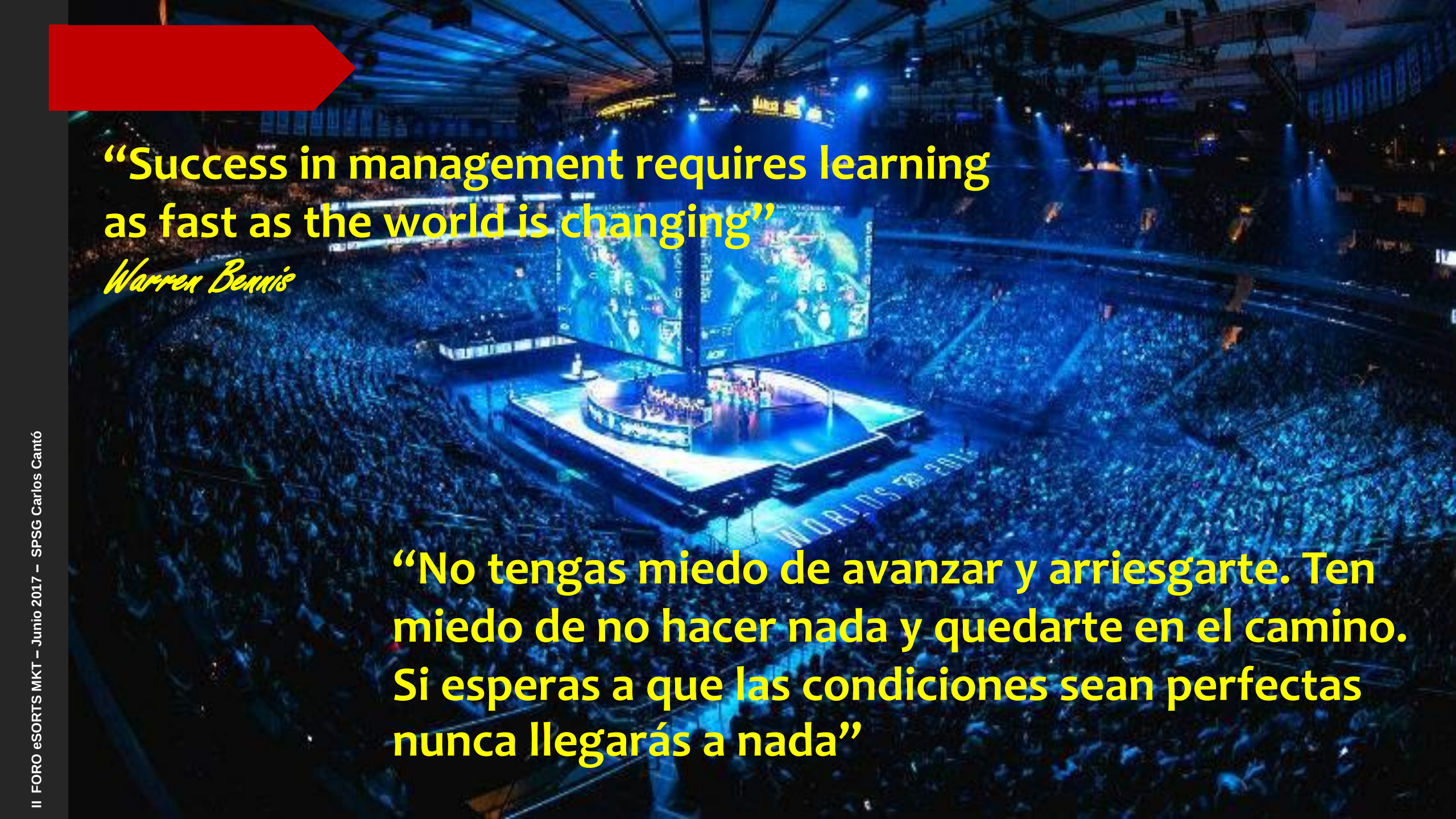




ASOCIACIÓN
DE MARKETING
DE ESPAÑA

eSPORTS: INTRODUCCIÓN AL ECOSISTEMA

Carlos Cantó
SPSG Consulting
14 Junio, 2017



**“Success in management requires learning
as fast as the world is changing”**

