

Marketing em clubes

O marketing tem papel estratégico nas organizações e com os clubes não é diferente. É um trabalho de inteligência que abrange todo o clube, estabelece metas de resultados para todas as áreas, para atender às expectativas dos associados.

Os clubes, mesmo sem visar lucro, precisam de novas receitas e, também, manter o nível de satisfação dos associados. A atenção ao mercado competitivo em que estão inseridos deve ser dada de forma profissional e isso passa pelo marketing.

Possuir um plano de marketing com ações estratégicas é fundamental para o clube, independente do porte, pois traz resultados positivos e agrega valor à instituição.

A área de marketing tem potencial para desenvolver diversas frentes de trabalho visando promover um melhor desempenho do clube, tanto institucionalmente, quanto financeiramente e, também, promover uma melhoria na relação com o associado, contribuindo, assim, de forma significativa para o sucesso de uma gestão.

Os planos de marketing normalmente são estruturados de acordo com a análise da situação do clube, do mercado externo e da definição dos principais objetivos da instituição.

Desde a realização de pesquisa para conhecer melhor as expectativas dos associados até campanhas de fidelização e retenção de associados, a implantação de uma área de marketing permite que o clube atue de forma estratégica e, desta maneira, possa se destacar mesmo em períodos de crise.

Além disso, o marketing atua diretamente na geração de receitas, visualizando oportunidades no mercado, e as trazendo para dentro do clube, o que envolve desde patrocínios até outras formas de ativação de receitas.

Apresentamos, a seguir, um esquema de como o marketing pode atuar nos clubes.

ATUAÇÃO DO MARKETING EM CLUBES

Marketing Estratégico



- Posicionamento
- Planejamento
- Institucional (Ações visando cuidar da Imagem do Clube)
- Endomarketing
- Pesquisas de Satisfação
- Programas de Fidelização de Associados
- Planos de Comunicação
- Análise e Acompanhamento do Mercado

Marketing Promocional



- Captação de Associados
- Retenção de Associados
- Promoção de Cursos & Eventos
- Campanhas para aumento do Ticket médio do associado no Clube
- Locação de Espaços
- Patrocínios e Parcerias (Leis de Incentivo – Esportivo e Cultural)

CAPTAÇÃO DE NOVAS RECEITAS EM CLUBE

Foi o tempo em que o clube tinha uma preocupação exclusivamente social/esportiva para que pudesse existir e se manter saudável financeiramente.

O mercado mudou, a concorrência aumentou, o associado ficou mais exigente, e os clubes precisam acompanhar essa mudança para sobreviver. Agora é preciso buscar novas formas de receitas para poder continuar atendendo o associado de forma satisfatória e ainda ter um quadro financeiro saudável.

Dessa forma, torna-se fundamental que o clube tenha uma visão mais agressiva em termos de “vender” melhor seus serviços e assim conquistar não apenas mais associados, como também fidelizar os atuais e ainda trazer negócios para o clube. Para exemplificar o potencial comercial de um clube. Segue abaixo:

