



“Marketing Esportivo: tendências e perspectivas"

Prof. Dr. Ary José Rocco Jr.

2014

Ary Rocco

- Professor da Escola de Educação Física e Esporte da USP
- Doutor em Comunicação e Semiótica – Comunicação e Esporte.
- Mestre em Administração – Planejamento e Recursos Humanos.
- Bacharel em Administração Pública e Jornalismo.
- Coordenador do GP Comunicação e Esporte da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares em Comunicação (INTERCOM).
- Diretor da Asociación Latinoamericana de Gerência Deportiva (ALGEDE)
- Ex-árbitro de futebol da Federação Paulista de Futebol.

Ary Rocco



O Esporte

"É um **valor cultural** que mobiliza grandes contingentes de pessoas por apresentar em sua essência um forte **conteúdo lúdico e emocional**. Quer como **praticante, como espectadora**, parte da população mundial vai aos estádios, quadras e piscinas em busca de um espetáculo ou à procura dos benefícios da saúde que a atividade física proporciona" (Nicolini, 2006, p.11).

Estratégia de Marketing

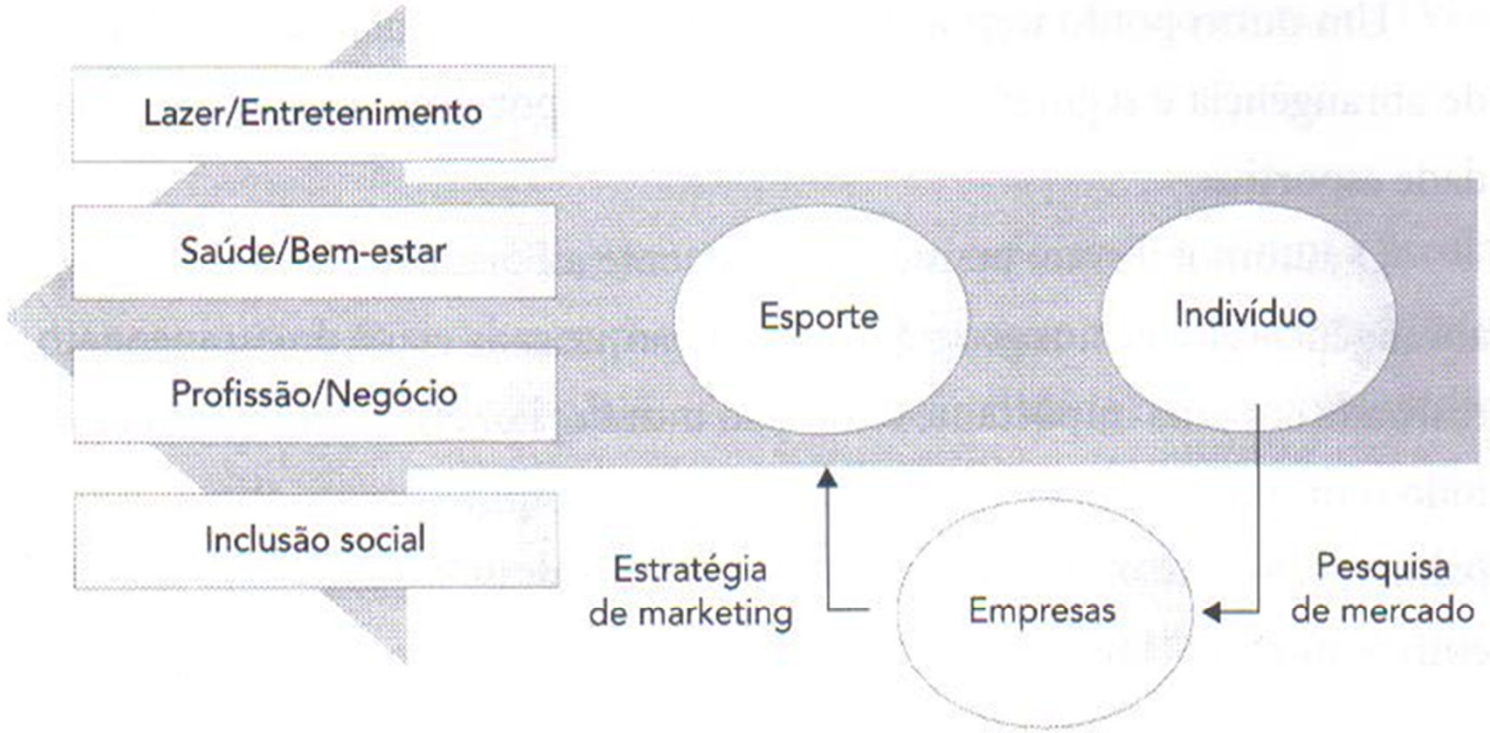


FIGURA 4.2. Estratégia de marketing aplicada ao esporte a partir do conhecimento das necessidades do público-alvo.

Atributos do Esporte

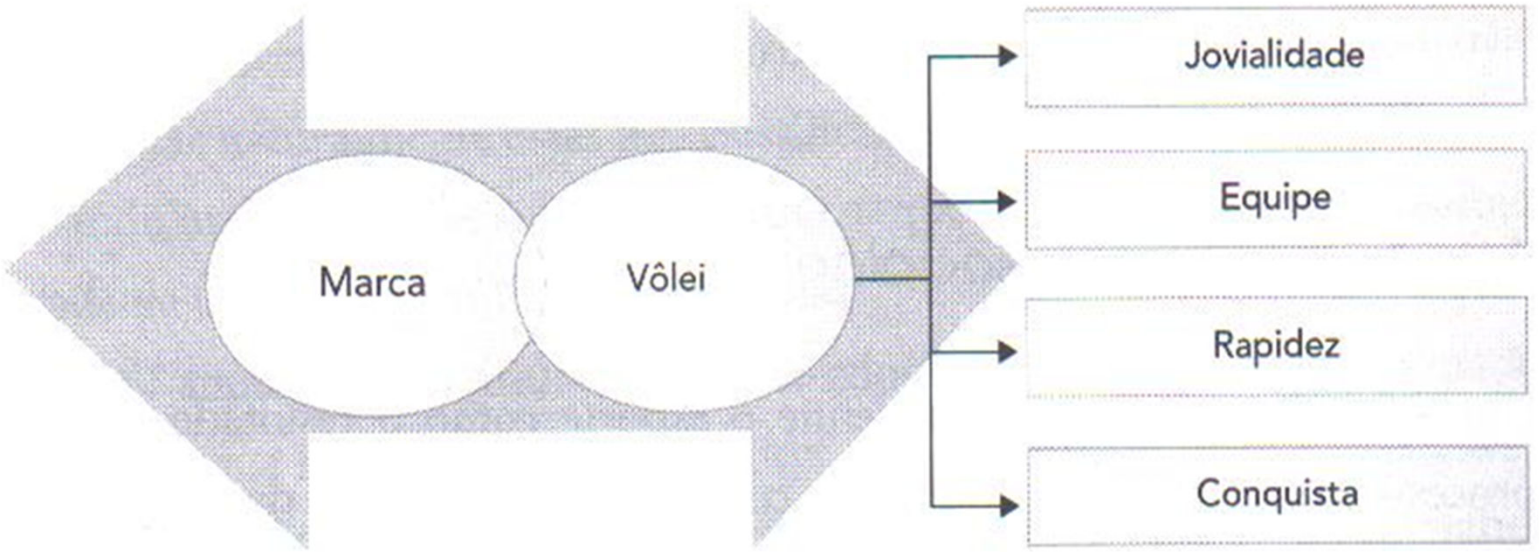


FIGURA 4.3. Atributos do esporte associados à marca.

