

CRIATIVIDADE & MÍDIA

Editora: Eliane Sobral criatividade@brasileconomico.com.br

BSB e TopBrands se unem em gestão de marcas esportivas

Alexandre Rezende

Fábio Suzuki

fsuzuki@brasileconomico.com.br

As empresas Brunoro Sport Business (BSB) e TopBrands vão atuar em conjunto na gestão de marcas ligadas ao segmento esportivo, um negócio cujas oportunidades têm crescido muito no país por conta da Copa do Mundo de Futebol 2014 e dos Jogos Olímpicos 2016. A intenção das companhias é oferecer ao mercado um plano estratégico eficiente, que alie as características da marca trabalhada à modalidade esportiva que melhor se enquadre à sua atuação, e com um plano de comunicação adequado aos seus objetivos.

“Não havia uma ferramenta de branding voltada para o esporte. O foco é entender o perfil da marca e como se posiciona para montar uma estratégia sob medida”, afirma Ricardo Hinrichsen, diretor de Novos Negócios da BSB, ao comentar que a prestação de serviços será destinada para atletas, clubes, entidades e até para empresas de outros segmentos interessa-



das em investir no esporte. O método utilizado na parceria foi denominado de “Sports Branding Strategy+Action”, e o primeiro projeto da iniciativa está sendo realizado para a Confederação Brasileira de Basquete (CBB).

“São visões complementares. A BSB com a expertise de gestão e nós com o conhecimento em branding”, aponta Eduardo Muniz, sócio-diretor da consultoria em marcas TopBrands.

Segundo ele, trabalhar com a imagem de um produto ou empresa ligada a modalidades esportivas difere de todas as outras áreas pelo envolvimento da paixão em qualquer disputa esportiva.

“Há uma diferença no nível de vínculo e envolvimento que está muito acima de outros negócios e isso obriga a ter um planejamento mais cuidadoso”, comenta Muniz. ■

MATÉRIA