



//PLANO DE MARKETING PARA PATROCÍNIO 2013/2014

O TIME



DA CIDADE

É impossível não associar o E.C. São Bento à Sorocaba. Desde sua fundação, em 1913, o time leva o nome da cidade para os 4 cantos do Brasil.

Centenário, o E.C. São Bento possui a maioria absoluta de torcedores em Sorocaba, uma cidade com quase 600.000 habitantes e que abrange uma região metropolitana com quase 850.000 pessoas.

36,7%

DA POPULAÇÃO
SOROCABANA
TORCE PARA
UM TIME DA CIDADE



=

174.000 SÃO BENTISTAS



//FONTE: PESQUISA UNISO/IBOPE 2010

UM PASSADO DE GLÓRIAS

- // 100 anos de história.
- // 3 Títulos Paulistas (Divisões de Acesso)
- // 1 Título da Copa Paulista
- // 33 anos consecutivos na Primeira Divisão Paulista

UM PRESENTE DE CONQUISTAS

- // Campeão Paulista 2013 • Série A3
- // Reconstrução do Humberto Reale e resgate de sua história
- // Diminuição em 30% das dívidas ativas do clube

UM FUTURO PROMISSOR

- // Participação do Campeonato Paulista Série A2 • 2014
- // Construção do Centro de Treinamento, Academia e Alojamento para os atletas.
- // Ampliação dos investimentos nas categorias de base

A FORÇA

DA MARCA

O E.C. São Bento é um excelente canal de interação com o público. A força de sua marca junto ao público é incomparável, seja através do seu expressivo número de torcedores, ou pela imensa cobertura da mídia.



**DURANTE O PAULISTA A3 • 2013
O TIME TEVE O EQUIVALENTE A 105
PÁGINAS INTEIRAS DE COBERTURA
DOS PRINCIPAIS JORNAIS DA CIDADE**



**DURANTE O PAULISTA A3 • 2013
O TIME TEVE 1236 MINUTOS DE
COBERTURA DAS PRINCIPAIS
EMISSORAS DE TV DA CIDADE**



**DURANTE O PAULISTA A3 • 2013
O TIME TEVE 2.860 MINUTOS
DE COBERTURA DAS PRINCIPAIS
RÁDIOS DA CIDADE**

//FONTE: INVICTO IDEIAS VENCEDORAS



**DE JANEIRO A AGOSTO DE 2013,
FORAM VENDIDAS 2.110 CAMISAS DO CLUBE**

INVICTO
estratégias vencedoras

A FORÇA

DA TORCIDA

O E.C. São Bento se destaca dentre os clubes do interior paulista pela presença e paixão de sua torcida. Isso gera uma imensa visibilidade às marcas parceiras do clube.

20º TIME EM MÉDIA DE PÚBLICO NOS JOGOS

DENTRE AS 3 DIVISÕES DO FUTEBOL PAULISTA

//FONTE: FEDERAÇÃO PAULISTA DE FUTEBOL

NO PAULISTÃO 2013, O SÃO BENTO TEVE A MELHOR MÉDIA DE PÚBLICO DA SÉRIE A3 E FICOU À FRENTE ATÉ DE TIMES DE SÉRIE A1 (BRAGANTINO E SÃO CAETANO, DENTRE OUTROS)

= 2.313 TORCEDORES POR JOGO

O TIME LEVOU AO CIC, NA FINAL DO CAMPEONATO, UM PÚBLICO MAIOR DO QUE 25 TIMES (DENTRE ELES, TIMES DA SÉRIE A2 E A3) LEVARAM A TODOS OS SEUS JOGOS, DURANTE TODO O CAMPEONATO

= 9.367 TORCEDORES NA FINAL CONTRA O BATATAIS

//FONTE: FEDERAÇÃO PAULISTA DE FUTEBOL

//MATÉRIA PUBLICADA NO JORNAL CRUZEIRO DO SUL NO DIA 29/05/2013

Com a força da galera

|| São Bento é melhor que de muitos times da A2 e A1

Notícia publicada na edição de 29/05/13 do Jornal Cruzeiro do Sul, na página 2 do caderno D - o conteúdo da edição impressa na internet é atualizado diariamente após as 12h.