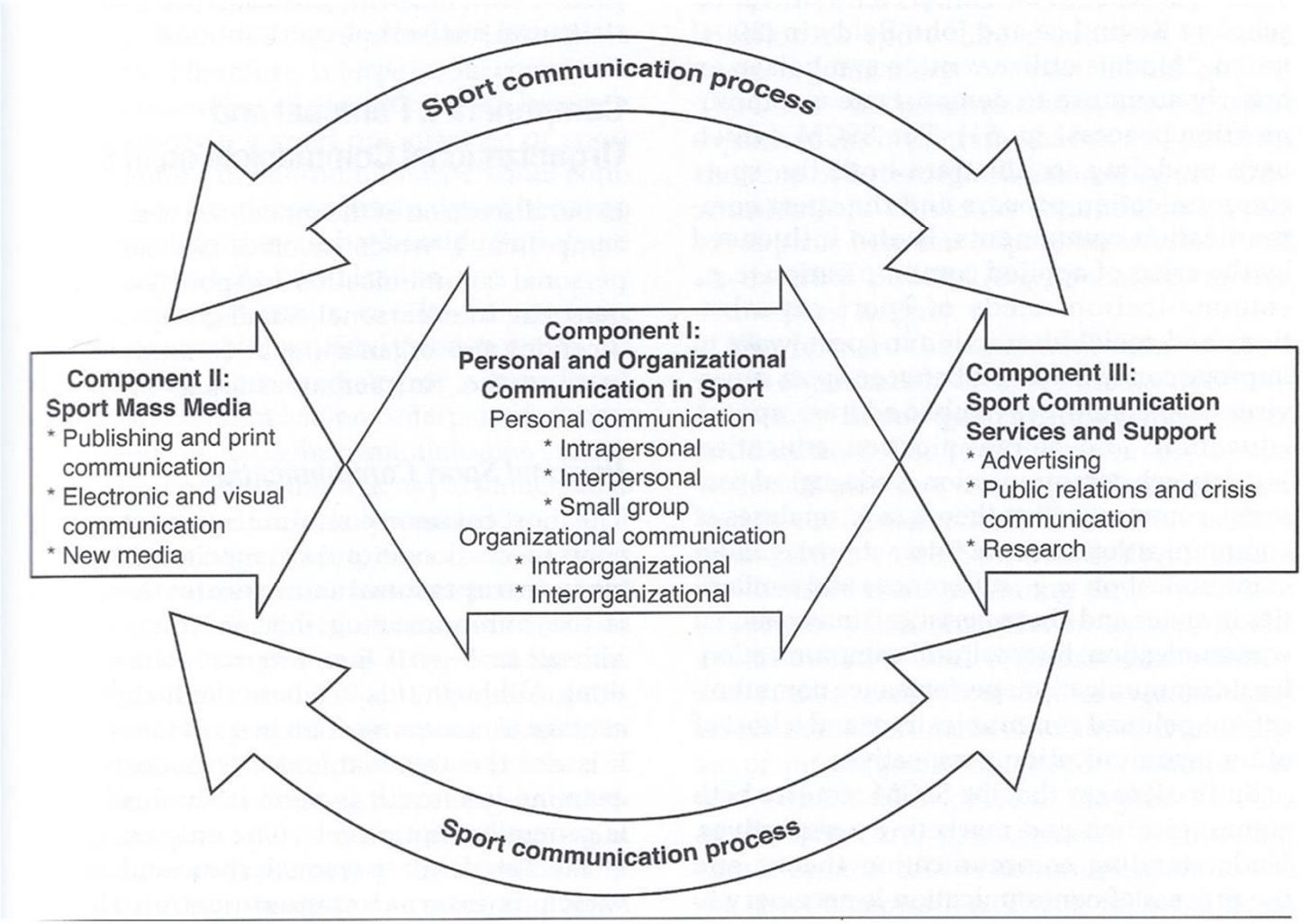
Organizações Esportivas



FIGURA 2 - Organizações satélites às organizações esportivas (adaptado de CHELLADURAI, 2009).

Comunicação e Esporte

- The Strategic Sport Communication Model (SSCM) – Pedersen, Miloch & Laucella.



Cenário

• Empresas/patrocinadores: profissionais de marketing sem conhecimento suficiente para gerenciar projetos de marketing esportivo.

• Empresas ainda não sabem "o que“ buscar exatamente no marketing esportivo.

• Bons profissionais no mercado, mas as estruturas antigas de clubes e federações dificultam o trabalho.

• Raro: entidade esportiva com uma estrutura profissional de marketing.

Cenário

- Clubes continuam dependendo basicamente da receita de direitos de TV e da venda de jogadores para o exterior.

- Pequeno comprometimento dos profissionais e das agências de marketing esportivo no que diz respeito à medição dos resultados dos projetos.

