

**Curso: Marketing en el deporte.**  
**Módulo 1 – Definición y desarrollo.**

David Beckham y Vodafone inauguran un nuevo formato publicitario.

La empresa telefónica que tres años atrás firmó un contrato publicitario de cuatro años en duración por 46 millones de dólares con el club de fútbol Manchester United acaba de suscribir un acuerdo con su máxima estrella por la cual todos los contestadores automáticos de la empresa contarán con la voz de Beckham durante los próximos dos años. David Beckham y Vodafone inauguran un nuevo formato publicitario. El acuerdo que Vodafone tiene con el club de Beckham incluye, entre otras cosas, el servicio de comunicar los goles del equipo, por texto, a los teléfonos celulares de los socios del club. David Beckham acaba de firmar un contrato por el cual deberá pronunciar las palabras "“This is the voicemail service for X. Please leave a message after the tone” y pasar de ese modo a ser la voz oficial de todos los contestadores automáticos que la empresa Vodafone tiene en Inglaterra. Así, el astro inglés cuya popularidad excede lo futbolístico se convirtió en la primera celebridad en firmar un contrato publicitario de este tipo. Y los usuarios de Vodafone en todo el país contarán con la voz de Beckham respondiendo sus llamadas telefónicas. Además, la empresa telefónica pondrá a disposición del público protectores de pantalla, juegos y adivinanzas para teléfonos celulares, al mismo tiempo que lanzará una campaña publicitaria compuesta por comerciales protagonizados por Beckham. La idea de aprovechar su figura surgió del hecho de que su imagen atrae no sólo a fanáticos del fútbol, sino también a seguidores de la moda y los chismes. “David tiene la rara habilidad de resultar atractivo para un grupo de gente tan amplio que nos pareció la persona ideal para promover nuestros servicios globalmente -declaró Peter Harris, director de auspicios y medios de Vodafone, a la prensa inglesa-. Es el deportista más reconocido de Asia, aún por delante de Tiger Woods o Michael Jordan”. Y más allá... A pesar de este nuevo contrato con Vodafone, David

Beckham no perdió su libertad de acción en el campo publicitario, que lo llevó a transformarse, en los últimos años en la cara de marcas tan disímiles como Adidas, Pepsi, Police Sunglasses y Castrol. Todo esto surge de una cláusula incluida en el contrato entre Beckham y su club, según la cual el dinero que percibe el futbolista asciende a 70.000 libras (107.000 dólares) por semana en concepto de salario más 20.000 libras (30.000 dólares) en concepto de utilización e derechos. Pero esos derechos, para el club, sólo cubren toda la imaginaria relacionada directamente con la institución: en cuanto a su imagen personal, Beckham continúa siendo dueño y señor.

Fuente:

<https://www.adlatina.com/articulo.php?slug=/publicidad/david-beckham-y-vodafone-inauguran-un-nuevo-formato-publicitario>

Casos de éxito (con videos).

<https://marketing4ecommerce.net/que-es-el-marketing-deportivo-historia-claves-y-casos-de-exito/> existen de diferentes tipos de target existen de diferentes tipos de target existen de diferentes tipos de target