

<b>Cliente:</b> YES! Idiomas	
<b>Veículo:</b> Sua Franquia	<b>Data:</b> 05/09/2018
<b>Coluna/Editoria:</b> Notícias	<b>Pág(s):</b> -

<https://www.suafranquia.com/noticias/especial/2018/09/saiba-porque-algumas-redes-de-franquias-patrocina-times-de-futebol/>



## Saiba porque algumas redes de franquias patrocinam times de futebol

As redes de franquias Yes! Idiomas, OdontoCompany e Minds Idiomas adotaram a estratégia e compartilham os resultados



A rede de escolas de idiomas YES! Idiomas acaba de fechar patrocínios oficiais para dois grandes clubes de futebol rivais, no Rio de Janeiro: Club de Regatas Vasco da Gama e Fluminense Football Club. É uma estratégia de marketing bem ousada, visto que é a primeira vez que uma rede de escolas de idiomas faz este tipo de ação, com times concorrentes, ao mesmo tempo.

Segundo a empresa, o patrocínio engloba a exibição da marca na parte das costas dos uniformes dos dois times, ativação das marcas nas redes sociais e várias ações de relacionamento. O patrocínio é válido até o fim da temporada de 2018. O Presidente da YES! Idiomas, Clodoaldo Nascimento, destaca que a rede, especializada em educação, sempre priorizou o esporte em suas ações de marketing.



<b>Cliente:</b> YES! Idiomas	
<b>Veículo:</b> Sua Franquia	<b>Data:</b> 05/09/2018
<b>Coluna/Editoria:</b> Notícias	<b>Pág(s):</b> -

A marca já esteve envolvida em diversas campanhas voltadas para o futebol como a Copa do Nordeste e o Campeonato Carioca e em projetos de outras áreas esportivas. -"Faço questão de relacionar a educação ao esporte, por acreditar que uma sociedade só é considerada desenvolvida, quando está constituída por cidadãos engajados nesses princípios" explica Clodoaldo.

Juntas, as duas torcidas somam mais de 10 milhões de torcedores. São dois clubes com muita visibilidade nacional o vai que possibilitar o aumento da exposição da marca para todo o Brasil. A expectativa de crescimento da rede com essa ação é de 10%, até o fim de 2018. "Quero chamar a atenção dos milhões de brasileiros e torcedores, apaixonados por futebol como eu, para a importância da educação"- destaca Clodoaldo.

#### **Patrocínios consolidados**

Por outro lado, há redes de franquias que adotam a estratégia já há muitos anos, embora com menor ousadia. A OdontoCompany realiza ações de patrocínio em jogos de futebol e futsal há cinco anos. "Costumamos trabalhar com jogos pontuais, já fizemos a final do campeonato paulista, do campeonato carioca, buscamos sempre jogos de grande visibilidade. Para nós, é interessante do ponto de vista institucional, para aumentar o reconhecimento de marca. Nossa última ação foi neste domingo, focada no público da Bahia, no jogo do Vitória da Conquista contra o Palmeiras. Pretendemos continuar com ações desse tipo" - Paulo Zahr, fundador da OdontoCompany, maior rede de clínicas odontológicas do país.

E a Minds Idiomas, rede de franquias de inglês presente nas 5 regiões do país, apoia o Futebol Masculino do Corinthians há dois anos. O patrocínio da marca vai além de estampar a manga dos atletas: todos os jogadores, comissão técnica e o pessoal da Arena têm direito as aulas de graça no CT do clube. O aporte faz parte da campanha da Minds "O esporte liberta e a educação também", que simboliza a liberdade que esses atletas ganham ao aprenderem um segundo idioma. Além disso, o Fiel Torcedor tem direito a 40% de desconto para aprender inglês e ter a liberdade de "rodar o mundo".

# CONTEXTO

<b>Cliente:</b> YES! Idiomas	
<b>Veículo:</b> Sua Franquia	<b>Data:</b> 05/09/2018
<b>Coluna/Editoria:</b> Notícias	<b>Pág(s):</b> -

A grande novidade de marketing da Minds para 2018 é que o patrocínio foi estendido para o Futebol Feminino do Corinthians, sendo que a parceria foi firmada nesse mês de agosto. "Acreditamos no empoderamento das mulheres. As jogadoras mostram com a sua dedicação e profissionalismo que nós, mulheres, podemos ser o que quisermos. A educação proporciona esse empoderamento e é isso que queremos dar a essas atletas. A oportunidade de se aperfeiçoarem no inglês e terem a liberdade de viajarem para onde quiserem e conseguirem se comunicar com facilidade e segurança", conclui Leiza Oliveira, CEO da rede.