

### **Marketing: em busca da melhora financeira do Timão**

Um dos principais investimentos do Corinthians para o ano de 2008 são as ações do Departamento de Marketing. A aposta, feita pelo presidente Andrés Sanchez, desde sua eleição em outubro do ano passado, já se tornou uma realidade a cada lançamento de um novo projeto feito pelo setor, que tem à frente o vice-presidente Luis Paulo Rosenberg.

“Promovemos no clube a troca das camisas piratas por originais, além de desenvolvermos a montagem de uma carreta contendo produtos licenciados para a comercialização nos centros de consumo das cidades visitantes. Essas são algumas das campanhas em ação que deverão trazer cada vez mais recursos financeiros ao clube”, disse Rosenberg.

A maior presença da marca Corinthians na mídia e a recuperação da imagem do clube com a credibilidade gerada pela nova administração são alguns dos fatores que poderão proporcionar um crescimento acelerado nas vendas dos produtos licenciados.

Um dos planos para chegar à meta do marketing, que é dobrar o faturamento dos produtos do clube em um ano, é a TV Timão. O projeto tem como principal atrativo levar a torcida aos bastidores do futebol profissional, com imagens exclusivas gravadas por profissionais do clube. O corinthiano poderá, entre outras coisas, observar algumas preleções do treinador do time e vivenciar as intimidades do elenco alvinegro.

Outra idéia que deverá movimentar os corinthianos é o programa Fiel Torcedor, que levará aos torcedores um cartão inteligente por um pagamento de uma mensalidade. Esse cartão permitirá a compra de ingressos pela Internet ou em postos de carregamento do Bilhete Único.

Veja os projetos que já são um sucesso entre os corinthianos:

#### **Campanha “Sou Mano do Mano”:**

O técnico Mano Menezes chegou ao Corinthians há oito meses e rapidamente conquistou o respeito dos jogadores e o carisma dos fiéis torcedores alucinados pela equipe de futebol. Pensando nisso, o Departamento de Marketing do Timão idealizou, com os apoios do presidente Andrés Sanchez e da Vice-Presidência de Futebol, a campanha “Sou Mano do Mano”.

#### **Primeira loja de clube em shopping center no Brasil:**

O Sport Club Corinthians Paulista, a Nike e a Roxos e Doentes – empresa gestora da loja Poderoso Timão – lançaram no começo de agosto a abertura da primeira loja de clubes de futebol do país em shopping center, localizada no Metrô Itaquera, na zona leste de São Paulo. O espaço conta com a linha de produtos oficiais e licenciados e com uma ambientação que remete a história do clube alvinegro. Outro diferencial são as seções destinadas aos diferentes públicos: Corinthiano, Corinthiana, Corinthianinho e Retrô, que traz peças históricas dos ídolos e conquistas do passado.

#### **Timão Tour:**

A TimãoTur oferece aos corinthianos a oportunidade de acompanhar todos os jogos do Corinthians bem perto dos jogadores do elenco alvinegro. Com os pacotes da agência de

viagem do Timão, o associado que comprar passagens pela TimãoTour viajará no mesmo avião que os atletas e também ficará no mesmo hotel que eles. Isso vale tanto para os jogos em São Paulo, quanto para as partidas em outras cantos do Brasil.

### **Eu Nunca Vou Te Abandonar:**

No mês de dezembro a equipe do Marketing do Corinthians lançou, em parceria com redes de lojas, a campanha “Eu Nunca Vou te Abandonar”. Os kits, compostos por camisetas, adesivos e pulseiras estampadas com o slogan, fizeram sucesso entre os torcedores. Foram filas e mais filas formadas durante vários dias na porta do clube e, o resultado disso tudo não poderia ter sido diferente: mais de 120 mil exemplares do kit já foram comercializados.

### **Medial – Mais saúde para o Timão**

O Departamento de Marketing também foi o responsável pela negociação e efetivação do novo contrato de patrocínio do futebol corinthiano com a Media Saúde.

Além de gerar mais rentabilidade ao futebol do Corinthians, a parceria com a Medial ainda gera outros benefícios aos torcedores. As adesões aos planos médicos de corinthianos contam com benefícios como um cartão inteligente que permite a compra de ingressos pela Internet ou em postos de compra do Bilhete Único. Além disso, ainda há brindes como camisetas, brindes e outras vantagens proporcionadas pela Medial Saúde.