

ICEBERG DO RELACIONAMENTO CLUBE- CONSUMIDOR

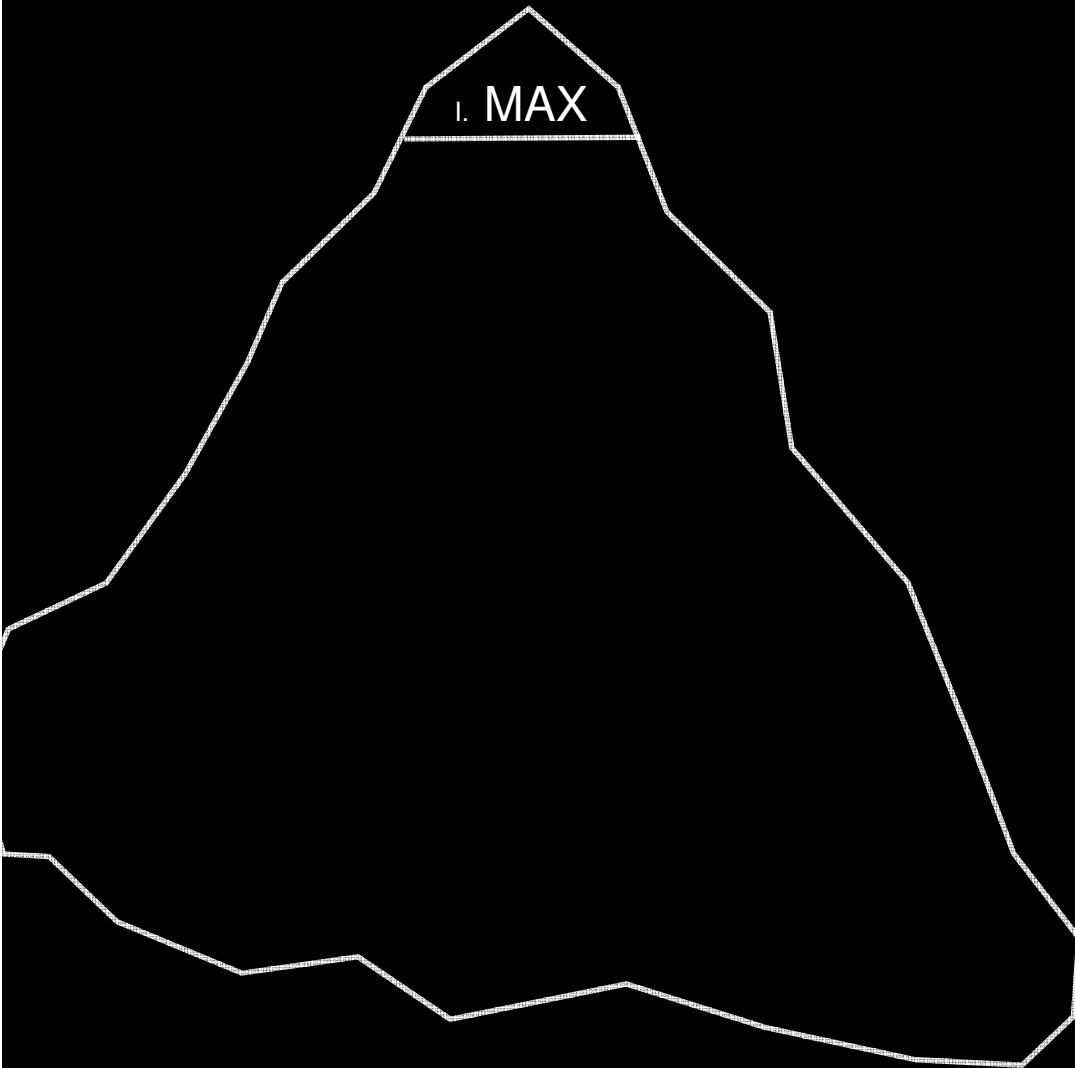
