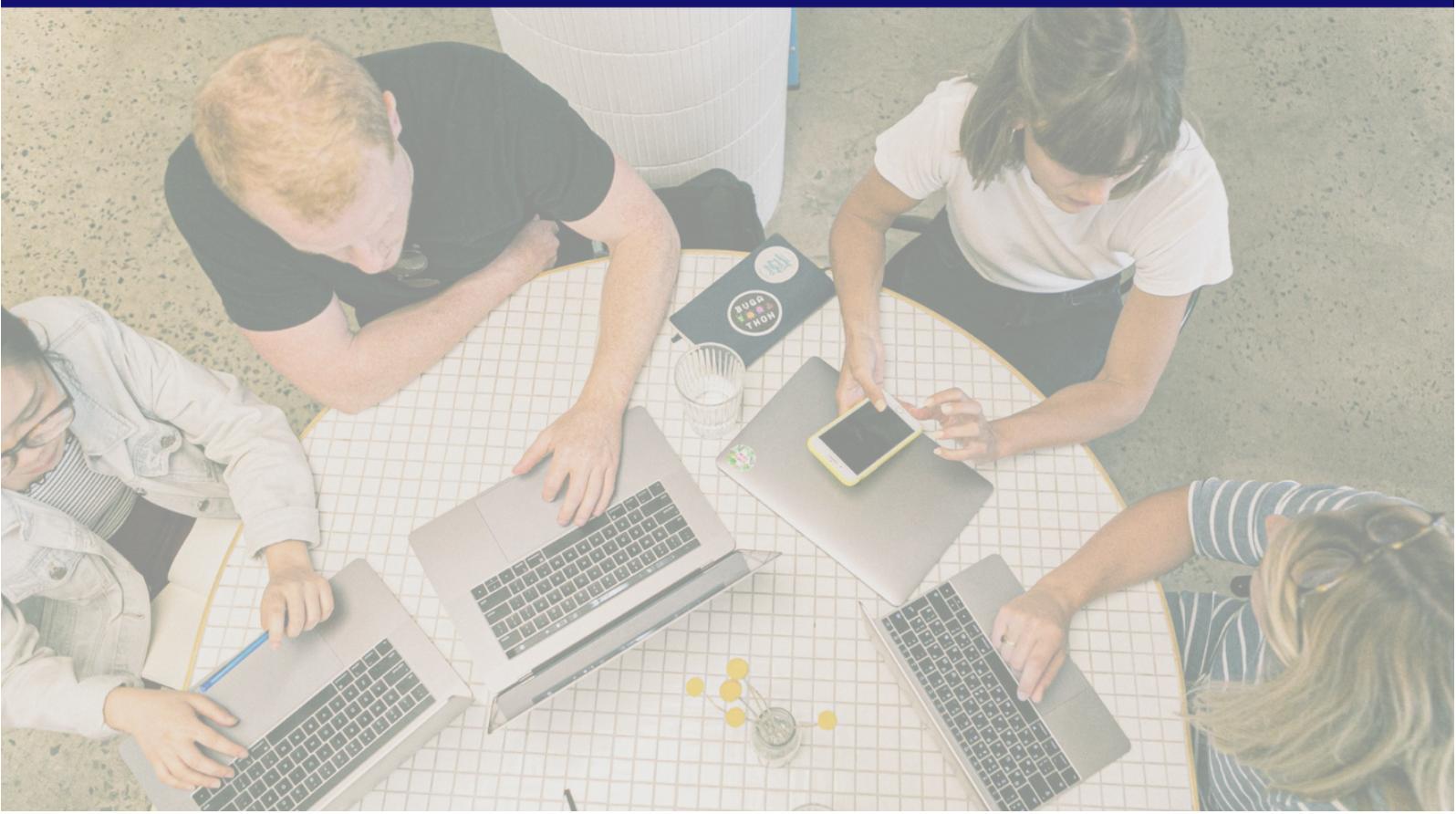




2022

**PROJETO DE CONSULTORIA
EMPRESARIAL**



UNIFEOB

Centro Universitário da Fundação de Ensino Octávio Bastos

ESCOLA DE NEGÓCIOS

ADMINISTRAÇÃO

PROJETO DE EXTENSÃO

MARKETING

BLT HORSE RACING

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

MAIO, 2022

UNIFEOB
Centro Universitário da Fundação de Ensino Octávio Bastos
ESCOLA DE NEGÓCIOS
ADMINISTRAÇÃO
PROJETO DE EXTENSÃO
MARKETING
BLT HORSE RACING

