

ESTUDO DE CASO 1 – Marketing estratégico e análise SWOT para um evento esportivo

JJ é ultramaratonista e compete de forma amadora atualmente. Ele pratica o atletismo há 30 anos, desde a adolescência. Após finalizar o que ele chama de “tempos de ouro”, quando competia no alto nível, iniciou um curso de Educação Física (aos 24 anos). Ele tinha como objetivo abrir sua própria assessoria de corrida, aproveitando o nome que ele construiu durante a sua carreira. Entretanto, ao longo da formação acadêmica e observando o crescimento de eventos esportivos como as corridas de rua e de montanha, JJ decidiu oferecer mais atenção a esta área. Ele sempre foi muito bem visto pelos meios de comunicação e alguns jornalistas mantiveram a amizade mesmo após o término da carreira esportiva.

Apesar destas vantagens, JJ nunca gerenciou um evento esportivo, nem sequer qualquer tipo de competição. Assim, ele tem uma série de dúvidas. Entre estas, dúvidas de onde deveria desenvolver seu evento, para quem e como divulgá-lo. JJ convidou dois amigos, também do atletismo, ex-atletas, para tocar este projeto com ele. Estes amigos não possuem experiência em gestão de eventos e não possuem capital suficiente para iniciar o projeto. Então, eles terão que pensar em uma maneira de levantar fundos.

Enquanto atleta, JJ morava no Sul do país, onde é bem conhecido. No entanto, por conta do casamento, JJ agora vive em Ribeirão Preto (RP), uma das cidades com maior crescimento econômico do estado de São Paulo e com uma renda per capita bem acima da média nacional. Um dos amigos e parceiro de JJ é de RP e conhece bem a cidade. Este amigo contou para JJ que as pessoas da cidade são altamente motivadas para a prática de esporte. Por isso mesmo, a cidade já conta com ótimas academias e com alguns clubes onde é oferecida uma diversidade de atividades físicas, inclusive àquelas relacionadas às corridas. RP é uma cidade que conta com grande número de universitários. Ao mesmo tempo, conta com muitos empresários(as) e pessoas de alto poder aquisitivo com idade variando entre 35 e 65 anos.

JJ contratou um grupo de especialistas em gestão esportiva porque ele ouviu dizer que antes de desenvolver um projeto de evento esportivo, seria interessante realizar uma análise SWOT e discutir as ferramentas de marketing estratégico. Vocês foram escolhidos por JJ e seus amigos/parceiros para realizar esta análise. Assim, vocês devem realizar as seguintes tarefas:

- 1- Explicar para JJ o que são e para que servem a análise SWOT e o marketing estratégico.
- 2- Realizar uma análise SWOT baseada, pelo menos, nas informações que o texto acima oferece (é permitido extrapolar o texto para tornar a análise mais rica; vocês podem criar situações a partir do que foi apresentado). Ofereçam sugestões ao JJ e equipe sobre o tipo e onde deveriam realizar o evento esportivo (localidade/bairro/cidade vizinha/outra cidade/outro estado)
- 3- Quais aspectos do marketing estratégico vocês apontariam como importantes para o contexto que JJ está buscando desenvolver? Leve em consideração os seguintes aspectos:
 - a) segmentação dos clientes
 - b) posicionamento de valor