

# II Congresso Brasileiro de Gestão Esportiva

Florianópolis, novembro de 2008

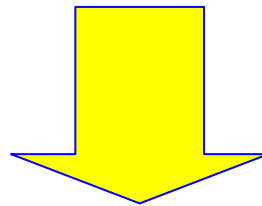


[www.victorysm.com.br](http://www.victorysm.com.br)  
[contato@victorysm.com.br](mailto:contato@victorysm.com.br)



## Histórico e Origem do Marketing Esportivo

**Origem: Cursos de Educação Física**



**Tendência: Cursos de *Business***

**O novo desafio do educador físico... E do médico, do dentista, do advogado, do professor...**

Profissional do século XXI:

- **Postura**
- **Iniciativa**
- **Comprometimento**
- **Comunicação**
- **Relacionamento**

**As exigências do mercado: serviço**

- Não podem ser estocados
- O consumo é simultâneo
- Intangibilidade do serviço
- Perecibilidade
- Variabilidade
- “momentos da verdade”

**Consumidor é o rei!**



**INTERNET**

O Mercado:

- **Academias (dono ou não)**
- **Escolas privadas ou públicas**
- **Escolas esportivas (natação, judô, etc)**
- **Clubes (sociais ou de futebol)**
- **Condomínios**
- ***Personal trainer***
- **Mundo acadêmico**

**Análise SWOT**

▪ **Ambiente Interno: Pontos fortes x Pontos**

**Fracos**

▪ **Ambiente Externo: Oportunidades x Ameaças**

**Oportunidades X Ameaças: tendências**

- **Político-legais**
- **Tecnológicas**
- **Sociais**
- **Econômicas**
- **Ambientais**
- **Culturais**

Segmentação de mercado: critérios

- Demográficos
- Psicográficos
- Comportamentais
- Geográficos

**segmentos e nichos de mercado**

**VOCÊ S/A – QUAL É A SUA MARCA?**

# II Congresso Brasileiro de Gestão Esportiva

Florianópolis, novembro de 2008

**E o futuro?**

## II Congresso Brasileiro de Gestão Esportiva

Florianópolis, novembro de 2008

**muito obrigado e sucesso!  
fernando.trein@victorysm.com.br**