LUIS PAULO ROSENBERG





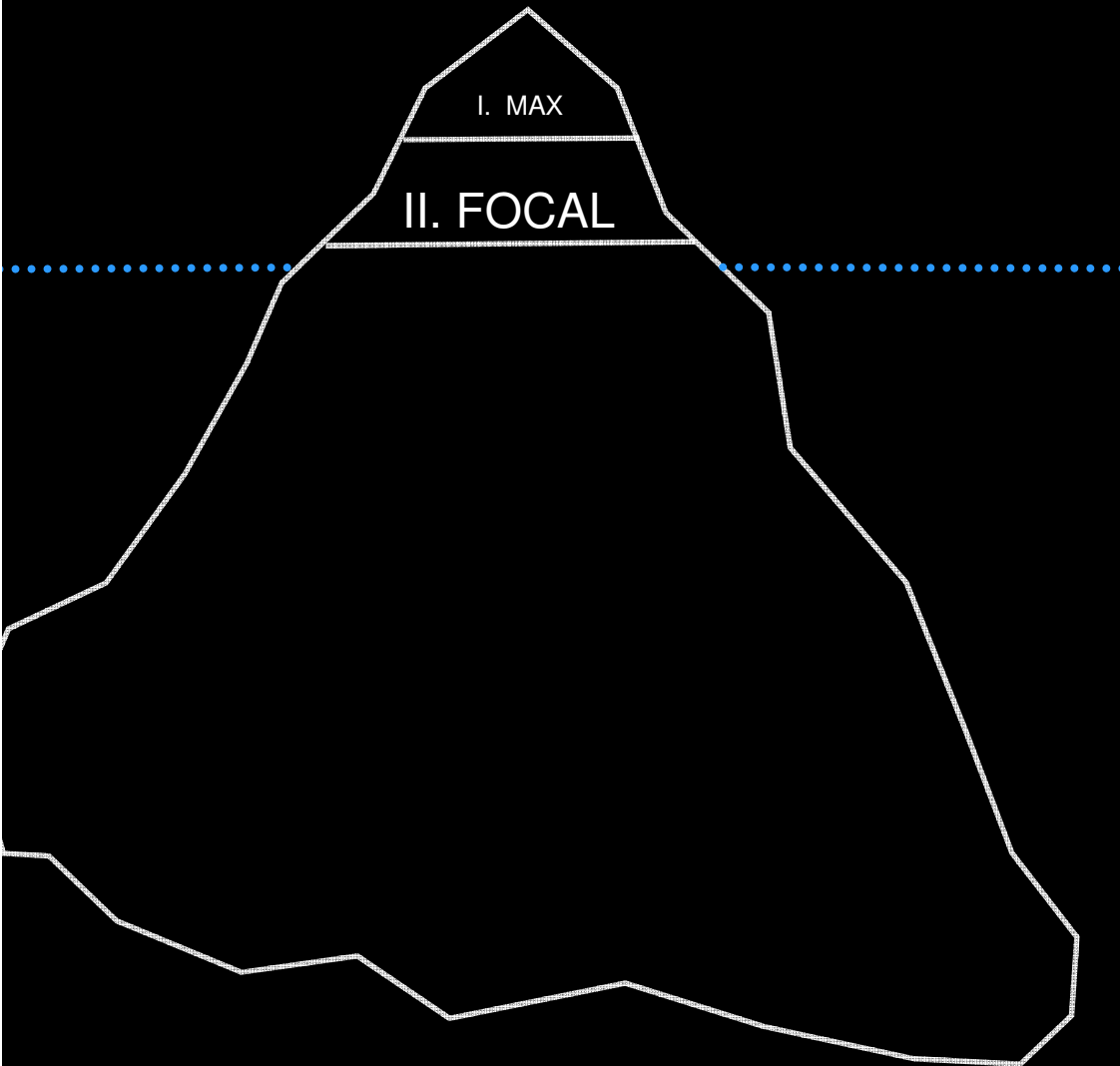
Iceberg do Relacionamento Clube-Consumidor

