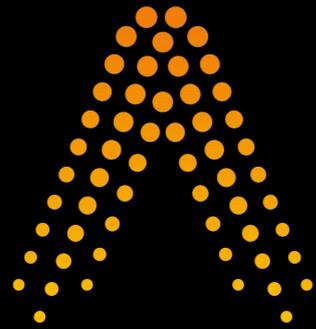


Data Science + Gamificação

SPORT RECIFE



ARMATORE
MARKET + SCIENCE



Outubro/2021

APRESENTAÇÃO

Temos a satisfação de apresentar nossa proposta para desenvolvimento do produto Fan DATA. Produto que envolverá a estruturação do **DNA Sport** - para conhecimento do torcedor - desenvolvimento de plataforma de gamificação e departamento de ciência de dados. Visamos apoiar o departamento de marketing, comunicação e vendas na criação e desenvolvimento de novos produtos e serviços possibilitando novas fontes de receitas, bem como aumento das atuais.

Nossa proposta é baseada na compreensão das necessidades do **SPORT CLUBE RECIFE** e na importância do clube nos cenários do futebol nordestino e nacional.

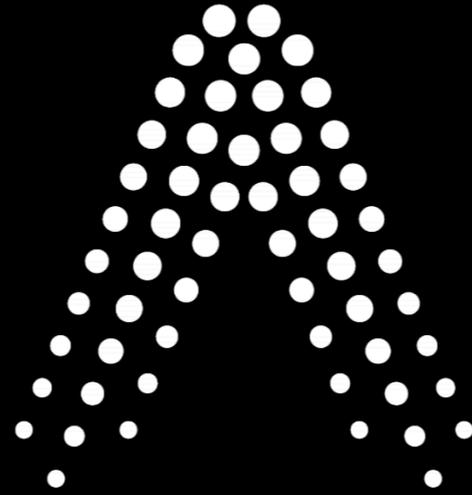
Em decorrência das informações que nos foram apresentadas, e que coletamos para desenvolvimento do projeto, temos certeza de que a nossa experiência e credibilidade auxiliará - e muito - na construção de um produto arrojado e totalmente inovador. Capaz de engajar **novos e atuais** torcedores.



A GRANDE PERGUNTA

Como o **SPORT CLUBE RECIFE**
pode vir a atrair patrocinadores,
apoiaadores e investidores?





ARMATORE
MARKET + SCIENCE

**ENGAJAR, RETER & COMPREENDER O
TORCEDOR COMO NUNCA ANTES**

DESENVOLVEMOS INDICADORES DE CONSUMO, SATISFAÇÃO E HÁBITOS* DOS FÃS:



Clube



Estádio



Lojas



E-commerce



Redes Sociais



Marcas Patrocinadoras ou não

*dentre diversos outros KPS'I que são desenvolvidos de acordo com a necessidade do clube, das lojas e patrocinadores

O QUE FAZEMOS



ARMATORE

PERMITINDO A CRIAÇÃO:



Estratégias para aumento de usuários ativos:



Sócios Torcedores | Redes Sociais



Estratégia de Crescimento de **RECEITAS**



Melhorar a rentabilidade dos Produtos e Ingressos



Entender quais produtos são mais vendidos e por quais motivos



Criar vendas de oportunidade



ARMATORE
MARKET + SCIENCE

COMO VAMOS JOGAR

MODELOS DE NEGÓCIOS E INVESTIMENTOS



ARMATORE
MARKET + SCIENCE

ESCOPO DAS AÇÕES

RELACIONAMENTO

Criar uma rede de relacionamento com o fã

ANÁLISE

Unificação da base de dados dos torcedores

ESTRATÉGIA

Construção de estratégias baseada em dados



ATUAÇÕES



Unificação da Base de Torcedores

Unificar todas as bases de dados oficiais do clube. Esta ação permite entender o comportamento do fã em cada plataforma de contato com o clube, analisar as informações e oferecer produtos, serviços e relacionamentos mais duradouros.



Desenvolvimento de Plataforma Freemium

Primordial para captação de dados e, por consequência, transformar dados em informação e conhecer o fã. O projeto fará, por meio da gameficação, o clube ter acesso ao sócio e ao não sócio, abrangendo todos os fãs. A plataforma será personalizada para o clube e terá acesso gratuito, porém, com vantagens para assinantes do clube, como o sócio, por exemplo.