Warren Bennis

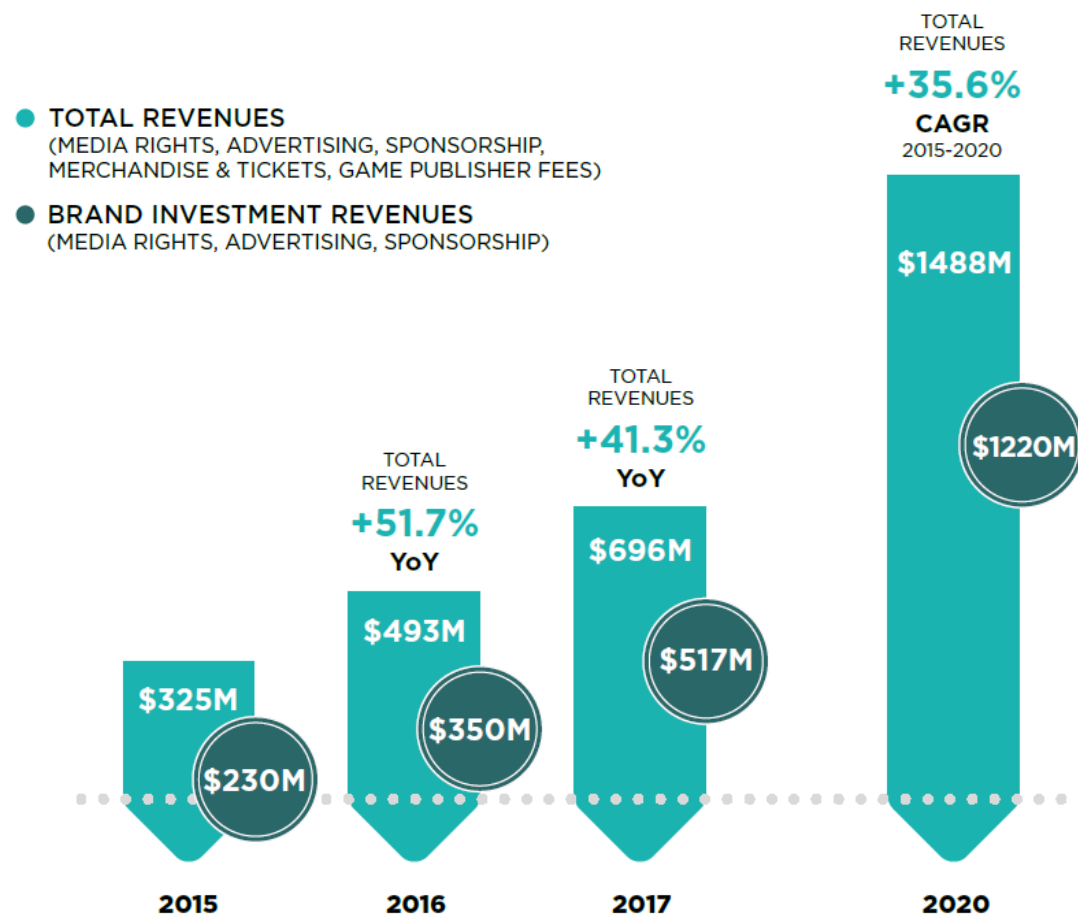
**“No tengas miedo de avanzar y arriesgarte. Ten
miedo de no hacer nada y quedarte en el camino.
Si esperas a que las condiciones sean perfectas
nunca llegarás a nada”**

