

# FUNDAMENTOS DE MARKETING

---

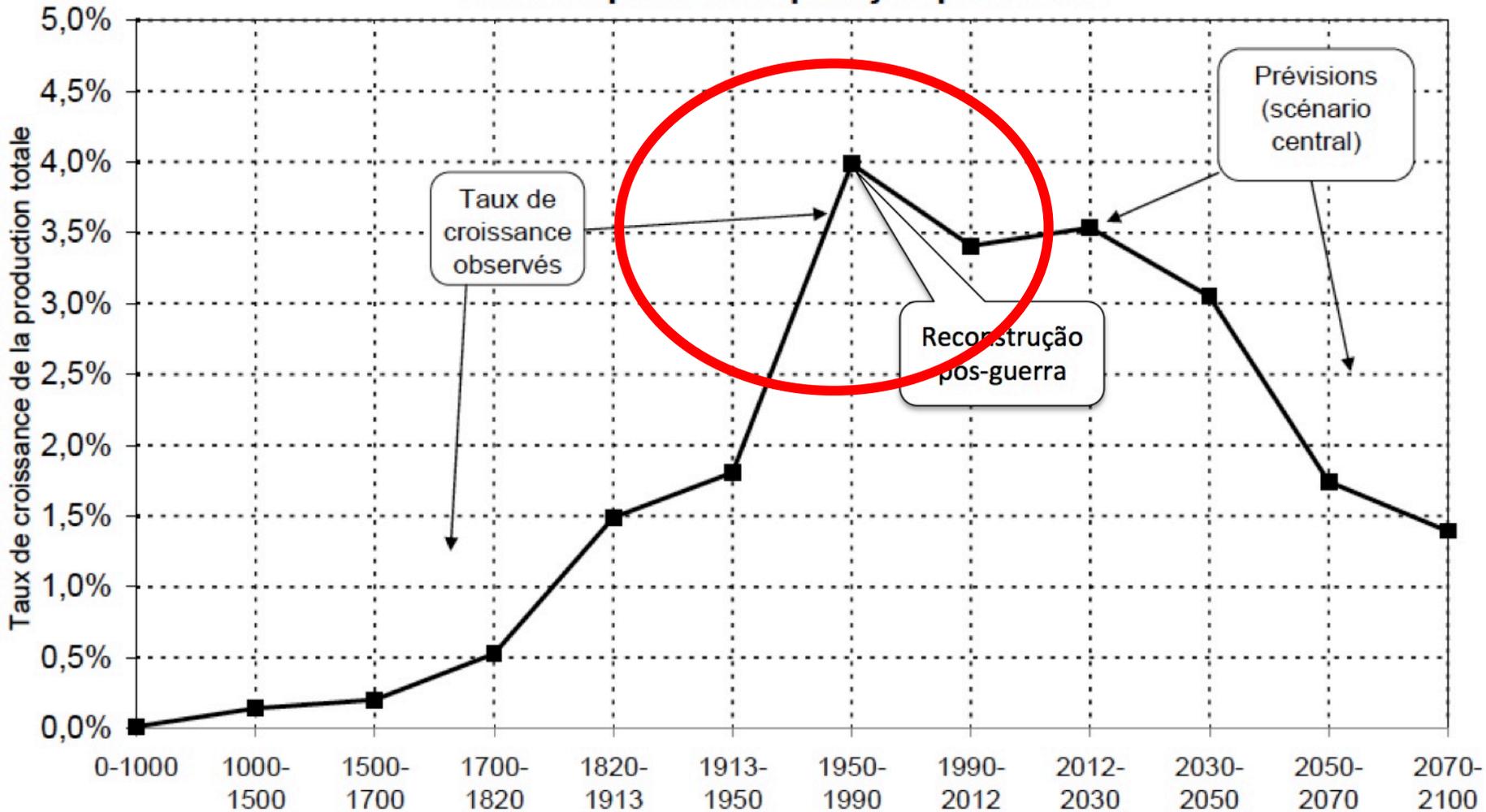
ME. IVAN FUREGATO MORAES

2018



# ORIGEM

Graphique 2.5. Le taux de croissance de la production mondiale totale depuis l'Antiquité jusqu'en 2100

