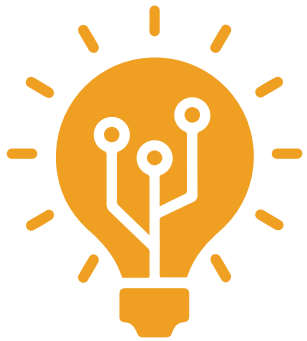
ARMATORE
MARKET + SCIENCE

GET TO KNOW YOUR FANS

ARMATORE
MARKET + SCIENCE

O que fazemos



Auxiliamos nossos parceiros a criarem experiências inovadoras para seus fãs por meio de tecnologias disruptivas

Inspiramos o mercado a criar experiências ousadas para os fãs por meio de insights baseados em dados e pesquisas líderes do setor elaborados por nossos times de engenheiros e cientistas de dados

ARMATORE

Produtos & Serviços

Plataforma de Gamificação

Comunidade de marca que usa IA avançada, com recursos de gamificação, para identificar e alinhar consumidores em níveis diferentes de personas. Permitindo assim o desenvolvimento de ações altamente personalizadas e assertivas

Plataforma de Pesquisa

Recursos de pesquisas quantitativas e qualitativas altamente avançados

Insights

Seus dados em forma de insights exclusivos exibidos em painéis, visualizações e relatórios sobre seus KPI's. Combine isso com nossos dados e dados externos, como mídia social, para criar uma fonte rica de informações sobre seus fãs e consumidores.

Análises

Construímos com seus dados modelos preditivos que suportam o ciclo de vida de seus produtos, fãs e consumidores, prevendo suas perdas e identificando oportunidades; permitindo que você crie, rastreie ou realize planejamento de suas promoções, pricing e muito mais.

Fan Communication

Podemos integrar nosso produto insight e também o Analise, e criar uma plataforma única. Para que você se comunique diretamente com seu fã e consumidor pelos mais variados meios

Relatórios Setoriais

Relatórios setoriais vendidos adhoc ou por meio de mensalidade

ARMATORE

APRESENTAÇÃO

A pesquisa foi realizada entre os dias 23 e 24 de novembro com o intuito de compreender a identificação do público com o slogan: verde é cor da... promovido pela marca PUMA.

Foram disparados aproximadamente 40 mil e-mails com taxa de abertura de 22,3% e taxa média de cliques de 2,5%.

A pesquisa obteve um total de 970 respondentes, alcançando um nível de confiança de 95%, com uma margem de erro de 2,5%.

Para não criar viés de identificação a análise utilizou classificações predecessoras para os cruzamentos entre os dados: identificação com o time (dividida entre Palmeiras, times rivais ao Palmeiras e outros times) e marca preferida de artigo esportivo.

Esta investigação apresentará a base sócio demográfica da amostra seguindo classificações do IBGE com relação a auto declaração de gênero e etnia, além da faixa etária e a divisão dos respondentes por estado.

APRESENTAÇÃO

Nas análises realizadas percebeu-se que alguns torcedores rivais responderam as questões com algumas brincadeiras, como por exemplo “Aqui é Corinthians, nada de verde” entre outras respostas. Faz parte do jogo quando a pesquisa envolve paixões como o futebol.

Por isso classificamos a identificação com o slogan “Verde é a cor da...” e o seu reconhecimento por palmeirenses, torcedores de equipes diretamente rivais (Corinthians, São Paulo e Santos) e torcedores de outros times (como o Flamengo, adversário da final da Copa Libertadores e que também se manifestaram de maneira jocosa).

Em relação à pergunta de interesse será exposta a proporção dentro da amostra geral e estratificadas da seguinte maneira:

Por time:

Com três grupos de respondentes (Palmeirenses, torcedores de equipes rivais ao Palmeiras e torcedores de outros times).