eSPORTS: INTRODUCCIÓN

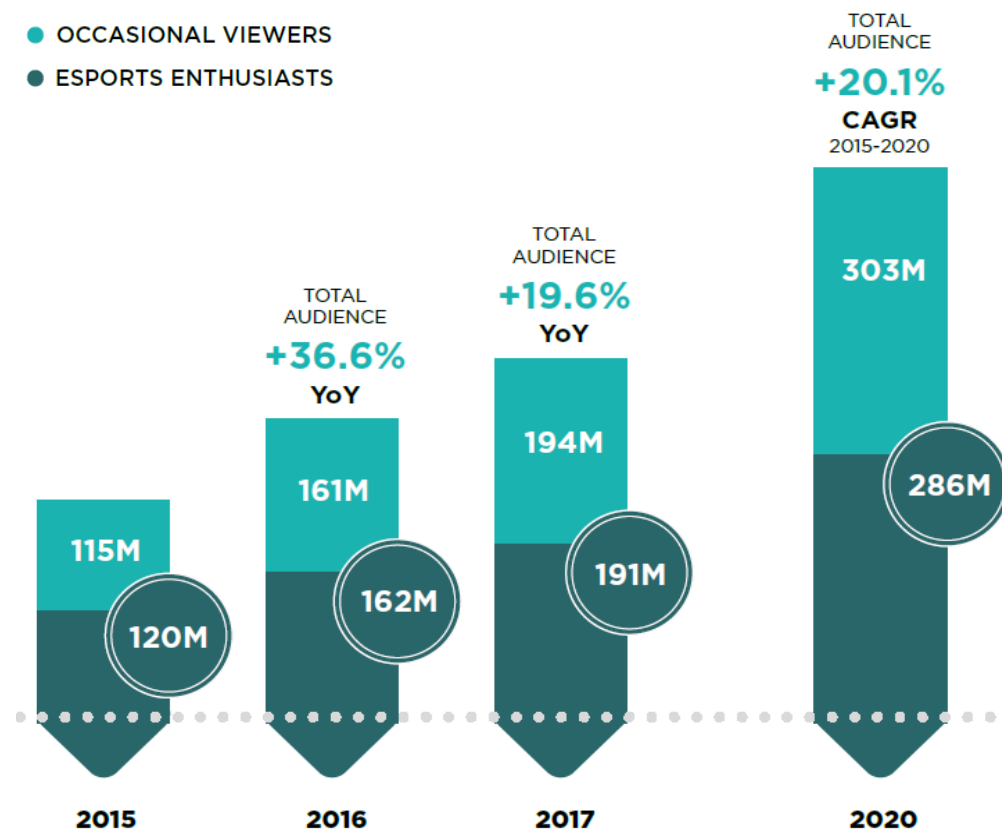


ESPORTS - GLOBAL

Previsión de ingresos

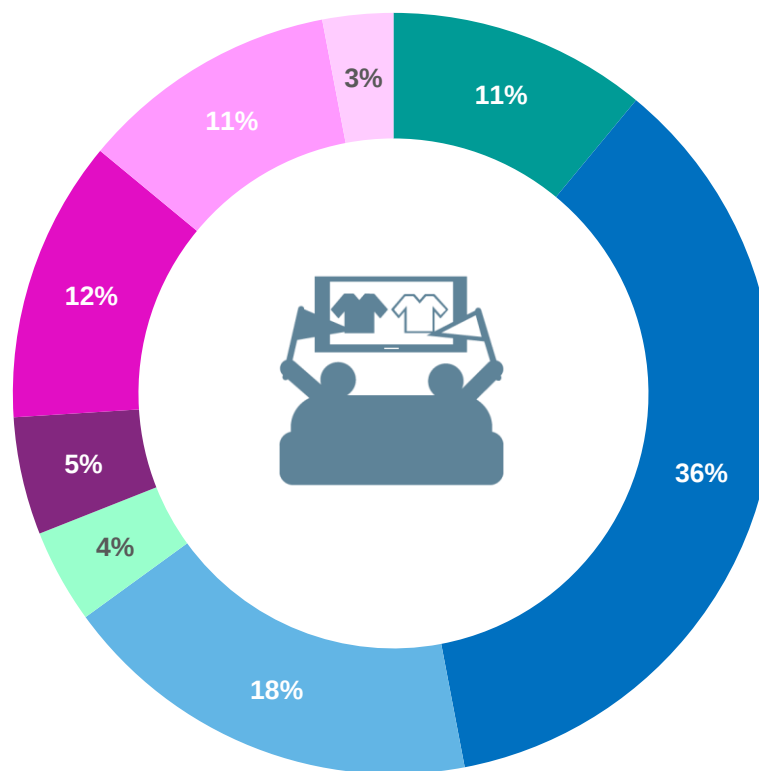
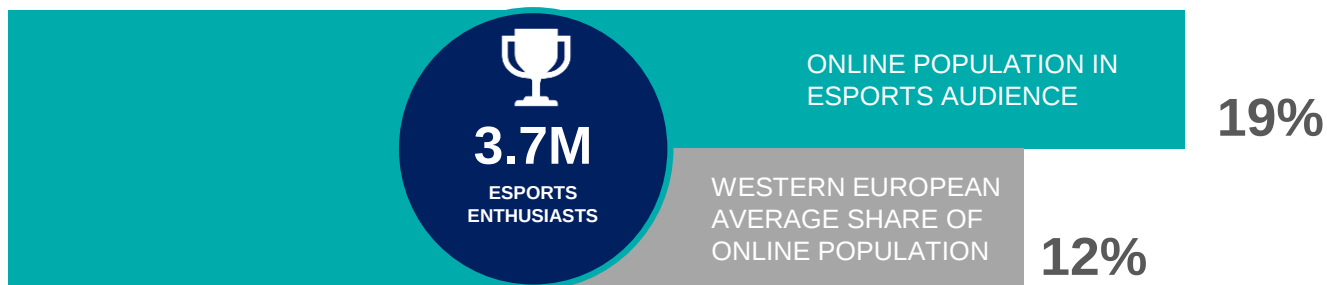


