



# Google Sports Study Os brasileiros e o esporte



Google  
2020/2021

Google



O que  
está mudando  
na relação

**entre  
os brasileiros  
e esportes?**



# Metodologia



# Dados Google

Search, YouTube



# Tendências

Tendências  
de comportamento  
e varejo  
WGSN & Stylus

# Pesquisa primária

Sports Track  
2000 brasileiros desde 2006

Google  
Consumer Survey  
2000 brasileiros conectados

4 insights  
definem o novo  
momento dos  
brasileiros e sua  
relação com  
esportes

1  
Novas atividades  
novas oportunidades

2  
Esporte é  
bem estar

3  
Futebol além  
do jogo

4  
Sportainment



Novas atividades

# novas oportunidades

Cada vez mais diferentes esportes fazem parte dos interesses e da rotina, e dessa pluralidade surgem grandes oportunidades para as marcas

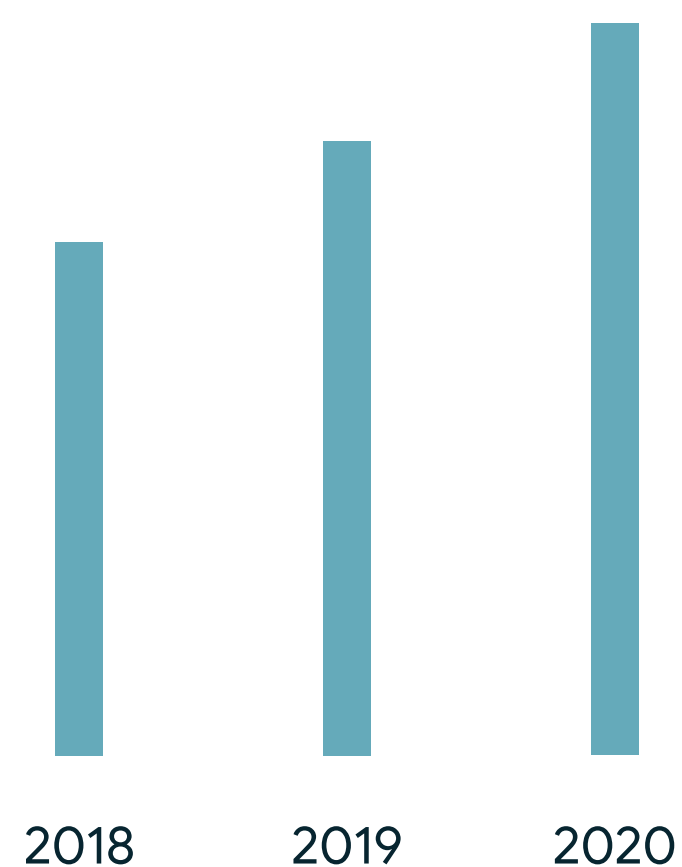
# Além do futebol outros esportes vem ganhando o coração dos brasileiros

## Esportes preferidos



Em 2020, Basquete teve 200 milhões de buscas, Corrida 100 milhões e Voleibol 50 milhões

Mesmo esportes não tradicionais para o brasileiro já possuem interesse relevante, é o caso de Futebol Americano que de 2018 até 2020, cresceu +43%



O futebol segue relevante, principalmente como paixão, mas na prática **outros esportes se igualam a sua importância**

## O Brasileiro está mais plural

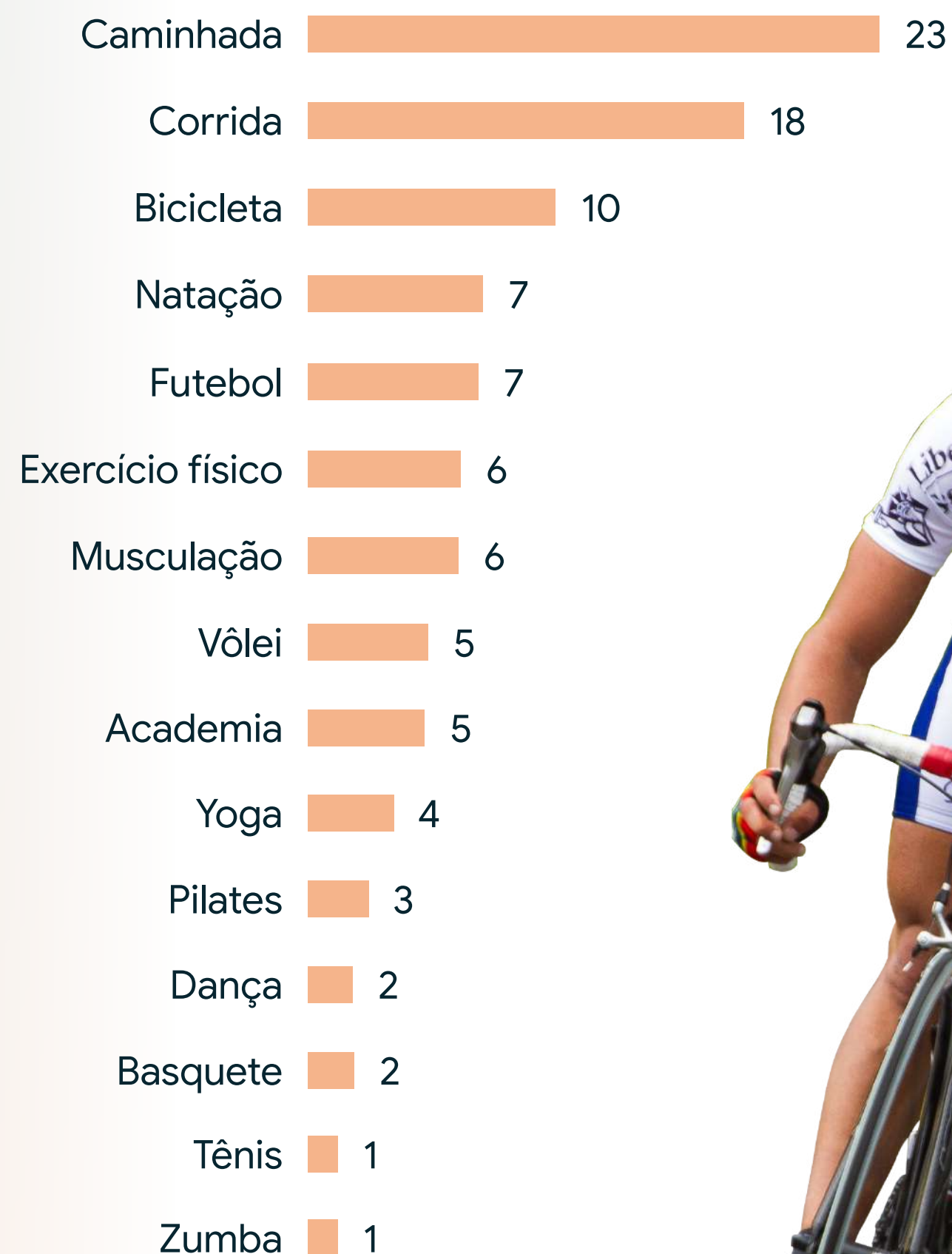
## Esportes praticados



# A pandemia também trouxe essas novas práticas para a rotina

# 39%

começou a praticar algum esporte que não praticava antes da pandemia



O crescimento de interesse por alguns esportes mostra esse novo momento de ainda mais diversificação do brasileiro

# +44%

mais buscas por ciclismo

# +32%

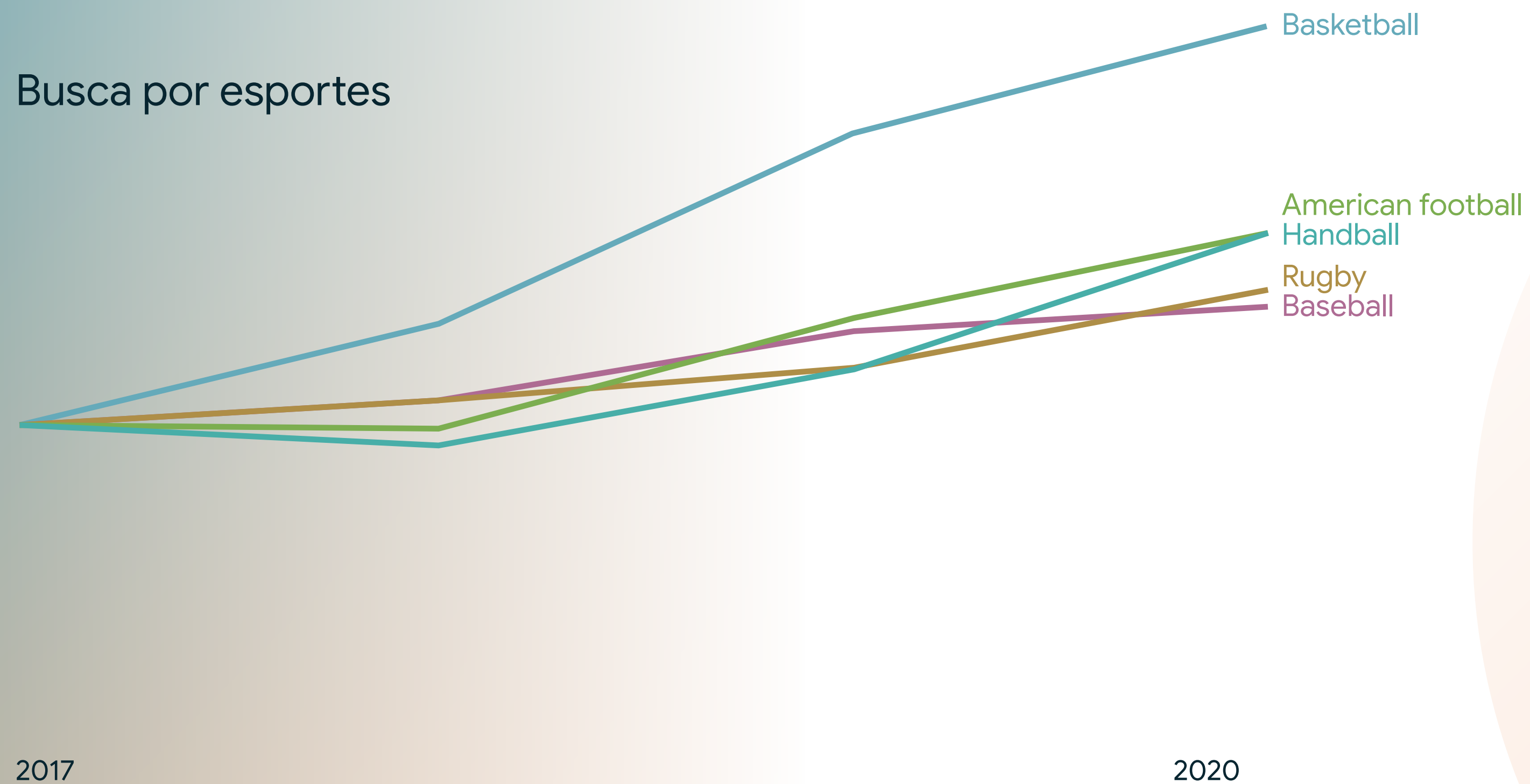
mais buscas por natação

(Out x Março 2020)



# E novos esportes coletivos vão ganhando o seu espaço

Busca por esportes



2017

2020



Destaques de crescimento em buscas

**+89%**

Basquete

**+43%**

Futebol americano

**+43%**

Handball

**+27%**

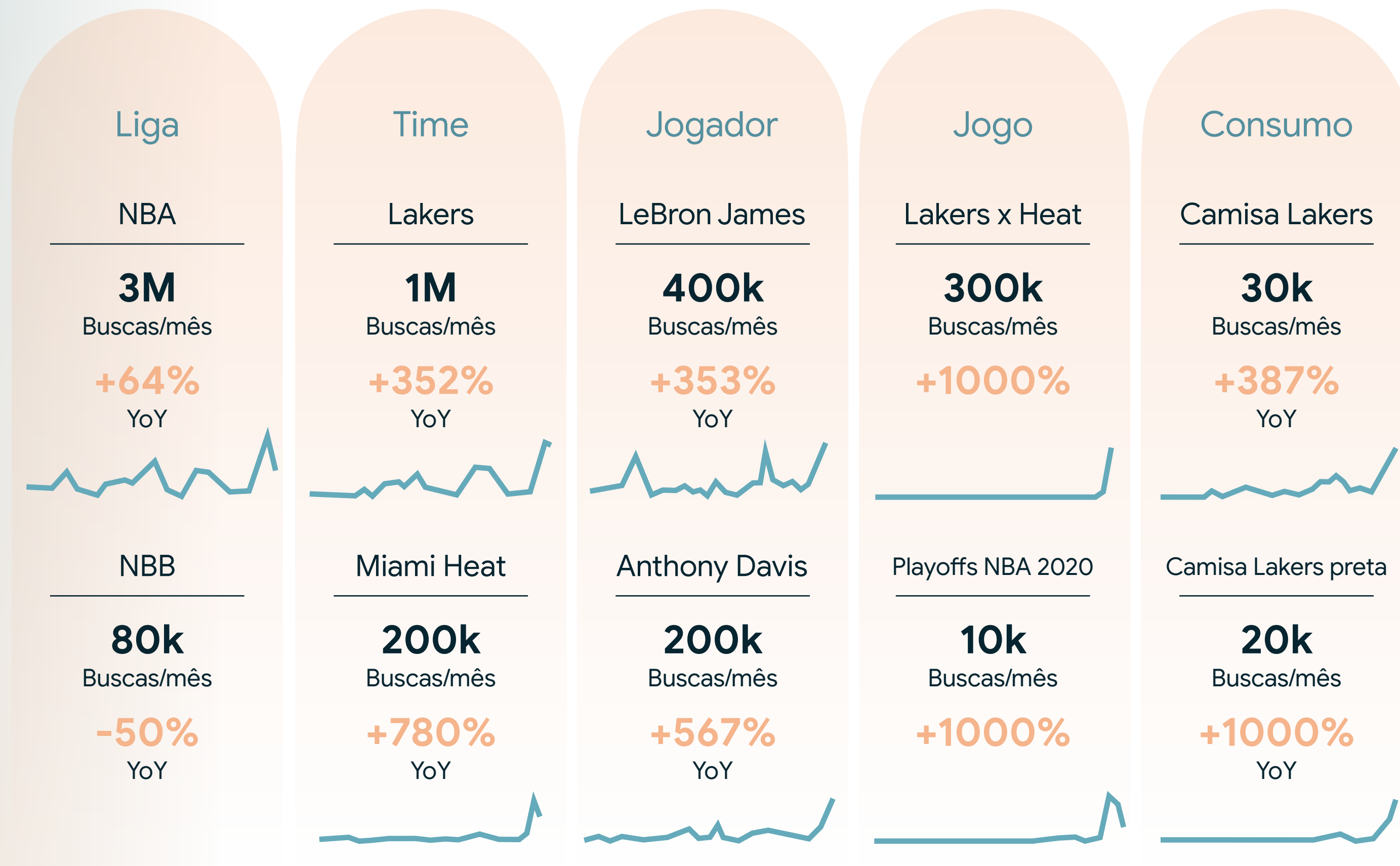
Baseball



# O basquete se destaca entre os brasileiros

A modalidade se torna a 3ª mais acompanhada na mídia, com crescimento de 5p.p.