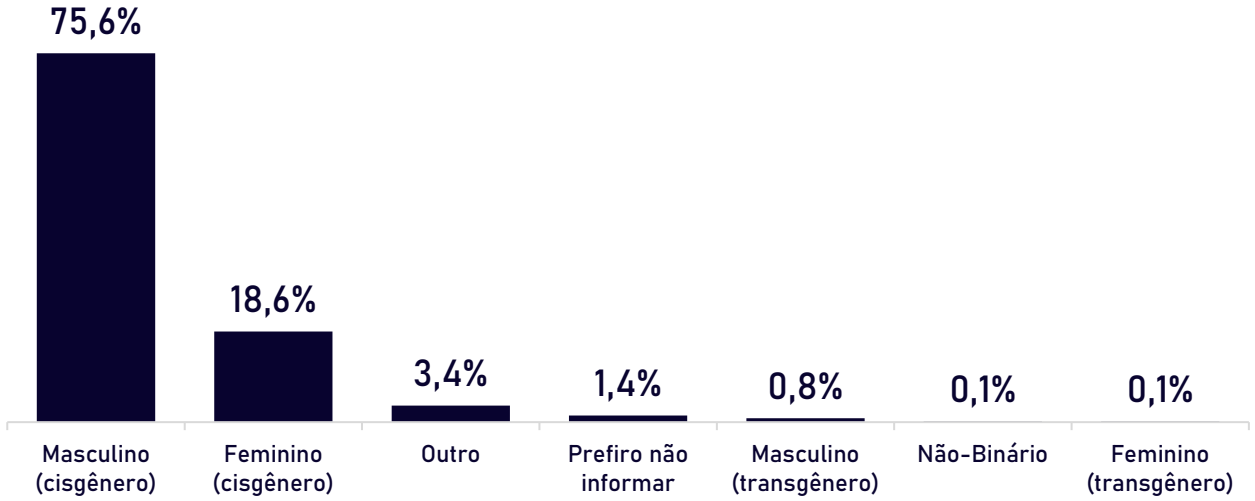
Por marca esportiva favorita:

Com dois grupos de respondentes (Pessoas que preferem usar a PUMA e pessoas que preferem usar outras marcas esportivas).

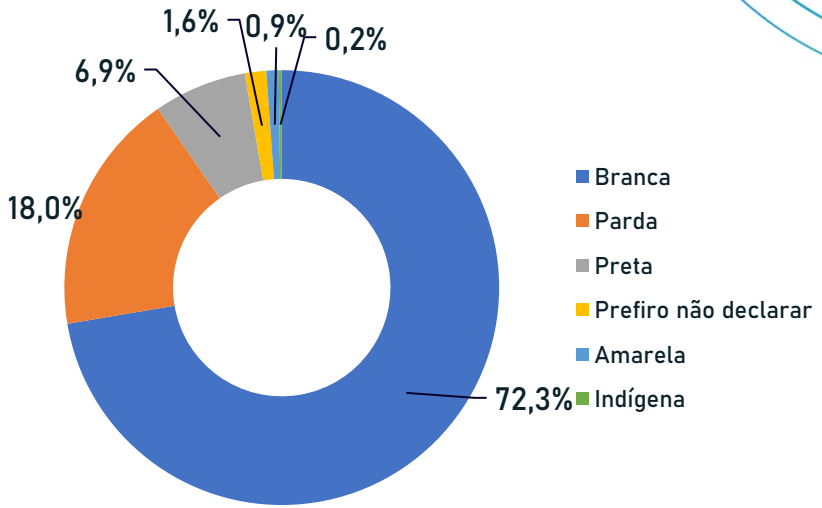
Essas duas abordagens, melhor do que as tradicionais aberturas sócio demográficas, possibilitam identificar que a penetração da ação não está condicionada apenas aos torcedores do clube patrocinado e nem aos amantes da marca.