Previsión de audiencia

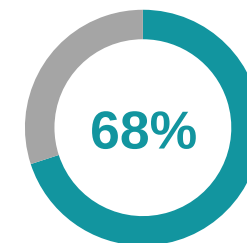


Fuente NewZoo: excluye los ingresos por apuestas, fantasy leagues o conceptos similares de pago en efectivo, así como los ingresos generados en los juegos.

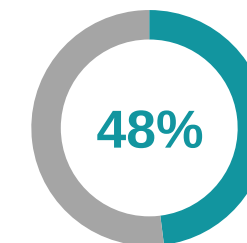
ESPORTS EN ESPAÑA - 2016



GÉNERO



21-35



Fuente NewZoo
Adaptación: Deloitte Consulting & SPSC Consulting

■ M 10-20 ■ M 21-35 ■ M 36-50 ■ M 51-65 ■ F 10-20 ■ F 21-35 ■ F 36-50 ■ F 51-65

CLASIFICACIÓN DE LOS JUEGOS DE eSPORTS

FPS (First Person Shooter)



MOBA (Multiplayer Online Battle Arena)



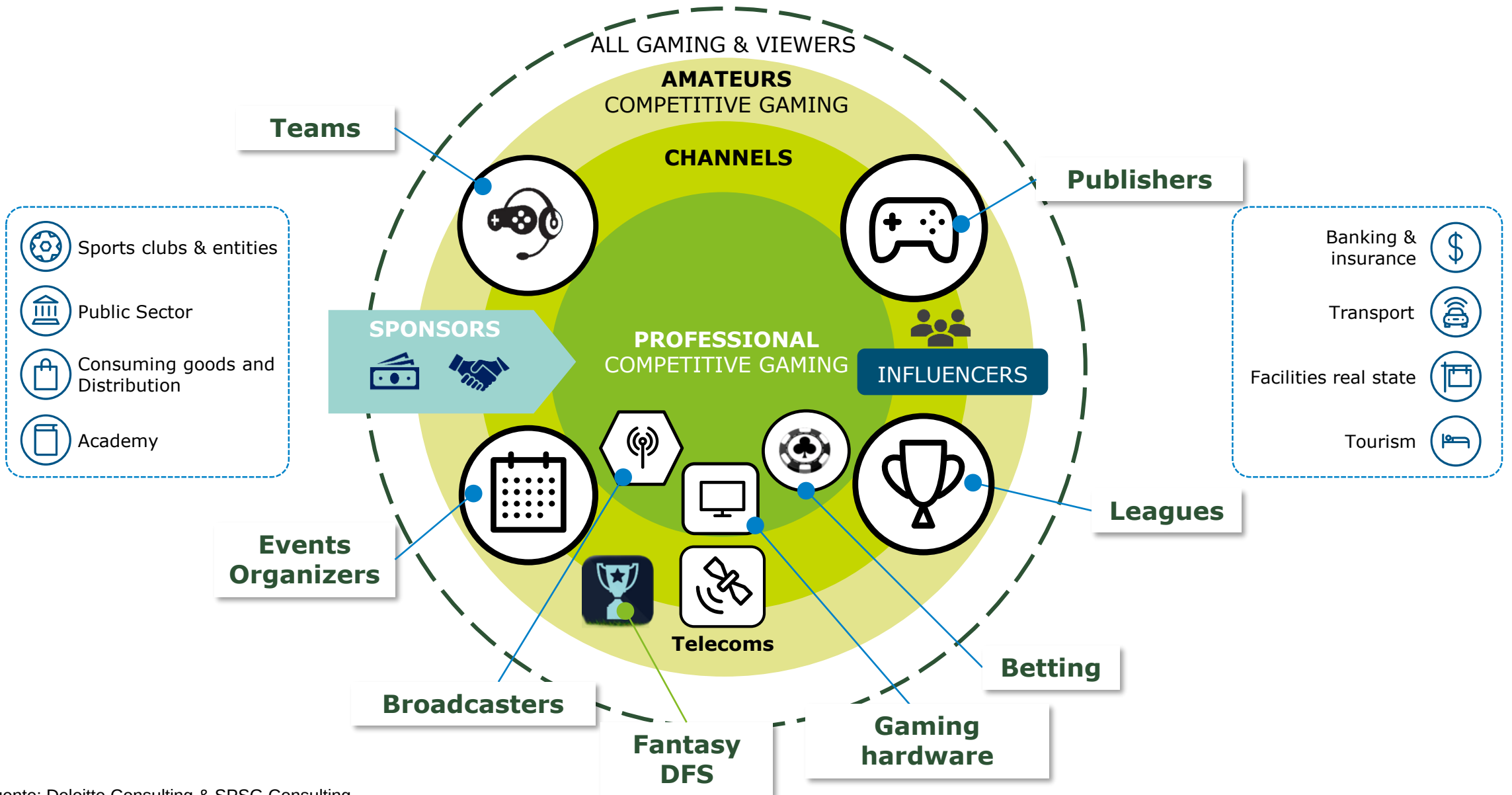
Juegos de deporte



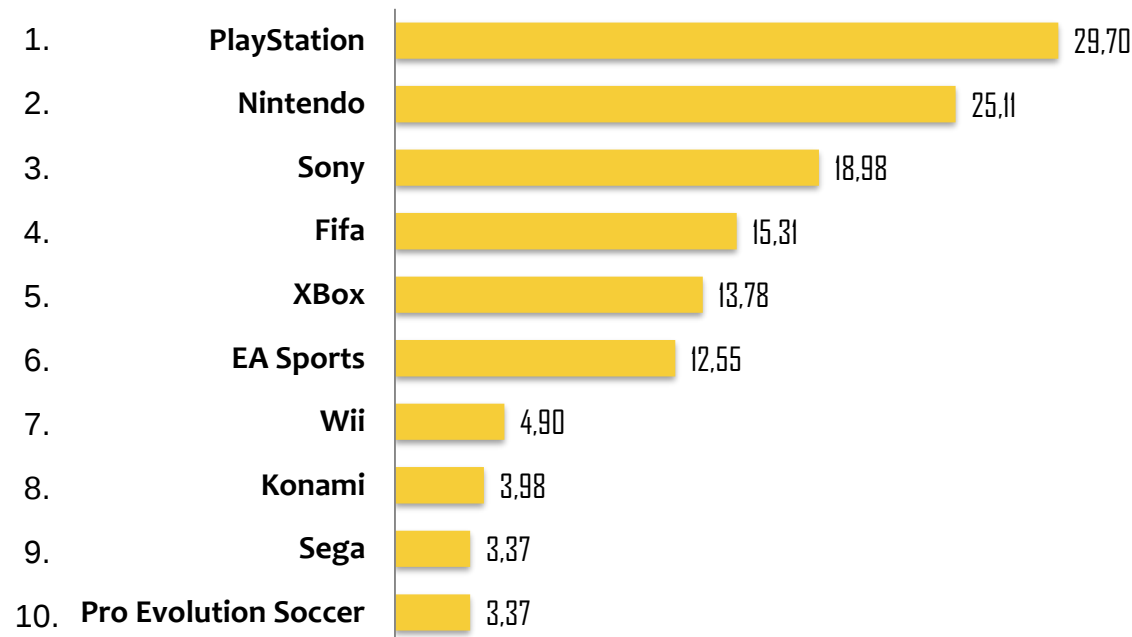
RTS (Real Time Strategy)