Usuários de Youtube são 42% mais interessados em basquete do que a média.



## Você sabia?



LeBron James teve praticamente o mesmo volume de buscas que Gabigol nos últimos meses

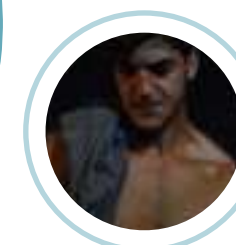


Basketball fans

Audiência qualificada

# 4M

de usuários



Caio Teixeira  
403k subs



Dois Por Cento TV  
360k subs

# É momento também de novas práticas individuais

Buscas no Google

## JORNAL DA USP

USP Universidade de São Paulo

PÁGINA INICIAL CIÊNCIAS TECNOLOGIA EDUCAÇÃO CULTURA ATUALIDADES UNIVERSIDADE INSTITUCIONAL

Home > Campus Ribeirão Preto > Ciclismo ganha destaque durante pandemia com aumento de adeptos e recorde de vendas

Campus Ribeirão Preto - 22/10/2020

### Ciclismo ganha destaque durante pandemia com aumento de adeptos e recorde de vendas

Para especialistas, efeito benéfico do esporte ao ar livre repercute na saúde, cria vínculo com atividade física e alcança o meio ambiente, reduzindo queima de combustíveis fósseis

Por **Vitória Pierri**

Editorias: Campus Ribeirão Preto, Jornal da USP no Ar - URL Curta: [jornal.usp.br/?p=358892](http://jornal.usp.br/?p=358892)

f FACEBOOK

00:00 00:00

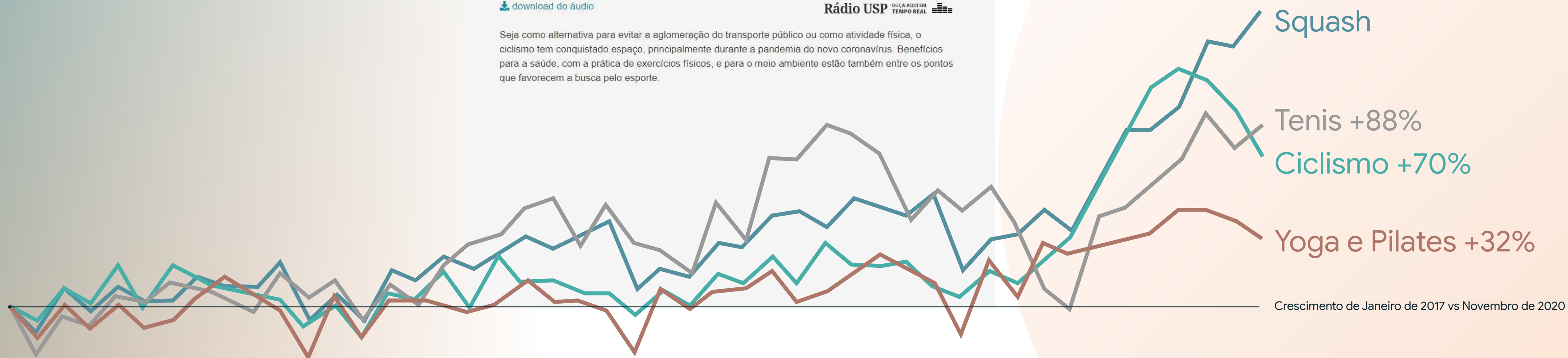
download do áudio

Rádio USP O UÇA AQUIEM TEMPO REAL

Seja como alternativa para evitar a aglomeração do transporte público ou como atividade física, o ciclismo tem conquistado espaço, principalmente durante a pandemia do novo coronavírus. Benefícios para a saúde, com a prática de exercícios físicos, e para o meio ambiente estão também entre os pontos que favorecem a busca pelo esporte.

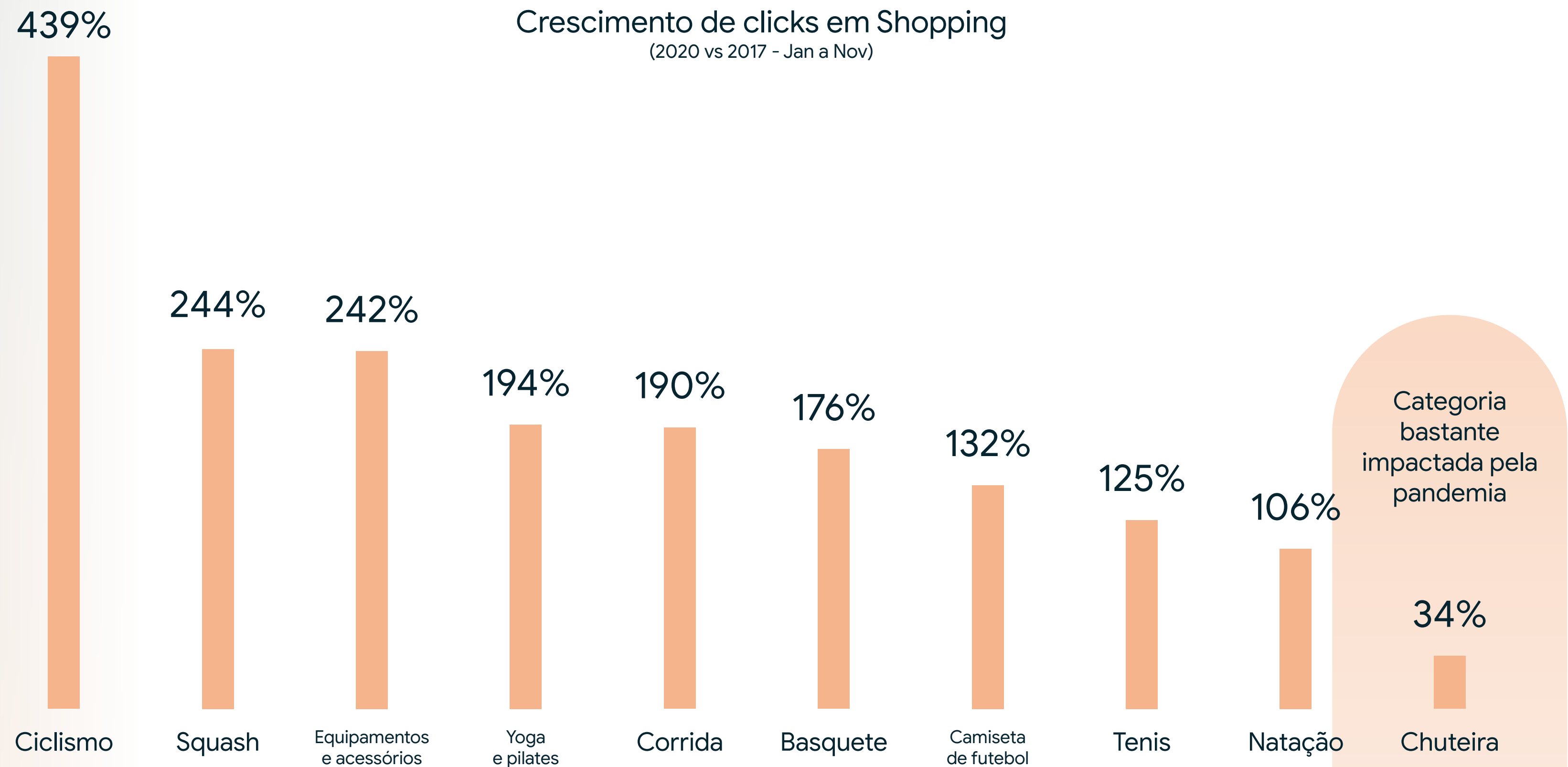


Destaques de crescimento em buscas



# As práticas esportivas vêm acompanhadas de novas demandas

É nessa relação mais plural com os esportes que surgem novas necessidades e demandas dos consumidores

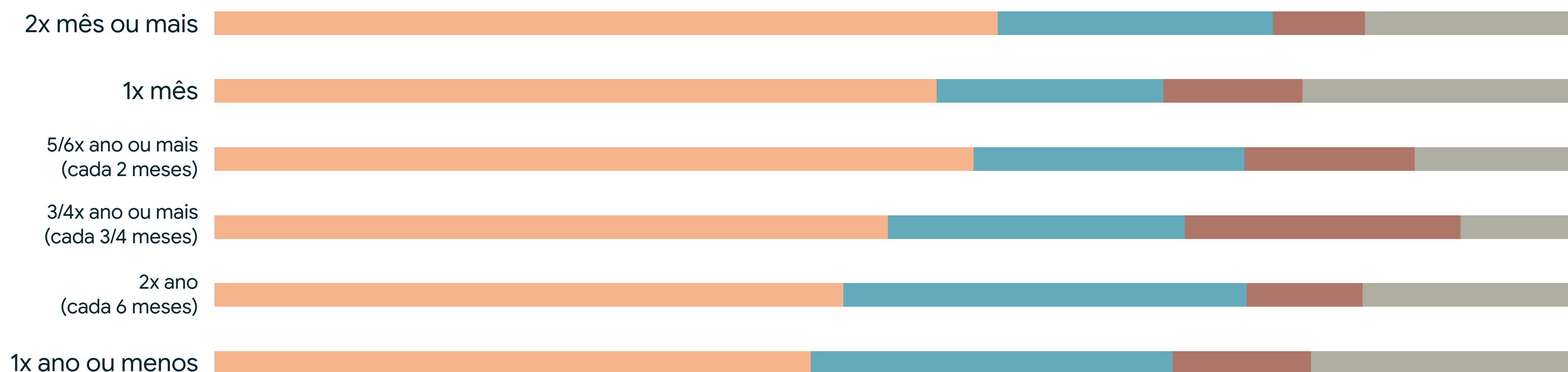




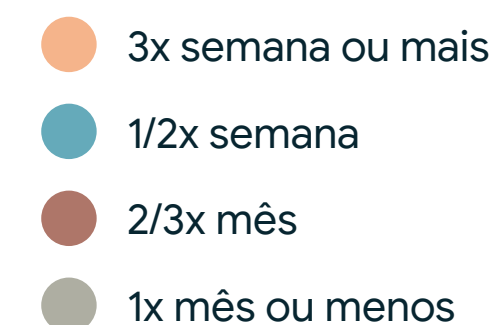
# Um brasileiro mais ativo representa novas oportunidades para as marcas

As novas oportunidades estão pautadas na construção de relacionamento mas também na demanda de produtos que é gerada quando mais consumidores adentram o universo dos esportes.

Pensando no último ano, com que frequência você comprou artigos esportivos?



Pensando no último ano, com que frequência você praticou esportes ou exercícios físicos?



# Além da prática o esporte se torna lifestyle

A moda é um segmento que vem sendo influenciado neste processo, o estilo, conforto e tecnologia dos materiais esportivos são elementos levados para o dia a dia e se tornam tendências, e construindo um novo estilo: o **athleisure**

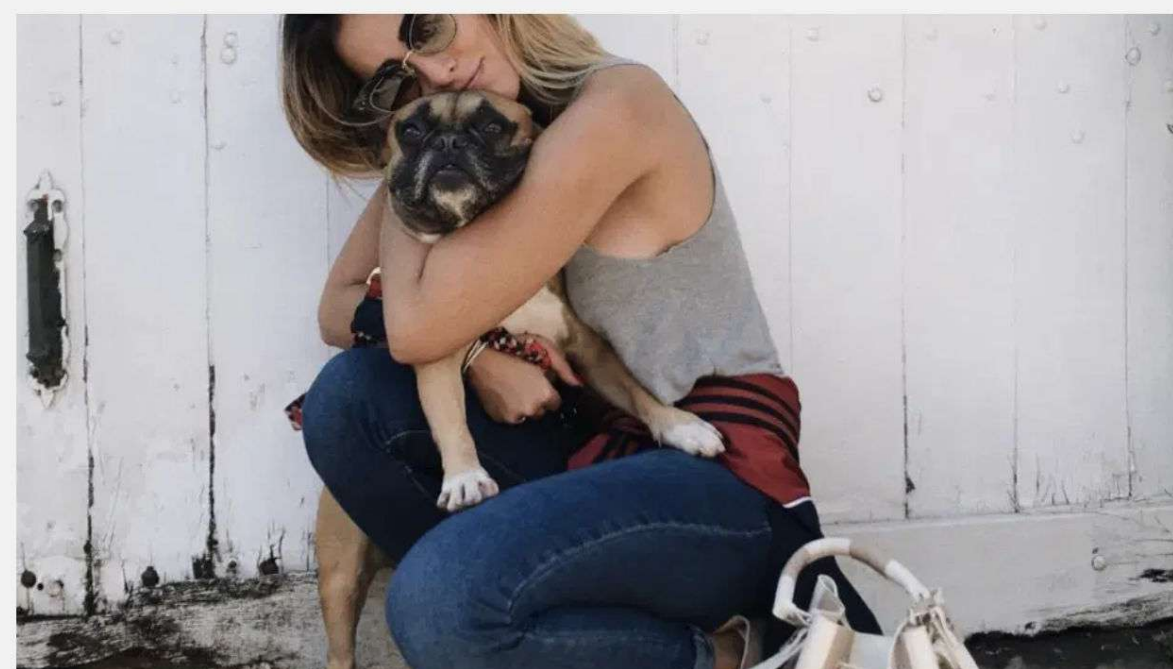
Dentre as motivações de compra de artigos esportivos:

## 1 em cada 4

dizem que usam produtos esportivos no dia a dia, não só no treino

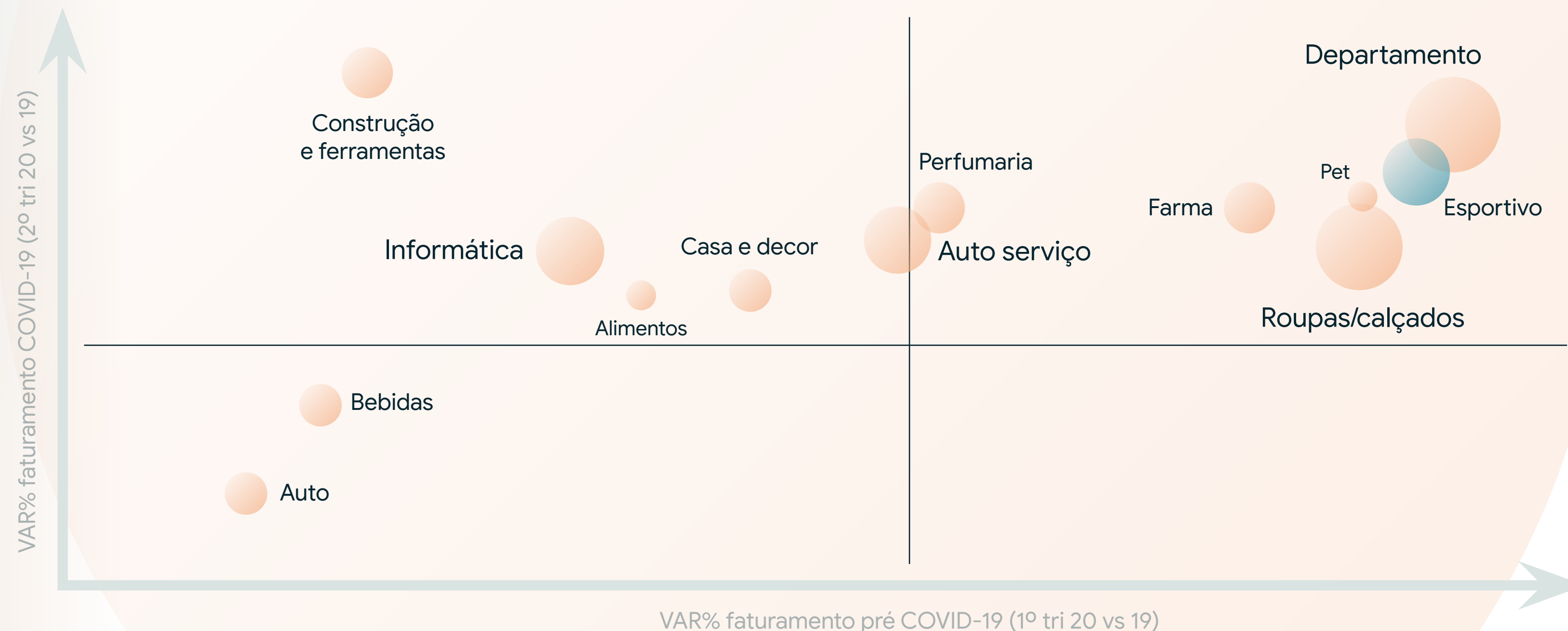
### VISUAL ESPORTIVO: COMO MONTAR LOOKS NO ESTILO ATHLEISURE!

JULHO 23, 2018 / BY JADE SEBA



# O segmento esportivo está entre os que mais crescem em vendas online

É o primeiro segmento em venda online "direct to consumer", com 25% de representatividade nessa categoria (vs 3,7% no total ecommerce)



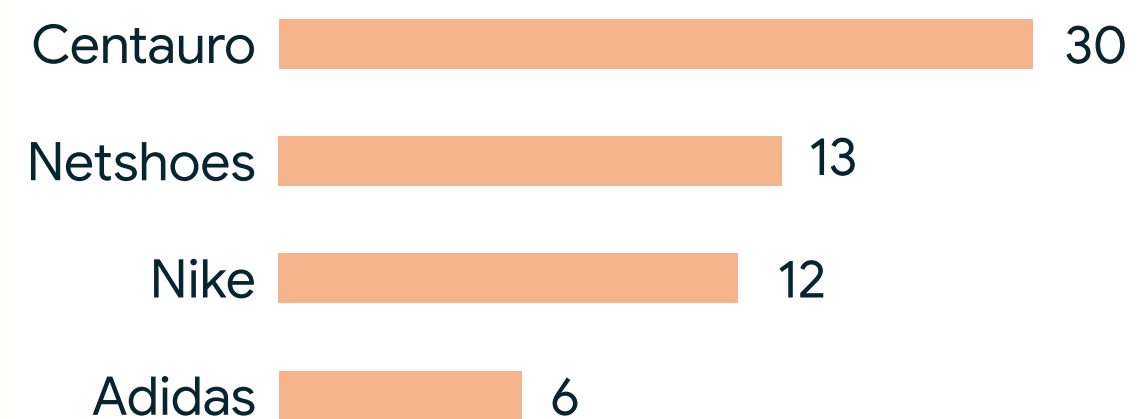
Ticket Médio: R\$180,00

# DTC vem transformando o relacionamento com o consumidor

**Chave para gerar valor:**  
Marcas entregam experiências únicas e diferenciadas e com isso se fortalecem junto ao seu público

**Chave para receita:**  
Além da independência como canal de venda, com DTC marcas passam a acessar dados de consumo, que leva o desenvolvimento de estratégias consumer centric a outra patamar

Pensando em lojas de venda de artigos esportivos, qual é a primeira que vem a sua cabeça?



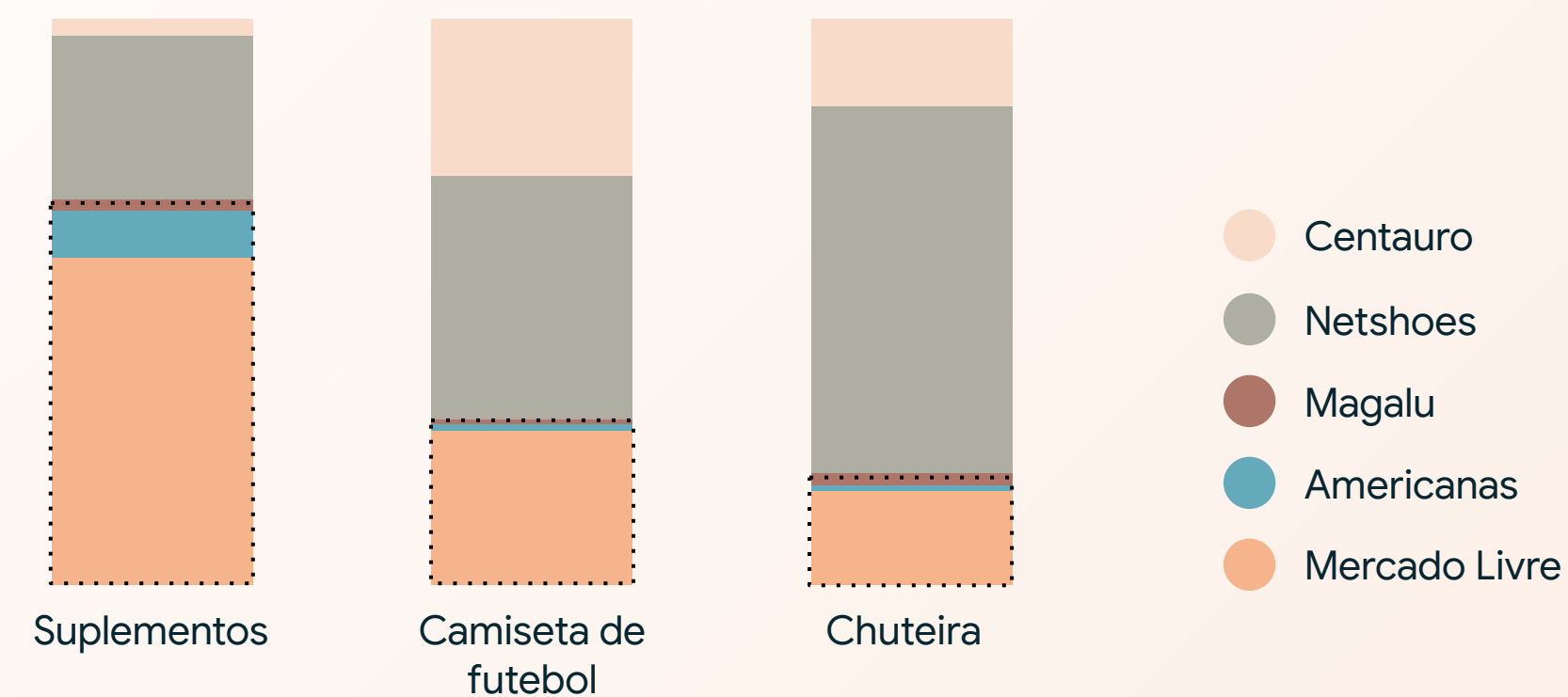
**Nike**  
Direcionando investimentos para espaços de experiência e experimentação como flagship stores. O novo conceito de loja comunidade, em Watts, California, é dedicado a entregar uma autêntica experiência sob medida para o público local, que compões 85% da força de vendas

# Os varejistas especializados são a preferência, mas os multivarejistas estão ganhando relevância

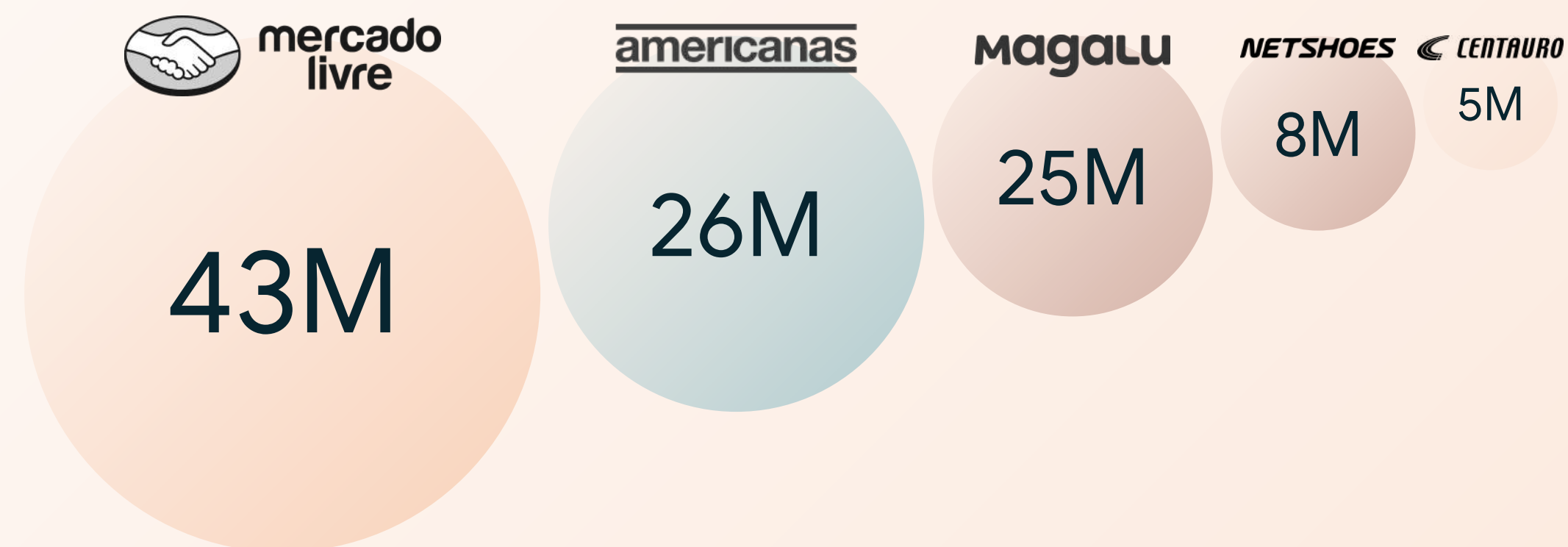
Onde prefere comprar artigos esportivos?



Share of mind de categorias de esportes  
Novembro de 2020

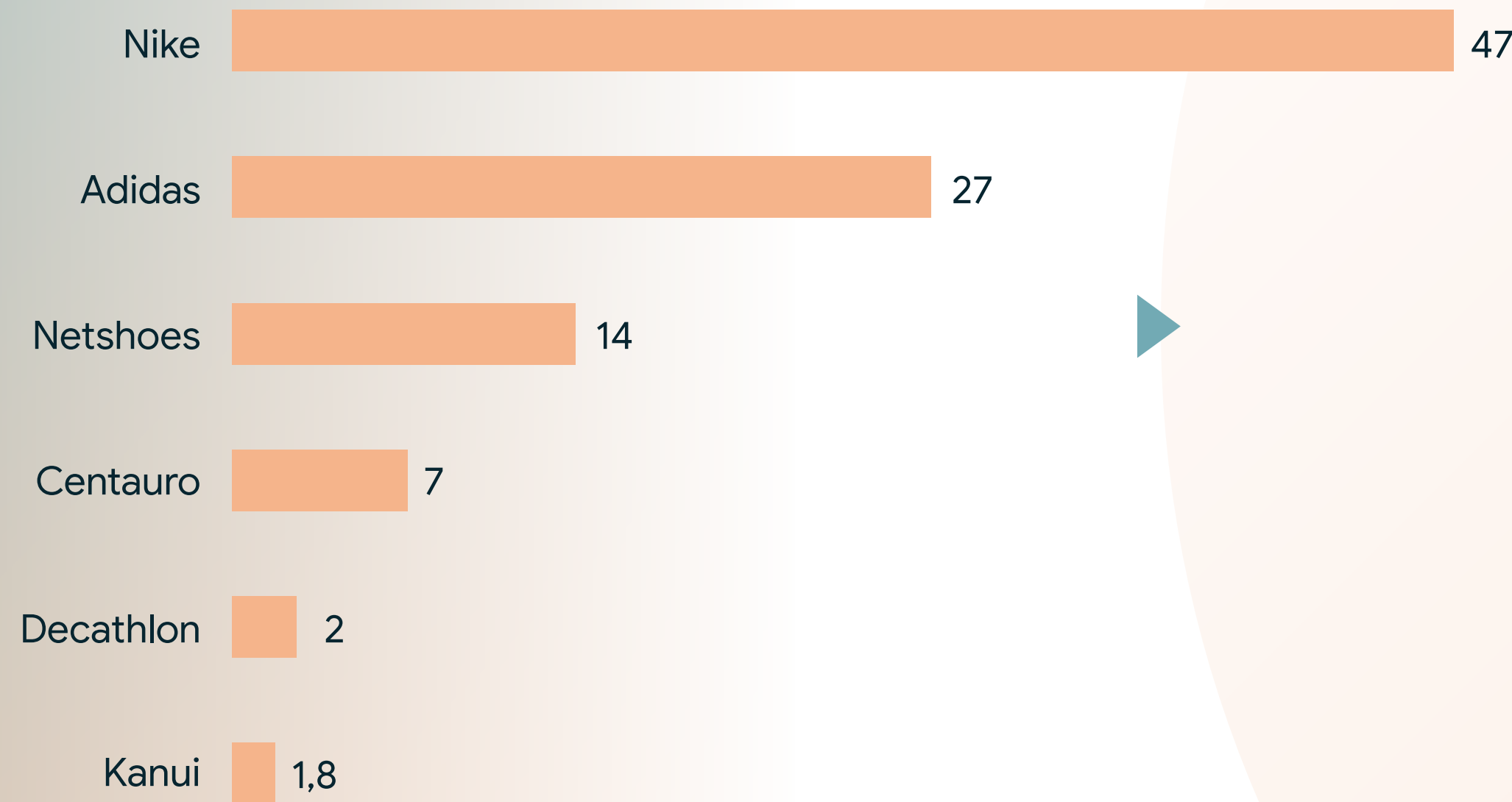


Base instalada  
Novembro de 2020 - AppAnnie

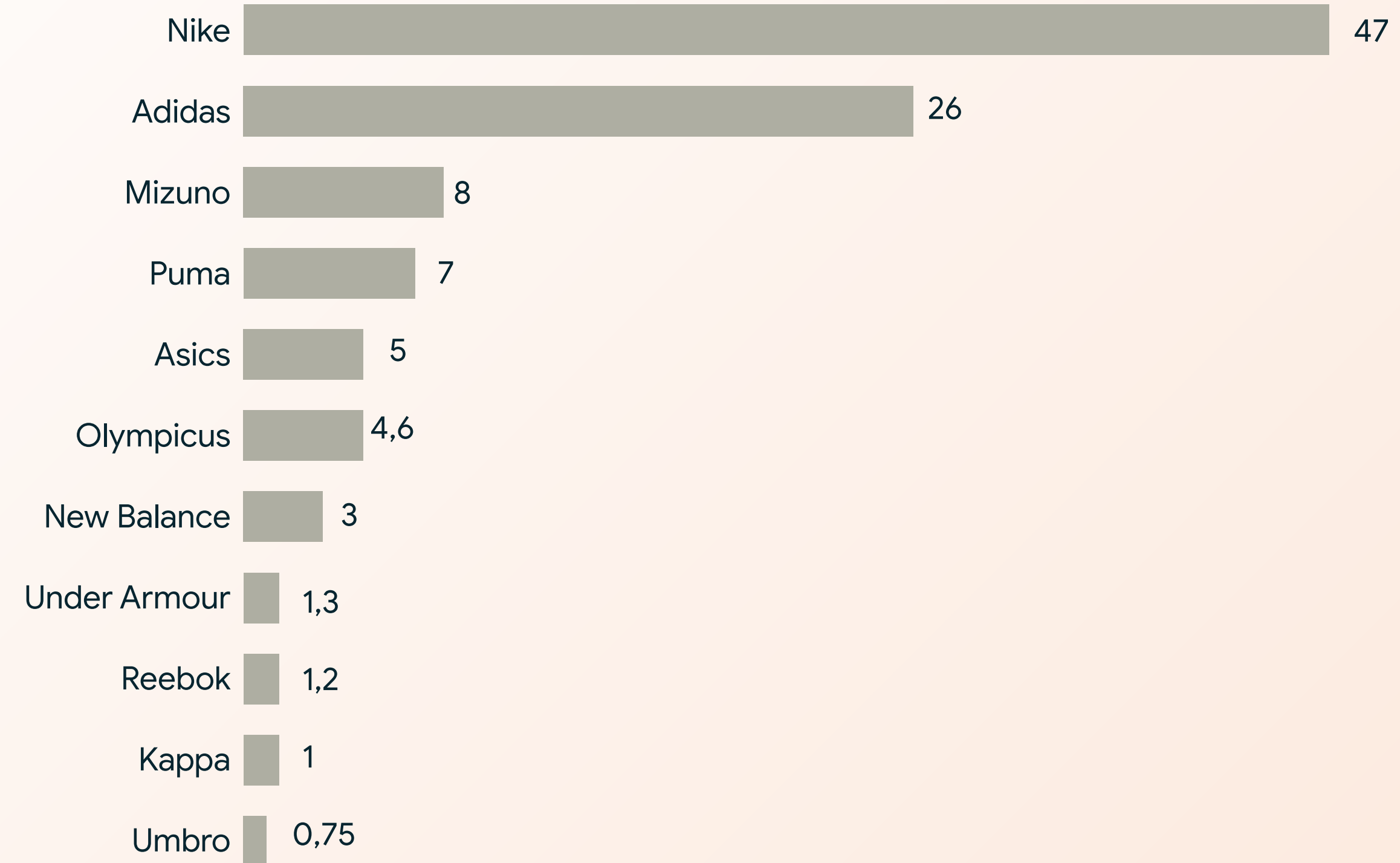


Entre os especializados as marcas esportivas lideram o share of mind mesmo entre os varejistas

Share of mind varejistas 2020



Share of mind marcas 2020



# Oportunidades

Explorar esse novo momento dos brasileiros expandindo portfólio e touchpoints, oferecendo produtos, conteúdos e experiências que fomentam novas paixões e práticas

## Inspiração



### World Surf League + Netshoes

Lançamento da loja online com produtos de surf, além dos produtos da marca própria da WSL, contará com as marcas mais desejadas pela comunidade em um único lugar no conceito 'One Stop Shop' para surfistas e fãs do lifestyle do surfe



### Heinz

Ofereceu aos fãs de beisebol a chance de obter seus dispensers de ketchup icônicos no estilo estádio, proporcionando-lhes uma parte da experiência de estádio em casa



### LifeAid Beverage Co.

Para atender a um mercado em expansão a marca de bebidas LifeAid, fundada por esportistas de Crossfit, lançou uma linha de bebidas que atende as necessidades nutricionais dos praticantes e é patrocinadora das duas maiores competições do esporte

Esporte é

# bem estar

Cresce o desejo pelo bem estar holístico e buscamos nos esportes novas fontes de prazer





# Wellbeing se consolida como uma tendência global

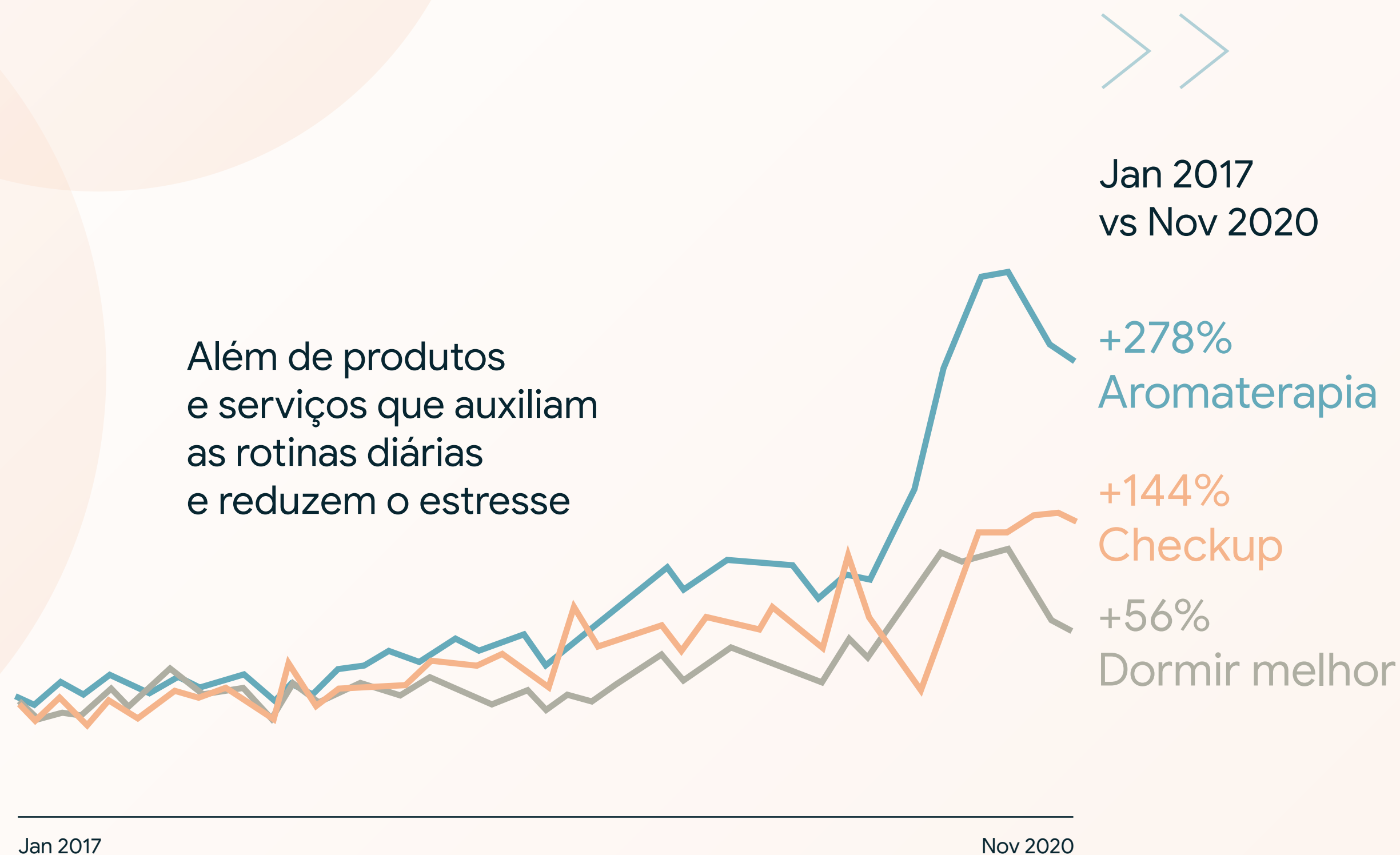
Principalmente a medida em que passamos por um período de incertezas e pressões, nos voltamos para o **cuidado pessoal como um modo de terapia.**

O “**estar bem**” começa a se tornar um dos fatores mais importantes na vida das pessoas e, com isso, acompanhamos o crescimento de rituais diários de desconpressão:

**+300% em buscas por meditação e mindfulness**

E se intensificam as buscas por **novas e antigas formas de se manter saudável e melhorar a qualidade de vida**

Além de produtos e serviços que auxiliam as rotinas diárias e reduzem o estresse

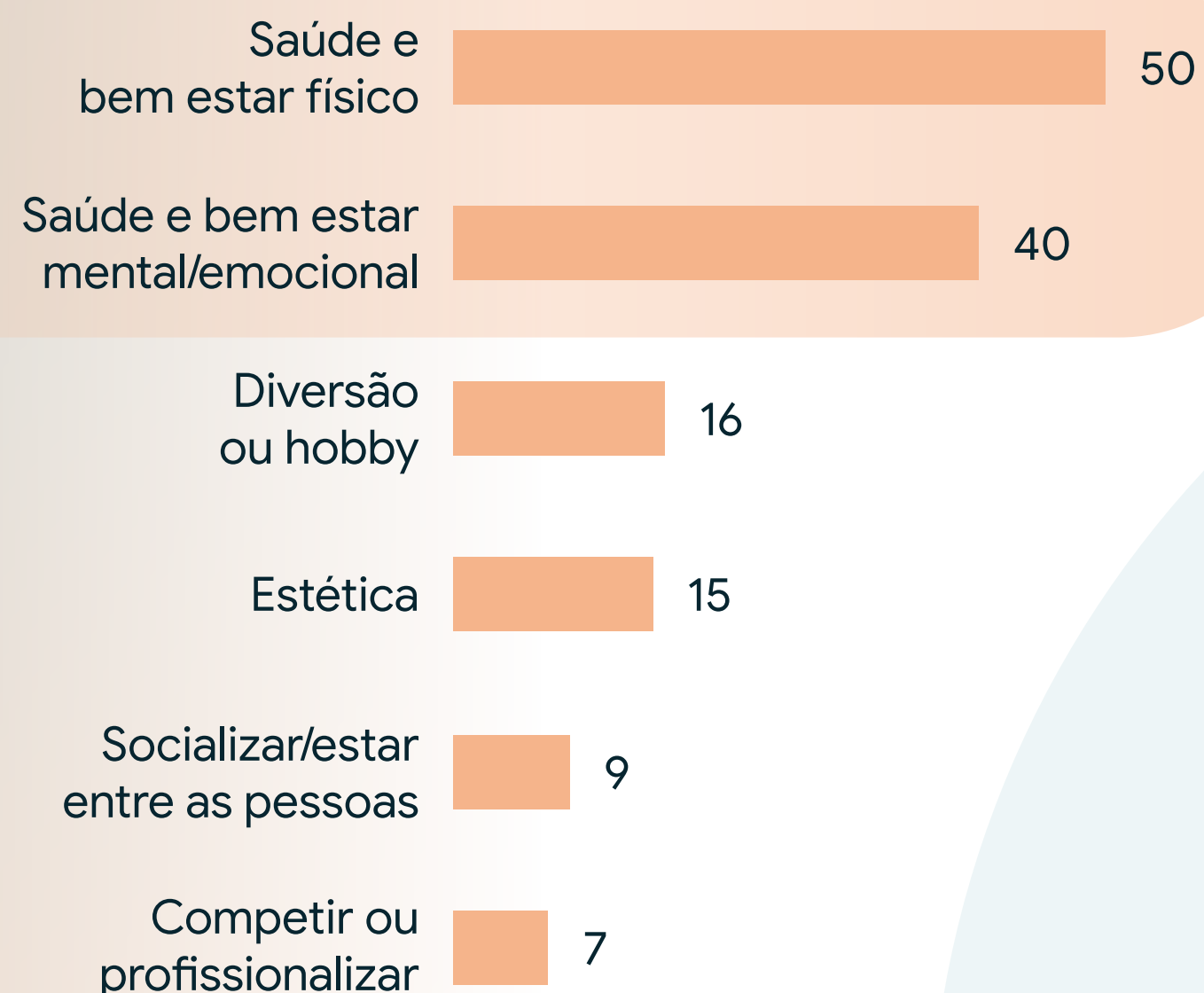




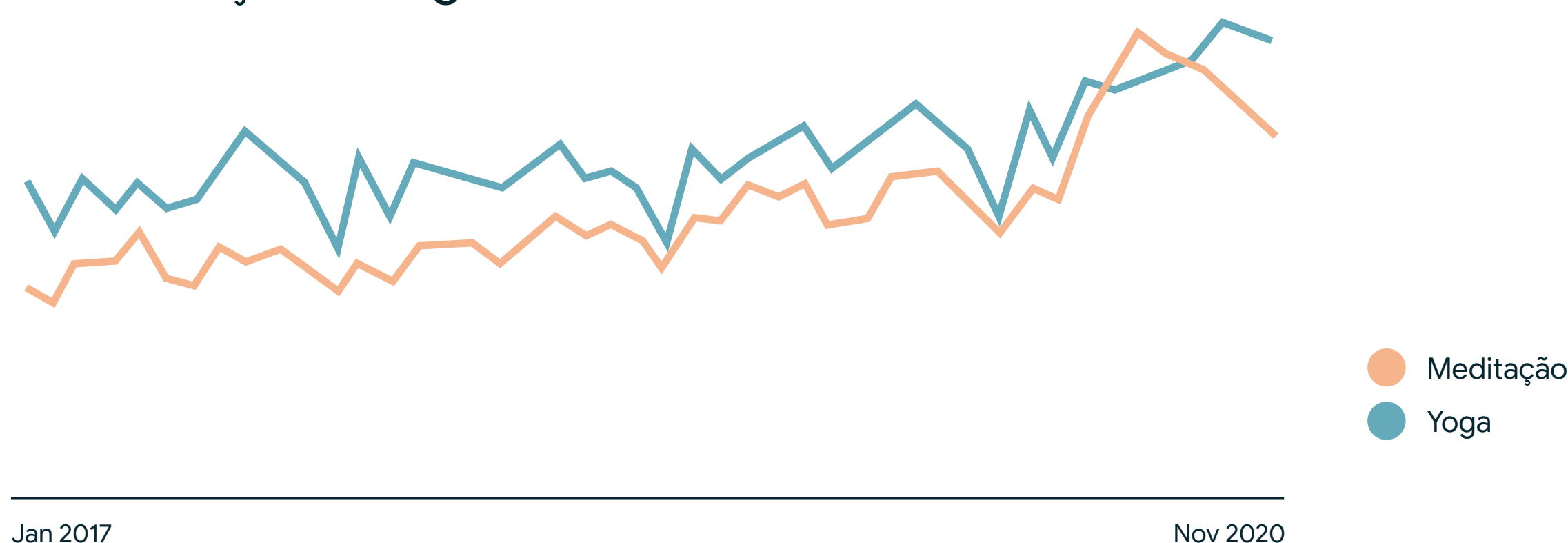
# É neste momento que bem estar e esporte se encontram

Tidos como principais razões para as práticas esportivas, **a saúde e bem estar holístico**, fazem crescer o interesse por novas atividades físicas como forma de promover melhor qualidade de vida

Quais são as **principais razões** para você praticar esportes ou exercícios físicos?