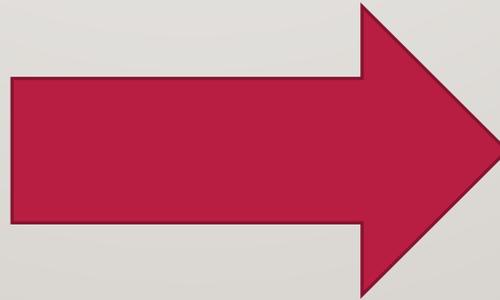
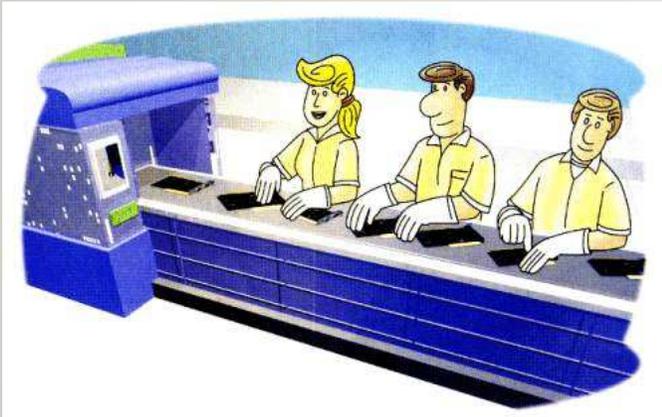


- Pós 2ª Guerra Mundial: crescimento da economia mundial, principalmente nos Estados Unidos, e necessidade de melhorar os processos administrativos e aumentar as vendas.

# ORIGEM

---

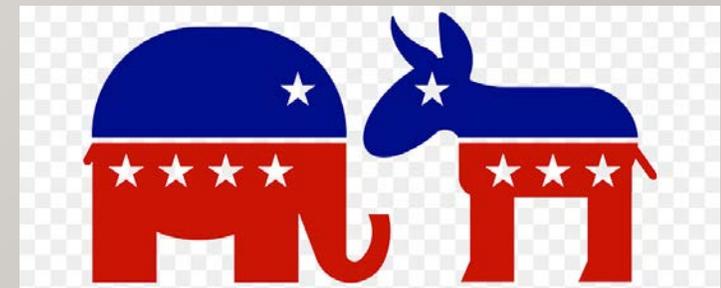
- A partir de 1950: grande desenvolvimento acadêmico e prático do marketing;
- Mudança do foco:



# ORIGEM



- Kotler indica a aplicação do marketing em todas as atividades humanas em que haja troca de bens materiais e imateriais, com valor econômico ou estimado;
  - Assim, o marketing pode ser aplicado a:



# DEFINIÇÃO

---

- Associação de Marketing Americana (AMA): criada em 1937, indica uma definição de marketing:

Marketing é a *atividade, conjunto de práticas e processos* para **criar, comunicar, entregar e trocar ofertas** que possuam **VALOR** para os consumidores, clientes, parceiros e para a sociedade em geral

- **MARKETING É MUITO MAIS AMPLO DO QUE SÓ PUBLICIDADE, VENDAS OU COMUNICAÇÃO!!!**

# LINHAS

---

- Hoje, o marketing pode ser entendido como:



- **Troca:**

Ato em que duas, ou mais, pessoas realizam uma transação, financeira ou não, buscando dar e receber algo de valor que supra as suas necessidades;



- **Filosofia:**

Valor ou princípio básico para guiar as organizações no cumprimento das suas missões e objetivos;

- **Processo gerencial:**

Conjunto de atividades necessárias para colocar em prática os conceitos, técnicas e ferramentas de marketing.



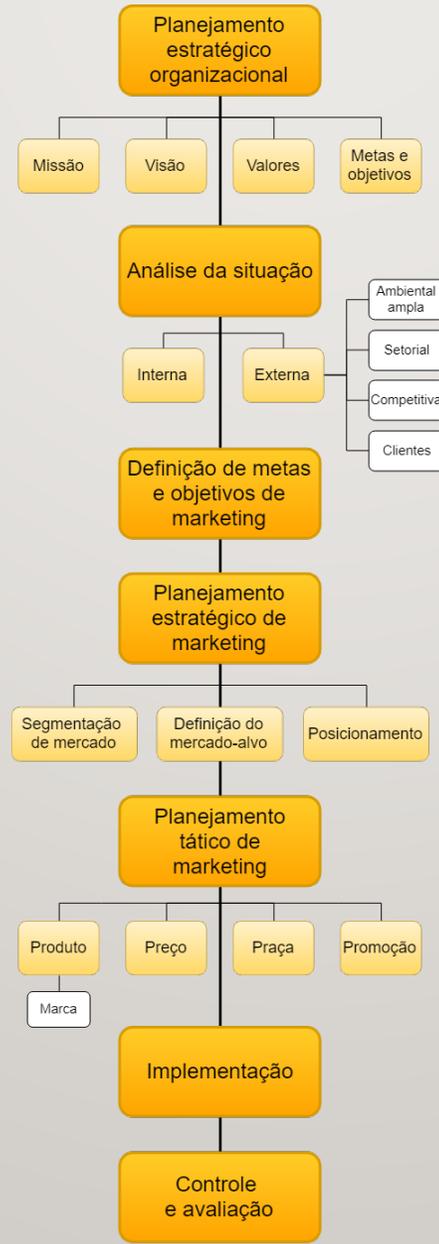
# PROCESSO GERENCIAL

---

- Visa oferecer produtos/serviços aos mercados e aos clientes por meio do profundo conhecimento e compreensão dos mesmos;
- Paralelo à outras funções e atividades administrativas como a produção, recursos humanos, contabilidade, pesquisa e desenvolvimento e as finanças;
- Diversos autores, acadêmicos ou não, indicam modelos de como o marketing deve ser colocado em prática.



