

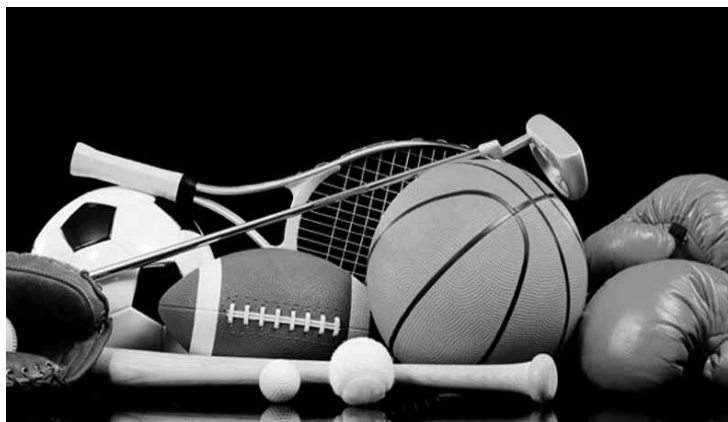
Aprenda a usar o universo dos esportes a favor do seu negócio

O marketing esportivo vem crescendo expressivamente no Brasil

Ricardo Inforzato (*)

Aproveitando a emoção e a paixão que o assunto desperta, ele ajuda empresas (do segmento esportivo ou não) a se comunicarem melhor com seu público-alvo. Patrocinar esportistas ou criar ações relacionadas ao esporte pode fazer bem para a imagem de uma marca e turbinar suas vendas e seu alcance. Confira cinco dicas para fazer isso:

- **Escolha o esporte adequado** - Antes de tudo, é preciso trabalhar o esporte certo, adequado ao perfil da marca e às mensagens que deseja transmitir. De nada vale apostar em uma modalidade que não atenda a esses requisitos. Igualmente importante é optar por um esporte adequado ao público com o qual a marca quer se comunicar. Um esporte acessível somente a pessoas de alto poder aquisitivo, por exemplo, certamente não se encaixa na ação de marcas populares, que desejam falar com um número maior de consumidores.
- **Capriche no storytelling** - Tudo começa com uma boa história, e o esporte é um prato cheio para isso. Mexa com as emoções, as-



Divulgação

socie sua marca ou produto aos valores do esporte que você apoia e, assim, estabeleça identificação com o público.

- **Fuja de confusões** - Esportes, não raro, despertam um turbilhão de momentos intensos. O futebol, uma das modalidades mais amadas pelos brasileiros, é motivo de paixão, choro, explosão de alegria, drama. As marcas precisam estar atentas a isso, pois qualquer deslize pode ser fatal e manchar a imagem para sempre. Não entre em qualquer conflito, procure engajar o público da maneira mais assertiva e positiva possível. Caso você patrocine um time ou um atleta, não se esqueça de tratar com respeito e elegância não só a ele, mas

também os adversários e seus simpatizantes.

- **Esteja presente** - Se o orçamento permitir, esteja presente em grandes eventos esportivos. Eles mobilizam um número expressivo de pessoas, que estarão especialmente atentas às mensagens exibidas durante esse momento. É uma ótima chance de mostrar sua marca e aumentar o potencial de vendas. Não se esqueça também de marcar presença nas redes sociais, pois são extremamente importantes no engajamento do público e na disseminação da mensagem.

Vale a pena apostar nelas. É possível apostar em ações nas mídias sociais relacionadas aos atletas ou aos eventos patrocinados pelas marcas. No

caso das empresas menores, há a chance de aproveitar o buzz gerado por determinados acontecimentos esportivos. Claro que tudo deve estar de acordo com o planejamento de marketing esportivo feito e em consonância com os valores e ideais buscados pela marca e seus clientes.

- **Use e abuse dos vídeos** - O vídeo marketing é um recurso aprovado por empresas de todos os segmentos, e no marketing esportivo não é diferente. A produção deste tipo de conteúdo vem se tornando cada vez mais acessível. Mensagens visuais têm um grande potencial para encantarem consumidores e viralizarem pela internet. Use o vídeo para contar histórias que emocionem o público e estabeleça uma relação afetiva com seu produto.

As opções para isso são muitas: contar a trajetória de um atleta, mostrar o exercício diário de superação que a prática de um determinado esporte exige, como a obsessão pela vitória impulsiona os melhores resultados, entre outras.

(*) - É diretor de Planejamento e Estratégia da agência de Marketing Pilula Criativa (pilulacriativa@nbpress.com.br).

Lista de feriados e pontos facultativos em 2019

O governo federal publicou no Diário Oficial da União a lista com os feriados e pontos facultativos da administração federal em 2019. A lista não inclui feriados estaduais e municipais. No próximo ano, os feriados que cairão no final de semana serão: Tiradentes (domingo), Independência (sábado), Dia de Nossa Senhora da Aparecida (sábado) e Finados (sábado). Os demais vão cair em dias de semana.