PERFIL DA AMOSTRA

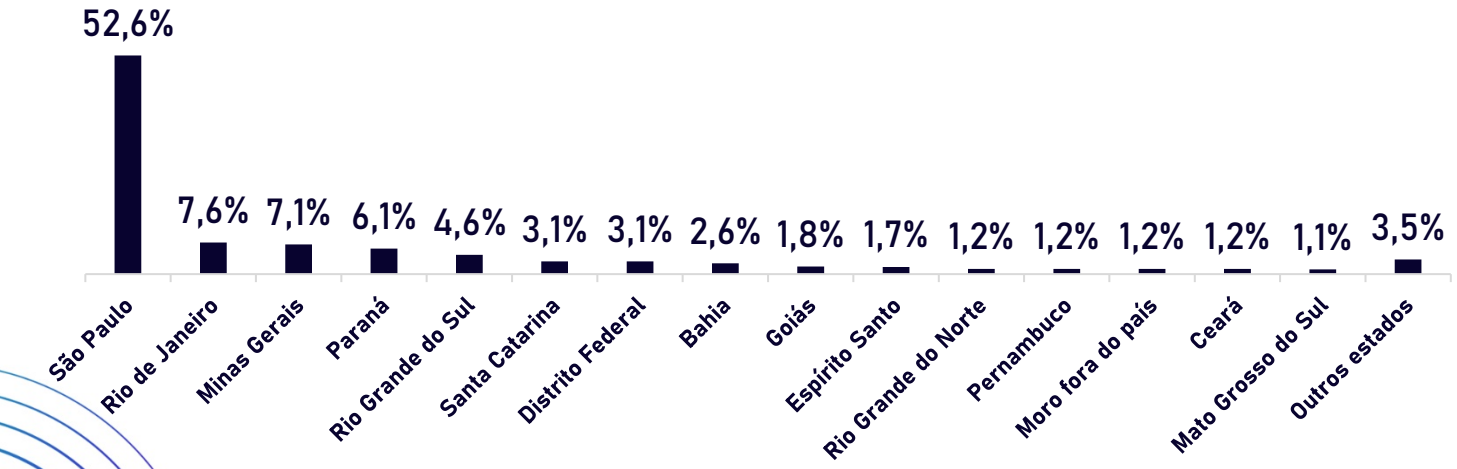
GÊNERO



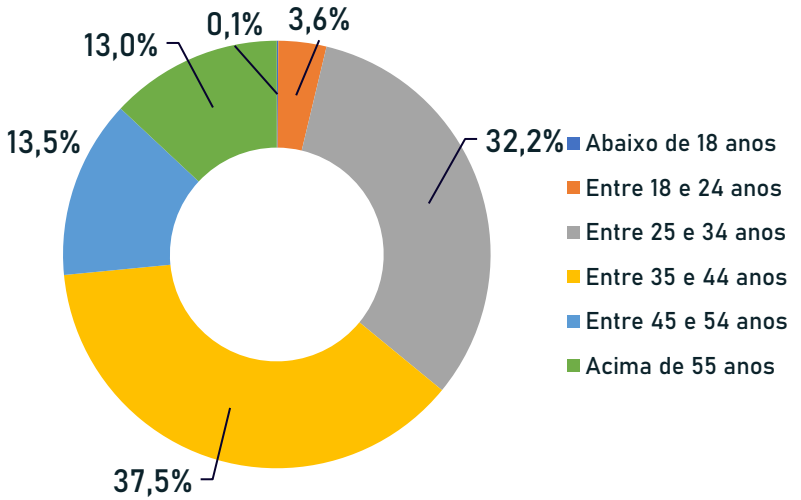
ETNIA



ESTADOS DO BRASIL



