



Flamengo Sem Fronteiras - Grupo de Estudo Temático

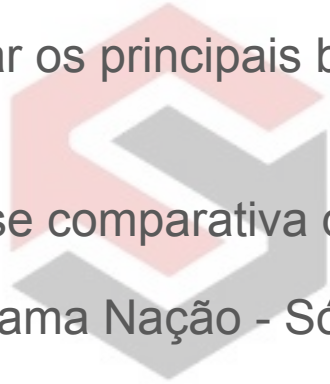
PROJETO DE RELACIONAMENTO COM ASSOCIADO E SÓCIO TORCEDOR



PROJETO DE ESTUDO - PLANO SÓCIO TORCEDOR

METODOLOGIA:

- . Avaliar os principais benchmarks: Principais Programas de Sócio Torcedor no Mundo
- . Análise comparativa dos programas
- . Programa Nação - Sócio Torcedor do Flamengo e seus Stakeholders
- . Criação de um novo Programa de Sócio Torcedor



FLAMENGO
SEM FRONTEIRAS

PROJETO DE ESTUDO

FLAMENGO E SEU PROGRAMA DE SÓCIO TORCEDOR

Quantidade de Sócios:
Aproximadamente 80.000
associados

Arrecadação Anual: 2020 - R\$ 62
milhões > 1º semestre de 2023 -
R\$ 45,4 milhões (8,7% da receita
do futebol do clube nesse
período).



PROJETO DE ESTUDO - PLANO SÓCIO TORCEDOR

Categorias

Nação Diamante: R\$ 325,40 por mês, com prioridade 1 na compra de ingressos, 50% de desconto no valor da meia-entrada, até três convidados (custo de R\$ 37,70 por convidado) e personalização grátis da camisa oficial. Oferece ainda cashback nas Lojas do Flamengo, assinatura FlaTV+, pacote FlaChip com 10GB de internet, 50% da mensalidade como cashback no Zé Delivery, 50% de desconto no Assist Card, 1.250 km de vantagens mensais, acesso prioritário ao Espaço Fla+ com chopp liberado e experiências exclusivas.

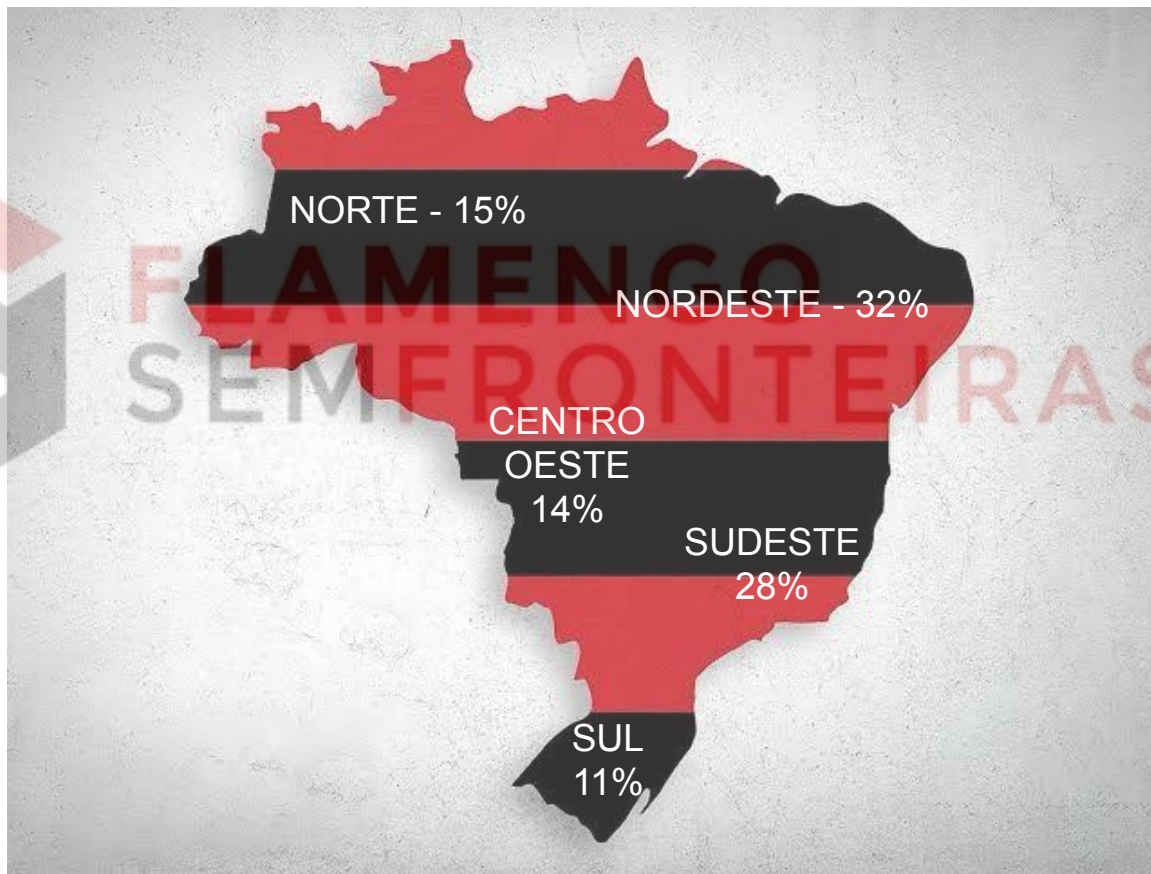
Nação Platina: R\$ 211,80 mensais, com prioridade 2 na compra de ingressos, 30% de desconto no valor da meia-entrada e até dois convidados (R\$ 37,70 por convidado). Este plano também inclui a personalização grátis da camisa oficial, cashback nas Lojas do Flamengo, assinatura FlaTV+, FlaChip com 10GB, 50% de cashback no Zé Delivery, desconto de 50% no Assist Card, 1.250 km de vantagens mensais, acesso ao Espaço Fla+ e experiências exclusivas.