MÓDULO DE MARKETING

Gestão do Composto de Marketing – Prof. Almir Abreu

Comportamento do Consumidor – Prof. Dirceu Fernandes Batista

Marketing Digital – Prof. Marcelo Alexandre Correia da Silva

Pesquisa Mercadológica – Prof. Marcelo Alexandre Correia da Silva

Projeto de Marketing – Prof. Renata E. de Alencar Marcondes

Alunos:

Bruna Cristina da Silva RA: 20000328

Gabriel Rigon Grilo RA: 20000181

Lilian Vitória Feliciano RA: 20000502

Luiz Gabriel Simionato RA: 20000371

Rafaella Maldonado de Sousa RA: 20000185

Shirley de Oliveira Abreu RA: 20001580

Vanessa Toratti RA: 20001306

Mentor:

Thalles Leandro Ferreira

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

MAIO, 2022

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	5
2 DESCRIÇÃO DA EMPRESA	6
3 METODOLOGIA	7
3.1 PESQUISA MERCADOLÓGICA	7
3.2 COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR	8
4 RESULTADOS	10
5 CONCLUSÃO	11
REFERÊNCIAS	12
ANEXOS	13

1 INTRODUÇÃO

Como proposta do nosso trabalho, gostaríamos de desenvolver as matérias vistas nos módulos de administração e colocando em prática tudo aquilo que aprendemos nas aulas, visando focar de forma objetiva na resolução dos problemas relacionados ao Marketing Empresarial.

Trazer boas estratégias de marketing vistas nas aulas e analisando aquilo que pode ser implementado.

Considerar todo o mercado em que a empresa está inserida, trazendo informações sobre o ramo de aposta em corridas de cavalos e o porque esse ramo ainda sofre preconceito no Brasil ajudará a entender quais aspectos ainda devem ser colocados como ponto de atenção ao entrar nesse ramo de atividades.

Analisar o porquê de poucas pessoas conhecerem esse tipo de investimento e também buscar compreender como podemos levar a imagem da empresa para o maior número de pessoas, visando tanto o público que já está inserida nesse nicho por meio de outros tipos de apostas como, pessoas que não tem um conhecimento sobre o assunto e dessa forma, incentivá-los a iniciar em um novo tipo de investimento.

Visamos iniciar uma pesquisa sobre potenciais clientes e quais os principais perfis dessas pessoas que fazem esse tipo de aposta e também formas de como dar visibilidade a BLT Horse Racing.e o principal, explicar como todo esse mercado funciona.

Analisar projeções sobre o cenário atual e futuro desse ramo e qual tem sido a forma mais inteligente e eficaz de atrair possíveis clientes para esse tipo de negócio.

2 DESCRIÇÃO DA EMPRESA

A Empresa foi fundada no dia 01/12/2020 pelos empresários e investidores Leonardo Borges Quintão e Thalles Leandro Ferreira e seu CNPJ é 41.791.565.0001-11.

A empresa tem como Missão ajudar o maior número de pessoas a entender a mecânica do mercado com um método sólido, assim, fazer com que tenham a possibilidade de crescer o seu patrimônio financeiro, bem como ter uma melhor qualidade de vida.

Os valores são: Honestidade, Humildade, Constância, Paixão pelo esporte, pelos animais e pela vida. E sua visão é ser a maior e melhor empresa de trading de corridas de cavalos e com isso atingir o devido respeito.

Uma breve explicação do que se trata o serviço prestado pela empresa é o acompanhamento em tempo real das Horse Racing (Corridas de Cavalo) e utilizando de Análises e Sinais para que sejam feitas as entradas (Apostas). Dessa forma a movimentação de dinheiro é muito variável e depende das quantias que foram apostadas chegando a até apostas de milhões. Ou seja, o investimento da empresa é a aposta realizada em um ativo (Cavalo) e acertar o resultado para que assim o investidor tenha o seu lucro nesse meio.

Explicando de forma rápida existem tipos de mercado onde você varia onde realizar suas apostas e escolher a melhor para o seu tipo de investimento existem os Win (Vitória), onde só a retorno (aposta ganha) em caso de vitória do cavalo selecionado. Já a Lay, a aposta acontece contra um cavalo selecionado, retorno ocorre quando o cavalo perde.