I. PRIORIDADE MÁXIMA - Ganhar Títulos



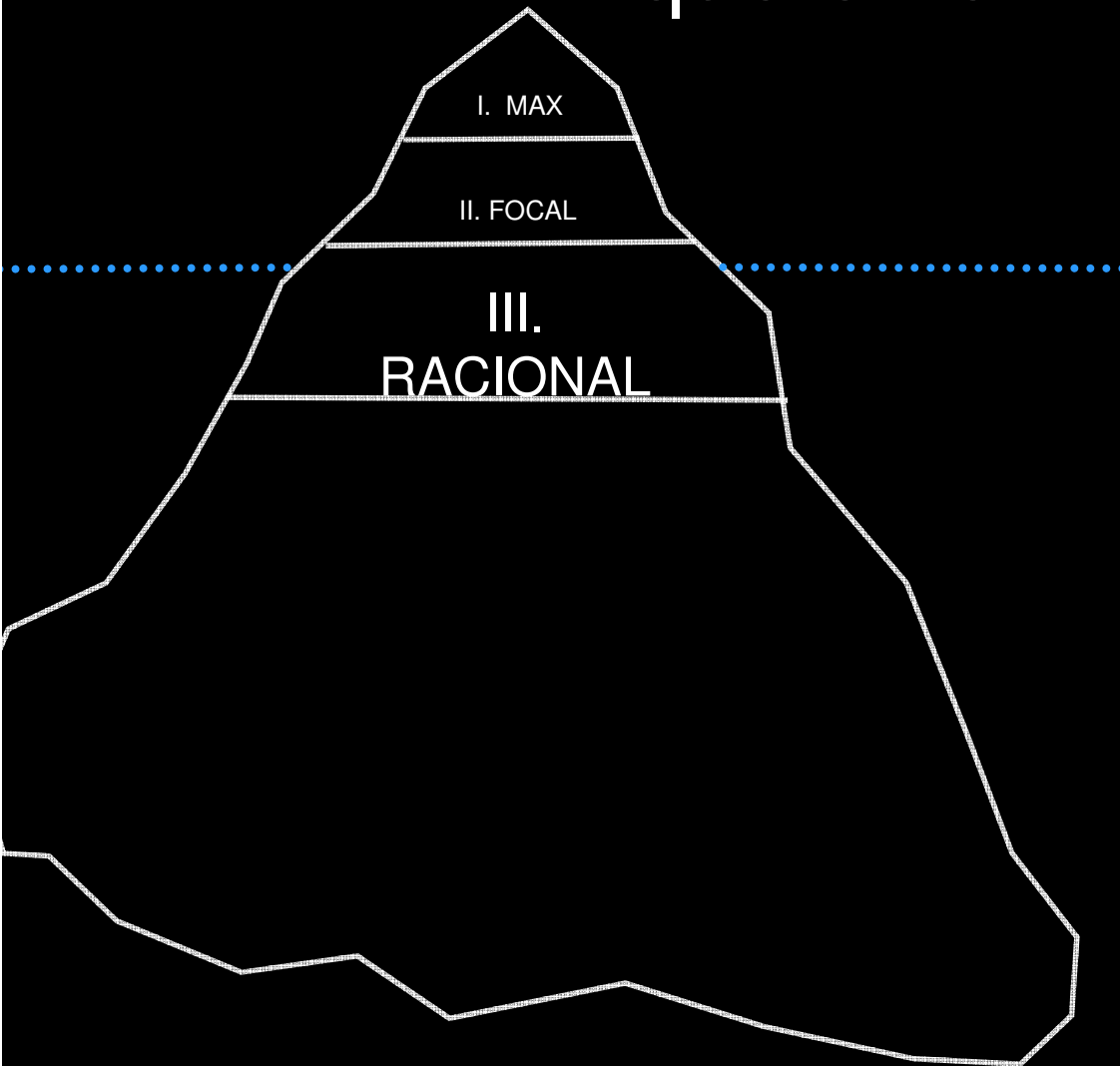
- Esquadrão Competitivo
- Infraestrutura Primorosa
- Grupo Profissional Blindado