Nação Ouro: R\$ 128,40 mensais, com prioridade 3 na compra de ingressos, 30% de desconto na meia-entrada e até um convidado por R\$ 37,70. Inclui personalização da camisa, cashback nas Lojas do Flamengo, assinatura FlaTV+, FlaChip com 10GB, 50% de cashback no Zé Delivery, 50% no Assist Card, 1.250 km de vantagens, e acesso ao Espaço Fla+.

Nação Prata: R\$ 61,00 mensais, com prioridade 4 na compra de ingressos e 20% de desconto na meia-entrada. Oferece ainda personalização da camisa, cashback nas Lojas do Flamengo, assinatura FlaTV+, FlaChip com 10GB, 50% de cashback no Zé Delivery, 50% de desconto no Assist Card, 1.250 km de vantagens e acesso ao Espaço Fla+.

PROJETO DE ESTUDO - PLANO SÓCIO TORCEDOR

PORCENTAGEM DE
TORCEDORES DO
FLAMENGO POR
REGIÃO
(DADOS 2024)



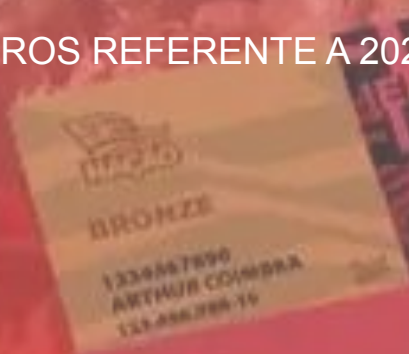
PROJETO DE ESTUDO - PLANO SÓCIO TORCEDOR

NAÇÃO DIAMANTE	NAÇÃO PLATINA	NAÇÃO OURO	NAÇÃO PRATA	NAÇÃO BRONZE
1 Prioridade 1 na compra de Ingressos	2 Prioridade 2 na compra de Ingressos	3 Prioridade 3 na compra de Ingressos	4 Prioridade 4 na compra de Ingressos	5 Prioridade 5 na compra de Ingressos
50% de desconto no ingresso sobre a meia-entrada	30% de desconto no ingresso sobre a meia-entrada	30% de desconto no ingresso sobre a meia-entrada	20% de desconto no ingresso sobre a meia-entrada	10% Direito no ingresso com meia-entrada
3 Até 3 convidados R\$ 35,00/cada	2 Até 2 convidados R\$ 35,00/cada	1 Até 1 convidado R\$ 35,00	-----	-----
Assinatura mensal gratuita da FlaTV+	Assinatura mensal gratuita da FlaTV+	Assinatura mensal gratuita da FlaTV+	Desconto de 50% na assinatura mensal da FlaTV+	Desconto de 50% na assinatura mensal da FlaTV+
1 Direção uma Camisa Oficial por ano	-----	-----	-----	-----
10% de desconto nas Lojas Oficiais do Flamengo	10% de desconto nas Lojas Oficiais do Flamengo	10% de desconto nas Lojas Oficiais do Flamengo	10% de desconto nas Lojas Oficiais do Flamengo	10% de desconto nas Lojas Oficiais do Flamengo
Personalização grátis na Camisa Oficial	Personalização grátis na Camisa Oficial	Personalização grátis na Camisa Oficial	Personalização grátis na Camisa Oficial	Personalização grátis na Camisa Oficial
Experiências, sorteios e rede de parceiros	Experiências, sorteios e rede de parceiros	Experiências, sorteios e rede de parceiros	Experiências, sorteios e rede de parceiros	Experiências, sorteios e rede de parceiros
R\$ 321,00 / mês*	R\$ 199,00 / mês*	R\$ 119,00 / mês*	R\$ 58,00 / mês*	R\$ 43,00 / mês*
UPGRADE	UPGRADE	UPGRADE	UPGRADE	UPGRADE

PROJETO DE ESTUDO - PLANO SÓCIO TORCEDOR

NÚMEROS REFERENTE A 2022

OURO: 26 MIL SÓCIOS



PRATA: 36 MIL SÓCIOS



PLATINA: 11 MIL
SÓCIOS



DIAMANTE: 8 MIL
SÓCIOS

PROJETO DE ESTUDO - PLANO SÓCIO TORCEDOR

Benchmark:

- 
- FLAMENGO
SEM FRONTEIRAS
- . SL Benfica - Red Pass
 - . Bayern de Munique - Hatze Socio
 - . Barcelona - Culers e Socis
 - . Manchester United - United Membership
 - . Manchester City - Cityzens
 - . Juventus - J1897 Membership
 - . Boca Juniors - Boca Socios
 - . River Plate - RiverID
 - . Palmeiras - Avanti
 - . Internacional-RS - Mundo Colorado
 - . Grêmio - Grêmio Sócio
 - . Atlético-MG - Galo na Veia

PROJETO DE ESTUDO - PLANO SÓCIO TORCEDOR

SL Benfica (Portugal)

Programa: Sócio

Diferenciais:

- Participação nas decisões do clube, com direito a voto.
- Acesso a eventos exclusivos e visitas ao museu do clube.

Critérios de Venda de Ingressos:

- Prioridade na compra de ingressos para jogos, especialmente em partidas de alta demanda.
- Descontos em bilhetes para jogos nacionais e internacionais.

Ofertas ao Associado:

- Descontos em produtos oficiais e parceiros comerciais.
- Participação em sorteios e promoções exclusivas.

Valor: Efetivo €12 mensais, Correspondente (> 50km de Lisboa) € 25 trimestral, Infantil € 3 mensais, Juvenil € 6 mensais.



PROJETO DE ESTUDO - PLANO SÓCIO TORCEDOR

Bayern de Munique (Alemanha)

Programa: Membro Oficial

Diferenciais:

- Participação ativa nas decisões do clube, incluindo direito a voto em assembleias gerais.
- Acesso a eventos exclusivos e visitas guiadas ao centro de treinamento.

Crítérios de Venda de Ingressos:

- Prioridade na compra de ingressos para jogos em casa e fora.
- Descontos aplicáveis em partidas selecionadas.

Ofertas ao Associado:

- Descontos em produtos oficiais e na Allianz Arena.
- Recebimento da revista oficial do clube.

Valor: Crianças e adolescentes (até 17 anos) 35,00 €, Jovens (18 a 25 anos) 45,00 €, Adultos (26-64 anos) 65,00 €, Idosos (65 anos ou mais) 35,00 €, Cartão de credenciamento para pessoas com deficiência (com cartão válido) 35,00 €



PROJETO DE ESTUDO - PLANO SÓCIO TORCEDOR

FC Barcelona (Espanha)

Programa: Sócio

Diferenciais:

- Participação ativa nas decisões do clube, incluindo eleições presidenciais.
- Acesso a eventos exclusivos e visitas ao centro de treinamento.

Crítérios de Venda de Ingressos:

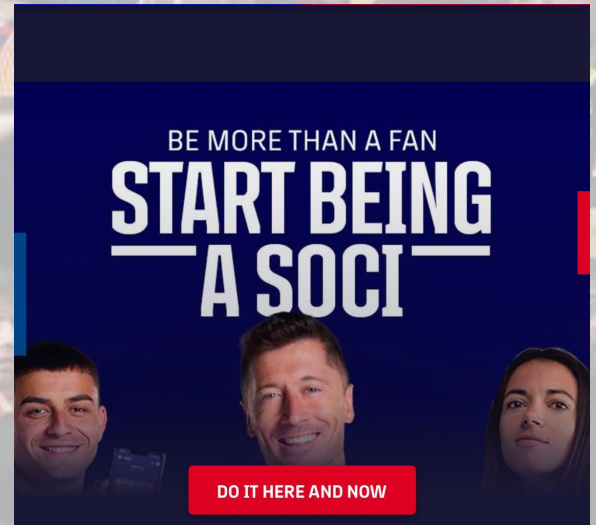
- Prioridade na compra de ingressos para jogos no Camp Nou.
- Possibilidade de adquirir abonos sazonais.

Ofertas ao Associado:

Descontos em produtos oficiais e no Museu do Barça.

Participação em atividades exclusivas para sócios.

Valor: Adulto: 219 €, Criança: 109 €, Criança com menos de 6 anos: 52 €



BE MORE THAN A FAN
**START BEING
— A SOCI —**

DO IT HERE AND NOW

PROJETO DE ESTUDO - PLANO SÓCIO TORCEDOR

Manchester United (Inglaterra)

Programa: United Membership

Diferenciais:

- Acesso a eventos exclusivos e sessões de autógrafos com jogadores.
- Conteúdos digitais exclusivos, incluindo entrevistas e bastidores.

