Novo conceito de marketing de relacionamento é lançado no Morumbi

O lançamento oficial para convidados e executivos aconteceu em 15 de fevereiro, durante o clássico entre São Paulo e Corinthians.

Inspirado nos camarotes do Allianz Arena, em Munique, o Espaço Unyco Morumbi foi criado com a missão de proporcionar ao público não só uma opção de requinte para acompanhar uma partida de futebol como também uma ferramenta de marketing de relacionamento para as empresas.

A originalidade do conceito do Unyco baseia-se na contemplação de três ambientes distintos (cadeiras, espaços privados e *lounge*), em um espaço de mais de 1.000 m², e na possibilidade de interação entre as empresas alocadas no espaço.

"O projeto arquitetônico é inédito no Brasil. Somos o primeiro espaço exclusivo para 1.000 pessoas que oferece três experiências diferentes aos clientes: camarotes, para 30 a 80 pessoas; *lounge*, para 300 lugares; e 400 cadeiras numeradas. Não existe nada igual no Brasil, e este projeto está em avaliação para ser implementado em estádios,

para a Copa de 2014, em razão de seu modelo diferenciado", afirma Marcelo Neves, Diretor-Executivo do Unyco.

Segundo o Presidente do São Paulo FC, Juvenal Juvêncio, a parceria com o Unyco é mais um passo no desenvolvimento do marketing esportivo, bem como na geração de novos negócios e marketing de relacionamento. "Os clubes brasileiros nunca fizeram marketing esportivo, até porque não sabiam, mas começamos a trilhar este caminho recentemente e estamos fortes".

O dirigente também ressaltou a importância desse tipo de parceria como aporte nas contas do clube. "Enquanto a crise continuar, não vou fechar as contas com a venda de jogadores. Tenho atletas que valem 25 milhões de euros e me ofereceram 10. Eu não vendo. São momentos que temos de viver. O mundo está assim e fazemos parte dele. Minha expectativa é que o marketing possa me dar uma sobrevida".

Os clubes brasileiros nunca fizeram marketing esportivo, até porque não sabiam, mas começamos a trilhar este caminho recentemente e estamos fortes.

O Espaço Unyco Morumbi é fruto da parceria entre o São Paulo Futebol Clube e a Sport Service, agência de marketing esportivo que investirá R$ 10 milhões no espaço por três anos de contrato.

O projeto, que tem como parceiras a AmBev, a Applebee´s, a Panasonic e a Electrolux, faz parte da modernização do Morumbi e da implementação do conceito multiuso no maior estádio particular do mundo. O local tem entrada exclusiva pelo Morumbi Concept Hall e é vizinho ao bar Santo Paulo e à loja Reebok. O São Paulo também planeja inaugurar restaurantes e cinemas no anel inferior do estádio Cícero Pompeu de Toledo.

Além de ingressos para assistir aos jogos, os clientes terão acesso a serviço de transporte, alimentação e segurança. Além dos dias e horários de jogos, o espaço também poderá ser utilizado para realização de eventos, reuniões profissionais, promoções, incentivo, endomarketing e merchandising.

Para os mais apaixonados pelo futebol, o local possibilita uma rara experiência: em virtude de sua proximidade ao campo (lugar mais perto do gramado dentre os 70 mil

lugares do estádio), é possível ouvir o som da "batida" do jogador na bola. "Após nossa experiência europeia, concluímos que ações personalizadas e atendimento requintado incidem direta e positivamente na relação com o cliente, e geram predicados que são incorporados à marca que trabalha conosco", relata Rodrigo Geanmal, Diretor de Marketing do projeto.

O pacote de benefícios concedidos aos parceiros do espaço oferece outras propriedades de mídia. Por meio da Unyca TV Corporativa, são desenvolvidos para as empresas conteúdos diferenciados de mídia e projetos especiais de tecnologia para o espaço.

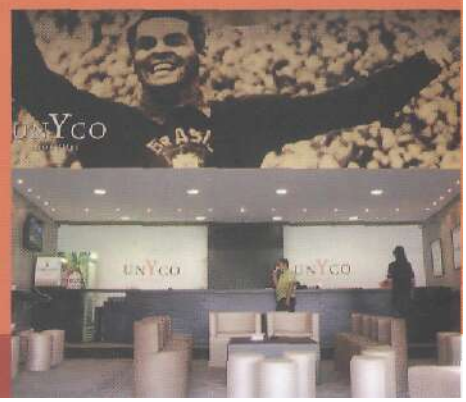
Ainda neste ano, o Espaço Unyco poderá estar presente em outros grandes eventos esportivos como o Grande Prêmio do Brasil de Fórmula-1, o Grand Champions Brasil de Tênis, e torneios da Quinta da Baroneza Golfe Clube.

turismo

A Associação Brasileira da Indústria de Hotéis e a SPTuris firmaram uma parceria inédita com o Espaço Unyco Morumbi que pela primeira vez colocará um estádio paulista de futebol na rota oficial do turismo do Estado. Serão oferecidos a executivos e turistas pacotes que permitam a visita ao estádio durante jogos do Campeonato Paulista, do Campeonato Brasileiro, da Copa do Brasil e da Taça Libertadores da América.

Em fevereiro, durante a partida entre São Paulo e Ponte Preta, 300 proprietários de hotéis do Estado foram recebidos por Marcelo Neves, empresário idealizador do projeto Unyco; Caio Carvalho, Presidente da SPTuris; Claury Alves da Silva, Secretário Estadual de Esporte, Lazer e Turismo; e Maurício Denardino, Presidente da ABIH, para a apresentação do projeto "Nosso Turismo Paulista".

"São Paulo saiu na frente. Já estamos preparando este estádio para a Copa, temos oportunidade de atrair os turistas para cá e, a partir do futebol paulista, também mostrar aos visitantes os outros eventos da cidade", destacou o Claury Alves da Silva.



Novo conceito de marketing de relacionamento lançado no Morumbi, **Free shop: promoções e eventos**, São Paulo, p. 58-61, 2009.