Rodrigo Gasparini
rodrigo.gasparini@jcrucruzeiro.com.br

O São Bento teve a 20ª melhor média de público do Estado, considerando os campeonatos das séries A1, A2 e A3, todos já encerrados. Mesmo disputando a terceira divisão, o Bentão levou, em média, 2.313 torcedores por jogo ao Estádio Municipal Walter Ribeiro (CIC). O número é maior do que a média do Atlético Sorocaba (2.174), que jogou a Série A1 e recebeu o Santos. O líder do ranking é o Corinthians, com média de 23.887 torcedores por jogo como mandante. O levantamento feito pelo Cruzeiro do Sul leva em conta os borderôs de todas as partidas das três séries do Campeonato Paulista, que estão disponíveis no site da Federação Paulista de Futebol (FPF).

O São Bento levou mais gente ao estádio do que todos os outros times da Série A3. Quem mais se aproximou do Bentão foi o Marília, com média de 2.187 torcedores por jogo e a 21ª colocação estadual. O Batatais, vice-campeão da A3, é o 38º colocado no ranking, com 683 pessoas em seu estádio por jogo. A Itapireense, que completa o quadro dos que subiram para a Série A2, teve 527 torcedores por partida, na 43ª colocação no ranking.

Os números da equipe sorocabana também são superiores aos de três times da primeira divisão: o já citado Atlético, o Bragantino (2.132) e o São Caetano (1.810). Além disso, a torcida do Bentão foi maior do que a da maioria dos clubes que jogaram a Série A2. Apenas Comercial (média de 2.736) e São José (2.360) levaram mais gente aos seus jogos.



O quadrangular final impulsionou a boa média de público do São Bento, que ainda não levou em conta os sócios e os não pagantes. Fábio Rogério

[Mais fotos...](#)

A FORÇA

DA ESPORTE

O futebol é o esporte coletivo mais praticado no Brasil. Sem dúvida, é a paixão nacional e, por isso, é o melhor canal para aproximar marcas de pessoas das mais diferentes idades, sexo e classe social. Com a realização da Copa do Mundo da FIFA, em 2014, o futebol brasileiro será alçado a um novo patamar de visibilidade, administração, estrutura e, conseqüentemente, uma ferramenta de marketing fundamental para as empresas.



71%

ASSOCIAM O PATROCÍNIO ESPORTIVO
COM INVESTIMENTO SOCIAL



64%

RECOMENDAM AS MARCAS
PATROCINADAS



56%

IDENTIFICAM-SE COM AS MARCAS
PATROCINADORAS E FALAM BEM DELAS



62%

SENTEM CONFIANÇA EM CONSUMIR O
PRODUTO/MARCA

//FONTE: PESQUISA INTERSCIENCE - GRUPO MEIO&MENSAGEM

A TEMPORADA

COPA PAULISTA 2013

- // De Julho a Novembro/2013
- // 27 clubes do interior paulista
- // E.C. São Bento terá 12 jogos no mínimo e 24 jogos no máximo
- // **Objetivo:** campeão (garante vaga na Copa do Brasil 2014)

PAULISTÃO 2014 - A2

- // De Janeiro a Junho/2013
- // 20 clubes do interior paulista
- // O E.C. São Bento terá 19 jogos no mínimo e 27 jogos no máximo
- // **Objetivo:** classificação à Série A1



PLANO DE PATROCÍNIO

O E.C. São Bento não é uma mídia. É uma ferramenta de marketing que aproxima sua marca de um público apaixonado e com alto potencial de consumo. O clube busca empresas que queiram uma parceria sólida e rentável para os dois lados. Busca também empresas que queiram interagir com seu torcedor, afinal, ele é uma plataforma de marketing única na cidade de Sorocaba.