II. CONSUMO FOCAL - Match Day



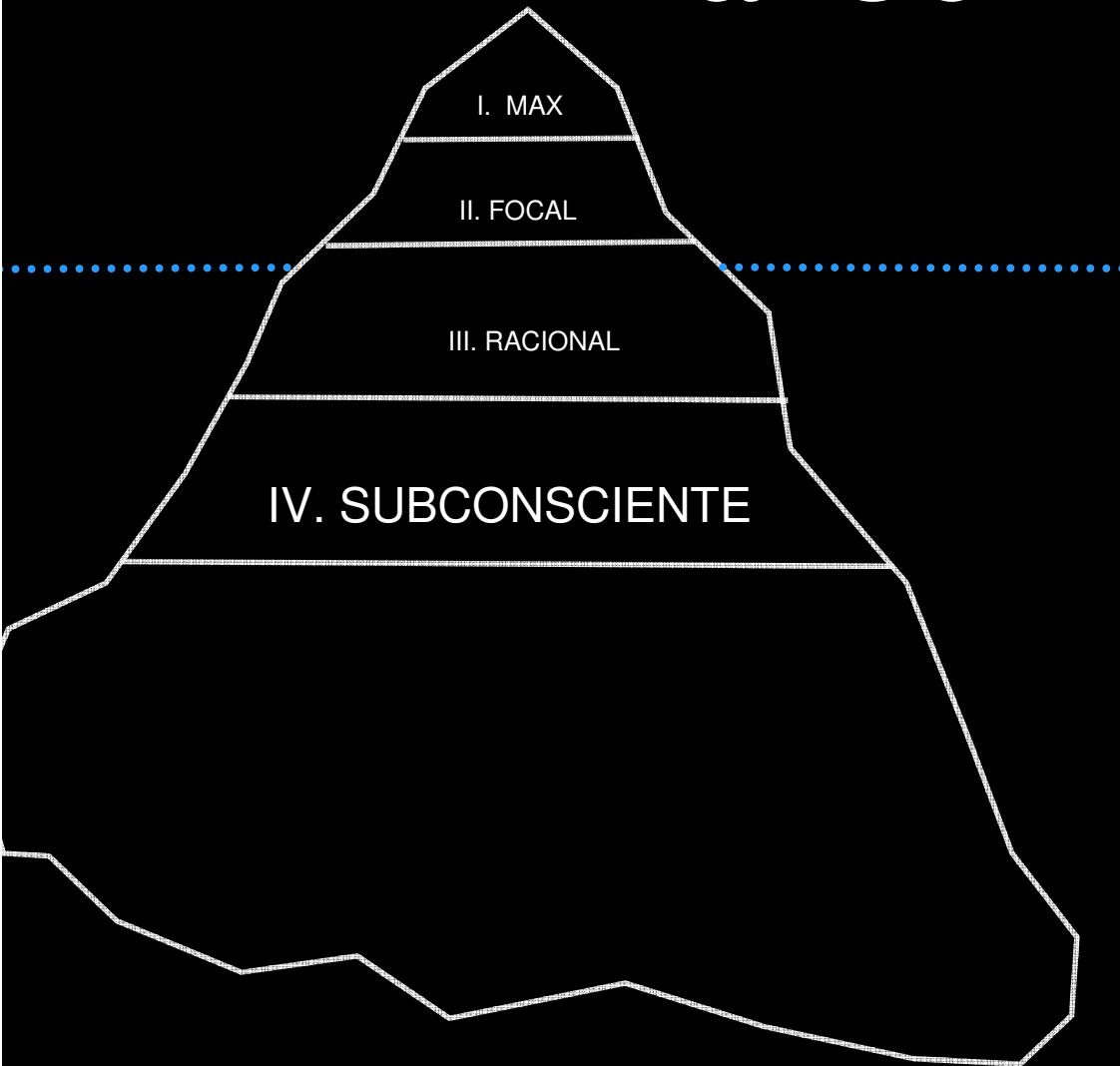
- Acesso Facilitado
- Estádio Confortável
- Evento Completo