# MODELO DE PLANEJAMENTO E GESTÃO DE MARKETING



# ESPECIALIDADES

---

- A utilização do conceito e das ferramentas de marketing em todas as atividades humanas nas quais ocorram trocas levou ao surgimento de especialidades devido às peculiaridades da atividade principal (*core business*) de algumas áreas;
  - Assim, surgiram áreas dentro do marketing:
    - Social;
    - Político;
    - Meio ambiente;
    - Cultural;
    - Organizações educacionais;
    - **ESPORTE.**

# MARKETING ESPORTIVO

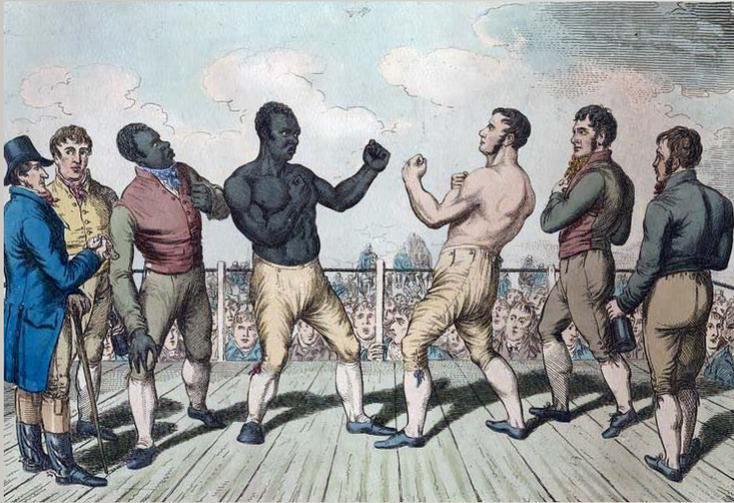
---



# ORIGEM

---

- Nos Estados Unidos surgiu por volta de 1820 e em 1920 já estava consolidado.



Willian Fuller



Michael Phelan

  
**SPALDING**<sup>®</sup>  
**Wilson**<sup>®</sup>



William Hulbert

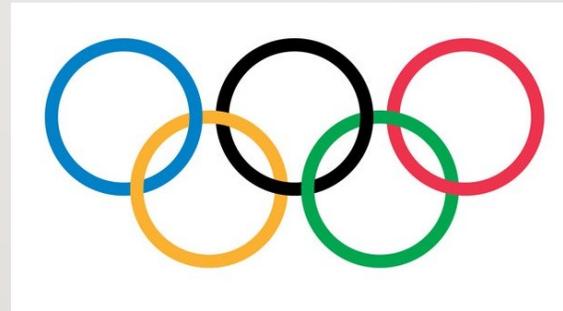
# ORIGEM

---

- Europa: ações e patrocínios pontuais desde a década de 1920. Ampliação a partir das décadas de 1970/80 nos clubes de futebol e nas entidades de administração.



Rene  
Lacoste



Adi Dassler

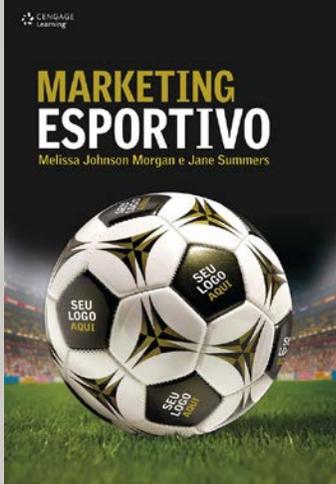




# DEFINIÇÃO

---

- Diversos autores apresentam definições sobre o Marketing Esportivo.



“[...] a aplicação específica dos princípios e processos de marketing aos produtos esportivos e ao marketing de produtos não-esportivos por meio da associação com o esporte.”  
(MORGAN; SUMMERS, 2008, p. 6)

A oferta e a troca de produtos e serviços de **valor** que atendam às **necessidades e os desejos** dos **consumidores** esportivos e dos demais **stakeholders** das organizações esportivas, nas quais o mesmo é fundamental e responsável pela **obtenção** de grande parte das **receitas**.