## Buscas por Meditação e Yoga



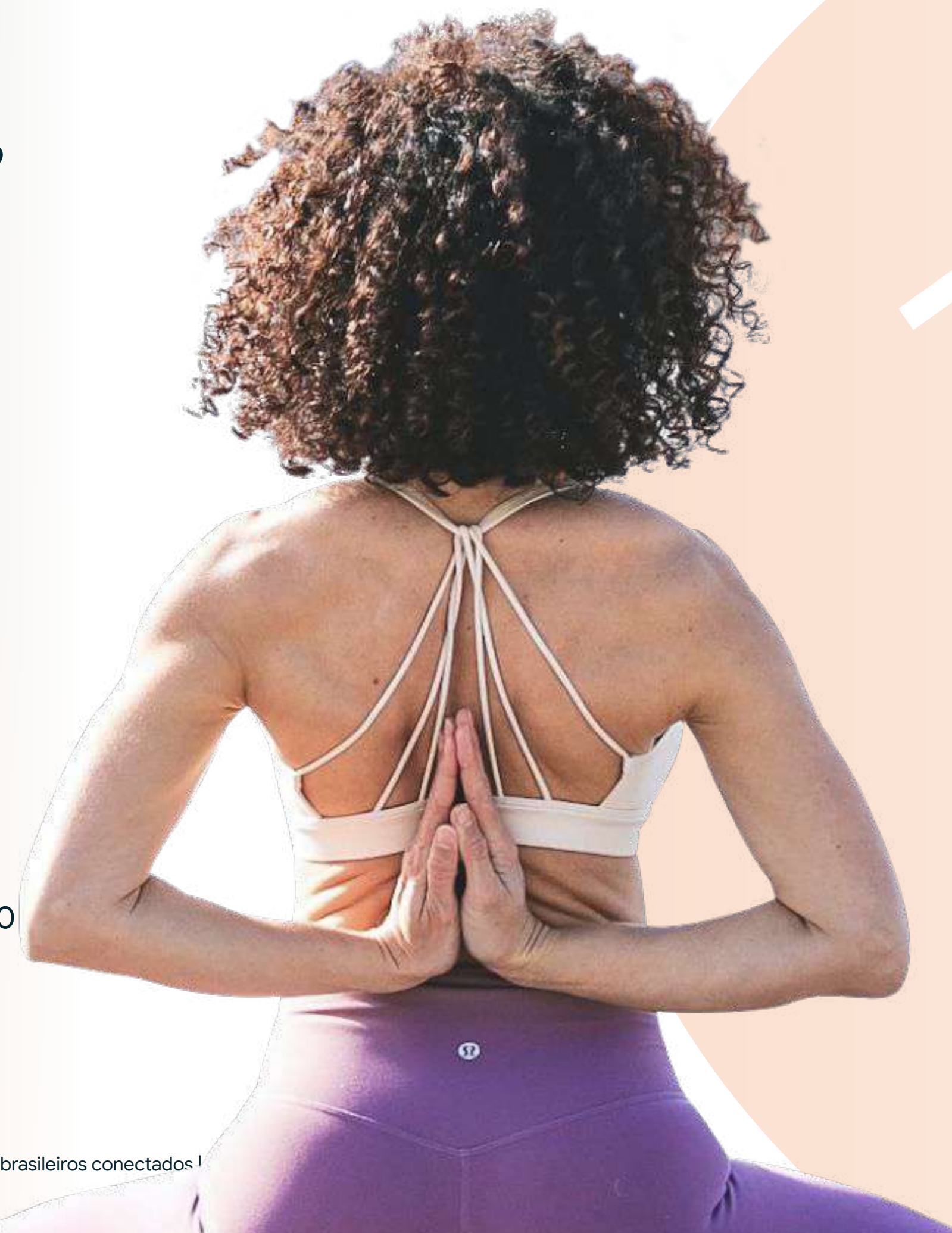
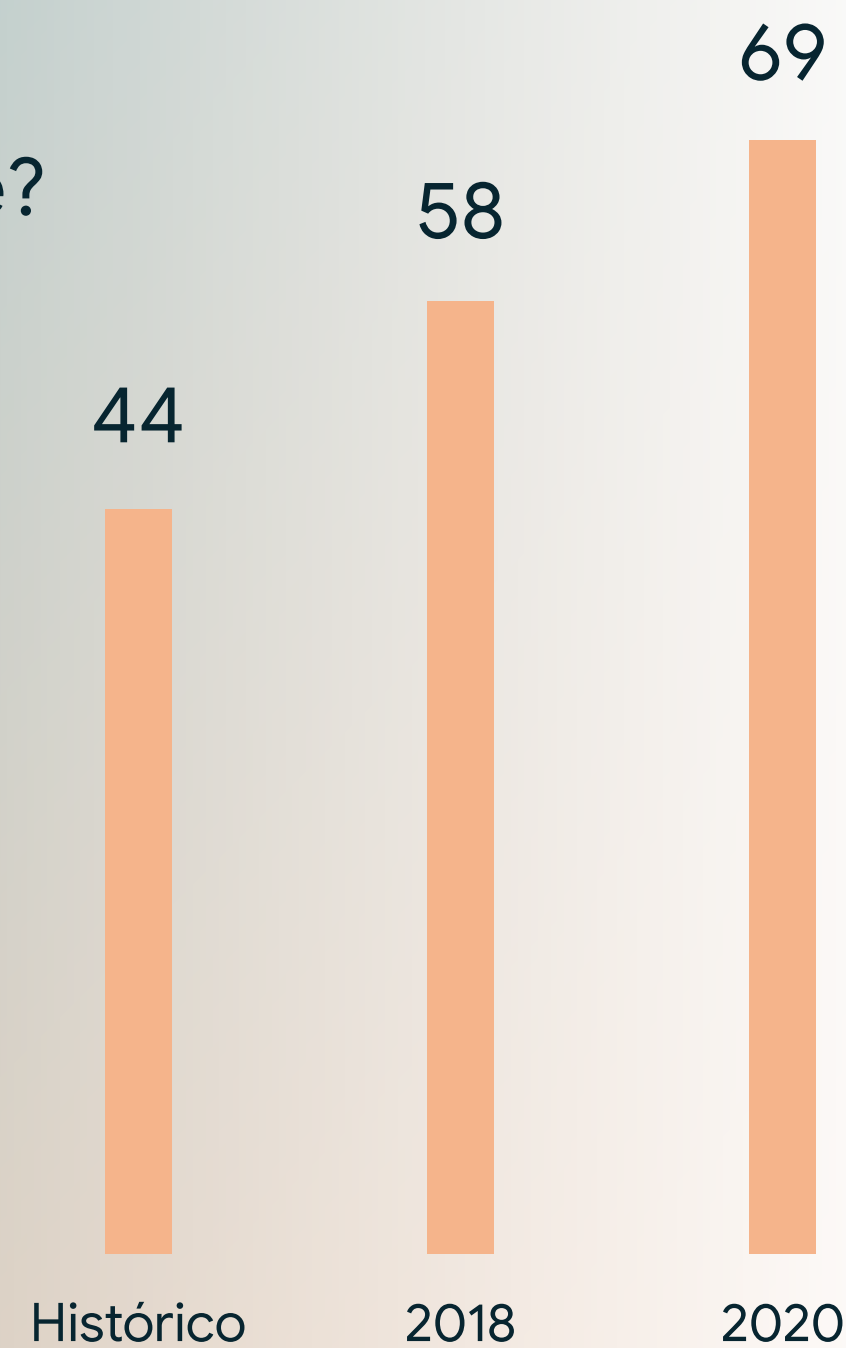
*"Também estamos vendo um aumento no número de 'esportistas plurais': consumidores que fazem malabarismos e combinam vários esportes para combater o tédio."*

**Hayley ard & Gwyneth holland, Stylus**



## Apesar de mais ativos, ainda é difícil manter a rotina

Você pratica  
algum esporte?  
(% sim)



Mas...

Apenas

19%

dos brasileiros  
diz que fazer esportes e  
exercícios físicos  
faz parte da sua rotina



## 2 em cada 3 brasileiros não está satisfeito com a sua prática de exercícios atual

Falta de tempo  
e o cansaço  
são as maiores  
barreiras



Gostaria / deveria  
praticar mais exercícios  
e esportes mas...

25%

não tem tempo

21%

sente-se cansado



# E a pandemia parece ter intensificado alguns comportamentos

# 24%

está praticando **menos** esportes e apenas 11% está praticando mais

A buscas por academia desaceleraram muito na pandemia e, diante das limitações impostas, foi necessário se reinventar para se manter bem física e mentalmente.

O retorno do interesse mostra também a necessidade de buscar esse bem estar proporcionado pelo esporte

Buscas por Smart Fit





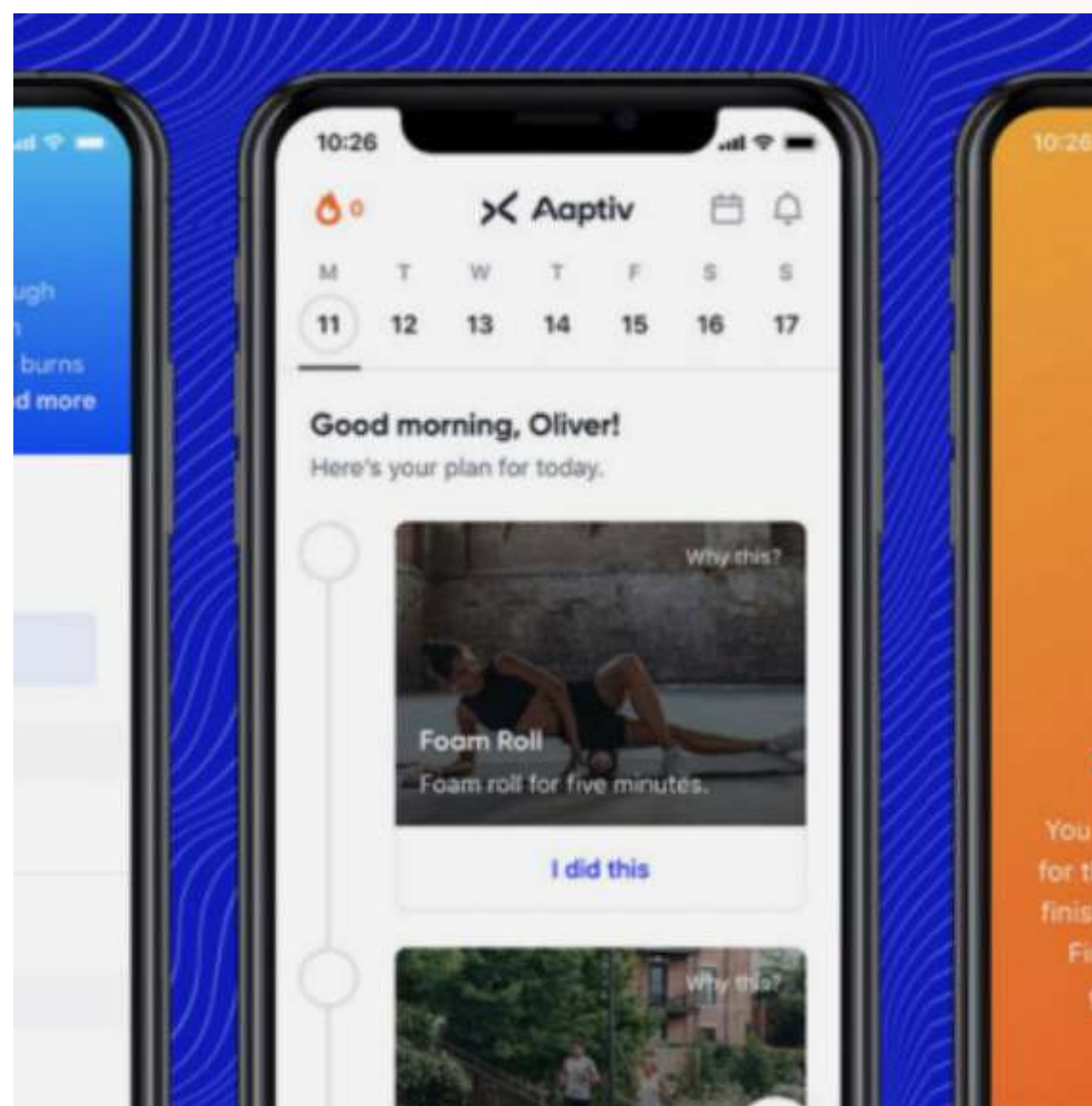
# É o momento de se exercitar em casa

28% dos brasileiros se exercitam dentro de casa

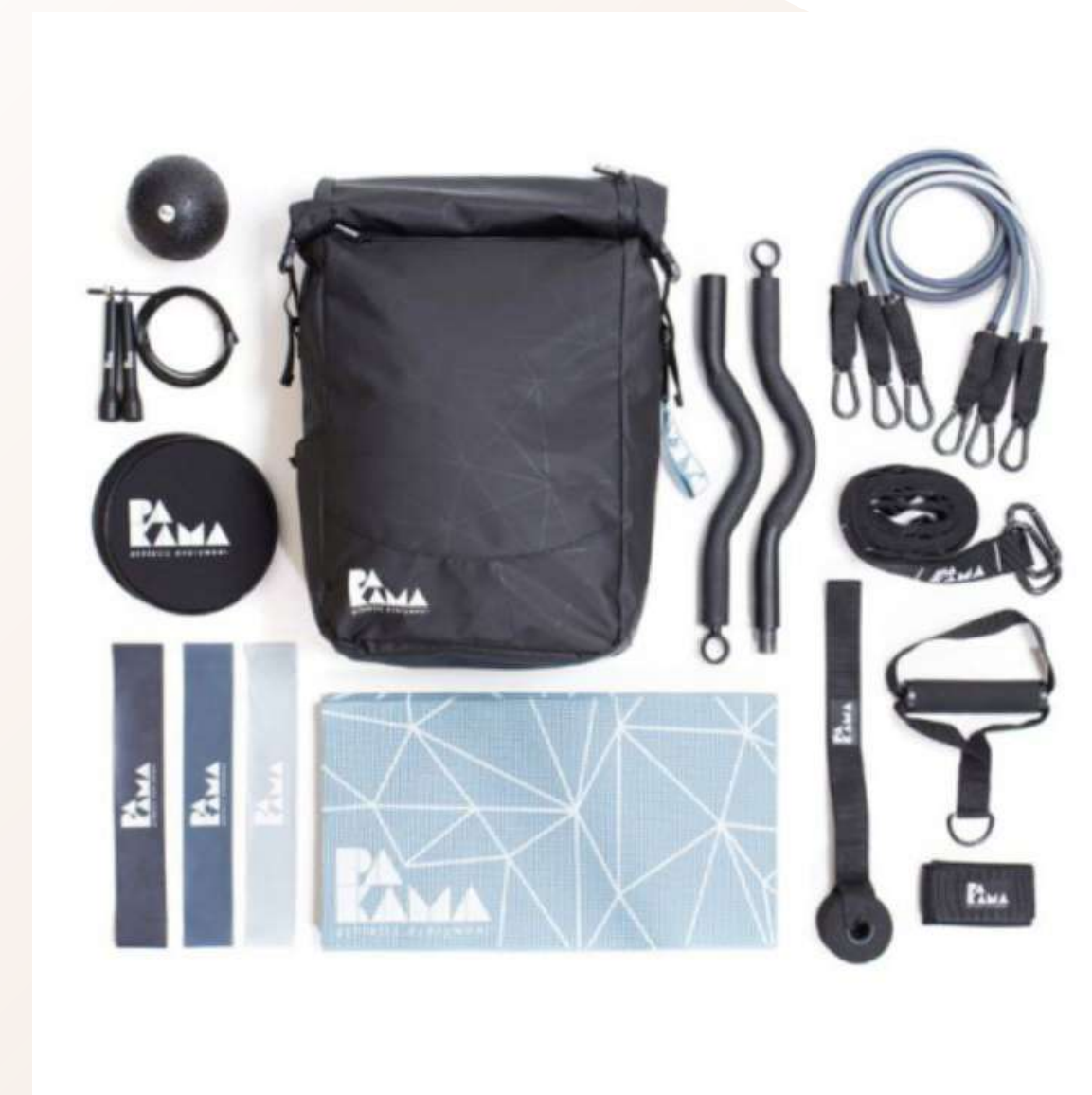
2x mais buscas por exercícios em casa em 2020 (vs 2019)