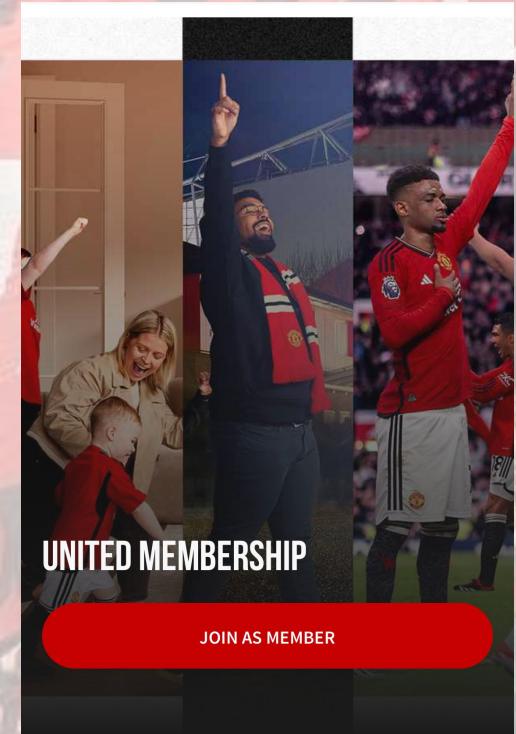
Crítérios de Venda de Ingressos:

- Prioridade na compra de ingressos para jogos em casa.
- Participação em sorteios para ingressos de jogos fora de casa e finais.

Ofertas ao Associado:

- Descontos em produtos oficiais e tours no Old Trafford.
- Kit de boas-vindas com brindes exclusivos.

Valor: Junior £20, Lite £35, Full Membership £40, Premium Membership £75, Forwarding (somente ingressos) £20 - todos por temporada.



PROJETO DE ESTUDO - PLANO SÓCIO TORCEDOR

Manchester City (Inglaterra)

Programa: Cityzens

Experiências Exclusivas com Jogadores:

- Participação em videochamadas com jogadores das equipes masculina e feminina.
- Oportunidade de enviar perguntas e interagir diretamente com os atletas.

Descontos e Acessos Prioritários:

- Descontos em produtos oficiais do Manchester City.
- Acesso prioritário a ingressos para jogos no Etihad Stadium.
- Participação em sorteios para experiências VIP em jogos e eventos.

Decisões e Participação no Clube:

- Envolvimento em votações e enquetes que influenciam decisões do clube, como design de uniformes e personalização de áreas do estádio.
- Oportunidade de escolher jogadores para atividades exclusivas, como controle das redes sociais por um dia.

\$CITY Fan Token:

- Acesso ao **\$CITY Fan Token**, desenvolvido em parceria com o Socios.com.
- Participação em promoções, jogos e votações exclusivas relacionadas ao clube.
- Possibilidade de ganhar recompensas VIP e produtos autografados.

Acesso Antecipado a Notícias:

- Informações exclusivas e antecipadas sobre contratações, lançamentos e eventos do clube.

Valores do Programa

- A adesão ao programa **Cityzens** requer inscrição no site oficial do Manchester City.
- Existem diferentes categorias de associação, que podem variar em benefícios e valores.
- O custo médio para adesão internacional gira em torno de **£20 a £35 anuais**, dependendo do pacote escolhido.

The image shows two promotional posters for Manchester City's Cityzens program. The left poster is blue and white, titled "8 MOTIVOS PARA SER UM Supporter" and lists benefits like discounts, access to events, and exclusive content. The right poster is blue and yellow, titled "SEJA MEMBRO COM Planos A PARTIR DE R\$ 15,00 anuais" and features a fan in a blue jersey.

PROJETO DE ESTUDO - PLANO SÓCIO TORCEDOR

Juventus (Itália)

Programa: J1897 Membership

Diferenciais:

- Acesso a eventos exclusivos e encontros com jogadores.
- Conteúdos digitais exclusivos e pré-vendas de novos produtos.

Critérios de Venda de Ingressos:

- Prioridade máxima na compra de ingressos para jogos em casa e fora.
- Possibilidade de participar de sorteios para ingressos de jogos importantes.

Ofertas ao Associado:

- Descontos em produtos oficiais e no Allianz Stadium.
- Kit de boas-vindas premium com itens exclusivos.

Valor: Kids €20, Junior €39, Young Membership €39, Stadium €45, Black & White €59, J1897 €189,7/anuais.



PROJETO DE ESTUDO - PLANO SÓCIO TORCEDOR

Boca Juniors (Argentina)

Programa: Sócio Adherente

Diferenciais:

- Possibilidade de se tornar sócio ativo após período de espera.
- Participação em eventos exclusivos e visitas ao estádio.

Crítérios de Venda de Ingressos:

- Acesso a sorteios para compra de ingressos em jogos de alta demanda.
- Descontos em partidas selecionadas.

Ofertas ao Associado:

- Descontos em produtos oficiais e visitas ao Museu de la Pasión Boquense.
- Participação em atividades exclusivas para sócios.

Valor: Os preços para ser sócio do Club Atlético Boca Juniors variam de acordo com a categoria e o tipo de abono.