# ESPECIFICIDADES

---

- **POR QUE O MARKETING ESPORTIVO É DIFERENTE DO “MARKETING”?**
  - As organizações esportivas são concorrentes e parceiras;
- Grande cobertura da mídia e interesse dos clientes (torcedores/praticantes), que se consideram conhecedores e especialistas, comentando e interferindo;
  - A exigência e a demanda dos clientes/torcedores varia constantemente;
- O profissional de ME possui um limitado controle sobre os principais produtos (equipe e disputa), sendo que o “grande desafio é criar uma experiência de entretenimento que os adeptos [torcedores] queiram repetir, quer a sua equipa ganhe ou perca” (CARVALHO, 2014, p. 190);

# ESPECIFICIDADES

---

- **POR QUE O MARKETING ESPORTIVO É DIFERENTE DO “MARKETING”?**
- O esporte e os eventos esportivos possuem apelo universal e abordam elementos da vida, gerando alta carga emocional nos clientes/torcedores, o que pode ter efeito positivo, como elevadas receitas, ou negativo, como a violência dos torcedores;
- O evento esportivo é intangível, efêmero, subjetivo e experiencial, com a sua percepção variando em cada cliente/torcedor, que atua ativamente na produção do mesmo;
- O consumo do evento esportivo é realizado imediatamente o que o torna perecível, além do consumo ser público com a satisfação individual afetada pelos outros;
- O evento esportivo é inconsistente e imprevisível o que modifica facilmente a satisfação dos consumidores que podem alterar-se da excitação e da satisfação para a frustração e o desapontamento muito rapidamente.

# TIPOS/FORMAS

---

- O marketing esportivo pode ser utilizado de duas formas:  
**NO** esporte e **DO** esporte.

- **MARKETING NO ESPORTE**

- Organizações não esportivas usam o esporte como ferramenta promocional e de comunicação para seus diversos produtos e serviços não esportivos.

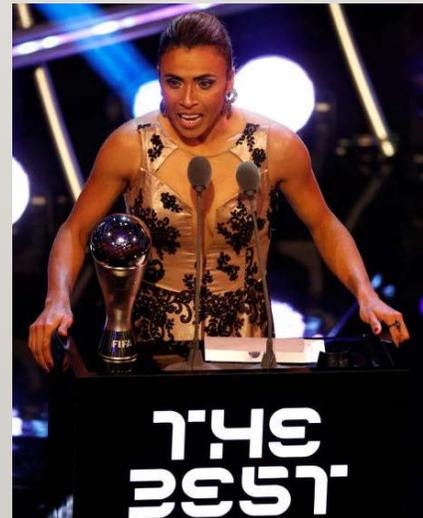
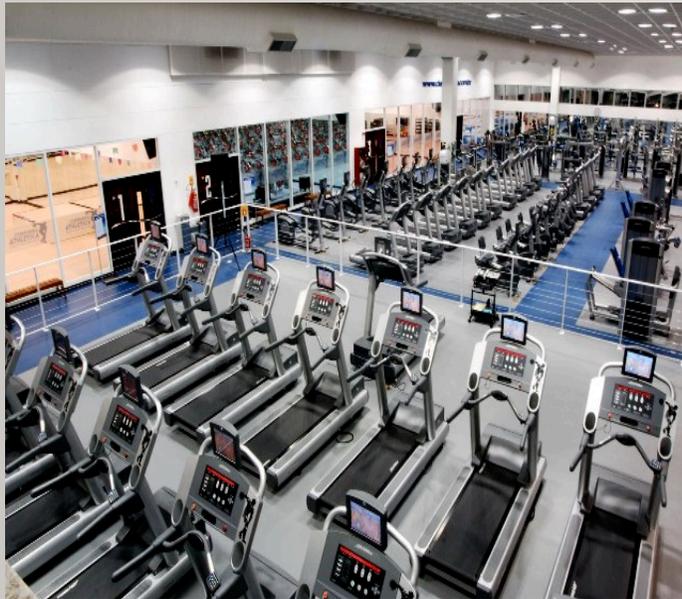


# TIPOS/FORMAS

---

- **MARKETING DO ESPORTE**

- Aplicação nas organizações ligadas diretamente à produção do esporte.



# APLICAÇÃO E GESTÃO DO MARKETING ESPORTIVO

- Diversos autores, acadêmico ou não, indicam modelos de como o Marketing Esportivo pode ser aplicado e gerido nas organizações esportivas.

