

A importância do Marketing e da Comunicação no sucesso de clubes desportivos

P.PORTO
ISCAP

Revista Técnica de
Tendências em
Comunicação
Empresarial

 *Diogo Rocha*

diogorpr01@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-3058-9763>)

ISCAP, Instituto Politécnico do Porto

Resumo

O Marketing e a Comunicação têm cada vez mais preponderância na atualidade das empresas e negócios, sendo já imprescindível nos dias de hoje. No mundo do desporto isto não é exceção, com o aparecimento das redes sociais e das notícias que se propagam a alta velocidade, as entidades perceberam que é necessária uma forte aposta no Marketing, na Comunicação e na preservação e consolidação da imagem e reputação dos clubes. Neste artigo apresento uma análise sobre a importância que uma boa estratégia de Marketing e Comunicação podem ter em clubes desportivos. Uma boa aposta nestes setores pode promover um aumento da notoriedade do clube, chegar a novos públicos, atrair potenciais sócios, adeptos e investidores, independentemente da dimensão do mesmo.

Palavras-chave: desporto, marketing, comunicação

Abstract

Marketing and Communication are becoming more and more important in today's companies and businesses. In the world of sports this is no exception, with the emergence of social networks and news that spread at high speed, entities have realized that it is necessary to invest heavily in Marketing, Communication and in the preservation and consolidation of the image and reputation of the clubs. In this article I present an analysis on the importance that a good Marketing and Communication strategy can have in sports clubs. A good investment in these sectors can promote an increase in the club's notoriety, reach new audiences, attract potential members, supporters and investors, regardless of its size.

Keywords: sports, marketing, communication

O Marketing e a Comunicação têm cada vez mais preponderância na atualidade das empresas e negócios, sendo já imprescindível nos dias de hoje. No mundo do desporto isto não é exceção, uma forte aposta no Marketing e na Comunicação é essencial para a preservação e consolidação da imagem e reputação dos clubes.

Uma aposta de qualidade no marketing e na comunicação, e uma presença assídua nas principais plataformas, são ferramentas capazes de transformar qualquer clube desportivo por completo. Um forte investimento nos setores já referidos, pode promover um aumento da notoriedade do clube, chegar a novos públicos, atrair potenciais sócios, adeptos e investidores, independentemente da dimensão do mesmo. Qualquer clube conseguirá aumentar a sua visibilidade o que trará, por consequência, um aumento do número de pessoas que se interessam pela instituição em questão.

Nos dias de hoje, o marketing e a comunicação têm de estar alinhados com os objetivos dos clubes e com o que estes querem transparecer para o público, um clube desportivo que não tenha estratégias e objetivos definidos para o seu departamento de marketing e comunicação transmitirá, naturalmente, uma péssima imagem aos seus interessados e, conseqüentemente, perderá reputação.

Um exemplo disto é o FC Tirsense, clube outrora de sucesso e com história nos principais escalões, mas nos últimos anos preso em escalões inferiores do futebol nacional. Com um jovem diretor de comunicação (tendo este já anunciado a sua saída em 2019), o clube passou, como indica a Santo Tirso TV (2019), “de 50 para 10 mil espetadores. Da obscuridão até ao alvo da atenção nacional - Assim se pode resumir o trabalho de João Filipe Coelho (...)”.

Podemos retirar desta história de sucesso que, até para um clube que já não faz parte do panorama de elite do futebol nacional e que durante muitos anos contou com muitos poucos espectadores, que com uma ávida presença nas redes sociais e uma estratégia bem planeada de Marketing, é possível transformar por completo um clube. Como refere o próprio João Filipe Coelho, “De 50 pessoas por jogo, passamos a ter 10 mil no "velhinho" Abel Alves de Figueiredo. Das 4 mil pessoas a seguirem o clube online, hoje temos mais de 13 mil. E mais que um clube, agora temos uma cidade unida e disposta a ajudar esta instituição que tanto merece. E esta foi a nossa maior vitória.”

Não só o marketing e a comunicação ajudaram o clube a aumentar o seu número de espectadores, o que, conseqüentemente, aumentou as receitas do clube, mas fez também com que a cidade e os seus habitantes voltassem a seguir e apoiar um clube que durante muitos anos estava adormecido, uma prova disto é o aumento de quase 10 mil seguidores suas redes sociais e o drástico aumento de espectadores nos jogos em casa e mesmo nas visitas a outras cidades.

Hoje em dia, a grande maioria dos clubes que se apresentam nas principais divisões do futebol português já contam com um grande investimento nestes setores, e os seus departamentos de marketing e comunicação

contam já com profissionais bastante competentes. Clubes como FC Paços de Ferreira, SC Braga e Sporting CP, revolucionaram e introduziram novas vertentes no trabalho que se faz nestes departamentos a nível nacional. Através de vídeos interessantes e chamativos e com uma personalidade digital “laid back”, especialmente no Twitter, estes clubes são a prova que um bom marketing e comunicação são imprescindíveis, especialmente nos escalões principais.

Uma das grandes vantagens que estes clubes, entre outros, já possuem, e que os distingue da competição é a larga presença digital que estes apresentam, há uns anos atrás o Facebook era a “arma” mais utilizada para um clube comunicar, hoje em dia já é necessário repartir por várias plataformas. O Facebook continua a ser útil, mas o Instagram, Twitter e TikTok tornaram-se em verdadeiras forças para espalhar e propagar as mensagens pretendidas.