Categorias

- **Activo:** Carnet de \$ 25.000 e cuota de \$ 25.000
- **Activa:** Carnet de \$ 24.900 e cuota de \$ 24.900
- **Cadete:** Carnet de \$ 24.000 e cuota de \$ 24.000
- **Menor:** Carnet de \$ 23.000 e cuota de \$ 23.000

Abonos

- Platea Alta Centro (F) \$592.200
- Platea Alta (G-J) \$592.200
- Platea Alta Extremos (H-I) \$491.600
- Platea Baja Central L (fila 1 a 22) \$909.600
- Sector K \$491.600
- Platea Dama - LD \$562.500
- Platea Media Central (A-B) \$1.154.600
- Platea Media Extremos (C-D) \$909.600

PROJETO DE ESTUDO - PLANO SÓCIO TORCEDOR

River Plate (Argentina)

Benefícios do Programa de Sócio-Torcedor

Prioridade na Compra de Ingressos:

- Os sócios têm acesso prioritário à compra de ingressos para as partidas, garantindo a possibilidade de assistir aos jogos no Estádio Monumental.

Acesso ao Clube:

- Direito de entrada nas instalações do clube, permitindo o uso de diversas dependências e participação em atividades sociais e esportivas.

Descontos e Benefícios Exclusivos:

- Descontos em produtos oficiais e serviços associados ao clube.

Participação em Eventos Exclusivos:

- Oportunidade de participar de eventos exclusivos para sócios, como encontros com jogadores, visitas guiadas e outras atividades especiais.

Valores e Categorias de Associação

Taxa: 250 reais e mensalidade de 100 reais

Importância do Programa para o Clube

O programa de sócio-torcedor é uma fonte significativa de receita para o River Plate, contribuindo para o desenvolvimento de suas atividades esportivas e sociais. Além disso, fortalece o vínculo entre o clube e seus torcedores, permitindo uma participação mais ativa na vida institucional do River Plate.

PROJETO DE ESTUDO - PLANO SÓCIO TORCEDOR

Palmeiras (Brasil)

Programa: Avanti

Diferenciais:

- Liderança no número de sócios-torcedores no Brasil, com mais de 180 mil membros ativos.
- Descontos significativos em ingressos e prioridade na compra para jogos decisivos.

Crítérios de Venda de Ingressos:

- Prioridade na compra de ingressos conforme a categoria do plano.
- Descontos que variam de 20% a 100% no valor dos ingressos.

Ofertas ao Associado:

- Descontos em produtos oficiais e na rede de parceiros.
- Participação em eventos exclusivos e experiências no Allianz Parque.

Valor: Planos a partir de R\$ 9,90 mensais. Prata 43,99, Prata Superior 81,70, Ouro 151,89, Plano Platina 272,37 reais/mês e Diamante 817,12 reais/mês



PROJETO DE ESTUDO - PLANO SÓCIO TORCEDOR

Internacional-RS (Brasil)

Programa: Nada Vai Nos Separar

Diferenciais:

- Terceiro maior número de sócios no país, com forte engajamento da torcida.
- Benefícios exclusivos para sócios colorados.

Critérios de Venda de Ingressos:

- Prioridade na compra de ingressos para jogos em casa.
- Descontos que variam conforme o plano e a partida.

Ofertas ao Associado:

- Descontos em produtos oficiais e em parceiros comerciais.
- Acesso a conteúdos exclusivos e participação em eventos do clube.

Valor:

- **Campeão do Mundo:** O plano mais caro, com mensalidade de R\$ 69
- **Nada Vai Nos Separar:** Mensalidade de R\$ 34
- **Academia do Povo:** Mensalidade de R\$ 12, para torcedores com renda de até dois salários mínimos, estudantes da rede pública ou beneficiários de programas sociais
- **Coloradinho:** Exclusivo para crianças até 11 anos e 11 meses, com isenção no ingresso para jogos



PROJETO DE ESTUDO - PLANO SÓCIO TORCEDOR

Grêmio (Brasil)

Programa: Sócio Tricolor

Diferenciais:

- Segundo maior número de sócios no Brasil, com destaque na região sul.
- Planos diversificados que atendem diferentes perfis de torcedores.

Crítérios de Venda de Ingressos:

- Prioridade na compra de ingressos conforme a categoria do plano.
- Descontos variáveis de acordo com o plano escolhido.

Ofertas ao Associado:

- Descontos em produtos oficiais e em estabelecimentos parceiros.
- Participação em eventos exclusivos e visitas ao centro de treinamento.

Valor: Planos de 29 a 335 reais. Sócio Infantil isento



PROJETO DE ESTUDO - PLANO SÓCIO TORCEDOR

Atlético Mineiro (Brasil)

Programa: Galo na Veia

Diferenciais:

- Crescimento significativo no número de sócios nos últimos anos.
- Planos que oferecem experiências únicas aos torcedores.