A empresa disponibiliza o seu serviço para que os resultados sejam certos e garanta um lucro para seus clientes, os Sinais mencionados acima é o que nos ajuda a ter uma opção de qual Cavalo poderá ser o vencedor. Junto dos sinais a empresa também disponibiliza as planilhas para que o próprio cliente esteja com confiança e quiser tentar fazer uma entrada e sair vitorioso.

3 METODOLOGIA

Identificamos uma falha severa em sua forma de se comunicar com o público alvo nas mídias sociais, pois ele não está ativo nos maiores meios de engajamento para o seu negócio. Dito isso, o grupo cogitou que o primeiro passo é inserir sua marca em alguns veículos de comunicação como: Instagram, Tik Tok, Youtube e Twitch.

Ao tratar de ações de marketing digital, é preciso ter em mente fatores que englobam desde a estrutura física e organizacional de uma empresa até as bases do comportamento humano, passando pelo estudo de tendências de mercado, pelo acompanhamento das ferramentas de software atuais (lançamentos, alterações de rotina e mudanças súbitas), ter noção dos últimos acontecimentos atrelados à economia mundial e mais uma série de fatores. Tudo isso pode servir de base para que as suas ações possam ser adequadamente avaliadas. (CARDOSO; SALVADOR, 2015, p.102).

Começamos a integrar sua marca em todas as redes sociais mencionadas, após isso, seria necessário buscar o maior número de seguidores que possuem interesse no ramo de apostas. Para conseguir isso, primeiro iríamos estudar formas de trabalhar com o tráfego pago, uma forma muito utilizada nos dias de hoje tanto por grandes empresas como as que estão em seu início. Com isso o engajamento da página em ambas plataformas teriam destaque e com isso aumentando o número de acessos e dessa forma o número de seguidores.

O grupo busca também que a empresa comece a realizar lives explicativas sobre como funciona o meio de apostas de cavalos, como são feitas e também brevemente explicando como apostar, de uma forma que desperte o interesse do seguidor de querer fazer parte do seu negócio, as lives também poderiam ser feitas simultaneamente no Youtube ou Twitch.

3.1 PESQUISA MERCADOLÓGICA

O mercado de apostas é bastante lucrativo, mas sofreu bastante com a pandemia de COVID 19, levando ao cancelamento de vários eventos importantes. As casas de aposta compõem uma parte importante da economia do Setor, só no Reino Unido, cerca de 100 mil pessoas apostam nesse tipo de corrida.

O esporte conhecido como Turfe tem sua origem na Inglaterra no século XVII, com a popularização os ingleses começaram a importar animais de diversas partes do mundo, principalmente do Oriente Médio e da África. Já no Brasil a prática surgiu no século XIX.

É interessante ressaltar como o mercado está crescendo cada vez mais, principalmente nos EUA, onde a prática tem sido cada vez mais vista com bons olhos após a sua legalização em 2018. Dito isso, é possível analisar no gráfico (Anexo 2) que a tendência é de um crescimento muito positivo até 2028 para investidores desse ramo no segmento americano.

Atualmente o esporte não conta com tanta popularidade, mas continua firme e forte e tem status de “esporte de elite”. No Brasil esta prática esportiva é regularizada através da Lei 7291/84 que prevê uma regulamentação desde recolhimento das apostas até a criação dos cavalos.

As apostas esportivas se tornaram uma atividade consolidada que cresce 11,5% a cada ano. Em 2020, o mercado global foi avaliado em US \$59,6 bilhões - podendo chegar até US \$127,3 bilhões em 2027. O aumento na busca pelas palavras e termos relacionados acompanha a curva de crescimento do investimento publicitário das marcas no mercado de apostas mostrada no (Anexo 1), de todos os meios, no Brasil, os números também são animadores.

Os principais motivadores para as apostas esportivas são DIVERSÃO, RENDA e CONEXÃO.

- Para 60%, apostar é uma forma de diversão

- 52% utilizam para aumentar a renda

- 1/3 aposta para se conectar ou socializar com amigos

- 12% dos respondentes declararam que as apostas esportivas são sua principal fonte de renda.

A tendência é que no Brasil essa prática se torne cada vez maior, já que a desvalorização do real, interfere muito na qualidade de vida das pessoas, e por conta disso é muito plausível que esse setor seja visto com bons olhos como uma forma de renda extra.