Landing Pages / Email Precisos

Para a atração dos fãs na plataforma de gamificação e pesquisa, faremos a criação de landing pages para a captação de cadastros (leads) dos fãs e também auxiliaremos na comunicação por meio de email marketing para os torcedores.



ATUAÇÕES

Insights & Estratégias



Focados em estratégia e monetização, o clube receberá Insights e estratégias para auxiliar o trabalho dos departamentos de Marketing, Comercial e Comunicação. Adquiridos por meio da análise de dados, eles serão um caminho traçado na busca pelo relacionamento e monetização do fã.

Desenvolvimento de novos produtos e serviços



Usar os dados adquiridos para auxiliar no entendimento dos anseios e necessidades do torcedor. Usar essas informações para o desenvolvimento de novos produtos e serviços do clube, focadas em atender o fã de forma mais precisa e monetizar sobre a paixão do torcedor.

Patrocínios



Dados trabalhados podem virar informação à serem usadas para melhor atender as propostas de valor para com o patrocinador. Buscando a transferência de lealdade do fã, que ele possui com o clube, a levando para os parceiros comerciais.

Estádio



Tecnologia aplicada ao estádio, envolvendo conceitos para análise de precificação e crescimento da média de público, como aumento do ticket médio, bem como maior consumo dentro do estádio. Introdução de tecnologias que facilitem a vida do torcedor e, ao mesmo tempo, forneçam informações para tomada de decisões estratégicas.

AUMENTO DE VENDAS

AÇÃO

- ⚽ Rastreamento dos Consumidores
- ⚽ Monitoramento de ações dos torcedores para criação de padrões de comportamento e formação de grupos de torcedores
- ⚽ Identificação de Oportunidades
- ⚽ Envio da mensagem certa, para a pessoa certa, na hora certa
- ⚽ Análise de Opinião pós uso do e-commerce
- ⚽ Análise de dados para avaliar a oferta de novos produtos

RETORNO ESPERADO

- ⚽ Aumento de receita e desenvolvimento de novas fontes de receita
- ⚽ Cliente mais fiel e engajado, por mais tempo
- ⚽ Maior engajamento dos torcedores

AUMENTO DE RECEITAS*

AÇÃO

Mensuração da:

-  Satisfação do torcedor
-  Satisfação com o programa de Sócio-Torcedor
-  Atitudes em relação à oferta de novos produtos, serviços, eventos e patrocínios

Desenvolver personas

-  Sociodemográfico
-  Susceptibilidade a produtos e serviços
-  Traços de personalidade

*dentre diversos outros KPS'í que são desenvolvidos de acordo com a necessidade do clube, das lojas e patrocinadores

RETORNO ESPERADO

Aumento da:

-  Base ativa de sócios-torcedores
-  Público e consumo no Estádio
-  Venda de produtos e serviços

Aprimoramento da relação com:

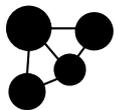
PATROCINADOR:

-  KPI's de performance para aumento de receita
-  Novas entregas por meio de conhecimento

TORCEDOR:

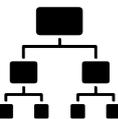
-  Fortalecimento do pertencimento
-  Aumento e fortalecimento do engajamento
-  Aumento do consumo

PROPOSTA



DNA

Pesquisa para conhecimento do perfil do torcedor com elaboração de insights



FAN DATA

Plataforma de gameficação com apoio de consultoria para desenvolvimento de insights e estratégias para construção de relacionamento



