

ROTEIRO – MARKETING ESPORTIVO

Nº	CENA	TRILHA	TEXTO	EFEITOS
1		World End	Oi, eu sou o Gustavo e hoje vamos falar sobre “Marketing Esportivo”.	
2	Insert Montagem Estádios e etc		Como o próprio nome já diz, o Marketing Esportivo é o segmento do marketing que utiliza do esporte e as emoções e experiências que o mesmo proporciona para atrair consumidores e criar oportunidades de negócios. Mas como surgiu esse tipo de marketing?	
3			Estima-se que o Marketing Esportivo tenha surgido com a marcenaria ¹ Hillreich e Bradsby entre o final dos anos 1800 e início dos anos 1900. Inicialmente a empresa servia como uma marcenaria tradicional, mas quando Bud, filho do dono e funcionário da empresa, deu um perdido no pai para assistir a um jogo de beisebol, os rumos começaram a mudar.	1 – Google Tradutor
4			Neste jogo, ¹ Pete Browning, um dos craques do time e que não estava em uma fase muito boa, acabou quebrando o seu taco. Ao ver a situação, Bud convidou Pete para ir até a marcenaria para que pudessem fabricar um novo taco para o craque. Pete Aceitou o convite e após receber o seu novo taco, recuperou sua boa forma e passou a recomendar a marcenaria para seus colegas de equipe.	1 – Insert
5			Com todo este destaque e o fato de que os esportes passaram a se tornar mais populares e profissionalizados ao redor do mundo, as empresas começaram a enxergar o potencial de um segmento que hoje movimenta bilhões. Com certeza existe uma fórmula pra esse sucesso, não é?	

6		<i>Legends Never Die</i>	Sim e... Não. Não é como se realmente existisse uma fórmula pra garantir o sucesso de algo, mas o Marketing Esportivo conta com um fator que muitos outros segmentos do Marketing não possuem: A paixão do torcedor.	
7	Montagem – Partidas históricas		Uma paixão tão inexplicável e única que chega a ser algo mágico. Quer fazer um teste? ¹ Pergunte para um torcedor o que ele estava fazendo durante uma partida ou momento que seja histórico para o time dele ou até mesmo para o próprio esporte; independente de quanto tempo tenha se passado desde então, você vai se surpreender com a riqueza de detalhes que estas histórias contém.	1 – Insert
8			E é justamente esta paixão que faz com que este torcedor se torne um consumidor extremamente fiel e esteja buscando mais e mais produtos que tenham ligação com o esporte e, principalmente, com o seu time do coração. Fazendo com que o Marketing Esportivo tenha um de retorno de investimento bem alto quando comparado a outros segmentos.	
9	Montagem – Patrocinadores	<i>Phoenix</i>	Agora que já sabemos “O segredo do sucesso”, como podemos utilizar o Marketing Esportivo? Existem diversas formas de utilizá-lo, mas podemos citar algumas. Temos como a tática mais comum os Patrocínios, que ocorrem quando empresas pagam clubes, atletas e competições para poder anunciar seu nome de diversas maneiras, como nos uniformes, no estádio e em intervalos durante a transmissão.	
10	Montagem – Jogos e Propagandas		Outra estratégia muito utilizada é o de Licenciamento e Utilização da Imagem de atletas, permitindo assim que marcas possam lucrar com a venda de produtos (muito comum no cenário de jogos eletrônicos como FIFA, NBA2K e etc) e atletas possam fazer parte de campanhas publicitárias e utilizar sua influência para promover produtos – ¹ ou se você for o Cristiano Ronaldo, gerar um prejuízo de 4 bilhões de dólares para a Coca-Cola.	1 – P&B

11	Montagem – Eventos	Phoenix	E, por fim, uma das mais importantes para o Marketing Esportivo, a realização de grandes eventos esportivos, como a Copa do Mundo ou a Champions League no cenário do futebol.	
12	Montagem – Torcedores		Em eventos deste tipo é possível criar diversas oportunidades de negócios e atrair um número gigantesco de consumidores devido à experiência que estes eventos proporcionam até mesmo para aqueles que não são tão fanáticos pelo esporte, ¹ afinal, todos nós conhecemos alguém que a cada 4 anos se torna um especialista supremo em futebol durante 1 mês e depois volta a hibernar por mais quatro anos.	1 – P&B
13			Agora que sabemos algumas das aplicações “clássicas” do marketing esportivo, vamos analisar algumas tendências que podem trazer um grande diferencial para o segmento.	
14	Montagem – Corinthians Feminino	POP/STARS	Segundo uma pesquisa da Nielsen realizada em 2018, ao menos 60% da população possui interesse em esportes femininos e até mesmo no Brasil, onde mulheres chegaram a ser proibidas por lei de praticar esportes, este segmento do esporte vem se desenvolvendo e gerando bastante repercussão, como vem acontecendo com o time de futebol feminino do Corinthians.	
15	Insert – Coisa Nossa Seleção Feminina		Mas é importante lembrar que, mesmo com esse crescimento, o esporte feminino, principalmente no Brasil, ainda está longe de oferecer condições semelhantes às do esporte masculino para as atletas.	

16	Montagem – Games	POP/STARS	E por fim, uma tendência que pode ser um pouco polêmica para o famoso “Véio Boomer”, os E-Sports. É inegável que o mercado de games tem se tornado cada vez mais gigantesco, seja nos consoles, nos PCs e até mesmo nos smartphones.	
17			Mas como dito antes, os mais conservadores – ¹ cof cof, véio boomer, cof – sempre tentam alegar que ² “Onde que joguinho de videogame dá dinheiro? Isso é tudo mentira da mídia esquerdista globalista”. Bom, sinto lhe informar, mas esse mercado move muito, mas muito dinheiro mesmo, principalmente com a introdução das microtransações dentro dos jogos.	1 – P&B 2 – Biroliro
18	Montagem – Genshin		Então é bem provável que nesse exato momento, Juninho esteja gastando rios de dinheiros pra conseguir um FODENDO PNG de WAIFU. <i>Não vou julgar, pois todos nós tivemos esta fase em algum momento de nossas vidas.</i>	
19	Montagem – E-sports	POP/STARS	Voltando ao ponto principal, o mercado e o cenário de e-sports tem se tornado cada vez mais atrativo para empresas (afinal, quem gasta dinheiro com PNGs com certeza pode gastar esse dinheiro em coisas mais úteis) e nada melhor que eventos tão gigantesco quanto uma final de Copa do Mundo pra divulgar todo o tipo de coisa para milhões de espectadores.	
20	Montagem – Merchs		E quando digo “Todo tipo de coisa”, não é exagero, durante os eventos de League of Legends temos os produtos patrocinados, como as latinhas personalizadas da Red Bull com personagens do jogo, roupas e pelúcias do evento, Skins para os personagens no jogo e até mesmo a ideia genial de aproveitar o palco da final do mundial para divulgar a estreia da K/DA, o grupo de K-Pop das personagens do jogo – ¹ e que talvez tenha feito eu passar 2 dias ouvindo as músicas em loop enquanto escrevia esse roteiro e editava o vídeo, help me please.	1 – P&B

21		POP/STARS	Bom, acho que deu pra ter a noção de que o Marketing Esportivo pode ser poderosíssimo e ainda tem muito a oferecer. Enfim, espero que tenham gostado do vídeo, até a próxima!	
----	--	-----------	---	--