Crítérios de Venda de Ingressos:

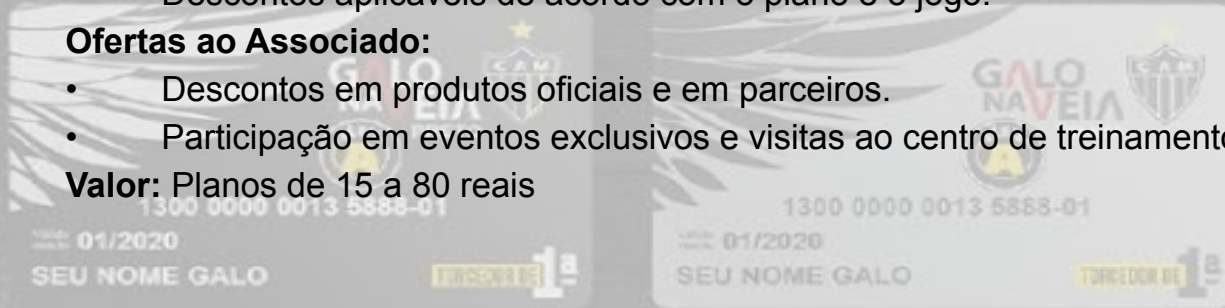
- Prioridade na compra de ingressos conforme a categoria do plano.
- Descontos aplicáveis de acordo com o plano e o jogo.

Ofertas ao Associado:

- Descontos em produtos oficiais e em parceiros.
- Participação em eventos exclusivos e visitas ao centro de treinamento.

Valor: Planos de 15 a 80 reais

	PRIORIDADE VENDA DE INGRESSOS			
JANELAS	1ª JANELA	2ª JANELA	3ª JANELA	4ª JANELA
PRIORIDADES	Prioridade 1	Prioridade 1+2	Prioridade 1+2+3	Prioridade 1+2+3+4
VENDA	Online	Online	Online	Online e Física
CATEGORIAS	Forte e Vingador Preto	Forte e Vingador Preto Prata	Forte e Vingador Preto Prata Branco	Todos os planos Não sócios



PRETO

PRATA

BRANCO

PRECISAMOS DE UM NOVO PROGRAMA DE SÓCIO TORCEDOR ???



PROJETO DE ESTUDO - PLANO SÓCIO TORCEDOR

. É preciso ouvir:

- O Sócio Torcedor
- O Associado do Clube
- O Torcedor

. Demandas

. Propostas

. Elogios

. Críticas



FLAMENGO
SEMFRONTEIRAS

PROJETO DE ESTUDO - PLANO SÓCIO TORCEDOR

Realizamos uma pesquisa com 302 torcedores do clube e as principais demandas são:

- Valor dos planos
- Falta de um plano especial para o OffRio e para quem mora fora do Brasil (sem CPF)
- Falta de um plano sem direito a ingresso
- Cambismo virtual
- Falta de experiências e de benefícios para quem mora fora do Rio de Janeiro
- Não existir opção de devolução do ingresso adquirido
- Troca de ingressos entre STs (Ticket Exchange)
- SAC e Call Center não atendem ao consumidor
- Prioridade dos planos em detrimento em quem participa do programa a mais tempo
- Forma e modalidade de pagamento do plano contratado
- Dependentes não poderem ser trocados a cada jogo



O LAMENGO DO POVO, NÃO DE POUCA\$

PROJETO DE ESTUDO - PLANO SÓCIO TORCEDOR

METODOLOGIA PARA PRIORIZAÇÃO DE VENDA DE INGRESSOS

Critérios de prioridade:

- 1 - Planos mais caros > mais baratos
- 2 - Sócios mais antigos > mais novos
- 3 - Sócios mais assíduos > menos assíduos

Linha de Corte:

Plano: Diamante > Platina > Ouro > Prata > Bronze

Tempo de Associação (considerando os 12 anos de ST): 1º (12 a 9 anos) > 2º (8 a 5 anos) > 3º (4 a 1 ano)

Frequência de Jogos: Média de jogos em casa (36 partidas) - 1º (36 a 25 partidas) > 2º (24 a 13 partidas) > 3º (12 a 1 partida)

Definição de Prioridades - Acúmulo de pontos:

Por Plano: Diamante (50) > Platina (40) > Ouro (30) > Prata (20) > Bronze (10)

Tempo de Associação: 1º (12 a 9 anos) - 36 a 27 > 2º (8 a 5 anos) - 24 a 15 > 3º (4 a 1 ano) - 12 a 3

Frequência de Jogos: 1º (36 a 25 partidas) > 2º (24 a 13 partidas) > 3º (12 a 1 partida) - 1 ponto por partida

Somatório de pontos define prioridade

PROJETO DE ESTUDO - PLANO SÓCIO TORCEDOR

Como parte da profissionalização do clube e de seus departamentos, a fim de valorizar o maior ativo do clube, o seu torcedor, seja ele associado ou não do clube, entendemos que é necessário:

- Contratação de um diretor profissional para a gerência desta pasta.
- Total reformulação no Programa Nação, com a parceria da iniciativa privada de empresas do âmbito nacional e internacional, a fim de manter-se conectado com o torcedor, seja onde ele estiver, no Brasil ou fora dele.
- Otimização do relacionamento do programa com o seu sócio.
- Interação permanente do programa com o seu sócio, com a criação de uma plataforma/aplicativo, onde ele tem todos os acessos do seu plano, compra de ingressos, retirada de experiências conforme a sua categoria.
- Matchday: Para Associados do Clube: Encontro com jogadores, café da manhã ou almoço, sessão de fotos e autógrafos, e sorteios de ingressos. Para ST: sorteio das experiências com o elenco.
- Parceria com empresas aéreas ou empresas de turismo para pacotes e passagens aéreas para os associados e ST, conforme a sua categoria.
- Sorteio de um número limitado de ingressos para o associado do clube.
- Sorteio de pacotes de viagem para os associados do clube e ST que residem fora da região metropolitana do Rio de Janeiro com ingressos, transporte e hospedagem.

PROJETO DE ESTUDO - PLANO SÓCIO TORCEDOR

Relacionamento e Matchday - Associado, Sócio Torcedor e Torcida Organizada

Necessidade da valorização do associado do clube, bem como associado do Programa Nação e a Torcida Organizada no dia a dia e em dia de jogo. Ações de relacionamento.

- Centro de Treinamento George Helal - Ninho do Urubu:
 1. Associados do Clube com agendamento, via aplicativo, para visitação nas áreas liberadas pré-determinadas pela direção do CT
 2. Associados do programa Nação com sorteio, via aplicativo, para visitação nas áreas liberadas pré-determinadas pela direção do CT
- Sede do Clube de Regatas do Flamengo: Sorteio para o Associado do Programa Nação e agendamento para o Associado do Clube para Tour na sede do Clube e visitação na Fla Memória, visando a valorização da história do Clube de Regatas do Flamengo.



PROJETO DE ESTUDO - PLANO SÓCIO TORCEDOR

Match Day - Rio de Janeiro:

1. Sorteio, via aplicativo, para o Associado do Clube e do Programa Nação, de encontro com jogadores pré-determinado durante café da manhã e almoço, para sessão de fotos e autógrafos.
2. Sorteio, via aplicativo, para o Associado do Clube e do Programa Nação, de ingressos para jogos com mando de campo do Clube no Rio de Janeiro, com vaga em camarote (companhia de ex-jogadores) e setor do estádio pré-determinado.
3. Sorteio e agendamento, via aplicativo, para o Associado do Clube e do Programa Nação, para experiência de Tour no estádio em dia de jogo.
4. Experiência no espaço no telão durante os jogos, para mensagens de incentivo ao público e aos jogadores, antes do início da partida e durante o intervalo.
5. Obtenção da experiência via Programa Nação.
6. Experiência para participar de coletivas do clube, remotamente e presencial, com direito a uma pergunta para o técnico, jogador ou dirigente, previamente aprovado.

PROJETO DE ESTUDO - PLANO SÓCIO TORCEDOR

Match Day – Off Rio:

1. Prioridade na compra e sorteio de ingressos para o Associado do Clube e do Programa Nação, residentes fora do Estado do Rio de Janeiro.
 2. Sorteio de encontro com jogadores no Hotel da Delegação com jogadores pré-determinado e ex-jogadores.
 3. Sorteio de passagens aéreas, diárias de Hotel e de ingressos, para associados do clube e de associados do Programa Nação, residentes fora do Estado do Rio de Janeiro, para jogos do clube no Rio de Janeiro.
- Programa de desconto e de relacionamento com grandes empresas nacionais para o incremento com associados do Programa Nação em todo o Brasil e fora do território nacional.
 - Criação de um cronograma de visitação do clube nas embaixadas e consulados, com visitação de jogadores do elenco, em semana de jogos e de ex-jogadores, bem como exposição de taças.
 - Contratação de ex-jogadores para relacionamento com os associados em visitação na sede, no CT, em jogos e nos encontros das Embaixadas e Consulados.



PROJETO DE ESTUDO - PLANO SÓCIO TORCEDOR

GEASE - Grupo Especial, Alegria e Segurança nos Estádios

Órgão oficial do Flamengo com atuação junto a torcedores visitantes, tanto os do Flamengo quanto os dos adversários em jogos contra o Flamengo (Criado em pelo ato da Presidência do Flamengo em 7 de julho de 2006).

Objetivo: Prestar apoio aos torcedores do Flamengo em jogos do Clube como visitante, bem como prestar assistência a torcedores dos clubes adversários em jogos de mando do Flamengo.

Atuação: Diretamente junto aos stakeholders mais importantes relacionados ao match day: policiamento; administração do estádio; torcidas organizadas; ministério público; e até mesmo órgãos de trânsito, bombeiros ou outras autoridades.

