Los aficionados al fútbol detrás de las mejores campañas de publicidad

The Trade Desk estudia los gustos de los seguidores de los clubs de fútbol españoles

A punto de comenzar la liga de fútbol española, un nuevo estudio realizado por The Trade Desk muestra algunos de los gustos y preferencias que tienen los seguidores de los principales equipos de fútbol de nuestro país en comparación con los del resto de la población, y por qué las marcas anunciantes deberían de incluir cierto tipo de datos en sus campañas publicitarias.

Según los datos analizados por TTD, los seguidores del F.C. Barcelona son hasta seis veces más entusiastas de los automóviles que la población en general. Por su parte, sus archirrival seguidores del Real Madrid, son hasta siete veces más proclives a interesarse por los viajes en comparación con el resto de la población. Si se va más al sur, los hinchas del Sevilla F.C. son hasta cinco veces más fanáticos de los deportes de riesgo que el resto de españoles. Finalmente, y según el mismo estudio, los simpatizantes del Valencia C.F. tienden a ser hasta cinco veces más apasionados del mundo de la belleza y el estilo que el resto de la población.

Sobre los resultados que ofrece el estudio, Sacha Berlik, director general de EMEA en The Trade Desk, ha señalado: "Los datos son absolutamente cruciales para que una campaña de publicidad sea un éxito. La pregunta es muy fácil: ¿de qué otra manera podríamos averiguar cuáles son las preferencias de los seguidores de nuestros clubs de fútbol si no contamos con datos para poder contrastarlos? Sin datos, es como si las marcas estuviesen disparando al aire arriesgándose a dejar fuera a los consumidores que podrían estar muy receptivos a sus mensajes. Esta falta de focalización es una forma segura de malgastar el presupuesto destinado a publicidad".

A continuación, otros datos interesantes sobre los hinchas de fútbol de los diferentes equipos sacados del mismo estudio cuando se comparan con los de la población en general:

Real Madrid C.F.

- 5 veces más probable que hagan sus compras en supermercados online
- 4 veces más probable que hagan algún regalo a su pareja el Día de San Valentín
- 3 veces más probable que se entusiasmen con la comida

F.C. Barcelona

- 3 veces más probable que dediquen tiempo a la jardinería
- 2 veces más probable que disfruten con las actividades online o relacionadas con Internet
- 2 veces más probable que tengan niños con edades comprendidas entre los 5 y los 10 años

Sevilla F.C.

6 veces más probable que estén participando en algún tipo de tratamiento de adelgazamiento

5 veces más probable que les gusten los deportes en general

8 veces más probable que tengan un automóvil de la marca Nissan

Valencia C.F.

3 veces más probable que les guste el mundo de la moda

2 veces más probable que estén preocupados por el estado de su salud

2 veces más probable que sean dueños de un automóvil modelo Civic Honda

Metodología

The Trade Desk utilizó 5.4 millones de datos obtenidos de las cookies para crear grupos específicos de usuarios que visitan con frecuencia websites relacionados con cuatro clubs de fútbol españoles: Real Madrid C.F. ; F.C. Barcelona; Sevilla F.C y Valencia C.F.

El análisis de estos datos ofreció información adicional, como la ubicación, el dispositivo utilizado y otros sitios visitados.

A partir de esa información, The Trade Desk calculó a través de puntuaciones de relevancia las probabilidades de que estas características individuales aparezcan en el grupo de datos obtenidos a partir de la información de las cookies y los comparó con los de la población en general.

También ahondó en percepciones sobre comportamiento, utilizando para ello datos de terceros para identificar segmentos en los que clasificar a los usuarios (por ejemplo, sexo, edad, preferencias a la hora de ir de vacaciones, salario, etc.) y calcular así la relevancia de esos segmentos en comparación con los de la población en general.

Datos de contacto:

Fran Valmaña

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional Fútbol Marketing Sociedad E-Commerce](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>