntan desde la escuela.

Tanto es así que los profesionales del marketing están empezando a especializarse en este sector que permite a las empresas desarrollar un ecosistema propio que va desde los videojuegos y los macroeventos, a la creación de comunidades o al merchandising. Para formarse en este campo, **IEBS ha sacado el Master en esports Manager & Marketing Management** en el que se analiza la cultura, los valores y la ambición que rodea el sector de los esports con el objetivo de diseñar y desarrollar estrategias de marketing adaptadas al mercado.

Desde IEBS, afirman que el marketing deportivo en los esports adapta sus estrategias de marketing digital y las de marketing offline a un buyer de persona más definido y fidelizado que en otros sectores. Esto hace que el modelo de negocio pivote sobre elementos como los jugadores, los equipos, los diferentes juegos que existen y que son tendencia, las plataformas o las competiciones.

Además, IEBS señala que las nuevas generaciones son las grandes consumidoras de esports, «los gamers ya no son un público aislado sino que se reúnen para jugar a sus juegos favoritos, competir entre ellos y crear comunidad. De esta manera, los deportes electrónicos arrastran una gran audiencia, lo que supone una oportunidad de negocio y, por ello, no es de extrañar que el marketing también haya entrado en el sector», afirman desde la escuela.

Fuente: <https://www.puromarketing.com/75/33184/iebs-formara-profesionales-esports-nuevo->

marketing-deportivo.html