ARMATORE
MARKET + SCIENCE



EQUIPE TÁTICA

10 **Diretor de Atendimento**

10 **Head Data Science**

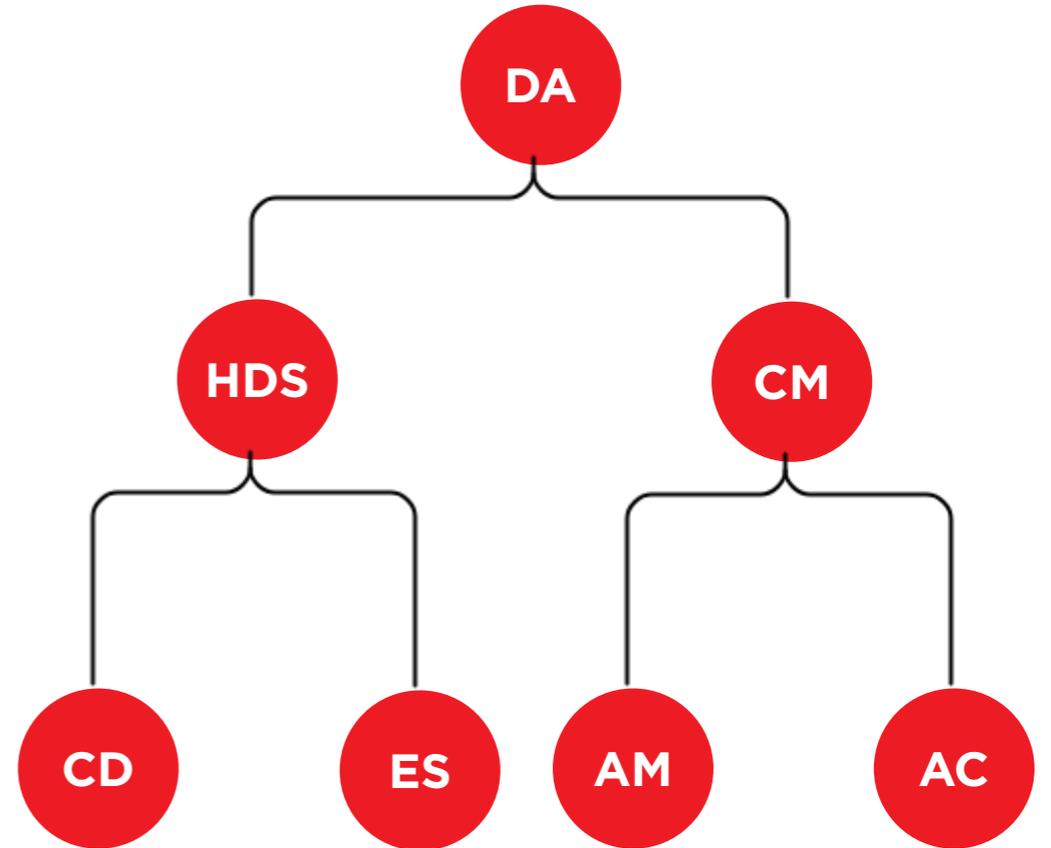
10 **Cientista de Dados**

10 **Engenheiro de Software**

10 **Consultor de Mercado**

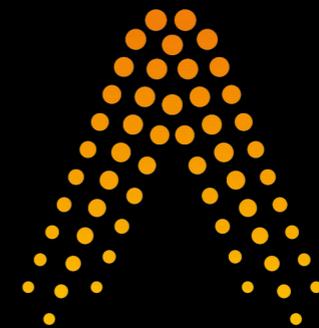
10 **Analista de Mercado**

10 **Analista de Comunicação**





VAMOS JOGAR
JUNTOS?



ARMATORE
MARKET + SCIENCE

INSIGHTS

Com base na análise dos resultados será elaborado um relatório para cada assunto tratado, o qual será apresentado e discutido com representantes do Fortaleza e de seus convidados (por exemplo, empresas patrocinadoras, formadores de opinião etc.).

Os insights deverão ter a seguinte estrutura básica:

RETORNO ESPERADO

- ⚽ Sumário executivo
- ⚽ Objetivos da pesquisa
- ⚽ Metodologia empregada
- ⚽ Análise dos resultados:
- ⚽ Caracterização da amostra
- ⚽ Resultados alcançados
- ⚽ Resultados do Índice Agregado de Satisfação do Consumidor
- ⚽ Conclusões
- ⚽ Recomendações estratégicas
- ⚽ Anexos

