



### **Como Tinkoff vende su imagen para salirse del ciclismo**

A menudo se discute que trae el patrocinio de un equipo de ciclismo profesional como retorno a la inversión. En cuanto a los hechos y las cifras detrás de la cobertura que el Tour de Francia muestra mucha luz sobre a esta cuestión.

El Tour de Francia, como el espectáculo más grande de este deporte, transmitido en más de 190 países, durante las tres semanas de carrera, la audiencia televisiva acumulada a nivel mundial se estima en 3,5 mil millones, que es un poco menos de la mitad de la población del planeta! En cuanto a la difusión en los medios, la carrera recibe a más de 2.000 periodistas acreditados, consultores y fotógrafos, que abarca más de 635 organizaciones de medios de comunicación. Más de 370 medios escritos están presentes. Más de 90 cadenas de televisión dan difusión de la carrera, y cerca de 60 estaciones de radio en todo el mundo. Se añade a que más de 110 agencias de fotografía que capturan la carrera que promueven marcas asociadas.

En cuanto a la cobertura de la televisión por sí sola, de los más de 190 países alcanzados, esto incluye 60 canales en vivo con imágenes en tiempo real de hasta 80 horas en total. Con toda la cobertura de cada etapa combinada, que tiene más de 6.000 horas de imágenes transmitidas en todo el mundo.



Este hecho está respaldado por el tráfico en línea, las figuras que los canales de Tinkoff experimentaron en el 2015. El sitio web del equipo tuvo 1,9 millones de visitas en 2015, con su pico más alto semanal que cae en la última semana del Tour de Francia, con 181.000 visitantes.

La página del equipo de Facebook mostro 450 millones de exposiciones a lo largo de la temporada de 2015, un alcance semanal promedio de 2 millones de dólares, con el pico de nuevo que viene en la última semana del Tour de Francia con 9,3 millones. Twitter también vio algunas cifras impresionantes en el 2015 con 62 millones de impresiones sobre la temporada, que es un promedio de 1,3 millones de dólares por semana. En la última semana del Tour de Francia.

Así que no sólo los medios de comunicación crean noticias y la cobertura del equipo en todo el mundo, pero una exposición cada vez mayor también proviene de los medios sociales en crecimiento del equipo.

Y concluye que la asociación con un equipo de ciclismo profesional de alto rango en el mundo, ayuda a alcanzar una audiencia global y cosechar los beneficios de la televisión y la visibilidad en línea.