

Relatório de diretoria 2023

Marketing & Comunicação

Em 2023, a equipe de Marketing e Comunicação do Paulistano aumentou sua atuação. Para impulsionar a expansão e fortalecimento da marca no mercado e aprimorar a experiência dos associados, aumentar as receitas e reforçar nossas modalidades, a equipe concentrou esforços em diversos aspectos-chave.

Os canais oficiais foram ampliados e as ações, nas mais diversas frentes e formatos, chegaram a resultados que reforçam o caminho positivo.

Estivemos presentes nos cerca de 770 eventos (shows, espetáculos, apresentações e jogos esportivos, entre outros) realizados pelo Clube ao longo do ano. Destacamos a presença *in loco* na final do Campeonato Paulista de basquete, com o Paulistano/CORPe Saúde campeão, além dos CBI (Campeonato Brasileiro Interclubes) e Nacionais realizados em casa, que foram do polo aquático à ginástica de trampolim, por exemplo, com cobertura *on-line* e imediata.

Produção de materiais

Foram disponibilizados, em todos os dias do ano, **mais de 12 mil conteúdos** inéditos, publicados e compartilhados nos 14 canais oficiais, seja internamente (como telas de TV, entre outros), seja externamente (site e redes sociais, entre outros), em todos os formatos (áudio, foto, texto e vídeo) e estilos disponíveis.

As ações iniciadas para tornar o site **paulistano.org.br** como principal canal trouxeram retorno expressivo: crescimento de +143% em usuários únicos (para cerca de 59 mil/mês). Inauguramos novos formatos neste ano, como os Webstories (com foco mais visual para histórias e fatos) e as “bolinhas” na home (aumentando e hierarquizando temas). Também reestruturamos e reformulamos páginas e espaços continuamente (como a “programação do cinema” e “horários e telefones”), e passamos a disponibilizar em tempo real dados de acessos (Clube, garagem e academia), além de atualizar e ajustar linguagens e estilos (como adotar o uso de emojis).

No site temos a **Paulistano Rádio** (também no Spotify), que em mais de 20 áudios, teve mais de 2 horas de novos conteúdos. Na **Paulistano TV** chegamos a 74 vídeos produzidos e publicados apenas neste canal (via YouTube), com aumento de 59% nas interações e 75 mil visualizações.

Ao todo (interno e externo), mais de 230 **vídeos** finais foram compartilhados, com mais de 340 horas de imagens e sons, em sua grande maioria inéditos. Há aumento na demanda e perspectiva de crescimento para o formato, também construído de acordo com o objetivo do material e do espectador.

Outro canal que se beneficia do site do Clube são as **listas de distribuição** (WhatsApp e Telegram). Só no último ano a “Agenda” teve +17,53% a mais de perfis adicionados, enquanto o



“Notícias” somou +12,52%. Juntos, são 2,6 mil perfis cadastrados recebendo em média 3 informações diferentes (cada canal), diariamente.

Como destino, o site também recebe acessos dos **QR Codes**, onde passamos de 76 mil varreduras (leituras dos códigos) no ano, mantendo expressiva a média de 5 mil/mês.

E a newsletter **Acontece no Paulistano** (envio por e-mail a mailings direcionados) chegou a 46,54% de abertura média/mês [a média de mercado está entre 6% e 10%], aumento de 10,94% em relação ao ano anterior. O produto recebeu novo design, integrado à identidade visual do Clube.

Produzimos também materiais para a **tela do Cinema**, em dois produtos: o estreante Minuto CAP (acontecimentos, comunicados e eventos) e a Agenda da Semana (com os eventos a acontecer). Foram 52 edições sempre inéditas, com cerca de 5min cada.

A **revista Paulistano**, na versão impressa (mensal), manteve suas 12 edições e neste ano teve mais páginas, 84 em média por edição (eram 66, em 2021). Considerando a tiragem (11 mil), o aumento de 198 mil páginas é expressivo. Em sua versão digital, a publicação manteve a média mensal de cerca de 1,8 mil acessos (diretos e/ou via buscas). Iniciamos ainda a produção de capas personalizadas, com uso em momentos de conquistas e celebrações especiais.