III. CONSUMO RACIONAL - Licenciar e disponibilizar Produtos e Serviços desejados ou que o venham a ser



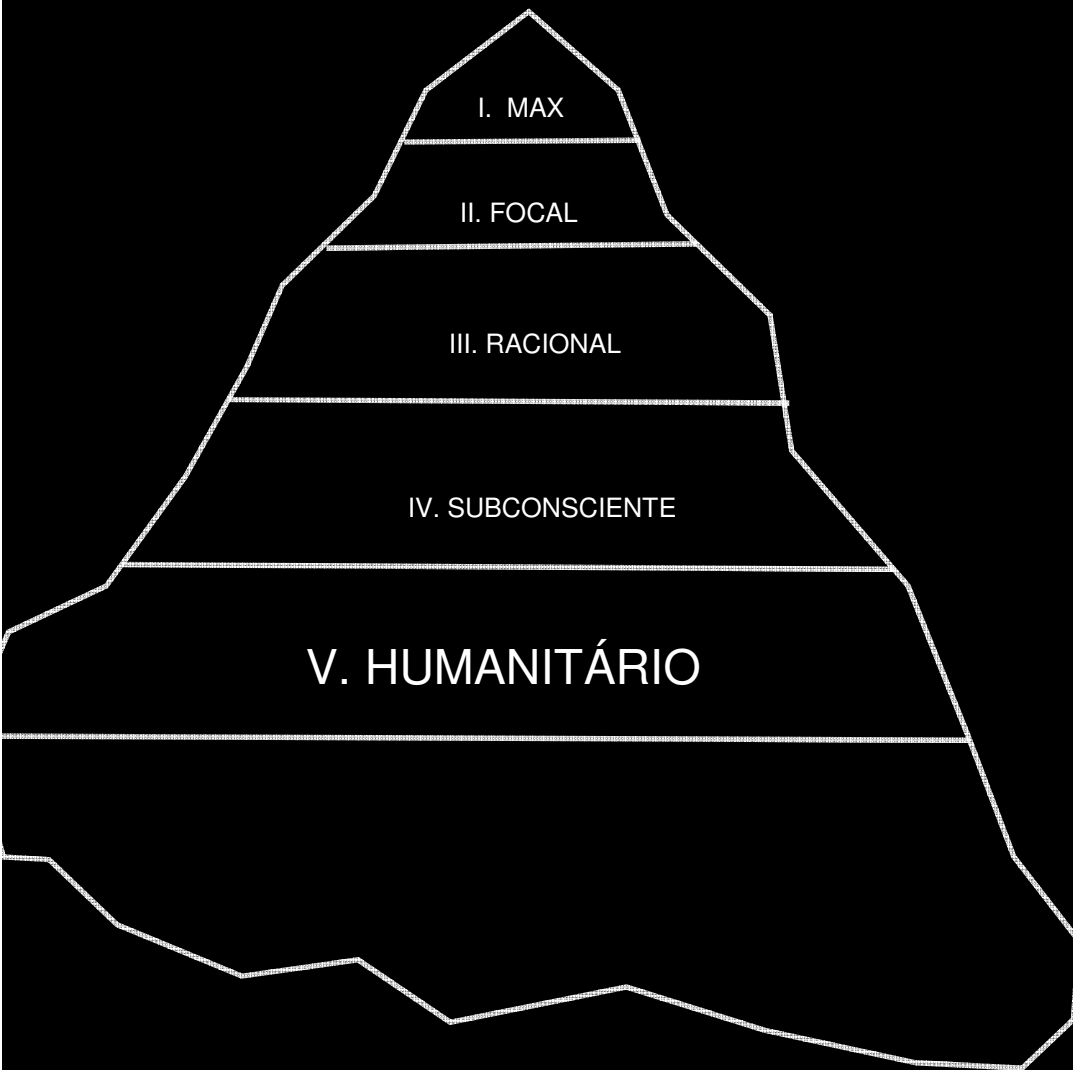
- Rede de Lojas
- Natal da Fiel
- Cemitério Alvinegro