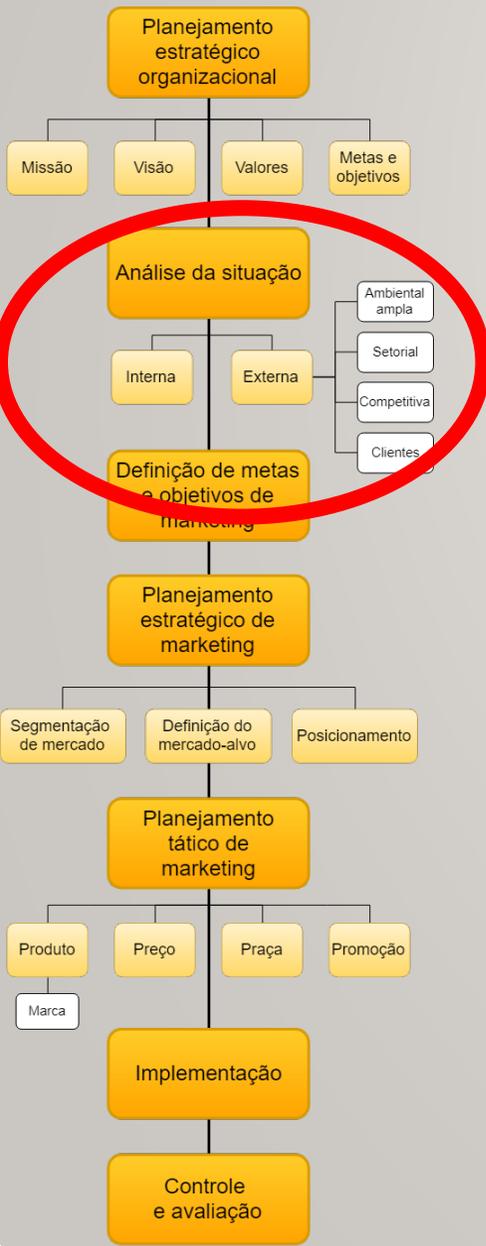


# PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO ORGANIZACIONAL



- Aborda pontos relativos à organização como um todo, como a definição e a aplicação da missão, visão, valores, metas e objetivos organizacionais;
- Normalmente possui duração de três a cinco anos e deve ser elaborado pelos níveis superiores (diretores);
- É a base para o desenvolvimento do planejamento estratégico das unidades/departamentos da organização, como o de produção, financeiro e de marketing.

# ANÁLISE DA SITUAÇÃO



- **Interna:**

Examina totalmente a organização, como a sua missão, visão, recursos, produtos, cultura e o marketing.

- **Externa:**

- Ambiental ampla: questões amplas como econômicas, políticas, legais, demográficas, tecnológicas e culturais;
- Setorial: setor de atuação e os *stakeholders*;
- Competitiva: concorrentes com a indicação dos concorrentes diretos, potenciais e dos produtos substitutos;
- Clientes: desejos, necessidades, expectativas, comportamentos e a tomada a decisão de compra.

# DEFINIÇÃO DE METAS E OBJETIVOS



- Declarações formais do que o departamento de marketing deseja realizar e quais resultados são esperados;
- Baseado nas informações do planejamento estratégico organizacional e nos dados obtidos na análise da situação;
- Expressos em termos quantitativos de maneira precisa, clara e sem subjetivismos;
- Exemplos:
  - ✓ Aumentar em 5% os acessos ao site oficial em duas semanas;
  - ✓ Elevar os novos pedidos em 10% em 12 meses.

# PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DE MARKETING



- Planejamento de “como a organização utilizará suas forças e suas capacidades para adequar-se às necessidades e às exigências do mercado”;

- **Segmentação do mercado:**

- ✓ Identificação de grupos de consumidores com desejos, necessidades, exigências, preferências e/ou padrões de consumo semelhantes;

- **Definição do mercado-alvo:**

- ✓ A partir dos segmentos são escolhidos os alvos, podendo ser indivíduos, negócios ou organizações com base na capacidade da organização e na atratividade;

- **Posicionamento:**

- ✓ Declaração da organização sobre em qual mercado irá atuar e qual vantagem ela oferecerá. Gera uma ideia básica sobre o produto/serviço ofertado que ficará enraizada no mercado/consumidores;

# PLANEJAMENTO TÁTICO DE MARKETING



- Criação e planejamento das ações práticas que farão com que as metas/objetivos e o planejamento estratégico sejam cumpridos;
- Elaborado com base no **COMPOSTO DE MARKETING**:
  - ✓ Quatro elementos que visam gerar/aumentar as trocas com o mercado/público-alvo (**4Ps**).