Redes sociais

Os **canais institucionais** tiveram desempenho acima das médias de mercado. Destacamos que, no Instagram, +45,73% de novos seguidores; no Facebook, chegamos a 14% de média/mês em interações, aumento de 442%; X (ex-Twitter), aumento de 20% nas interações; no TikTok, passamos de 54 mil visualizações em vídeos (canal ainda em crescimento); e LinkedIn tivemos +9,4% de interações, com +14,6 mil visualizações do perfil.

Os perfis excepcionais que são administrados por MKT&COM também acumularam ganhos expressivos. No primeiro ano efetivo com o **basquete** (Paulistano/CORPe Saúde), com mais de 2,3 mil conteúdos publicados, as interações aumentaram em todas as redes: para +172% no Instagram (com +6,4 mil novos seguidores); +54,5% no Facebook; +2,6% no X (ex-Twitter); e +18,96% no TikTok. Destacamos a mudança de design realizada e o impulso orgânico com a conquista de títulos na temporada.

No **CAP Athletico**, o desempenho também se repetiu na média de interações mensais: 53,3% no Instagram; 9,4% no Facebook e 1,12% no X (ex-Twitter), em cerca de 600 conteúdos publicados.

Atendimento a solicitações

Pelo sistema interno de pedidos (**Movidesk**), MKT&COM teve mais 2,3 mil chamados registrados no ano, pelos mais diversos temas e áreas do Clube. Importante ressaltar que, de maio em diante, a média ficou na margem de 200 pedidos por mês, sendo preciso mais de três ações para que fossem resolvidos (ideal é sempre ficar em, no máximo, duas). Há ainda, não contabilizados,



inúmeras solicitações recebidas por outros meios (como telefonemas, e-mail e WhatsApp), que sempre reforçamos para serem executadas pelo sistema.

Com 35 aparelhos em 14 pontos estratégicos pelo Clube, as **telas/totens** passaram por reorganização no final do ano, para melhorar e qualificar a visibilidade e entrega do que é disponibilizado. Mais de 1,1 mil cartazes digitais foram veiculados.

Recebemos ainda 94 **demandas externas** ao longo do ano, do Brasil e do exterior, todas com respostas compartilhadas. Entre os mais diversos temas (por dúvidas de associados ou usos de espaços para gravações comerciais a posicionamento em casos de crise), o basquete é disparado o mais procurado, com 57% (ou 54 pedidos).

Canal segmentado

O **WhatsCAP** (chatbot, o assistente virtual de atendimento a associados e interessados) segue com cerca de 90% de interações respondidas (para cerca de 4,3 mil usuários) em 2023, com média de 771 sessões/mês. O pedido por boletos corresponde a mais de 28% destas interações no ano.

Negócios em expansão

Cerca de 120 novas empresas foram prospectadas, em ampla gama de segmentos, fechando mais de 200 campanhas, incluindo mídias digitais, anúncios e ativações; 19 patrocinadores foram estrategicamente atendidos, e o ano terminou com a renovação de 8 deles; além de consolidarmos colaborações com seis novas agências.

Destaque ainda para a inédita parceria no fornecimento de material esportivo para o basquete, com a Champion. E a captação integral de projeto de incentivo, alcançando 100% da meta estabelecida, o que fortaleceu ainda mais o modelo de negócios do Paulistano.

Números

Como resultado gerencial em 2023 a Diretoria de Marketing e Comunicação arrecadou **R\$7.192.870,99**, receita **94,56%** acima da meta orçamentária e **20,38%** a mais que 2022, com um *saving* orçamentário de R\$668.000,00.

Projetos entregues

O mural do Ginásio Marcello Borba, no 1.º andar do Edifício Paulistano 120, foi escolhido via concurso aberto, e entregue em julho/2023. Foram inscritos 36 projetos, com o projeto vencedor definido por comissão (do artista plástico Rogério Pedro) de associados.



Apresentamos ainda um guia de design para a nova identidade visual dos locais no Paulistano; iniciamos a produção de um Manual de Crise; estruturamos a coleta de estatísticas dos canais oficiais; e muitos outros produtos disponibilizados para públicos específicos, de acordo com o tema e necessidade.

Conheça mais sobre o trabalho de MKT&COM, no QR Code (ou link) abaixo:



<http://bit.ly/mktcom-paulistano-2023>

Caio Frizzo Salem

Vice-Presidente

Luis Leonardo Loconte Ferrari

Diretor de Marketing & Comunicação

Bruno Aventurato

Gerente de Marketing & Comunicação