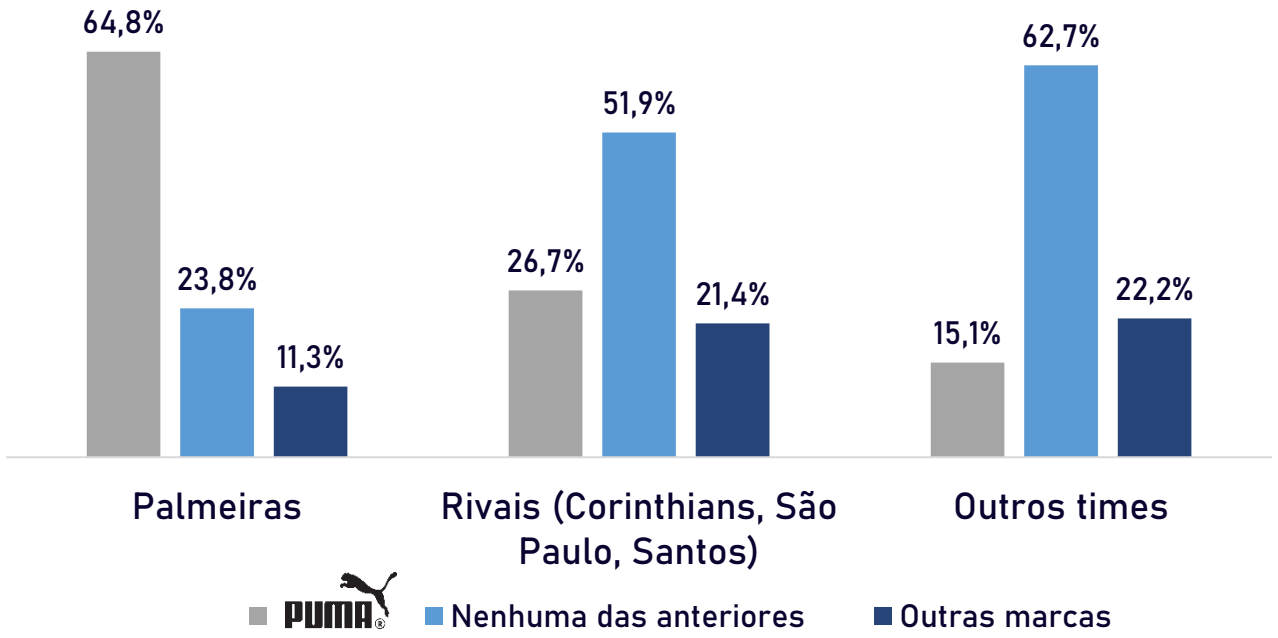
FAIXA ETÁRIA



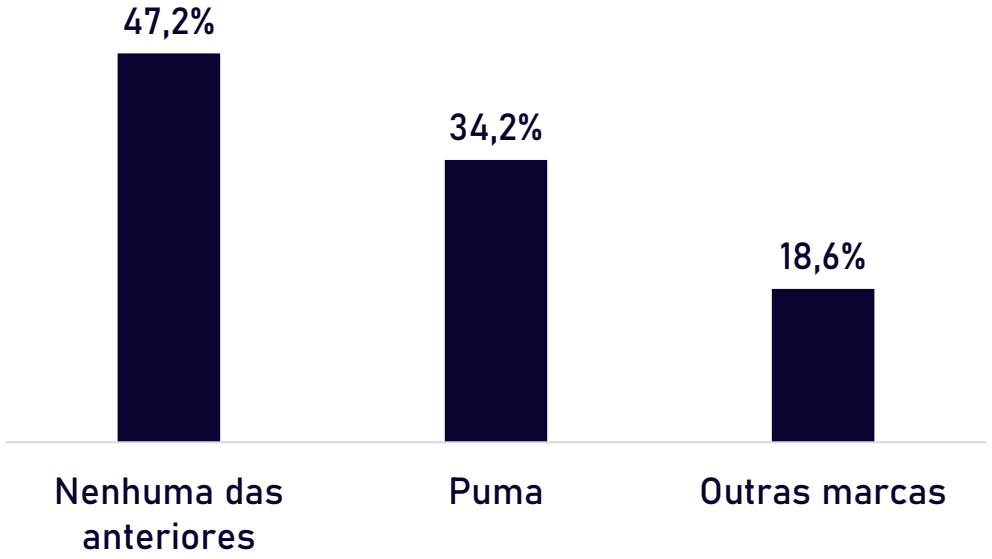
ARMATORE

VERDE É A COR DA...