- Marketing esportivo ainda é percebido, unicamente, como uma mídia diferenciada que pode gerar visibilidade e mídia espontânea.

Mudanças

- Busca por estratégias alternativas de comunicação.

- Entendimento do marketing esportivo — não só como uma mídia que oferece visibilidade, mas também como uma plataforma de comunicação para empresas construírem suas marcas.

- Ações de relacionamento e promocionais — uma das maiores e mais importantes mudanças dessa indústria.

Tendências

- Pensamento Estratégico.

- Foco nos negócios do cliente.

- Profissionais com conhecimentos esportivos e de negócios.

- Agências de marketing esportivo passarão a ser empresas de negócios, especializadas em usar o esporte como plataforma de marketing.

- Preocupação em mostrar e provar o resultado do patrocínio e das ações promocionais.

Tendências

- Alianças Estratégicas e Grandes Grupos.

- Internacionalização – relacionamento com novos mercados.

- Relacionamento com a sociedade e com o torcedor.

- Marketing a favor do Esporte / Esporte a favor do Marketing.

- Maior profissionalização da área.

Cases



Premier League – Boxing Day



Premier League



Premier League



Premier League



Premier League



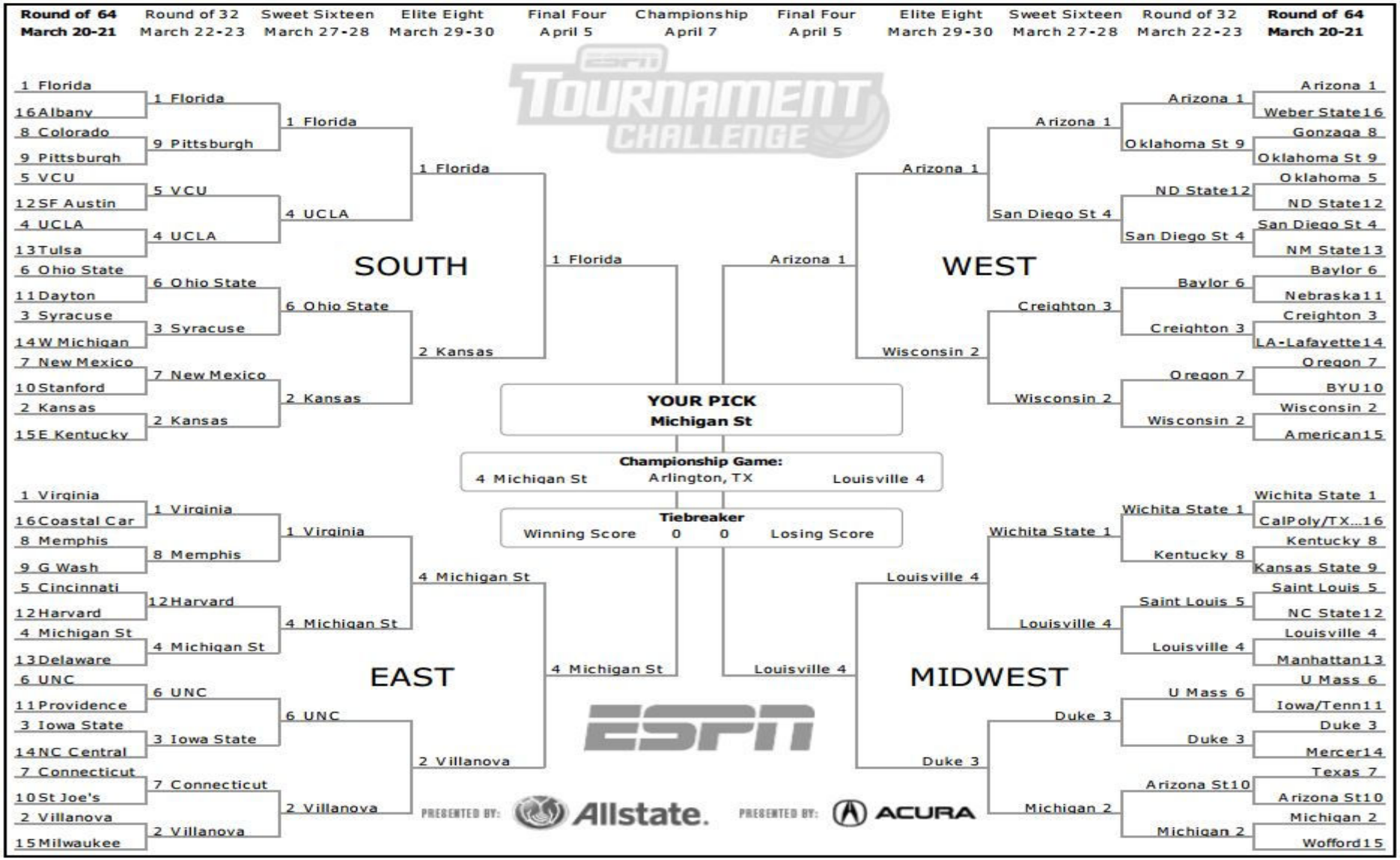
Premier League



NCAA – Governo dos EUA



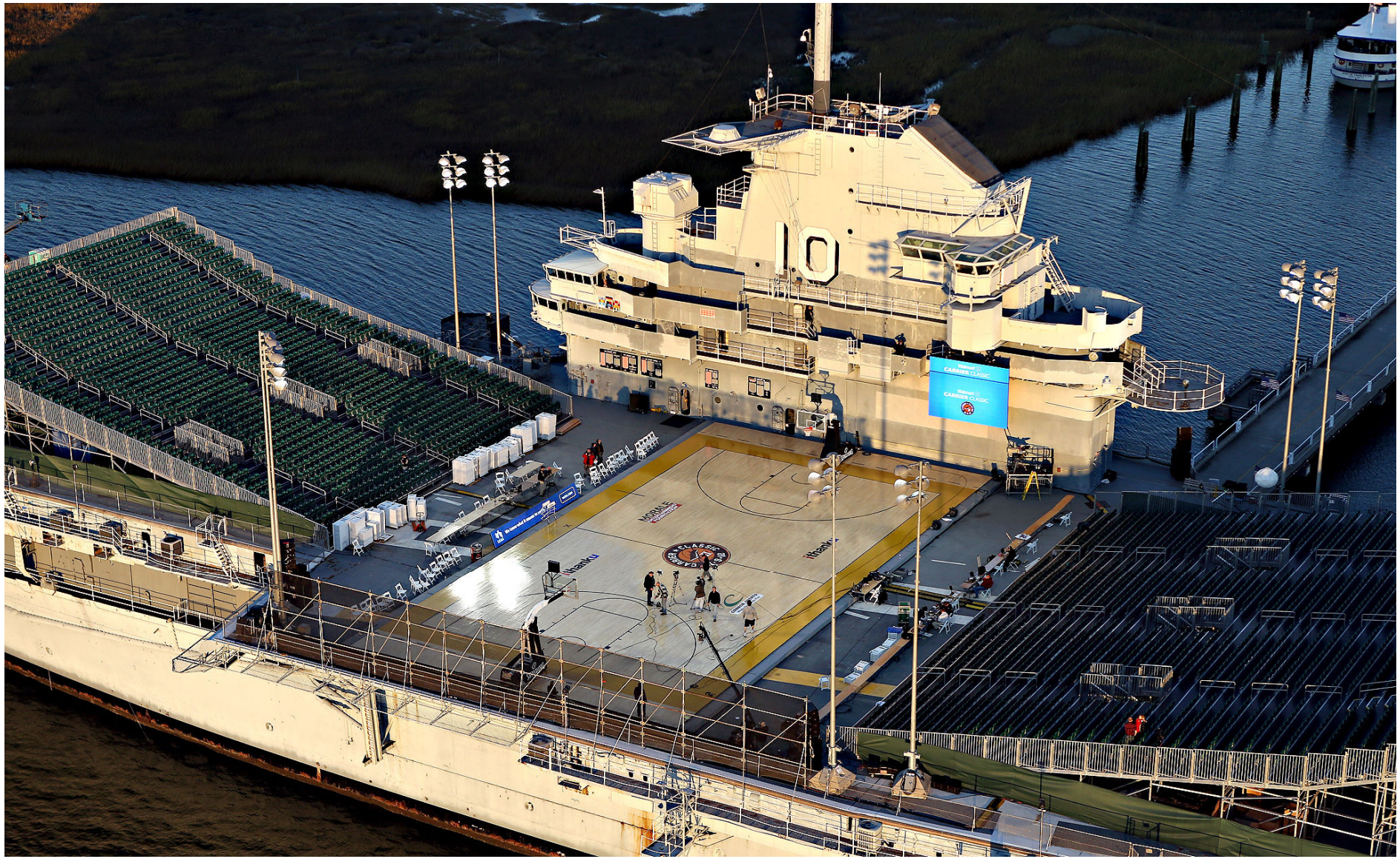
NCAA – Governo EUA



NCAA – Governo EUA



NCAA – Governo EUA



NCAA – Governo EUA



NCAA – Governo EUA



NCAA – Governo EUA



NCAA – Governo EUA



NCAA – Governo EUA



NCAA – Governo EUA



NFL - Internacionalização



NFL - Internacionalização





NFL - Internacionalização



NFL - Internacionalização



NFL - Internacionalização



Major League Baseball - MLB



Major League Baseball - MLB



National Basketball Association - NBA



National Basketball Association - NBA



National Basketball Association - NBA



Major League Soccer - MLS



Major League Soccer - MLS



Major League Soccer - MLS



Major League Soccer - MLS



Major League Soccer - MLS



Major League Soccer - MLS