PROPRIEDADES

DO UNIFORME

O plano de marketing de patrocínio do E.C. São Bento tem como ferramenta principal seu uniforme. São previstas 9 propriedades no uniforme, conforme ilustração abaixo. Adquirindo uma das propriedades, o patrocinador recebe um pacote de espaços e alternativas que visam potencializar sua parceria com clube. Dessa forma, a marca “salta” da camisa e interage com o torcedor.

VALORES MENSAIS • CONTRATO MÍNIMO DE 6 MESES • EMISSÃO DE RECIBO, SEM NOTA FISCAL

// PROPRIEDADES FRENTE:

// MARCA 01 - MASTER FRENTE
R\$ 55.000 (POR MÊS)

// MARCA 02 - OMBRO
R\$ 22.000 (POR MÊS)

// MARCA 03 - PEITO
R\$ 20.000 (POR MÊS)

// MARCA 04 - MANGAS
R\$ 17.000 (POR MÊS)



// PROPRIEDADES COSTAS:

// MARCA 05 - MASTER COSTAS
R\$ 32.000 (POR MÊS)

// MARCA 06 - BARRA COSTAS 1
R\$ 15.000 (POR MÊS)

// MARCA 07 - BARRA COSTAS 2
R\$ 15.000 (POR MÊS)

// MARCA 08 - NÚMERO
R\$ 5.000 (POR MÊS)

OBS.: VALORES PARA CONTRATOS DE JANEIRO A JULHO/2014. CONTRATOS PARA COPA PAULISTA 2013 TERÃO 40% DE DESCONTO.

INVICTO
estratégias vencedoras

CONTRAPARTIDAS

Além da exposição no uniforme do time, o patrocinador tem outras propriedades a ser explorada no CIC, reforçando sua presença dentro Estádio e aumentando sua visibilidade em dias de jogo.

// CONTRAPARTIDAS FRENTE:

// MARCA 01 - MASTER FRENTE - R\$ 55.000 (POR MÊS)

- 1- LONA EM BANCO DE RESERVAS
- 2- LONA AO LADO DE 1 GOL (ESTILO TAPETE)
- 3- LONA ABAIXO DO PLACAR (ESPAÇO CENTRAL)
- 4- LONA NO MURO DE ENTRADA DOS VESTIÁRIOS
- 4- DUAS PLACAS LATERAIS DE CAMPO (LADO A LADO)
- 5- LONA GRANDE EM FRENTE ÀS CADEIRAS NUMERADAS
- 6- LOGO EM BACKDROP DE ENTREVISTAS

// MARCA 02 - OMBRO - R\$ 22.000 (POR MÊS)

- 1- LONA AO LADO DE 1 GOL (ESTILO TAPETE)
- 2- LONA ABAIXO DO PLACAR (ESPAÇO LATERAL)
- 3- PLACA LATERAL DE CAMPO (1 PLACA)
- 4- LONA EM FRENTE ÀS CADEIRAS NUMERADAS
- 5- LOGO EM BACKDROP DE ENTREVISTAS

// MARCA 03 - PEITO - R\$ 20.000 (POR MÊS)

- 1- PLACA LATERAL DE CAMPO (1 PLACA)
- 2- LONA ABAIXO DO PLACAR (ESPAÇO LATERAL)
- 3- LONA EM FRENTE ÀS CADEIRAS NUMERADAS
- 4- LOGO EM BACKDROP DE ENTREVISTAS

// MARCA 04 - MANGAS - R\$ 17.000 (POR MÊS)

- 1- LONA EM FRENTE ÀS CADEIRAS NUMERADAS
- 2- PLACA LATERAL DE CAMPO (1 PLACA)
- 3- LOGO EM BACKDROP DE ENTREVISTAS



CONTRAPARTIDAS

Além da exposição no uniforme do time, o patrocinador tem outras propriedades a ser explorada no CIC, reforçando sua presença dentro Estádio e aumentando sua visibilidade em dias de jogo.