**P**roduto



o quê você oferta



**P**reço



por quanto você oferta



**P**raça



onde você oferta



**P**romoção



como você oferta



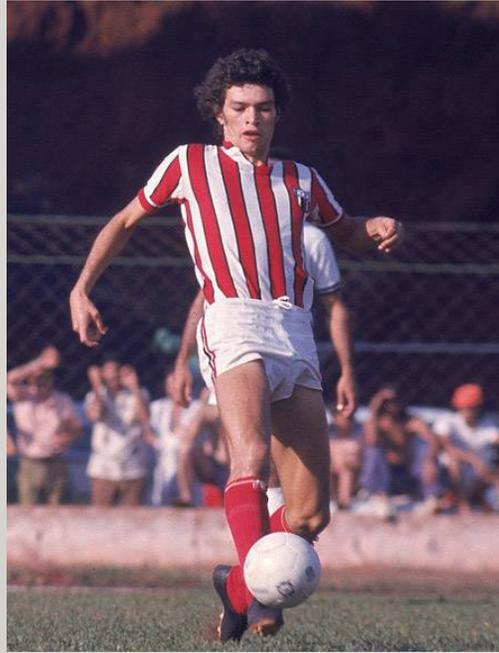
# PRODUTO

---



# PRODUTO

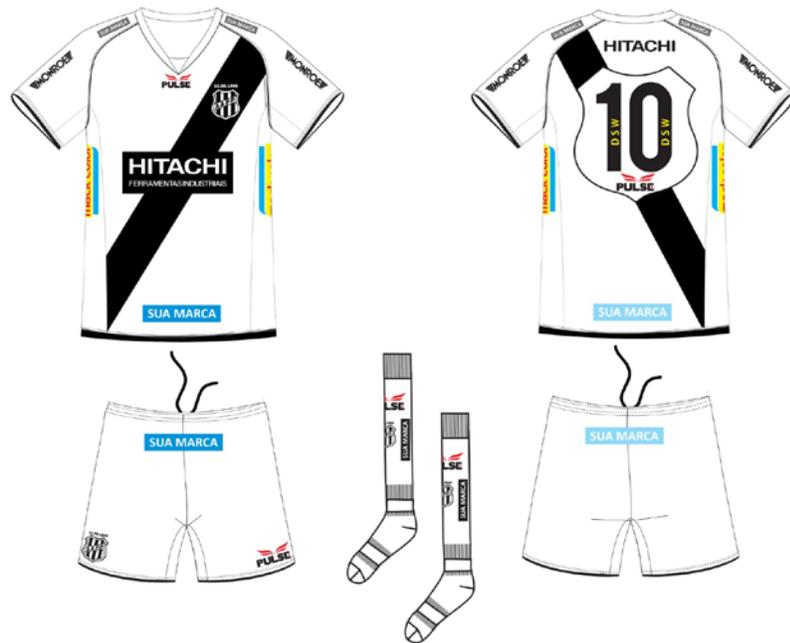
---



# PRODUTO

## OPORTUNIDADES DE MÍDIA

### UNIFORME DE JOGO



- MASTER FECHADO
- MANGA FECHADO
- STANDARD FRENTE
- STANDARD COSTAS
- OMOPLATA
- STANDARD LATERAL FECHADO
- NÚMERO CAMISA FECHADO
- MEIÃO



# PRODUTO

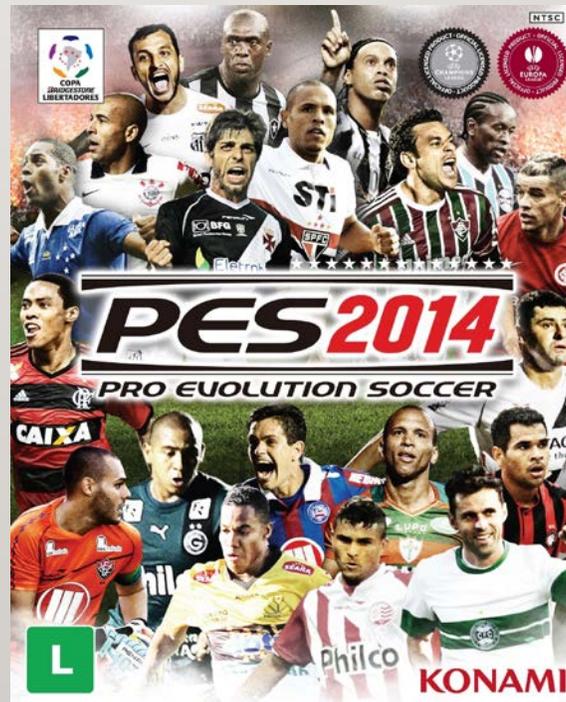
---



# PRODUTO



# PRODUTO



SÓ O PRIMEIRO TIME DO BRASIL PODERIA TER O PRIMEIRO CARTÃO DE VIAGEM PERSONALIZADO!

## PONTE PRETA TRAVEL CARD

O CARTÃO DE VIAGEM DO TORCEDOR DA MACACA!



A Ponte Preta fez o câmbio do país. A maneira mais fácil de realizar suas compras.

- Economize 6% de desconto
- Aceito em mais de 1 milhão de estabelecimentos
- Mais de 1 milhão de estabelecimentos

ADQUIRA O GALLET DO GALLET



USD

SA

AINDA AÇÃO!

ce  
câmbio

BIO  
RO

# PRAÇA

---



<https://www.youtube.com/watch?v=yujNtSZzktM>

# PRAÇA

---



# PRAÇA

Uma corrida diferente,  
com chegada **Majestosa!**



**DOMINGO  
30. OUTUBRO  
DE 2011**

10KM, 5KM  
E CAMINHADA COM  
CHEGADA NO ESTÁDIO  
MOISÉS LUCARELLI!