Major League Soccer - MLS



Major League Soccer - MLS



Major League Soccer - MLS



Grandes Grupos



Grandes Grupos











Grandes Grupos













Alianças Estratégicas



Relacionamento com a Sociedade



















Internacionalização



Internacionalização





Internacionalização





ACM 1899 MILAN Junior Camp

Internacionalização



Internacionalização



Internacionalização



Internacionalização



Internacionalização



Opinião Pública



Opinião Pública



Opinião Pública



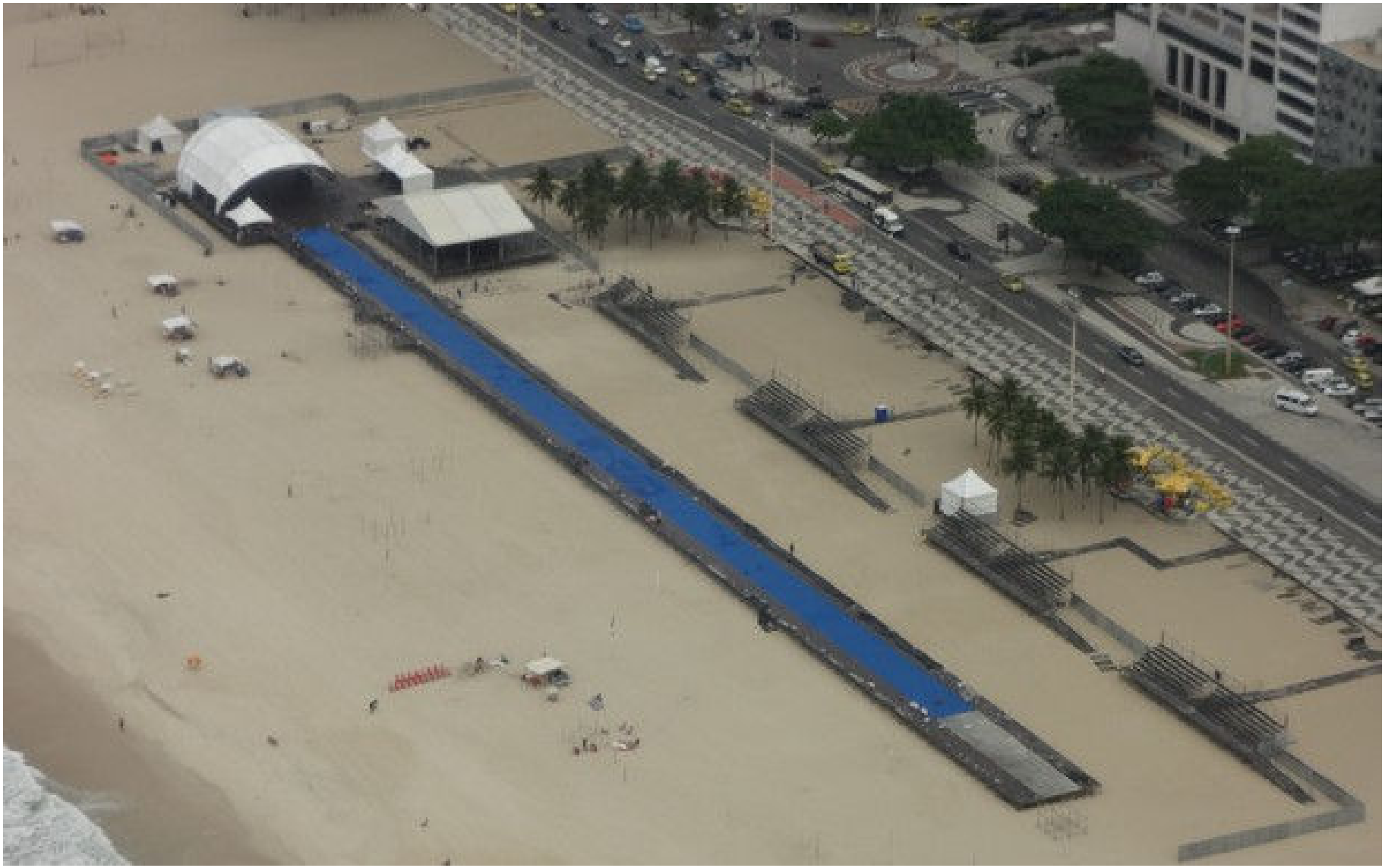
Opinião Pública



Eventos Promocionais



Eventos Promocionais



Eventos Promocionais



National Hockey League - NHL



National Hockey League - NHL



Responsabilidade Social



Responsabilidade Social



Identidade


1910
2010
OVI EST UN
DI LOCVS
BANDO
REPÚBLICA POPULAR
DO CORINTHIANS
WWW.REPUBLICADOCORINTHIANS.CR

Identidade



Identidade


REPÚBLICA POPULAR
DO CORINTHIANS
SAÚDA E DÁ BOAS-VINDAS À
CBF
REPÚBLICA FEDERATIVA
DO BRASIL

Identidade



Conclusões