ECOSISTEMA eSPORTS



SAI E-SPORTS TOP 10



■ SAI (Sponsorship Awareness Index)



¿Aficionado al deporte?

Sí, mucho

NS/NC: 58,90%



Sí, normal

NS/NC: 71,50%



No

NS/NC: 75,70%



NS / NC

70,30%

Fuente: Barómetro Patrocinio Deportivo 2016

eSPORTS: ESTADO ACTUAL

“Aún no es el momento....”



“...porque hay que estar”



Extensión de la base de “fans” a los milenials y nativos digitales



Unidad de negocio / desarrollo

eSPORTS: ASPECTOS CLAVE

- Sector en plena expansión
- Se anticipa un proceso de concentración y ordenamiento
- Espacio de comunicación intergeneracional
- Educación – nuevas competencias profesionales – nuevas profesiones
- Generación de negocio (monetización)
- Nuevas generaciones (millennials + nativos digitales)
 - Multipantalla - multicomunicación
 - Comunidad
 - Salud y condición física
 - Span de atención



SERVICIOS

Estrategia

- Business y Marketing Plan para clubes/entidades/eventos deportivos
- Benchmarking y evaluación de la situación actual de patrocinio
- Estrategia de patrocinio (marcas y propiedades)
- Manual de Patrocinio – Directrices/Metodologías/Herramientas
- Identificación y negociación de adquisiciones de derechos
- Diseño de indicadores ROO del Patrocinio (pre-activación)
- Plan de “Engagement” y “Monetización”
- Identificación de fuentes de ingresos (clubes/entidades/eventos)
- Conceptualización de eventos y de competiciones deportivas
- Programa de internacionalización (Club/competiciones)
- Diseño de procesos (Servucción) en ocio y deporte
- Plan Estratégico de Turismo Deportivo

Activación

- Activación de Patrocinio
- Manualización de la activación
- Asistencia en la generación de ingresos (clubes / entidades / eventos)
- Programas de Voluntariado / Fidelización / “Comunidades”

Análisis

- Diseño de indicadores para medir ROO Patrocinio (post-activación)
- Análisis de resultados y Benchmarking

CLIENTELA

- Empresas
- Federaciones / Ligas / Eventos / Competiciones
- Clubes y entidades deportivas
- Sector Público
- Destinos/Turismo/Ocio

- CEO de SPSPG Consulting
- ESADE Business School – “Sports Business” y “Emerging Markets”
- Vocal y Co-coordinador capítulo “deportes” Asociación Marketing España
- Anteriormente
 - Vice-Presidente - Lagardère Sports
 - Vice-Presidente - IMG
 - Responsable Comunicación y Área Estudios - Tea-Cegos
 - Socio Consultor - Consultur, Consultores Turísticos
- Lic&-MBA – ESADE Business School
- Participante CEMS Master (HEC – Jouy-en-Josas, Francia)
- Selección de algunos clientes de Carlos Cantó y/o SPSPG:





*"It is easier to go down the hill than up,
but the view is much better from the top"*

GRACIAS

CARLOS CANTÓ
SPSG Consulting - CEO
carlos.canto@spsgconsulting.com