TIME

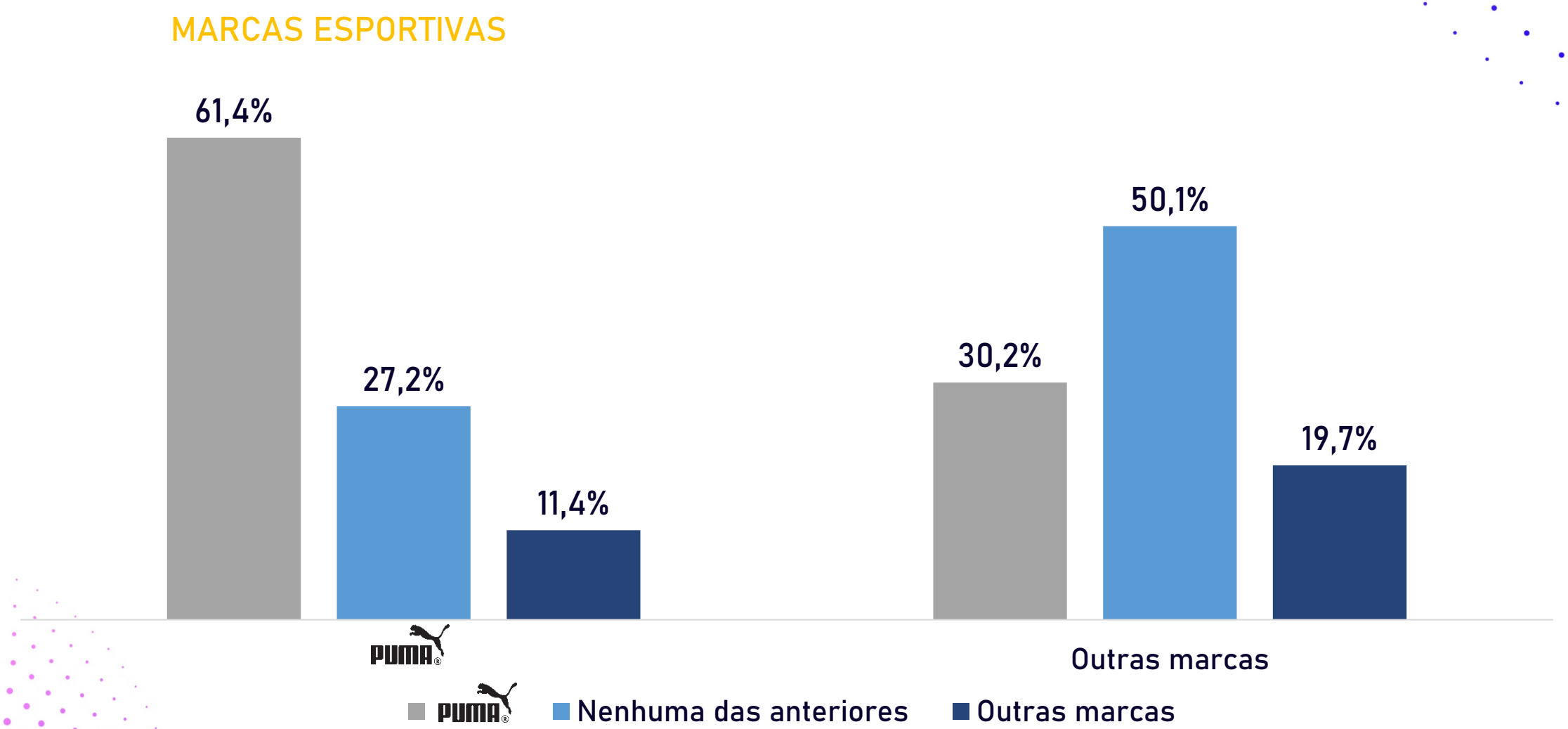


AMOSTRA GERAL



ARMATORE

VERDE É A COR DA...



ARMATORE

QUEM JÁ USOU E VEM USANDO A EXPERIÊNCIA ARMATORE

ARENA CORINTHIANS

"Tive o prazer de trabalhar com a empresa em um projeto grande no Corinthians para conhecer melhor o público da Arena Corinthians. Com base neste estudo pudemos reavaliar os preços dos ingressos, programa de sócio torcedor, oportunidades de patrocínio e de incremento de público no estádio. Foi um investimento muito bem feito e trouxe muitos frutos para a entidade."

Cesar Augusto Sbrighi
Ger. Marketing – Arena Corinthians

A ação de lançamento dos uniformes Sparta 2020, realizada em conjunto com a Armatore, foi muito bacana e nos trouxe muitos pontos positivos. Além da criatividade no planejamento da ação, a inteligência por trás dela foi o grande diferencial, porque nos trouxe dados muito importantes sobre o perfil de consumo de nossos torcedores. A plataforma interativa desenvolvida pela empresa continua nos entregando informações que auxiliam nas tomadas de decisão sobre novos produtos e serviços que ofereceremos aos torcedores, e na forma de abordagem a grupos segmentados, além de informações relevantes para nossos patrocinadores. Enfim, um trabalho brilhante de ponta a ponta.

Erley Lemos
Ger. Marketing e Negócios – América Futebol Clube

MARACANÃ

"Trabalhamos com a Armatore Marketing + Science no Maracanã em 2015. Mais do que um trabalho de pesquisa ou apenas de dados sobre perfil de nosso público, tivemos uma consultoria completa de inteligência com contribuições direcionadas para geração de receitas através de insights para oferecimento de serviços e produtos. Uma rara combinação de tecnologia, inteligência de dados e conhecimento da indústria de esportes."

Marcelo Frazão
Dir. Marketing – Arena Maracanã

A.A.P.P. · C.A.M. · Fluminense · Vitória · Ceará

BDO · FPA · PUMA · Cartan · PACTO PELO ESPORTE · ARENA · FITNESS BRASIL · EY

ARMATORE

ARMATORE
MARKET + SCIENCE