Garantir que a torcida visitante (do Flamengo fora e do adversário no Maracanã) pudesse ter uma experiência digna e segura na chegada, durante o jogo e saída do estádio.

Metodologia: Confecção e distribuição de relatórios pré-jogo entregues aos stakeholders (indicando pontos de atenção), de folhetos com orientações entregues aos torcedores no dia do jogo; e de relatórios pós-jogo (também enviados aos stakeholders), com diagnóstico, críticas e sugestões.

FlaTV:

Proposta de Naming Rights para a FlaTV:

- Venda de ativos de redes sociais específicos, separadamente, podendo ser adquiridos em pacotes. Cartela de parabéns a atletas, ex-atletas e funcionários ou outras personalidades, de relacionados, escalação, anúncio de atletas, resultado, gol. Logicamente Resultado/escalação/relacionados é bom ser vendido em pacote. Transformar o Tempo Real do jogo em um ativo sólido.

Estúdio:

- Primeiro andar: Recepção, Media Day, acervo de figurino e cenografia
- Segundo andar: Estúdio fechado com bancada e telão
- Terceiro andar: Panorâmico 270 graus, virado pro CT profissional e cobrindo parte dos campos até o fim do CT, podendo filmar contra o fundo preferido dependendo da programação.

Conteúdo FlaTV:

- FlaTV+: Conteúdo full time, pelo menos em 3 sets de 4h cada – Monetização da FlaTV+, oferecendo conteúdo 12h por dia
- FlaTV (Youtube): Programas editados e highlights. – Abastecimento do sistema do Youtube que funciona com notificações em cima de engajamento/público para quem não é assinante.
- Criação de quadros de desafio entre sócios do Programa Nação e jogadores do elenco profissional e da base, do Futebol e dos Esportes Olímpicos.
- Participação de Associados do Programa Nação em entrevistas e em programas envolvendo Consulados e Embaixadas no Brasil e fora dele

PROJETO DE ESTUDO - PLANO SÓCIO TORCEDOR

Melhorias para o Programa Sócio Torcedor

1. Expansão do Programa para Torcedores de Baixa Renda

Nossa torcida é nacional e possui uma grande parcela de torcedores em classes sociais mais baixas. Para atender a esse público, sugerimos a criação de um plano de adesão acessível, com valor reduzido e alguns benefícios específicos, como:

- Tratamento médico e dentário gratuito ou com desconto.
- Atendimento médico via telemedicina.
- Sorteios e experiências exclusivas acessíveis por meio de um sistema de pontos.

2. Sistema de Pontos e Benefícios

O programa de sócio-torcedor poderia adotar um sistema de pontos semelhante aos programas de milhagem (exemplo: Esfera, Lívolo). Os pontos poderiam ser acumulados por meio de:

- Compras realizadas com parceiros cadastrados no site do ST.
- Adesão a planos específicos.
- Participação ativa em eventos e interações com o clube.

Esses pontos poderiam ser trocados por experiências exclusivas, como:

- Leilão de camisas usadas pelos jogadores.
- Compra de ingressos.
- Prioridade na aquisição de ingressos para jogos específicos.
- Compra de bebidas e produtos dentro do estádio.

PROJETO DE ESTUDO - PLANO SÓCIO TORCEDOR

3. Melhorias na FlaTV e Streaming

- Criação de um estúdio na Gávea: Um estúdio aberto na Gávea poderia proporcionar maior interação com o público e gerar mais conteúdo para a FlaTV.
- Lançamento do App FlaTV+: Desenvolver um aplicativo próprio para smartphones e Smart TVs, facilitando o acesso aos conteúdos do clube.
- Parceria com o Premiere:
 - Oferecer transmissões customizadas com narradores da FlaTV.
 - Criar um canal exclusivo na plataforma, transmitindo conteúdos 24 horas por dia.
 - Possível pacote de assinatura "Premiere + FlaTV" com valor adicional, gerando receita extra.

4. Priorização na Compra de Ingressos

- Revisão da metodologia de pontuação para evitar a desmotivação de novos sócios em planos mais altos.
- Avaliar se a pontuação está realmente beneficiando os torcedores mais assíduos.

5. Venda de Pacotes de Temporada e Preço Fixo para Ingressos

- Criar pacotes que englobam todos os jogos da temporada, garantindo previsibilidade para o torcedor e o clube.
- Definir preços fixos para os ingressos antes da temporada, com valores diferenciados por competição:
 - Jogos do Carioca contra times menores: Preço X
 - Clássicos do Carioca: Preço Y
 - Jogos do Brasileirão: Preço Z
- Essa medida evitaria oscilações de preços e possível desmotivação por parte dos torcedores.

PROJETO DE ESTUDO - PLANO SÓCIO TORCEDOR

Membros do grupo partícipes do projeto:

Bernardo Borges Marques

Filipe Ferreira da Costa

Natan Vieira

Pablo Malheiros da Cunha Frota

Rodrigo Amorim

Rodrigo Rollemberg Cabral



FLAMENGO
SEMFRONTEIRAS