“O mercado de apostas esportivas no Brasil alcançou R \$7 bilhões em 2020, mesmo com a pandemia que paralisou boa parte dos jogos. Entre 2018 e 2020, o setor cresceu de R \$2 bilhões para R \$7 bilhões”. (Mktesportivo, 2020)

3.2 COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR

No mundo das apostas esportivas se tem um leque grande de perfis de diferentes apostadores, alguns se propõem em apostar apenas por hobby e outros apostam principalmente por lucro, onde está o foco da BNT horse Racing, apostas esportivas são uma grande febre que não para de aumentar em todo mundo. Por certo a tendência é que cada dia mais pessoas se aventurem pelas apostas online e cada vez mais pessoas procurem consultorias para serem certeiras em suas jogadas. As apostas esportivas se tornaram uma atividade consolidada que cresce 11,5% a cada ano. Em 2020, o mercado global foi avaliado em US\$59.6 bilhões - podendo chegar até US\$127,3 bilhões em 2027. No Brasil, os números também são animadores. Com a regulamentação das apostas esportivas, o país poderá se tornar um dos principais mercados do mundo, levando em conta o tamanho da população e a paixão do povo brasileiro por esportes. (Grand View Research, 2020)

Para quem acha que nesse mercado o que te faz lucrar seja a sorte está muito enganado, para conseguir ter uma constância junto do lucro é necessário conhecimento e estudo referente ao tipo de aposta no qual você está entrando. Peguemos o tipo de aposta da empresa BLT Horse Racing, é um nicho dentro do segmento de apostas com foco em apenas corridas de cavalo. Dito isso, é compreensível que tanto a empresa como o consumidor entenda e tenha conhecimentos diversos sobre o tema, por isso, a empresa visa entregar cursos e sinais que ajudem no seu rendimento e assim cada aposta que você entre, a suas chances de ganhar seja maior.

É preciso entender que para entrar nesse mercado é necessário buscar estudo e que não será do dia para a noite que os lucros acontecerão. Apostas são como investimentos, porém se não tratados com seriedade e cuidado, você pode acabar perdendo dinheiro ao invés de lucrar. Desses seis anos que eu trabalho, eu me tornei lucrativo somente a partir do terceiro ano. Em meados de 2019, resolvi sair do emprego que eu tinha para me dedicar totalmente a isso e sobreviver com minha própria banca. (ANDRADE, 2022)

4 RESULTADOS

Considerando o quão rapidamente as informações avançam nos dias de hoje, utilizando os métodos que mostramos e explicamos acima, a tendência é que de forma gradativa mais pessoas comecem a “visitar” as suas redes sociais, como o Instagram que atualmente consta com um número de 2312 seguidores. Utilizando os Tráfegos Pago e Orgânico buscamos uma meta de aumentar o número de pessoas que já estão familiarizadas com esse segmento junto às que não têm conhecimento sobre o assunto. Vale ressaltar que, o foco de nossa consultoria visa o impulsionamento de sua marca, e combinado isso ao conhecimento e cursos disponibilizados pela empresa, as pessoas rapidamente entenderão os métodos utilizados e a forma de como é trabalhado pelos profissionais.

Outro ponto que levantamos que tem um grande potencial é o investimento em streaming em plataformas específicas para esse tipo de serviço como: Twitch e Youtube que são os grandes meios de comunicação para esse tipo de serviço prestado. Além que atualmente, lives são um dos meios de informação mais rentáveis nos dias atuais, o que ajudaria a empresa em seu capital e melhoraria ainda mais a comunicação entre ambos, mantendo assim, um bom relacionamento entre cliente e consumidor.

5 CONCLUSÃO

Analisando a situação da empresa, é compreensível citar que havia uma falta de comunicação entre cliente e novos consumidores, principalmente na entrega de informações para novas pessoas. Esse nicho de mercado é tratado como perigoso e enganoso pelas pessoas e por conta disso é cabível uma falta procura pelas pessoas. Claro que essa afirmação é o ponto mais delicado de se tratar já que, a palavra “Aposta” passa para as pessoas uma impressão errada de como é esse segmento. Lidar com esse tipo de “Preconceito” complica a entrada de novos clientes no mercado e melhorar essa visão geral das pessoas é um grande desafio. Por conta disso, um dos maiores desafios encontrados foi uma forma de lidar com esse tipo de crítica feita pelas pessoas e buscar atraí-los para a empresa. Uma das principais ideias seria o uso de streaming, onde os consumidores poderiam ver em tempo real a empresa fazendo o serviço e com isso aumentando a confiança e divulgando para novos clientes.