IV CONGRESO DE LA ASOCIACIÓN LATINOAMERICANA DE GERENCIA DEPORTIVA



MARÇO - 2015

19 a 21/3/2015

LOCAL

Escola de Educação Física e Esporte - USP

Av. Prof. Mello Moraes, 65

Cidade Universitária

São Paulo - SP

INFORMAÇÕES

www.algede.wordpress.com

facebook.com/IVCongresoALGEDE

REALIZAÇÃO

ALGEDE

GEPAE EEFE-USP

APOIO

USP

EMPREGO LAND

Save the date!

IV CONGRESSO LATINOAMERICANO DE GESTÃO DO ESPORTE

ALGEDE – ASOCIACIÓN LATINOAMERICA DE GERENCIA DEPORTIVA

19 A 21 DE MARÇO DE 2015

EEFE-USP

ACOMPANHE AS INFORMAÇÕES EM:

SITE: **ALGEDE.WORDPRESS.COM**

FACEBOOK: **WWW.FACEBOOK.COM/IVCONGRESOALGEDE**

TEMA CENTRAL: "FORMAÇÃO, INTEGRAÇÃO E DESENVOLVIMENTO DA GESTÃO DO ESPORTE NA AMÉRICA LATINA"

TEMAS ESPECÍFICOS

GESTÃO DE ORGANIZAÇÕES ESPORTIVAS
GESTÃO DE INSTALAÇÕES DESPORTIVAS
GESTÃO EVENTOS ESPORTIVOS
POLÍTICAS DE GESTÃO DO ESPORTE E REGULAMENTAÇÃO DO ESPORTE
GESTÃO E MARKETING DO ESPORTE
GESTÃO DO ESPORTE, COMUNICAÇÃO E MÍDIA
FORMAÇÃO EM GESTÃO DO ESPORTE

Contato

#prontofalei

Obrigado !!!

aryrocco@usp.br