MODELO DO BI

DADOS SÓCIO-DEMOGRÁFICOS

Nº de Pessoas

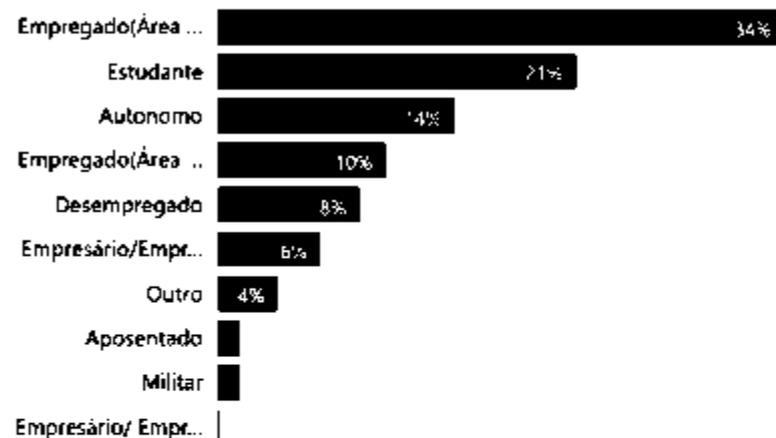
18 Mil

Sexo

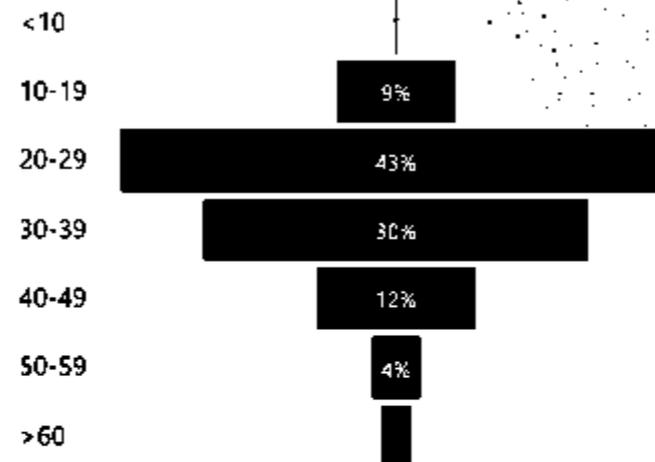


● Masculino ● Feminino

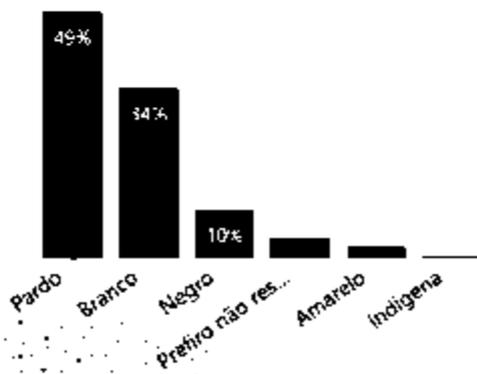
Trabalho



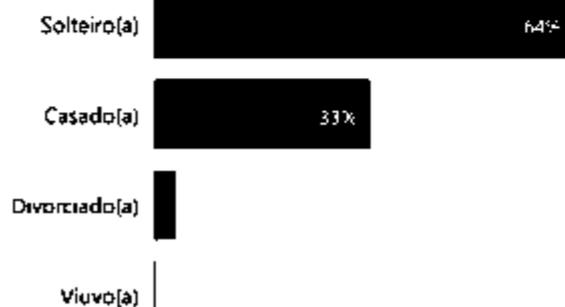
Faixa Etária



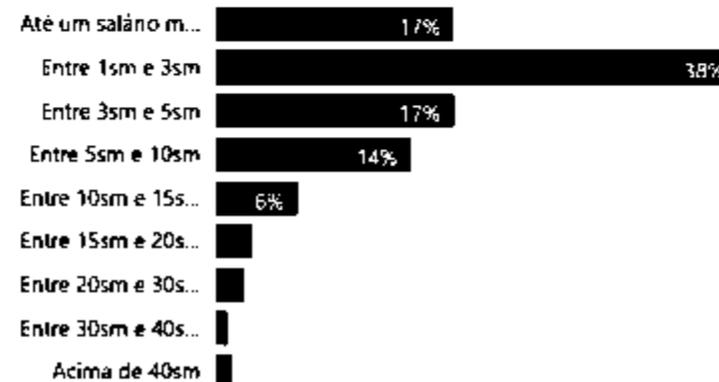
Etnia



Estado Civil



Faixa de Renda



MODELOS DE RELATÓRIOS

FIGURA 9 - RELAÇÃO ENTRE IDENTIFICAÇÃO X MOTIVAÇÃO ALTRUISTA

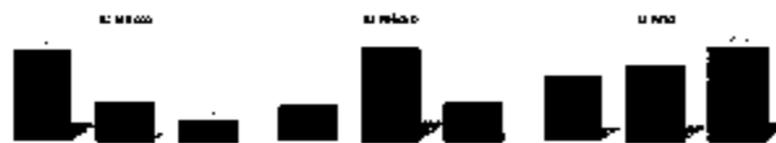


FIGURA 10 - RELAÇÃO ENTRE A MOTIVAÇÃO ALTRUISTA X INTENÇÃO DE COMPRA



FIGURA 11 - RELAÇÃO ENTRE IDENTIFICAÇÃO X MOTIVAÇÃO COMERCIAL



O FUTEBOL COMO ENTRETENIMENTO E A RELAÇÃO COM

O conceito de Identificação serve de base para a definição das relações do torcedor com outros elementos investigados no processo. Nesta etapa investigou-se a ideia de Futebol como entretenimento (FUT), a experiência de consumo dentro do estádio (EXP) e a relação do torcedor com

A proposta de futebol como entretenimento surgiu de um conceito de futebol como uma diversidade de conteúdos e momentos disponibilizados para os torcedores antes, durante e após a partida in loco, por celular ou ao vivo (CAVADAR, KIRKOVA, 2018). Já o conceito da relação do torcedor com o estádio envolveu as opções de consumo, assim como também as sensações de bem-estar e satisfação (FABURDES, 2013).

