

Guarani segura marketing por situação esportiva

Eduardo Lopes

O Guarani está longe de viver seus melhores momentos no gramado. O clube amarga 17ª posição da Série B do Campeonato Brasileiro e está na zona de rebaixamento para a Série C. Agora, o marketing do clube se esforça para achar meios de chamar o torcedor sem frustrá-los.

O clube tem jogado na Arena Fonte Luminosa, em Araraquara, devido à suspensão sofrida após os tumultos no clássico contra a Ponte Preta. Já foram realizadas duas partidas, e mais três ainda serão disputadas.

Nesse caso, diferentemente do que acontece com a Ponte Preta, o clube tem adotado discrição. O rival fez ações em Araraquara, convocando os torcedores locais a comparecerem no estádio. Já o Guarani fez o que considerou apenas uma "obrigação".

Entende-se como essa obrigação dar suporte aos associados e dirigentes para irem até Araraquara. Como forma de compensar o torcedor, o clube tem dado descontos nos ingressos e tem oferecido transporte até a cidade vizinha, como forma de compensação.

Para o retorno a Campinas, no entanto, os planos esbarram na situação do time. "Se emendarmos dois, três vitórias, é mais fácil fazer ações. Caso contrário, ficamos preso. Fazer uma grande convocação com a equipe ruim pode causar uma frustração maior no torcedor", ponderou o diretor de marketing do Guarani, Mercival Piron.

Fonte: Máquina do Esporte, 26 ago. 2011. [Portal]. Disponível em: <<http://www.maquinadoesporte.com.br>>. Acesso em: 29 ago. 2011.

A utilização deste artigo é exclusiva da Máquina do Esporte