INSCRIÇÕES:  
**LOJA DA MACACA | ESTÁDIO MOISÉS LUCARELLI**  
**WWW.ATIVO.COM.BR - INFORMAÇÕES: (19) 2101-7208**



# PRAÇA

---



# PREÇO

**Ô ABRE ALAS,  
QUE O PANTERA  
VAI JOGAR!**

**B. F. C.**

**X**

**PORTUGUESA** **SÃO CAETANO**

**05/03 - 18h30** **09/03 - 17h**

**NO CARNAVAL, VOCÊ  
ASSISTE A 2 JOGOS  
POR R\$ 30,00**

**BOTAFOGO**

**MULHERES NÃO PAGAM.**



**JOTINHA MANDOU AVISAR!**

**SÓCIO PAGA METADE  
NA CERVEJA NOS JOGOS**

**E GANHA CAMISA DEPOIS  
DE 12 MESES EM DIA!**



# PROMOÇÃO



**TC10+** mais  
**BICAMPEÃ DO INTERIOR**

**Local:** Sação Nobre - Acesso Portaria 2 | Dia 25/05 - 11h às 12h30

**Você TC10+ venha tirar uma foto ao lado do Troféu do Campeonato do Interior 2013 e de quebra estará ao lado do elenco Campeão.**

*Obs.: Necessário apresentação da carteirinha TC10+. Válido para todos os planos.*



# PROMOÇÃO



# PROMOÇÃO

---



# PROMOÇÃO

---



# PROMOÇÃO

**PROMOÇÃO**  
**MEU BABY É PONTEPRETANO**



11.08.1900



Hitachi  
Ponte  
Eu Te Amo

11.08.1900



Associação Atlética Ponte Preta

**FILHAIRMÃESPOSAMÃEAMIGA**  
**SER MULHER É SER TODAS AO MESMO TEMPO**  
**PARABÉNS MULHERES PONTEPRETANAS**

11.08.1900



11.08.1900



**VENCEDORAS**

5 GIFT CARDS DE MASSAGEM

Kalimma

**Parabéns Mulher**  
**Pontepretana**  
**por este dia**  
**muito especial!**

11.08.1900



08 de março  
Dia Internacional da Mulher

**TORCEDOR VOCÊ TEM A CHANCE**  
**DE ASSISTIR A MACACA NA FAIXA!**

11.08.1900



X



DOMINGO - 07/04/2013  
16H00

**SORTEIO - 5 PARES DE INGRESSO**

@PontePretaOficial f PontePretaOficial @aapp\_oficial

**COBERTURA ESPECIAL facebook**

11.08.1900



SORTEIO DE BRINDE, CAMISA OFICIAL E MUITO MAIS. FIQUE LIGADO!

facebook.com/PontePretaOficial

PULSE

**40 MIL FÃS**  
**NO FACEBOOK DA MACACA!**



Participe do sorteio e concorra uma camisa comemorativa da Ponte Preta!



11.08.1900



# PROMOÇÃO

C O N V I T E



Vestir o **PANTERA** é só pra quem tem **GARRA, QUALIDADE** e muita **FORÇA**.

Você é nosso convidado especial para um CAFÉ DA MANHÃ e para conhecer, em primeira mão, os novos uniformes feito pela ELITE que vestirá o Botafogo em 2011.



Dia: 10 de dezembro, às 9h.  
Local: Novo Shopping - Ribeirão Preto, no Espaço Gourmet, próximo ao Portão 4A.

SE BEBER, NÃO DIRIA.

PARCEIRO OFICIAL



**NOS JOGOS DO BOTAFOGO VOCÊ GANHA!**

**JOGOS EM CASA**  
VOCÊ GANHA!  
APÓS O JOGO

**JOGOS FORA DE CASA**  
VOCÊ GANHA!  
ASSISTINDO AO JOGO

01 CHOPP + COM VITÓRIA DO BOTAFOGO 01 PORÇÃO

01 PORÇÃO DE BORS VINDAS + A CADA GOL DO BOTAFOGO 01 CHOPP



**Lol** SPORTS BAR

PROMOÇÃO VÁLIDA DURANTE O CAMPEONATO PARULISTA 2018

29/09  
CENTRO DE EVENTOS  
A PARTIR DAS 19H

FESTA DO CENTENÁRIO  
PRÉ-VENDA INICIADA  
APENAS PARA  
SÓCIO TORCEDOR



OS  
PARA  
LAMAS  
DO  
SUCE  
SSO

+ BANDA  
O VERBO

+ IVO BROWN

LANÇAMENTO DA CAMISA *L'eternité*

# PROMOÇÃO



# PROPRIEDADES COMERCIAIS



# IMPLEMENTAÇÃO



- Descrever como as ações serão realizadas por meio de um **plano** detalhado que garanta a ligação e a continuidade das mesmas;
- Depende de todas as pessoas da organização: questões relacionadas à liderança, motivação, comunicação e treinamento da equipe.