A portaria diz que os dias de guarda dos credos e religiões, não relacionados, poderão ser compensados, desde que "previamente autorizados pelo responsável pela unidade administrativa do exercício do servidor".



Diz ainda que o cumprimento dos feriados não deve trazer prejuízo da prestação dos serviços considerados essenciais e que caberá aos dirigentes dos

órgãos e entidades "a preservação e o funcionamento dos serviços essenciais afetos às respectivas áreas de competência".

Confira as datas:

- **1º de janeiro:** Confraternização Universal (feriado nacional);
- **4 de março:** Carnaval (ponto facultativo);
- **5 de março:** Carnaval (ponto facultativo);
- **6 de março:** quarta-feira de cinzas (ponto facultativo até as 14 horas);
- **19 de abril:** Paixão de Cristo (feriado nacional);
- **21 de abril:** Tiradentes (feriado nacional);
- **1º de maio:** Dia Mundial do Trabalho (feriado nacional);
- **20 de junho:** Corpus Christi (ponto facultativo);

- **7 de setembro:** Independência do Brasil (feriado nacional);
- **12 de outubro:** Nossa Senhora Aparecida (feriado nacional);
- **28 de outubro:** Dia do Servidor Público (ponto facultativo);
- **2 de novembro:** Finados (feriado nacional);
- **15 de novembro:** Proclamação da República (feriado nacional);
- **24 de dezembro:** véspera de natal (ponto facultativo após as 14h);
- **25 de dezembro:** Natal (feriado nacional);
- **31 de dezembro:** véspera de ano novo (ponto facultativo após as 14h) (ABR).

Michelle Obama e eleita mulher mais admirada dos EUA

A ex-primeira-dama dos Estados Unidos, Michelle Obama, foi eleita a mulher mais popular do país, de acordo com o instituto de pesquisa norte-americano Gallup. A advogada, escritora e ativista ficou com 15% da preferência de 1.025 pessoas que participaram do estudo, que é realizado desde 1946 em todo o país.

A segunda colocação na lista ficou com a apresentadora de televisão Oprah Winfrey, que teve 5% da preferência e o terceiro lugar ficou com a ex-secretária de Estado norte-americana Hillary Clinton que, após vencer por 17 anos consecutivos, perdeu a hegemonia. Ela obteve 4% dos votos e ficou à frente da atual primeira-dama, Melania Trump, que também teve 4% dos votos.

Michelle Obama está viajando pelo mundo para promover sua autobiografia, intitulada "Becoming" ("Tornando-se, em tradução livre). Entre os homens, o ex-presidente Barack Obama, que teve 19% dos votos, ficou com o primeiro lugar pela 11ª vez consecutiva. O atual ocupante do cargo, Donald Trump, aparece logo atrás, com 12%, à frente de George W. Bush, que teve 2% das menções (ANSA).

Coisas que você não sabia sobre as coroas de flores

- Desde os tempos antigos, antes mesmo de Cristo, as coroas de flores eram usadas apenas por vencedores de batalhas e pessoas influentes, eles as ganhavam como uma forma de homenagem.
- Nos jogos olímpicos da Grécia, os vencedores recebiam uma coroa de louros. Ela significava o reconhecimento de todos pela vitória e conquista. No caso da coroa de flores, o simbolismo é justamente coroar a pessoa falecida por todos os feitos em vida, reconhecendo sua importância.
- A maioria das pessoas que dão coroas de flores, acham que ela se destina aos familiares do falecido, e por isto, costumam pedir mensagens de consolo para eles. No entanto, isso é um equívoco, pois a faixa deve-se destinar ao homenageado, no caso, o finado.



Divulgação

- Uma coroa de flores pode ser facilmente encontrada em diversas ocasiões. Em momentos felizes, como eventos acadêmicos, premiações e outras celebrações de conquistas. E em momentos tristes como velórios e funerais.
- Antigamente os velórios eram realizados nas casas dos falecidos e, como forma de homenagem, as pessoas levavam flores para dar adeus à pessoa que partiu. Era comum todos os familiares com-

parecerem. Com o passar do tempo, os velórios começaram a ser realizados em locais como igrejas e cemitérios e muitos parentes não conseguiam comparecer, seja pela distância do local ou pelo horário do velório. Então, como uma forma de homenagear o falecido mesmo estando longe, essas pessoas mandavam coroas de flores com cartões de condolências.

- Muitas vezes, na angústia do momento, os familiares nem liam os cartões

e enterravam o falecido junto com as homenagens, foi daí que surgiu a ideia de a coroa de flores ficar exposta no período do velório juntamente com a faixa.

