

free bet bwin

Os Patrocinadores da Bwin: Kaizen Gaming e UBS
No mundo dos esportes e do marketing esportivo, patrocínios são uma parte fundamental das relações entre empresas e times ou eventos desportivos. Neste artigo, exploraremos dois patrocínios famosos no mundo esportivo: Kaizen Gaming, com a UEFA EURO 2024 e o UBS com o Mercedes-AMG Petronas F1 Team e o tenista Roger Federer. Começaremos, examinando o patrocínio da Kaizen Gaming.

Kaizen Gaming e a UEFA EURO 2024
Kaizen Gaming é uma das maiores empresas de GameTech do mundo e a UEFA anunciou recentemente que a Kaizen Gaming e a marca Betano tornaram-se um patrocinador oficial global da UEFA EURO 2024. O torneio ocorrerá em dez cidades-sede na Alemanha, de 14 de junho a 14 de julho.
Kaizen Gaming, através da plataforma Betano, um nome conhecido em todo o mundo dos negócios de apostas desportivas online.

Este patrocínio histórico marca a primeira incursão da empresa na Europa Ocidental, tendo anteriormente trabalhado principalmente em mercados e desenvolvimento. Este patrocínio é um passeio importante para a Kaizen Gaming e para o próximo mercado dos jogos, que procura expandir a influência global.

UBS: Patrocinando F1, NHL e Roger Federer
O UBS é outro grande player no mundo do patrocínio esportivo.

A empresa multinacional de serviços financeiros com sede na Suíça tem uma longa história de patrocínios em diferentes esportes e eventos esportivos.
Fórmula 1: UBS é patrocinador do Mercedes-AMG Petronas F1 Team desde 2011 e também é o patrocinador do Grande Prémio de Mônaco.

Hóquei no gelo: Recentemente, o UBS entrou no mundo do hóquei no gelo, tornando-se o patrocinador da UBS Arena, o novo lar do New York Islanders da NHL.

Tenis: UBS mantém uma parceria com o ex-tenista suíço Roger Federer e confirmou que irá continuar patrocinando-o até (pel) Tj T* BT

Como Estes Patrocínios Ajudam Nos Nossos Mercados?
Patrocínios, como esses dos EUA e da Kaizen Gaming são vitais para os negócios, para os esportes e para os fãs. Particularmente no Brasil, onde o interesse e o envolvimento com os esportes continuam a crescer.

O patrocínio também atua como uma poderosa ferramenta de marketing e relações públicas. Empresas como a UBS e a Kaizen Gaming usam o patrocínio esportivo para aumentar a exposição