+122% buscas por personal trainer online (mar 2020 x 2019)

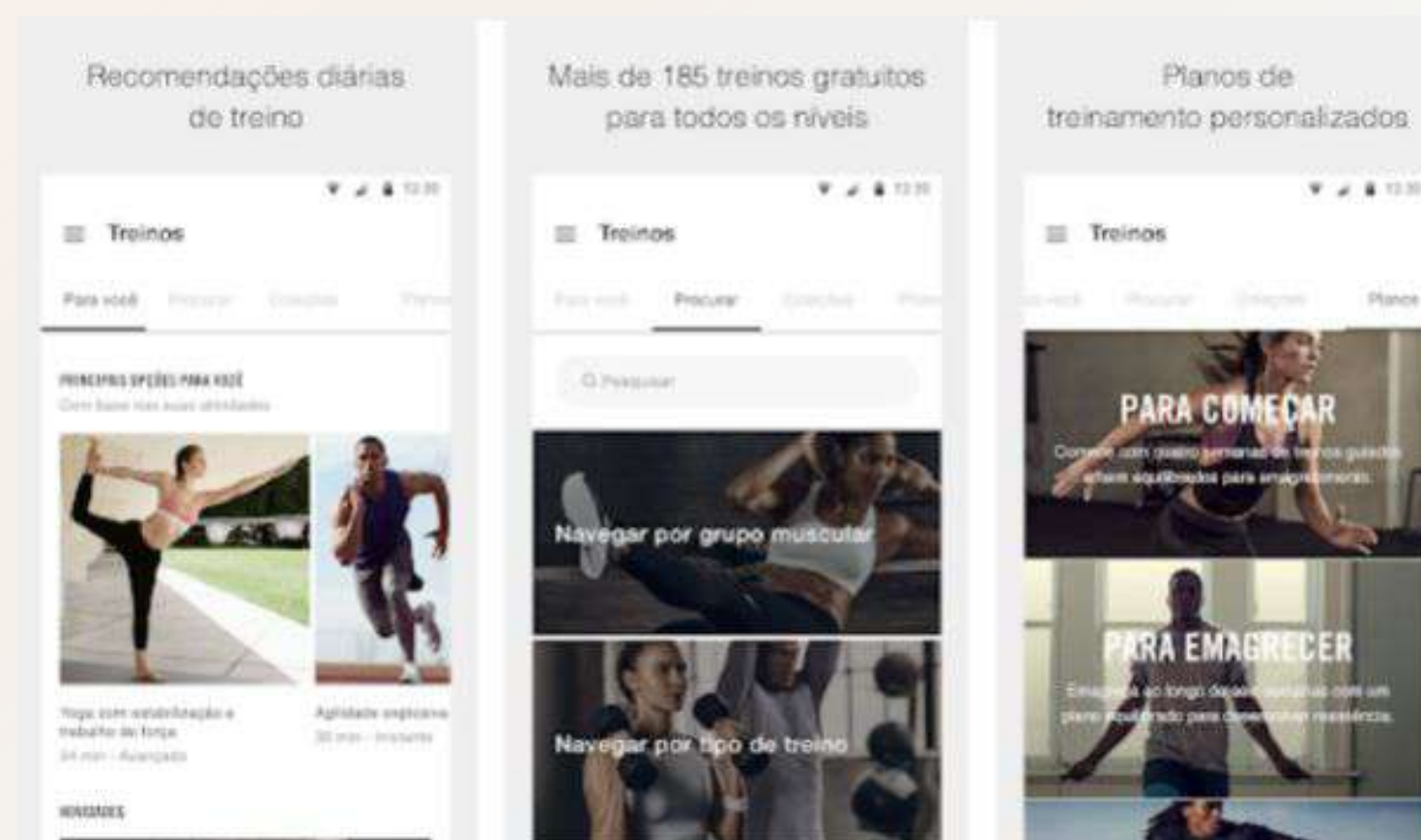
## Aaptiv



As marcas procuram se adaptar, oferecendo serviços e equipamentos multifuncionais e compactos que atendem essa nova necessidade



## Pakama



## Nike - NTC



# Coaching on demand

Entre quem pratica esportes, **42%** praticam sozinhos e apenas **15%** com professor ou personal trainer.

Os vídeos com **aulas e dicas** fazem o papel de orientar

# 42%

se interessam por conteúdos relacionados a **aulas e dicas de exercícios**

Durante a pandemia, alguns termos de aulas esportivas tiveram considerável crescimento em buscas no Youtube:

\*Entre Abril e Junho de 2020 em comparação ao ano anterior



## Fitness



POPSUGAR Fitness  
5.3M subs



Carol Borba  
3.3M subs

## Dança



Cia. Daniel Saboya  
17M subs



FitDance  
13.8M subs



# A tecnologia e conectividade, que já era tendência, agora eleva a experiência indoor a outro patamar

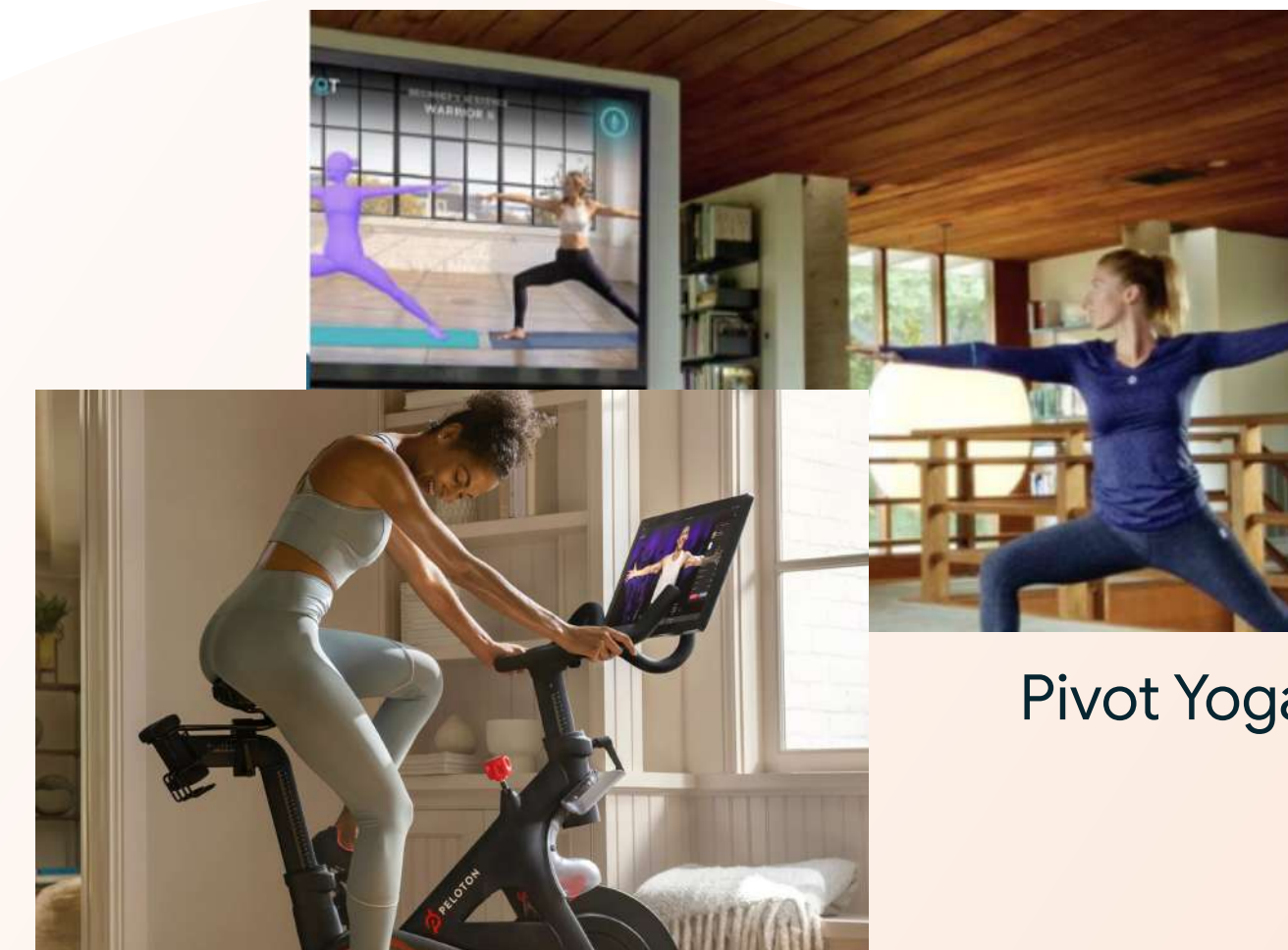
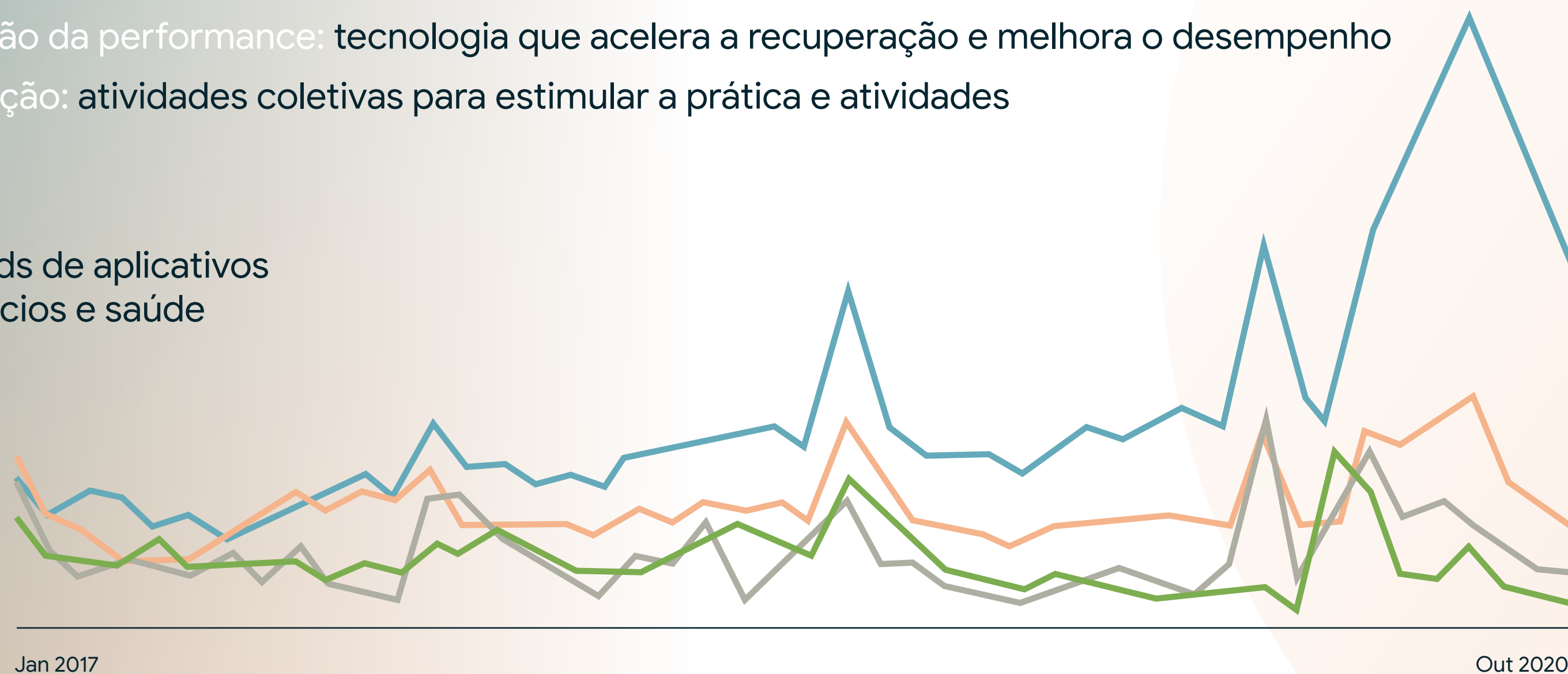
Mais assistência: tecnologia direcionando a prática

Esportes mais conectados: tecnologia integrada para monitoramento

Otimização da performance: tecnologia que acelera a recuperação e melhora o desempenho