Clubes de menor dimensão terão dificuldades em acompanhar estas novas tendências e ter a sua presença em todos estes canais, mas com um bom projeto e qualidade no conteúdo que produzem poderão fazer com que os clubes em questão beneficiem imenso e que acompanhem de perto os grandes “tubarões” do marketing e comunicação do futebol nacional.

Um dos pontos chave para o sucesso de um clube nestes departamentos passará pela inovação e interação com seu público, um exemplo disto são os vídeos de carácter mais relaxado e engraçado que clubes como o FC Paços de Ferreira e o SC Braga produzem. Estes vídeos originam sempre muito engagement, referindo como exemplo, o vídeo realizado pelo Paços de Ferreira antes da sua eliminatória frente ao Tottenham, clube londrino bastante reconhecido internacionalmente e com vasta massa adepta. O clube português aproveitou a oportunidade de defrontar um adversário de enorme dimensão da melhor forma e realizou um vídeo de carácter cômico, presente nas suas redes sociais, onde mostram dois adeptos do Paços de Ferreira a reagir ao sorteio e a provocar a equipa inglesa, no final do vídeo afirmam mesmo que “(...)a estes ganhamos fácil”. O vídeo foi um sucesso, causando “barulho” nas redes sociais, discussão e interação entre adeptos.

Outro exemplo mais recente é o vídeo que o SC Braga realizou antes da sua eliminatória frente ao Rangers da Escócia, mais uma vez, o vídeo realizado pela equipa de marketing e comunicação do clube gerou muita interação entre adeptos de ambas as equipas e aumentou os seguidores do clube português nas redes sociais. Aproveitando o facto dos 2 clubes se terem defrontado na temporada anterior o SC Braga decidiu criar o vídeo com o tema de “reescrever a história (...)”. O vídeo propagou-se pelas redes sociais, para além de gerar discussão e conversa, tornou o confronto ainda mais interessante para o público ao criar uma narrativa.

O Sporting CP aproveitou uma vertente pouco utilizada no que toca a marketing e comunicação desportiva a nível nacional com o seu podcast “ADN de Leão”, onde atletas de todas as modalidades são chamados para as entrevistas. A introdução do Podcast foi uma ideia excelente pois criou uma verdadeira ligação entre os atletas e os adeptos, mostrando o lado mais “humano” de atletas a quem normalmente estamos habituados a parecerem

distantes e intocáveis. Ao apelar ao lado emocional, faz com que o público se aproxime mais dos atletas e, conseqüentemente, pretendam assistir aos seus jogos e provas.

A ideia teve bastante sucesso, havendo já episódios do Podcast aproximando-se dos milhões de visualizações.

Como já foi referido, mesmo clubes de menor dimensão poderão evoluir bastante com um bom projeto, como por exemplo o já demonstrado FC Tirsense, mas também clubes como o SCU Torreense e o AD Fafe, clubes estes que apesar de se encontrarem em escalões inferiores, já venceram prémios de marketing desportivo e demonstram que é possível criar bom conteúdo e aproximar os adeptos do clube sem ser uma instituição desportiva de enorme dimensão ou possuir grandes recursos.

Virando agora um pouco a atenção para o exterior de Portugal, internacionalmente podemos também referir a estratégia de clubes russos como Spartak e Zenit, que, embora não muito conhecidos e impactantes globalmente, aproveitaram a plataforma TikTok, até lá pouco explorada por clubes desportivos, para obterem público de todos os cantos do mundo. Ao provocar e satirizar os principais clubes mundiais, os clubes russos alcançaram um elevado número de seguidores e contam com milhões de visualizações por vídeo.

Podemos afirmar com toda a certeza que, atualmente, fazer o “suficiente” no que toca a marketing e comunicação já não servirá, é necessário produzir bom conteúdo, assíduo, interativo e estar presente nas principais plataformas, só desta maneira será possível fazer clubes desportivos alcançarem outros patamares e evoluir como instituição desportiva.

Alinhando todos estes tópicos e ferramentas da melhor forma, a comunicação e o marketing são capazes de se tornar numa mais valia bastante importante e fundamental para o sucesso dentro e fora das quatro linhas de qualquer clube desportivo.

Bibliografia

Santo Tirso TV (2019). Jovem diretor de Comunicação do FC Tirsense anuncia saída.

Santo Tirso TV (2019). Santo Tirso TV. Obtido de Santo Tirso TV.

Coelho, J. F. (2019, Jun 25). Jovem diretor de Comunicação do FC Tirsense anuncia saída.

<https://www.santo-tirso.tv/amp/artigo/1/5710/jovem-diretor-de-comunicacao-do-fc-tirsense-anuncia-saida/>

FC Paços de Ferreira (@fcpf). (2021, Ago 13). **We are ready!** Que é como quem diz: o Castor resolve sempre. [Vídeo].(Tweet).Twitter.

<https://twitter.com/fcpf/status/1426261184307675139>

SC Braga (@SCBragaOficial). (2022, Apr 5). There is a story to rewrite... Let's do it [Vídeo]. (Tweet).

Twitter. <https://twitter.com/scbragaoficial/status/1511388193400102921>