

# sportingbet tem mercado de escanteios

O programa de afiliados 7Games é uma oportunidade empolgante de se unir a uma plataforma de apostas de esporte que oferece um mercado de escanteios expansivo, ganhar dinheiro e participar de uma comunidade próspera. Através do sistema de afiliados, ganhe uma parte dos lucros das apostas feitas na plataforma pelos seus referidos. Com mais de 5 anos de história, 7Games oferece a vocês um crescimento e sucesso incríveis com experiência intuitiva e assistência

24 horas por dia, sete dias por semana. Os benefícios do programa de afiliados 7Games incluem: Participe de, ao todo, 10% sobre os vencimentos e ganhos alcançados pelos jogadores recomendados por vocês. O programa está estruturado dentro de

dois planos de afiliado: o bronze e o dourado, cada um concedendo diferentes percentuais sobre o

que é gerado pelos jogadores referenciados.

Top Gun: Maverick e óculos Ray-Ban Aviator Um Caso de Marketing de Sucesso

34 anos, o primeiro filme Top Gun causou fúria entre o público, lançando tendências e tornando icônico o uso dos óculos Ray-Ban Aviator Classic por Tom Cruise. Trinta e quatro anos depois, no esperado lançamento da sequência, a sequência Top Gun: Maverick, o astro continua desenhando as multidões com a mesma estilo inconfundível. No entanto, esse não é apenas o caso de alguns óculos de sol icônicos. O novo longa promete ser um dos maiores lançamentos do esporte de escanteios de Hollywood, tendo estreia adiada devido à pandemia, trazendo de volta a tonada das discussões sobre os famigerados óculos e até mesmo influenciando um novo aumento nas vendas da já mais que centenária marca Ray-Ban.

Segundo dados de mercado, as vendas dos óculos Aviator Classic aumentaram mais de 40% logo após o lançamento do primeiro filme de esporte de escanteios em 1986; no entanto, com o sucesso renovado que o modelo vem experimentando há alguns anos e atingindo o auge atualmente, junto às filmagens da versão 2.0, não há dúvidas sobre a importância desse tipo de marketing na cultura popular e nas escolhas dos consumidores.