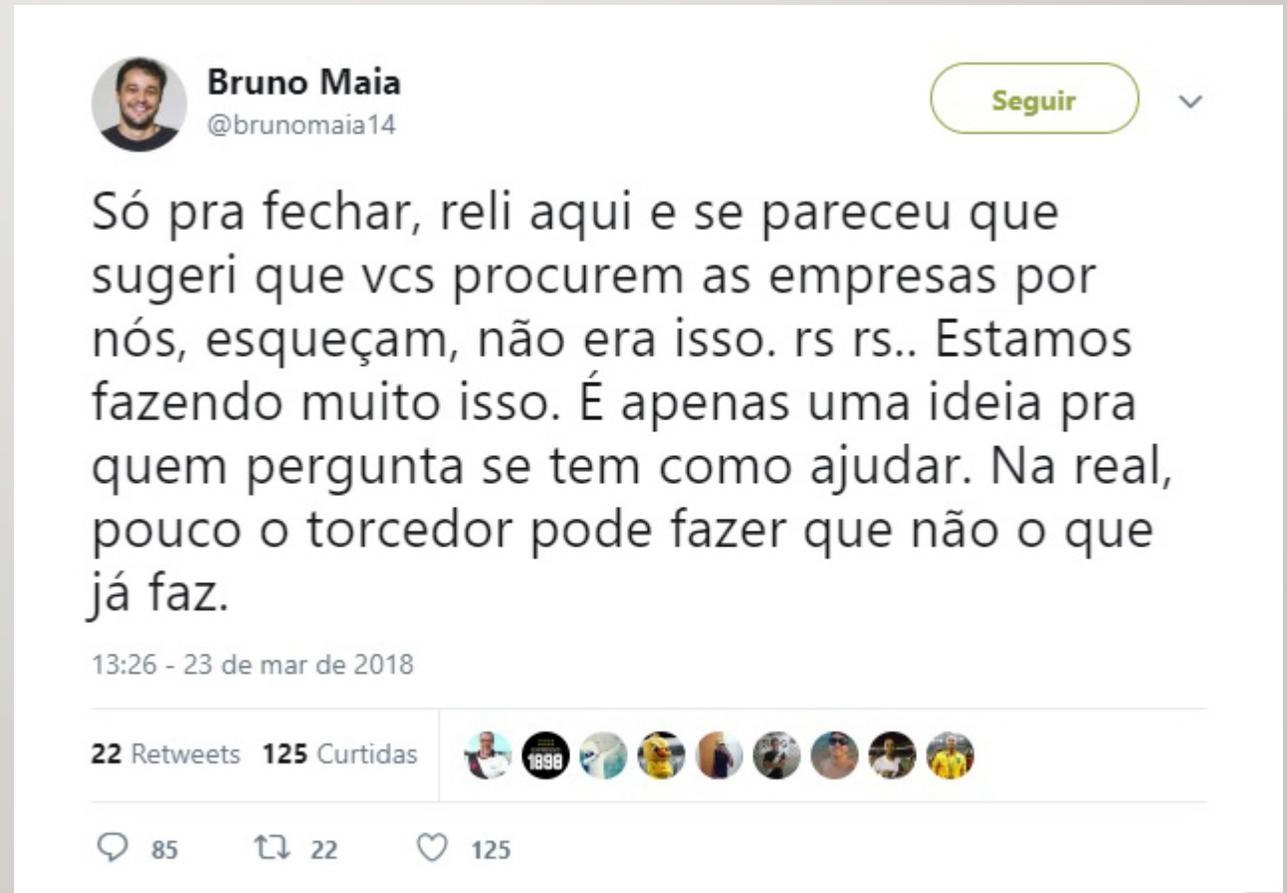
# CONTROLE E AVALIAÇÃO



- Identificar se os objetivos, os planejamentos e os planos de marketing foram cumpridos durante o período estabelecido nas metas iniciais e verificar o desempenho da equipe de marketing;
- Baseado nos padrões de desempenho estabelecidos durante o planejamento estratégico e tático de marketing, além dos estabelecidos no planejamento estratégico da organização, que devem ser realistas, coerentes, claros e possíveis.

# BOAS PRÁTICAS

é preciso que o Marketing Esportivo seja gerido de forma profissional e aplicado com base em pesquisas e planejado para médio e longo prazo.



# OBRIGADO!

---

IFUREGATO@GMAIL.COM