Um ponto delicado que devemos citar é a forma de como seria feito o marketing da empresa, pois, como dito anteriormente, as pessoas não levam muito a sério a palavra “Aposta” e por conta disso, poderia ter um efeito reverso onde não haveria um aumento significativo em seus clientes. Dessa forma, as imagens e as frases utilizadas para o marketing deveriam ser escolhidas com muita cautela para não só chamar a atenção do público como também, transmitir confiança em relação ao serviço que seria prestado.

Esperamos que, com a consultoria os resultados obtidos sejam positivos, com um aumento no número e expansão de clientes para o negócio, criar uma comunidade em torno da marca onde o nome da BLT HORSE RACING esteja com clientes fidelizados e que possam espalhar os resultados obtidos a fim de conquistar novos clientes.

REFERÊNCIAS

GLOBO, Inteligência de Mercado; GAREY, Rafael; PRADO, Glauber. **Grande pesquisa exclusiva da Globo oferece um perfil completo do apostador brasileiro**. 2021. Disponível em: gamesbras.com/apostas-online/2021/10/22/grande-pesquisa-exclusiva-da-globo-oferece-um-perfil-completo-do-apostador-brasileiro-26085.html. Acesso em: 01 mar. 2022.

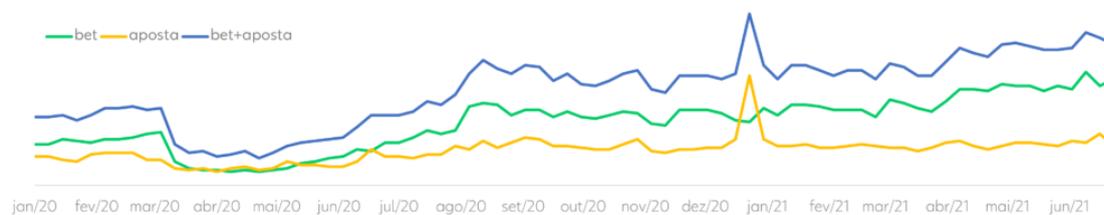
GLOBO, Inteligência de Mercado; GAREY, Rafael; PRADO, Glauber. **O MERCADO DE APOSTAS ESPORTIVAS: um panorama sobre o alcance global da atividade e o potencial dos players brasileiros. Um panorama sobre o alcance global da atividade e o potencial dos players brasileiros**. 2021. Disponível em: <https://gente.globo.com/o-mercado-de-apostas-esportivas/>. Acesso em: 10 mar. 2022.

ANEXOS

Figura 1

MERCADO EM ALTA

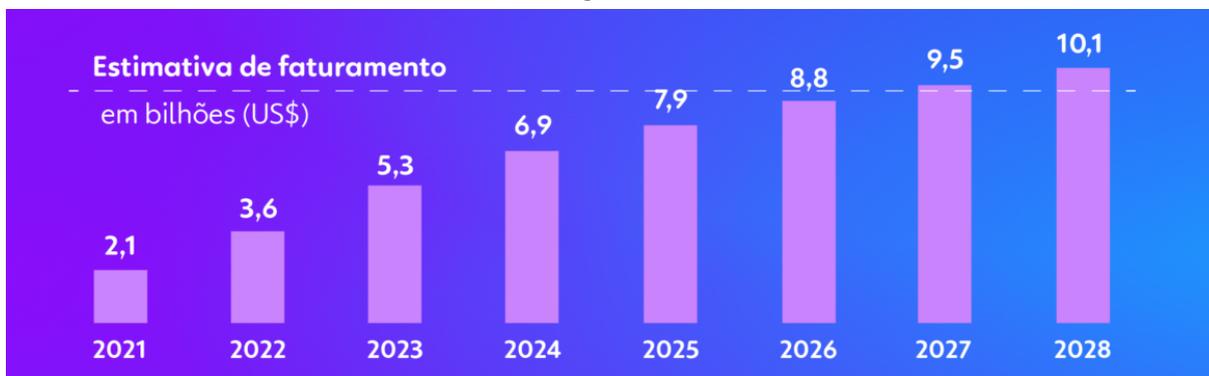
O aumento na busca pelas palavras e termos relacionados acompanha a curva de crescimento do investimento publicitário das marcas no mercado de apostas, de todos os meios.



Disponível em: <<https://gente.globo.com/o-mercado-de-apostas-esportivas/>>, <2021>

Acesso em: 10/03/2022

Figura 2



Disponível em: <<https://gente.globo.com/o-mercado-de-apostas-esportivas/>>, <2021>

Acesso em: 10/03/2022