

Medio: construfacil

Sección: Andalucía noticias

Temática: El Arsenal aprovecha su marca para vender apartamentos en Málaga



Viernes, 11 de noviembre de 2005



Construfacil | Catálogos | Registro | Construmercado

SERVICIOS | DOCUMENTACIÓN | EN EL MUNDO... | EN ESPAÑA...

Construbusca

Directorio empresas

Buscar

Región

Cualquiera

País

ESPAÑA

SECTORES

- Maquinaria, Herramientas y Complementos
- Actuaciones Previas, Cimentaciones, Exca
- Saneamiento y Drenaje
- Estructuras y Forjados
- Productos y Materiales Básicos
- Cubiertas
- Pavimentos, Techos y Revestimientos
- Fachadas y Tabiquería
- Aislamientos e Impermeabilizantes
- Carpintería de Madera
- Carpintería Metálica, Ferretería, Vidrie
- Carpintería de Pvc
- Electricidad, Iluminación y Comunicación
- Climatización y Calefacción
- Fontanería y Gas
- Sanitarios, Grifería y Accesorios
- Elevación y Transporte
- Protección, Señalización y Balizamiento
- Urbanización
- Jardinería
- Instalaciones Deportivas
- Decoración y Mobiliario
- Construtoras
- Profesionales - Oficinas
- Otros
- Mano de obra

Andalucía - Noticias



Bienvenido a Andalucía

Futbolmanía

Líderes en equipaciones de Internet
Equipaciones Nike, Adidas, Umbro.

Leyendas del Real Madrid

Serigrafías Real Madrid por grandes artistas
y textos de Vargas Llosa

Anuncios Google

TITULARES

- CCOO pide regular las subcontratas y UGT la creación de la fiscalía de siniestralidad
- Seguimiento masivo del paro en la construcción por el accidente de Granada, según los sindicatos
- Convocan paro de 1 hora en sector de la construcción de Andalucía
- Inspección paraliza en seis meses 309 obras de construcción en Andalucía por incumplir las medidas de prevención
- Fomento anuncia una comisión de investigación para conocer las causas del accidente de Granada

10/11/2005



El Arsenal aprovecha su marca para vender apartamentos en Málaga

El club innova en el marketing deportivo al ceder su imagen a cambio de una comisión por piso

Clubes de fútbol vendiendo apartamentos en la playa. Se trata del último hito del marketing deportivo. Los grandes equipos han colocado relojes o camisetas entre sus legiones de seguidores, pero no habían prestado todavía su marca para la comercialización de productos como las promociones inmobiliarias. La innovación llega a España de la mano del Arsenal, que se embolsará una millonaria comisión por ayudar a vender un residencial de 146 apartamentos en Casares (Málaga) entre sus cuatro millones de fans en todo el mundo. El producto va especialmente dirigido a los dos millones de aficionados del club inglés en el Reino Unido, donde es el propio Arsenal el encargado de comercializar los apartamentos con multitudinarias presentaciones en su estadio y fichajes promocionales de impacto como el famoso periodista deportivo Jeff Stelling y ex jugadores históricos del equipo. También ha sido protagonista de la campaña de ventas el jugador español Reyes, que ahora milita en las filas del Arsenal y que ha respaldado el proyecto adquiriendo personalmente una de estas viviendas en la Costa del Sol.

La genial idea se le ocurrió a la firma británica Football Village, integrada por expertos inmobiliarios e intermediarios deportivos con amplia experiencia en las relaciones con grandes clubes, algunos de ellos afincados en la Costa del Sol. El proyecto se ha desarrollado con el asesoramiento legal del bufete español Lexland Abogados, que dispone de un departamento especializado en marketing deportivo dirigido por el periodista Alfredo Urdaci. Ambas firmas seleccionaron en primer lugar una promoción residencial atractiva en la Costa del Sol, en este caso una fase de la macroubanización de más de 1.000 viviendas que la empresa española Aisa levanta en Casares. A continuación, llamaron a la puerta del Arsenal, que ha cedido sus derechos de imagen y sus instalaciones a cambio de una participación en los ingresos por la venta de los apartamentos, que se comercializan bajo el nombre de Pueblo Real Golf. Cada una de estas viviendas tiene un coste medio de 350.000 euros, lo que eleva el negocio a más de 51 millones.

Se trata, como explica el abogado Dimas Cuesta, responsable del proyecto en nombre de Lexland, de aplicar al campo de las pasiones futbolísticas, donde se registran las mayores tasas de lealtad a una marca, el concepto de venta por afinidad. Los promotores de la idea auguran que el resto de los grandes clubes, también los españoles, terminarán apostando por esta nueva vía como la mejor forma de rentabilizar sus marcas. Además, esta fórmula de marketing puede ser también un descubrimiento para los promotores inmobiliarios en momentos de ralentización del sector.

El residencial de Casares se lanzó en el Reino Unido a finales de septiembre, pero el 20% de las viviendas fueron adquiridas por socios del equipo antes de arrancar la venta. El Arsenal se ha colocado como pionero de la técnica en su propio país, donde ya ha cedido su nombre a algunas promociones. Y una vez que estrene nuevo estadio, convertirá el antiguo en un residencial con vistas al terreno de juego. Todo un deleite para sus hinchas.

(Fuente: Cinco Días)