

INSTRUMENTO DE ORIENTAÇÃO DE MARKETING

TEMA: PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO EM CLUBES

Planejamento Estratégico é um processo gerencial que se refere à formulação de objetivos para a seleção de programas de ação e para sua execução, levando em conta as condições internas e externas ao Clube e sua evolução esperada.

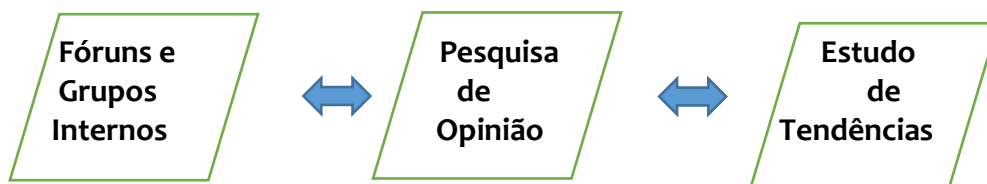
Etapas do Planejamento

Onde estamos?

Para onde queremos ir?

Como chegar lá?

Para reunir as informações que direcionarão o plano sugerimos utilizar 3 importantes fontes de informação:



Como elaborar o Planejamento

1. Defina o seu objetivo

Defina qual o propósito e onde pretende que seu clube chegue. Nesse momento é importante analisar os dados históricos e projetar as metas.

Exemplos:

- Aumentar a receita do Clube em 20% incluindo todas as fontes de arrecadação (expansão da base de associados, locação de espaço, parcerias, entre outros)
- Ser um clube socialmente responsável
- Ter um quadro com associados com alto nível de satisfação
- Ter uma modalidade de alto rendimento visando incentivar o esporte e também para projetar o clube institucionalmente

Por sua importância e abrangência, o planejamento deve ser desenvolvido pelo conjunto das principais lideranças do Clube, como forma de fortalecimento de ideias e intenções de maneira flexível.

É interessante solicitar para que cada área do Clube elabore seu planejamento e envie para a Diretoria através de uma pessoa que centralize as informações para que a necessidade de cada área seja avaliada.

2. Faça um diagnóstico do mercado

O próximo passo será identificar como o seu clube poderá ser impactado pelas ameaças e oportunidades do ambiente externo, não apenas no presente, mas também no futuro. Ou seja, realize um diagnóstico externo!

3. Descubra seus pontos fortes e fracos

Identifique quais são os fatores críticos de sucesso de seus concorrentes para que seja possível fazer uma análise comparativa de seus pontos fortes e fracos em relação a essa concorrência. Dessa forma, você terá realizado o diagnóstico interno do seu clube.

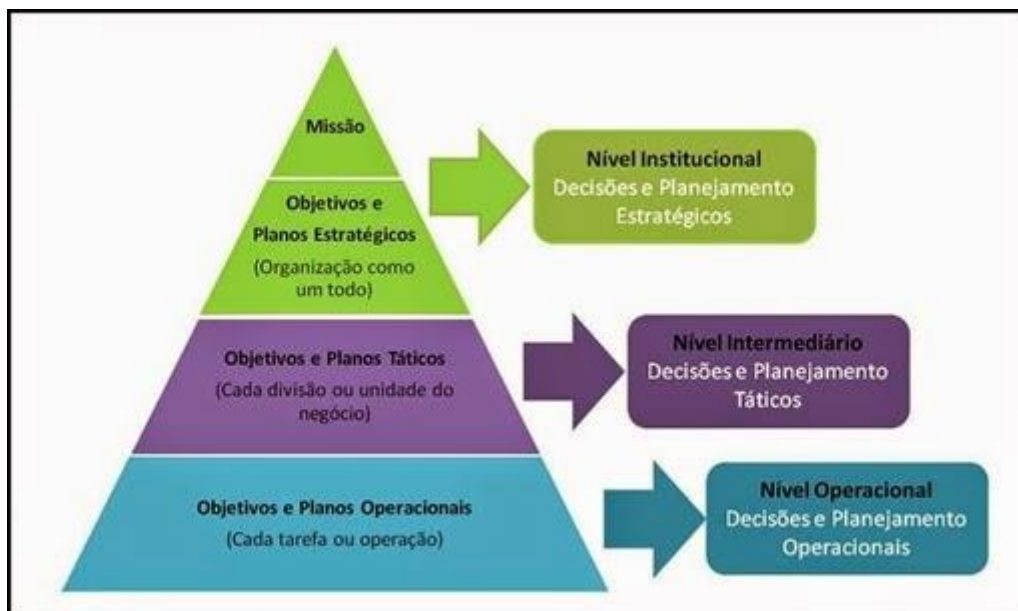
4. Construa um plano de ação – Definição da Estratégia

Após ter identificado as oportunidades e ameaças do ambiente em que seu clube está inserido, será possível definir os objetivos estratégicos. Além disso, é preciso definir um plano de ação para implantá-los. Esse plano irá determinar investimentos nas diversas áreas do Clube de acordo com as definições contidas no Plano.

Para que o plano realmente seja implantado é importante criar um comitê interno de acompanhamento no Clube que será responsável pelo Programa de Ação.

5. Monitore cada passo

Não se esqueça de acompanhar a implementação para avaliar se é necessário rever a estratégia. Avalie a eficácia por meio de métricas e indicadores que deverão ter sido definidos previamente.



Exemplo Simplificado:

	Pontos Fortes	Pontos Fracos	Ameaças	Oportunidade
Cenário	1. O Clube possui Completa infraestrutura para a prática esportiva 2. O Clube possui boa relação custo x benefício	1. Algumas áreas estão precisando de reformas para atender a demanda atual	As academias estão fazendo comunicação bastante agressiva	Existe grande demanda na região de pessoas que desejam iniciar a prática de atividade física
Objetivo	Aumentar em 20% o número de associados			
Estratégia	1. Criar uma Promoção Especial para atrair novos associados, (Ex.associe-se e ganhe dois meses de atividade gratuita para seu filho). 2. Desenvolver uma forte Campanha de Comunicação			
Programa de Ação	Descrição	Responsável	Data	Custo
	<ul style="list-style-type: none"> Elaborar condições da Promoção Desenvolver as melhorias viáveis nas áreas em que é necessário Desenvolver Campanha de Comunicação Treinar equipe de treinamento Avaliar desenvolvimento da Campanha e fazer alterações se necessário 	Depto Adm/ Marketing Depto de Obras Depto de Comunicação Depto RH Depto de Marketing	XXXX XXXX XXXX XXXX XXXX	XXXX XXXX XXXX XXXX