Abaixo estão três cruzamentos, entre as respostas categorizadas de Identificação (ID) baixo, médio e alto com as respostas categorizadas de futebol como entretenimento (FUT) baixo, médio e alto; experiência de consumo dentro do estádio (EXP) baixo, médio e alto, e a relação do torcedor com

A relação entre ID e EXP (Figura 6) foi direcionada ao entendimento da contumê de serviços no estádio. Embora o torcedor indique este consumo de serviços com uma pontuação categorizada como "Média", em sentimento de Identificação maior apontou para a crescimento da avaliação da Experiência como "Alta".

A relação do torcedor com recebeu respostas equilibradas, entre valores "Baixos", "Médios" e "Altos". O cruzamento com as categorias de Identificação (Figura 5) apontou para a relação entre uma alta ID e um alta relacionamento com o estádio.

Por fim o entendimento de futebol como entretenimento (FUT) recebeu uma quantidade maior de respostas na categoria "Baixo". Não é possível estabelecer por que o torcedor apontou não gostar de outras ofertas de conteúdo – acessível pelo celular por exemplo – mas a relação com a Identificação (Figura 6) mostrou uma maior aceitação de ofertas de entretenimento para torcedores com maior ID.

GANHOS RELACIONADOS IMEDIATOS

- ⚽ Redução no custo com plataforma de email marketing
- ⚽ Automação de campanhas nas redes sociais
Sistema com inteligência artificial para
- ⚽ Automação
- ⚽ Análise dos Resultados das campanhas

MODELOS DE TAXA DE SUCESSO:



Comercial

- Captação e valorização do patrocínio



Redes Sociais

- Aumento do número dos Fãs
- Aumento no número média de engajamento



Sócio Torcedor

- Diminuição da inadimplência e evasão
- Conversão de cadastrados na plataforma em Sócio Torcedor



Estádio

- Aumento do ticket médio de bilheteria e consumo geral
- Aumento do público no estádio



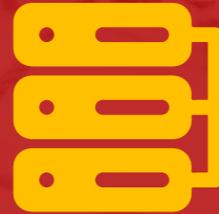
Lojas e E-commerce

- Aumento das vendas
- Desenvolvimento de novos produtos e serviços

CASES



Crescimento de 87% da base de sócios durante a campanha;



Campanha de duas semanas de levantamento com 56.006 novas informações DIFERENTES na base de dados;



Crescimento de 209% nas interações do Instagram



Crescimento de 266% da base de sócios durante a campanha;



Usuários participando ativamente da gamificação gerando 139.905 novas informações DIFERENTES;



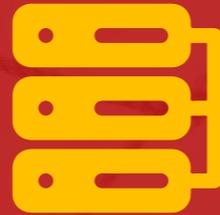
Crescimento de 29% do total de seguidores em todas as redes sociais

CASES

ARENA
CORINTHIANS



Mais de 12 mil torcedores envolvidos



Mais de 4 mil novas informações colhidas



Crescimento de 14% da presença de público no estádio



Crescimento de 7% na taxa de ocupação do estádio.



Usuários participando ativamente da gamificação gerando mais de 200.000 novas informações DIFERENTES ao longo de 19 ações em conjunto;



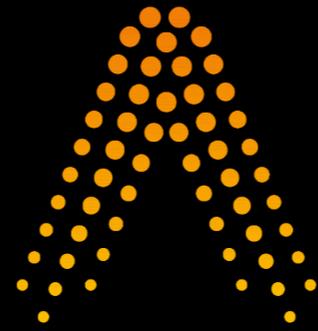
Crescimento de 25% do total de seguidores em todas as redes sociais



Aprovação de 83% na pesquisa NPS



Ao final da ação foi verificado um aumento de 54% nas vendas da camisa lançada durante o projeto, em comparação com o ano anterior.



ARMATORE
MARKET + SCIENCE