// CONTRAPARTIDAS COSTAS:

// MARCA 05 - MASTER COSTAS - R\$ 32.000 (POR MÊS)

- 1- LONA AO LADO DE 1 GOL (ESTILO TAPETE)
- 3- LONA ABAIXO DO PLACAR (ESPAÇO LATERAL)
- 4- DUAS PLACAS LATERAIS DE CAMPO (LADO A LADO)
- 5- LONA NO MURO DE ENTRADA DO VESTIÁRIOS
- 6- LONA GRANDE EM FRENTE ÀS CADEIRAS NUMERADAS
- 7- LOGO EM BACKDROP DE ENTREVISTAS

// MARCA 06 E 07 - BARRA COSTAS 1 E 2 - R\$ 15.000 (POR MÊS)

- 1- LONA EM FRENTE ÀS CADEIRAS NUMERADAS
- 2- PLACA LATERAL DE CAMPO (1 PLACA)
- 3- LOGO EM BACKDROP DE ENTREVISTAS

// MARCA 08 - NÚMERO- R\$ 5.000 (POR MÊS)

- 1- PLACA LATERAL DE CAMPO (1 PLACA)
- 2- LOGO EM BACKDROP DE ENTREVISTAS



OPORTUNIDADE

FACEBOOK

O perfil oficial do E.C. São Bento no Facebook é uma ferramenta muito importante para a interação com a torcida do clube. Nele, é possível realizar promoções e potencializar ainda mais o patrocínio.



4.564 FÃS

15º TIME DO ESTADO DE SÃO PAULO
COM MAIS FÃS NO FACEBOOK

//FONTE: INVICTO IDEIAS VENCEDORAS



22.384 VISUALIZAÇÕES

FOI O RECORDE DE ALCANCE DE UM POST NO FACEBOOK

INVICTO
estratégias vencedoras

OPORTUNIDADE

ESTÁDIO

Os jogos no CIC são a oportunidade perfeita para o patrocinador realizar ações de aproximação com o torcedor. É o momento onde o público está 100% aberto a receber qualquer informação referente a seu clube e, conseqüentemente, sua marca.



110 MINUTOS

É O TEMPO QUE A MAIORIA DOS
TORCEDORES FICAM DENTRO DO ESTÁDIO

//FONTE: INFORMÍDIA 2012

8.000 FLÂMULAS

FORAM FEITAS POR UM PATROCINADOR NA FINAL
ENTRE SÃO BENTO E BATATAIS. FORAM 8.000
PESSOAS SEGURANDO E INTERAGINDO COM A MARCA

INVICTO
estratégias vencedoras

OPORTUNIDADE

ESTÁDIO

O patrocinador pode explorar inúmeras situações dentro do Estádio. Panfletagem, brincadeiras dentro de campo (durante o intervalo), anúncio em sistema de som, são algumas ativações sugeridas. Caso o patrocinador tenha uma ideia diferenciada, o E.C. São Bento está pronto para estudar a melhor forma de viabilizar.



SISTEMA DE SOM
UMA FERRAMENTA A FAVOR DO PATROCINADOR



TIRA-PROSA
O MASCOTE DO CLUBE PODE ENTRAR EM CAMPO COM
A MARCA DO PATROCINADOR E AGITAR A TORCIDA

ENTRE EM CAMPO

COM O BENTÃO

Sua marca entra em campo com o Bentão e também no coração de milhares de sorocabanos. A gestão de marketing do clube é de responsabilidade da Invicto Estratégia Vencedoras. Uma agência de Marketing Esportivo focada em criar ideias vencedoras para clubes, marcas e atletas. Saiba mais em www.invicto.com.br

THIAGO SANTORO

THIAGO@INVICTO.COM.BR

15 - 9101.7765

INVICTO
estratégias vencedoras



1913*2013