IV. DESFRUTE EMOCIONAL - Multiplicar oportunidades do “Vai Corinthians!”



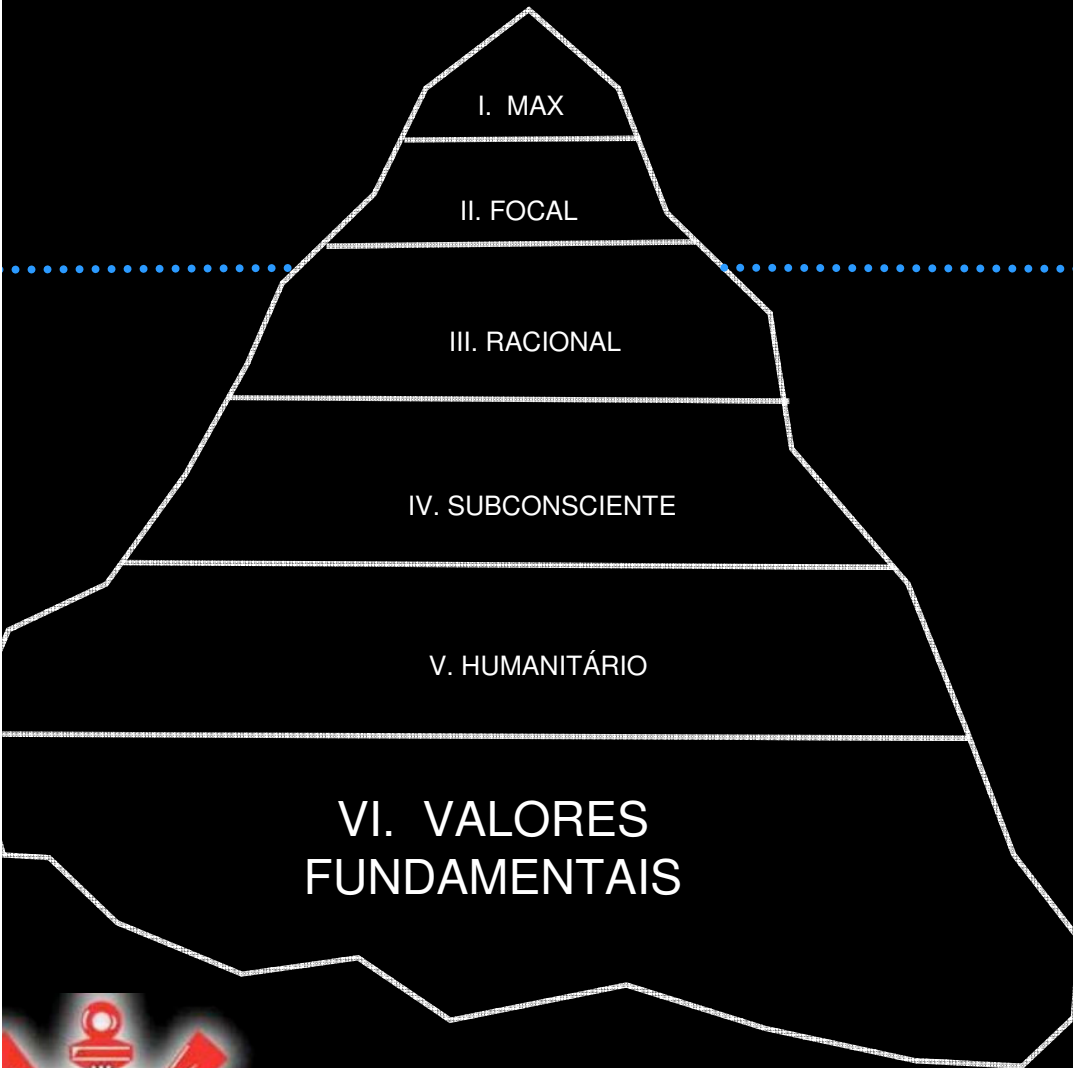
- Polo, Truck, Olímpicas
- Longas Metrages
- TV Corinthians
- Internacionalização da Marca

V. PARCERIAS HUMANITÁRIAS



- GRAAC, AACD
ABRINQ
- Realengo,
Japão
- Mulheres,
Ex-presidiários
- AfroReggae,
Coleta de
Sangue

VI. VALORES FUNDAMENTAIS



• **Solidariedade:** G4, River, Vasco

• **Ética:** respeito ao adversário

• **Coragem:** implosão Clube 13

• **Brio:** Morumbi

República Popular do Corinthians



Sport Club Corinthians Paulista



LUIZ PAULO
ROSENBERG