Gamificação: atividades coletivas para estimular a prática e atividades

Downloads de aplicativos de exercícios e saúde



Pivot Yoga

Peloton

Strava

# +114%

em buscas por Smart Watches nos últimos 2 anos

Nike+

Garmin Connect

Freeletics

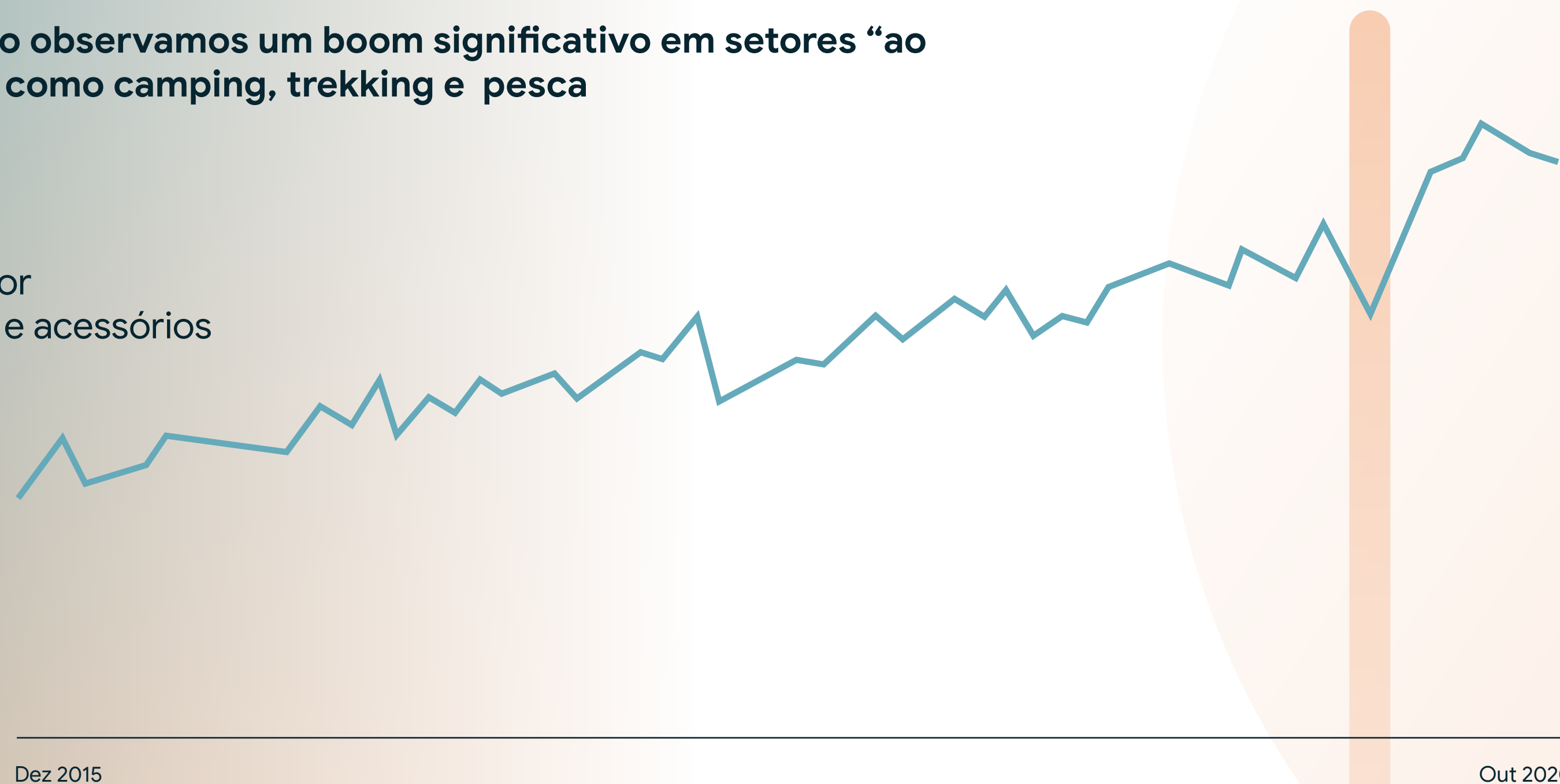


# O retorno outdoor é viabilizado pelos esportes

Os esportes possibilitam o retorno às ruas de forma segura e isso traz um **senso de normalidade para a vida**

Com isso observamos um boom significativo em setores “ao ar livre” como camping, trekking e pesca

Buscas por esportes e acessórios outdoor



41%

dos brasileiros se exercitam ao ar livre

23%

dos brasileiros concordam que **buscam artigos para atividades ao ar livre/na natureza**



# E na vida outdoor, Surf e Skate tem se destacado nos últimos anos

Nos últimos 5 anos...

**+672%**  
Buscas por Surf

**+550**  
Buscas por Skate

**2,4 bi**  
Estimativa do mercado global de skate em 2025



Além de seus benefícios sociais e físicos, os benefícios mentais o skate proporciona estão no topo de razões para prática

**62%**

Andam de skate para aliviar o stress

Senso de pertencimento

Diminuição de stress

Mindfulness

Senso de resiliência



# As tendências outdoor influenciando as ações das marcas

Em busca de aventuras: serviços e produtos para novas experiências  
Ultrapassando os limites: o que traz de volta um senso de estar vivo  
Aventuras urbanas: mimetizando a experiência outdoor

*"Em 2020, os esportes radicais vão desafiar os esportes coletivos profissionais e universitários pelo título da categoria mais assistida de conteúdo esportivo"*

**Future Of, 2015**

## Keep Nature Wild



## The North Face

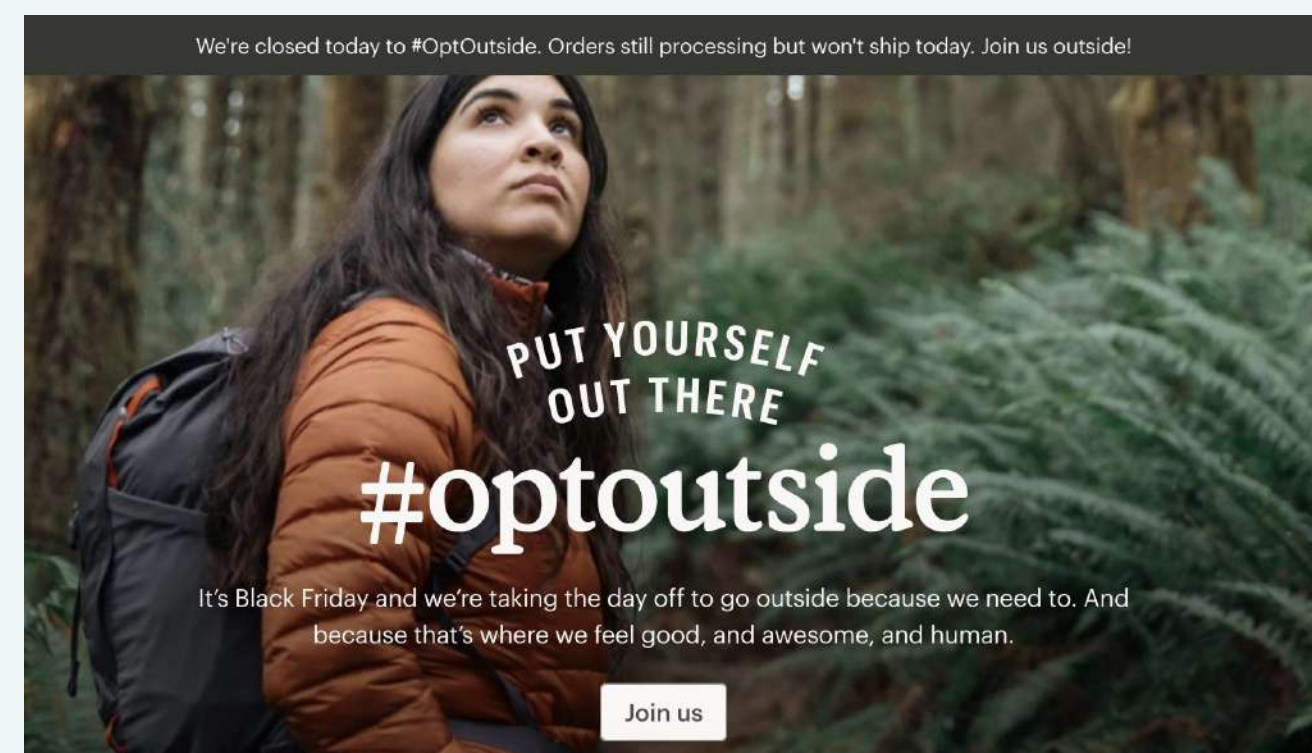




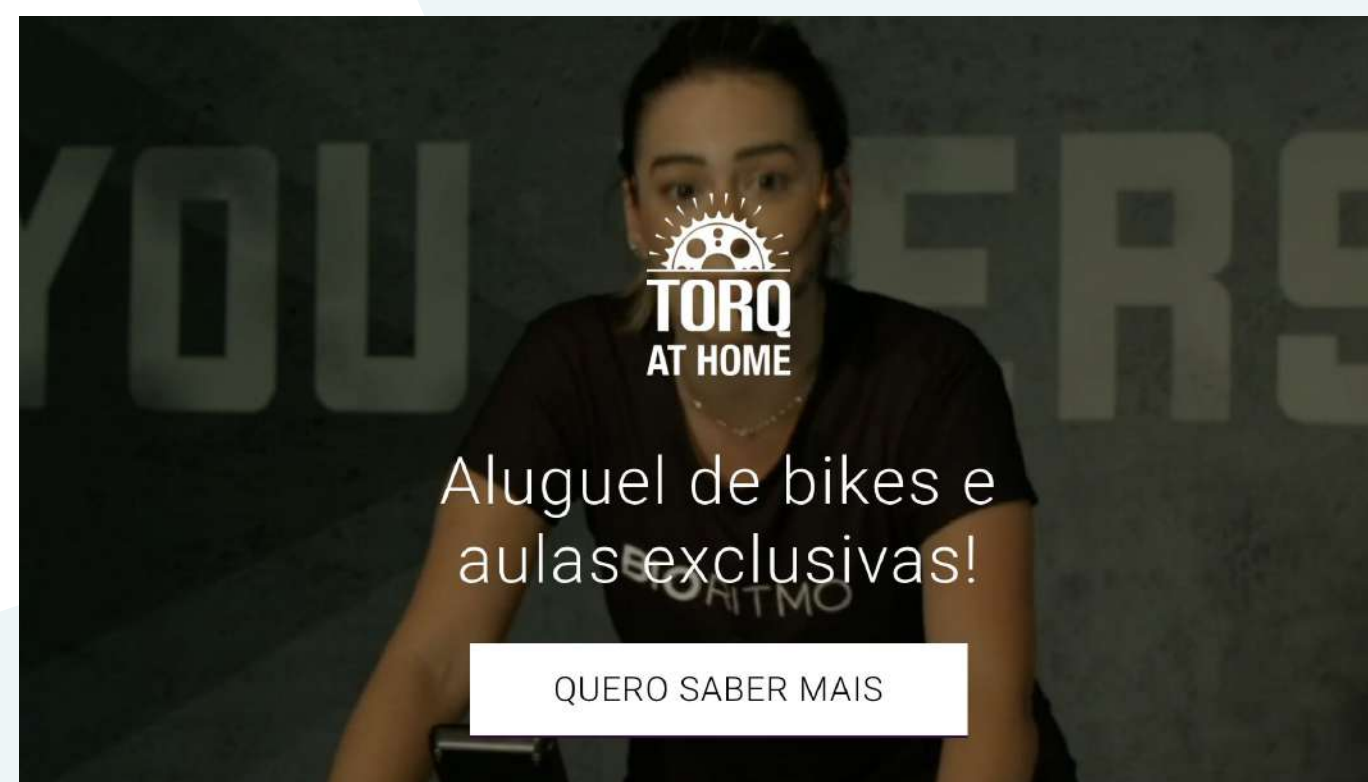
# Oportunidades

Ajudar os brasileiros a inserir exercícios e esportes em suas rotinas, seja indoor ou outdoor, promovendo bem estar e qualidade de vida

## Inspiração



**REI #optoutside**  
A marca promoveu um day off na Black Friday estimulando os consumidores a fazerem atividades ao ar livre



**Bioritmo**  
Aluguel de bikes especiais de spinning para fazer em casa as aulas da academia. Para quem já tem uma bike é disponibilizado assinatura das aulas a partir de R\$29.90/mês

# Futebol além do jogo

Futebol é paixão nacional e forma como nos relacionamos com o esporte vem se transformando





# Historicamente futebol é paixão nacional

Futebol segue como o esporte preferido de 70% dos brasileiros, e é acompanhado de perto pela maioria

Quais esportes você costuma acompanhar na mídia?



# 74%

Quais seus esportes preferidos? (% respostas para **Futebol**)



Voleibol 25%



Basquete 14%



Automobilismo 12%



Natação 4%



Tenis 4%



MMA 7%



UFC 2%



Corrida 2%



Futebol americano 2%



Futebol além dos 90 minutos



# A paixão por futebol só cresce

Buscas no Google por **Futebol**

# ~500M

de buscas por mês relacionadas a futebol

Pandemia e pausa do futebol



Jan 2017

Out 2020



# O brasileiro é torcedor e está sempre presente

Você torce para algum time de futebol?

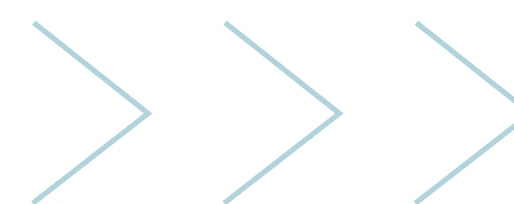


Como referência da força que o futebol estrangeiro tem conquistado:

As buscas relacionadas ao Santos F.C. são pouco menos de 3 vezes as buscas por Real Madrid.

As buscas por Copa Libertadores são 1.4 x maiores que as buscas por Champions League.

Entre quem tem o hábito de assistir esportes presencialmente **futebol é o esporte campeão**



**90%**



**17%**

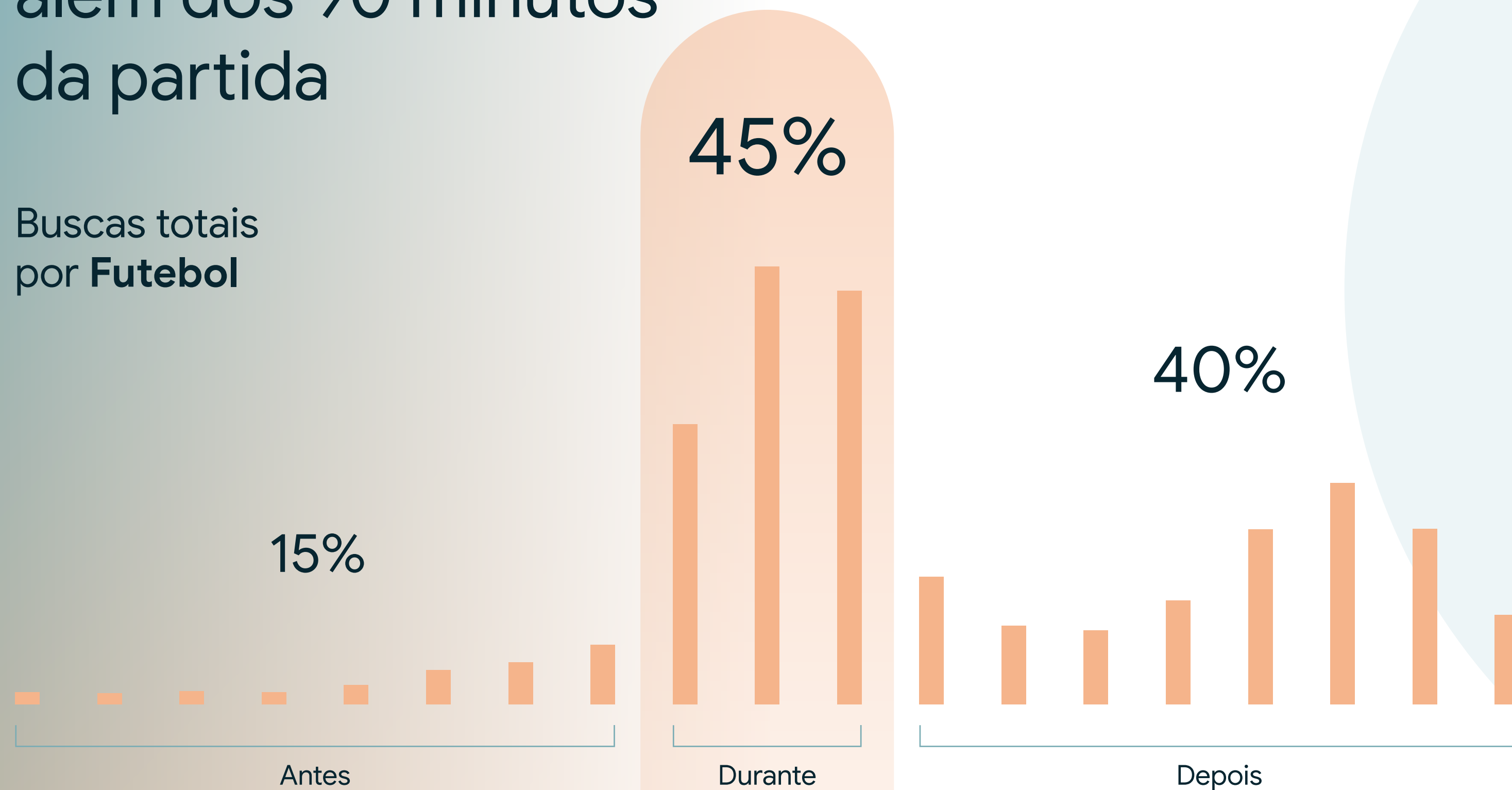


**5%**



# Mas a interação com os jogos vai além dos 90 minutos da partida

Buscas totais por **Futebol**



*“Honestamente, acho que o evento (em si) se tornou menos importante para toda a experiência dos fãs. Os pré e pós-eventos são mais importantes para os fãs, porque eles gostam de compartilhar suas opiniões, compartilhar suas previsões e ver as previsões de outros fãs, assistindo aos bastidores, tudo na internet”*

