

ROSENBERG
ASOCIADOS

ECONOMIA



O FUTEBOL E O MERCADO

Novembro/2017

OBJETIVO

CONQUISTAR TÍTULOS APLICANDO SABIAMENTE
RECURSOS OBTIDOS NO MERCADO

1. FUTEBOL E MERCADO: A VELHA CONCEPÇÃO

- ARRECADAR COM A VENDA DE PROPRIEDADES:

- TELEVISÃO

- PATROCÍNIOS

- LICENCIAMENTOS

- INGRESSOS



2. O NOVO ENTORNO EMPRESARIAL PÓS INTERNET

- ENTREGAR PRODUTO NÃO É MAIS SUFICIENTE: **EXPERIÊNCIA**
- RISCO DE MARCA CRESCER EXPONENCIALMENTE
- CONCEITO DE “CARREIRA” VIOLENTADO



3. EXIGÊNCIAS DE EMPRESAS ALIADAS A UM CLUBE MODERNO

- GOVERNANÇA PROFISSIONAL, TRANSPARÊNCIA E RESPONSABILIDADE FISCAL
- ENGAJAMENTO SOCIAL
- COALIZÃO DOS FUNCIONÁRIOS
- NÚCLEO REMOTO DO MARKETING DO PATROCINADOR: **ATIVAÇÃO**
- INTENSA PARTICIPAÇÃO NAS REDES SOCIAIS
- INTERNACIONALIZAÇÃO



4. EXPECTATIVAS DOS FREQUENTADORES DE ESTÁDIO

- COMPRA DE INGRESSO ELETRÔNICA
- FACILIDADE DE ACESSO: **METRÔ, ÔNIBUS VIP E ESTACIONAMENTO**
- ENTRETENIMENTO EXTRA-FUTEBOL: **A EXPERIÊNCIA NA ARENA**
- SEGURANÇA



5. ANSEIOS DOS TORCEDORES EM GERAL

- TER A MARCA DO CLUBE ADMIRADA
- PODER COMPRAR PRODUTOS LICENCIADOS PELO CLUBE
- INFLUIR NA GOVERNANÇA DO CLUBE: CONFLITO COM SÓCIOS PATRIMONIAIS



6. RELACIONAMENTO CONCORRENCIAL E COMUNITÁRIO

- PECULIARIDADE: **MONOPÓLIO DE CONSUMIDORES**
- MERCADOS DE JOGADORES DA BASE E PROFISSIONAIS
- EXPLORAR OPORTUNIDADES DE PARTILHAMENTO: **SOCIEDADES EM ARENAS**





Obrigado!