- A flor sempre foi considerada representação da vida para muitas religiões, por isso a coroa de flores é encarada como um símbolo que retrata a vitória da vida sobre a morte. Amigos e familiares deixam coroas de flores na certeza de que o espírito da pessoa vencerá o momento de transição e entrará na próxima existência com muito mais harmonia e felicidade.

Seja qual for o motivo, a coroa de flores sempre representou a conquista e vitória de alguém sobre algo, seja em vida ou em morte, ela sempre será um símbolo de homenagem.

Fonte e mais informações: (www.besthomenagens.com.br).

Livros em Revista

Ralph Peter (ralphpeter@agenteliterarioralph.com.br)



Sonhar: A educação financeira é o verdadeiro tesouro de uma infância feliz

Vilma Farias - Marina Mendes (Ilustr)

- Autografia - Psicopedagoga e coach kid, dentre outras atividades voltadas à educação infantil, lançou um verdadeiro manual visando às sadias práticas financeiras, que deverão ser levadas em conta, por crianças e jovens. Vivemos, desafortunadamente, sob a égide social do consumismo. Essa obra tem o condão de alertar pais e filhos sobre danos causados numa situação econômica e financeira desordenada, sem disciplina. Em suma, a obra ensina, com respeito lúdico, como planejar e focar a vida num destino exitoso. Nada chato. Educativo!



Vendedor C. O. U. G. A. T. I

Alberto Júnior - Literare - Lastreado em sua

profunda e vasta experiência em vender produtos - sua paixão é seguros - lançou obra que fará fundamental diferença na vida de qualquer vendedor profissional, ou de quem esteja na iminência de fazer parte desse universo. Cada letra da sigla do título, refere-se a um posicionamento obrigatório, para o profissional firmar-se e obter sucesso na carreira, que normalmente é muito bem remunerada. Lucrativa.



Penso e Acontece

Bob Proctor e Greg S. Reid - Citadel - Auto-

reconhecedores do mecanismo das mídias sociais e da índole humana, lançaram numa espécie de homenagem a um dos maiores influenciadores de todos os tempos: Napoleon Hill, uma obra plena em ferramentas motivacionais, é o que encontramos nas páginas desta obra de cabeceira, sem filtro etário. Crianças, jovens e adultos, receberão mensagens com boa dose de espiritualidade, com potencial para alavancar qualquer carreira, ou "levantar" quem esteja prá baixo, tornando-a mais confiante. Sem nenhum viés religioso, atingirá o cerne de qualquer problema. Necessário.



A Melatonina não Serve só Para te Fazer Dormir

Rosana Dantas - Chiado - A doutora em

fisiologia humana e pós doutorado em neurobiologia pela Universidade de Estrasburgo, França e responsável pelo projeto Dieta Científica, sobre mecanismos fisiológicos do corpo humano, trouxe ao mundo, de maneira bastante simples e sem ofensas ao leitor, tudo sobre a melatonina. Suas principais funções, aplicabilidade e também seus cuidados. Nada sobre o assunto lhe escapa. Num palavreado nada técnico, recomendado, a meu modo de ver, àquelas pessoas notívagas e que ressentem-se de problemas, muitas vezes ignorado. Muito esclarecedor!



Todos Juntos!

Daniela Kulot - Telos - Mais um excelente

lançamento dessa nova editora, veio para ficar, assim desejo. Nessa obra, temos bons exemplos de convivência familiar; fraterna, cidadã e de necessária e sadia tolerância. Num colorido especial, em formato de cartão, deve ser mostrado e lido, aos infantes não alfabetizados também. Muito oportuna!

Assista ao canal Livros em Revista, no youtube, que traz entrevistas do mundo literário.



Com apresentação de Ralph Peter.

Italiano cobra para provar roupas e sapatos em suas lojas



Objetivo é evitar clientes que querem só experimentar as peças.

Um comerciante da cidade de Sarzana, na Itália, chamado Giulio Soresina, começou a cobrar 10 euros de clientes que quiserem provar os sapatos e as roupas de suas lojas. O valor, que é descontado do preço final caso a compra seja efetuada, é uma forma de evitar que as pessoas entrem nas lojas apenas para experimentar as peças e depois adquiram o mesmo produto, por um preço mais barato, na internet.

Soresina dirige dois negócios

no centro da cidade há 33 anos e anunciou a iniciativa com diversas placas nas vitrines. "Tinha gente que voltava várias vezes, provava, media, fotografava e não comprava", explica. "Chegamos ao ponto de fazer o cliente experimentar 14 pares de sapato em uma mesma manhã, sem vender nenhum", continua. "Eu coloquei as placas para afastar os espertinhos, e desde quando peço 10 euros, muitos foram embora e as vendas aumentaram", conclui (ANSA).