**Bruno Freitas**, jornalista esportivo



# A jornada do torcedor continua

## Buscas por Palmeiras, jogo contra o Vasco às 16:00

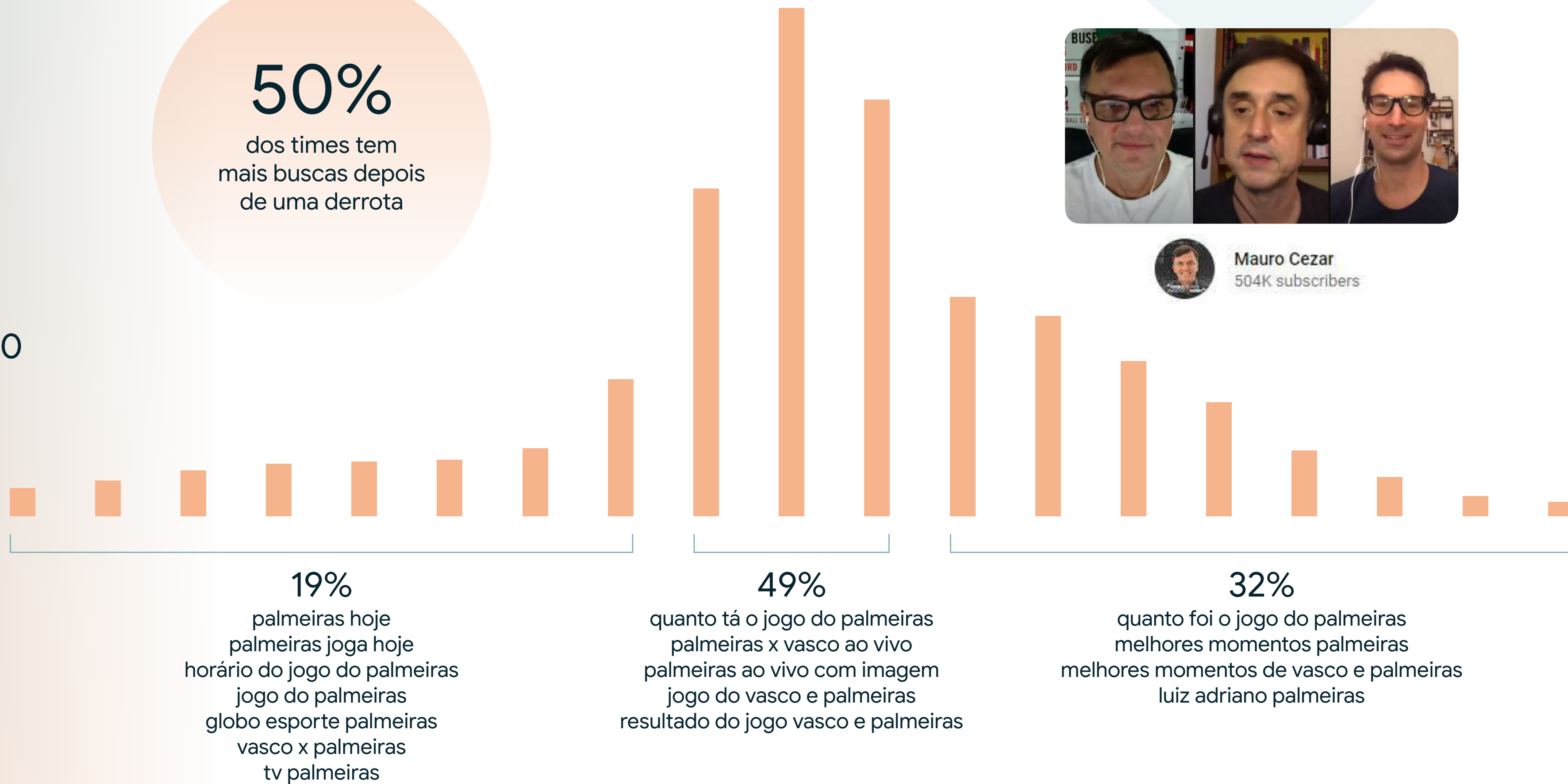
As buscas por um determinado time não dependem do resultado dos jogos

**50%**  
dos times tem mais buscas depois de uma derrota

**~200k**  
buscas por debate esportivo, resenha esportiva ou pós jogo em 2020 no Google



Mauro Cezar  
504K subscribers





# Existem outras formas de se conectar com o futebol

Por quais destes conteúdos relacionados ao seu clube do coração você mais se interessa?



## Canais mais assistidos pela audiência de Futebol

### Ao vivo



Esporte Interativo  
7,170,000 subs  
2.4x index

### Melhores momentos e reprises



ge  
548,000 subs  
2.4x index



Ligados no Futebol  
2,020,000 subs  
2.4x index

## Comentários e informações



Os Donos da Bola  
1,320,000 subs  
2.5x index



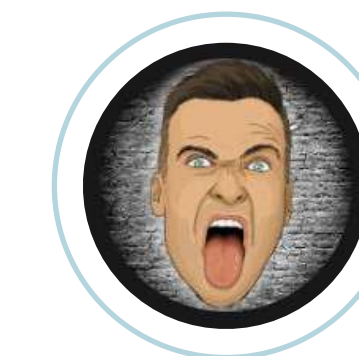
Jovem Pan Esporte  
2,050,000 subs  
2.4x index

## Humor



FutParódias  
8,460,000 subs  
2.5x index

## Entrevista com Jogadores

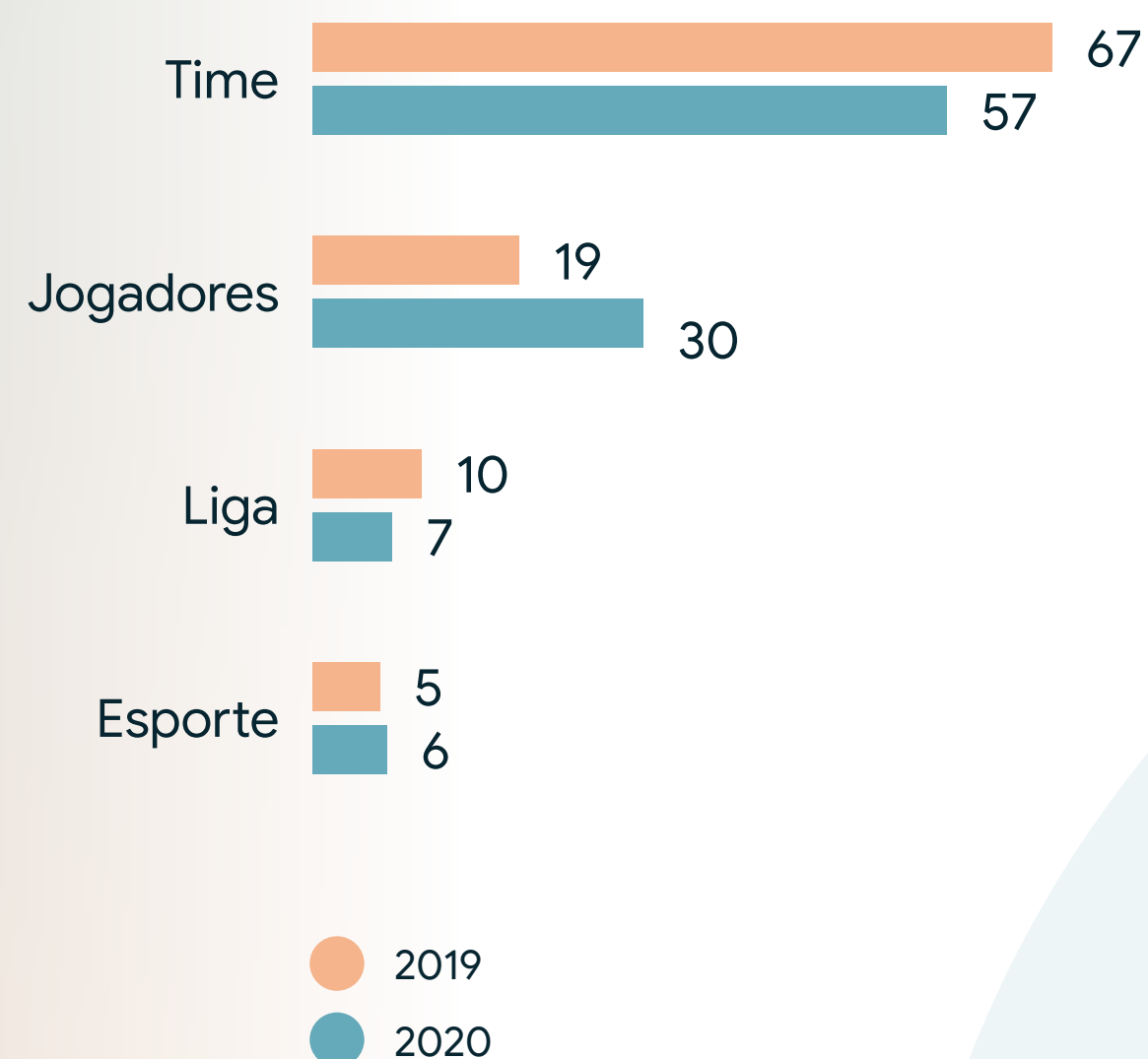


Pilhado  
887,000 subs

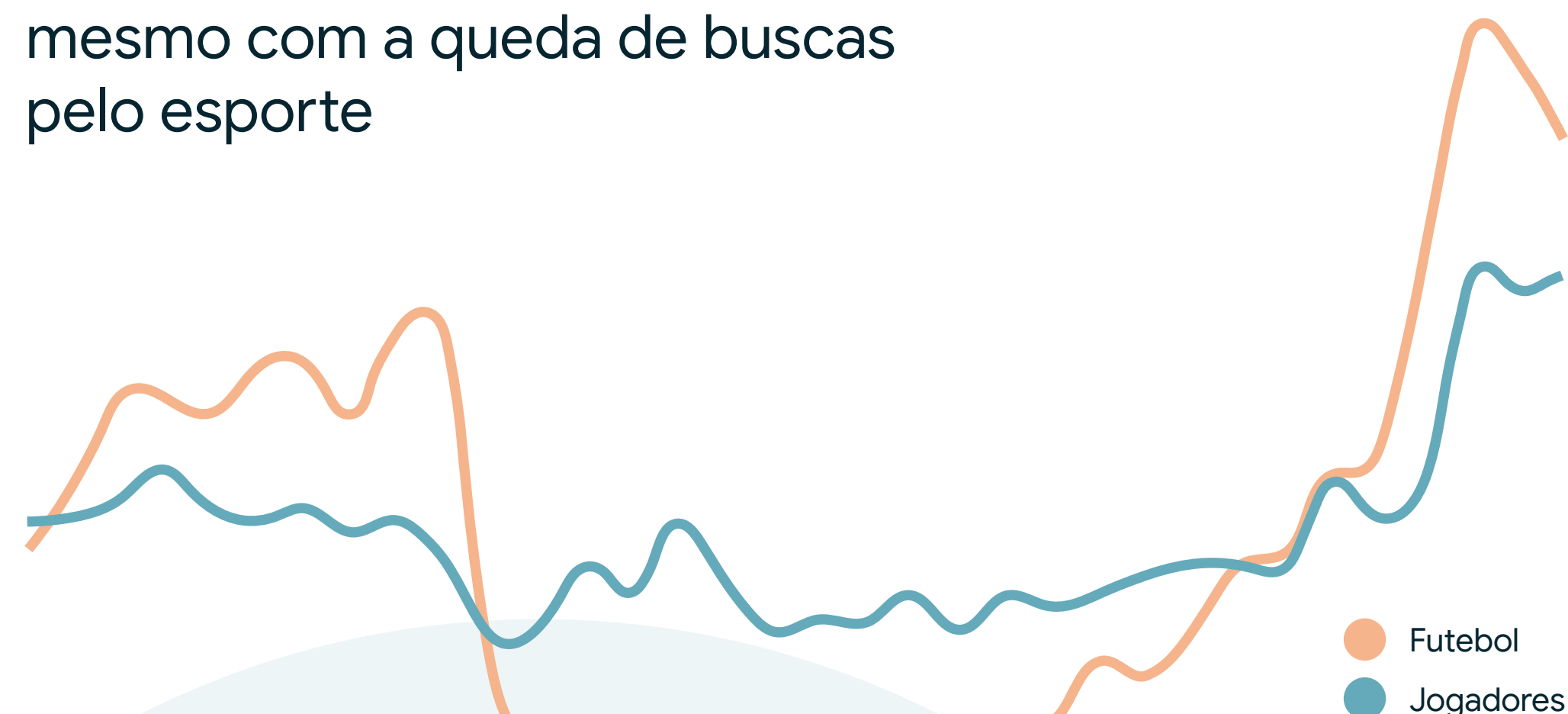


# Em 2020 os jogadores foram destaque de interesse

Com os jogos temporariamente suspensos devido à Covid-19, ficamos mais conectados com os jogadores em um nível pessoal



Buscas por jogadores de futebol seguem praticamente estáveis mesmo com a queda de buscas pelo esporte



*"As pessoas querem ver drama, elas querem ver os bastidores, querem ver as personalidades. E plataformas como Youtube permitiram que isso acontecesse"*

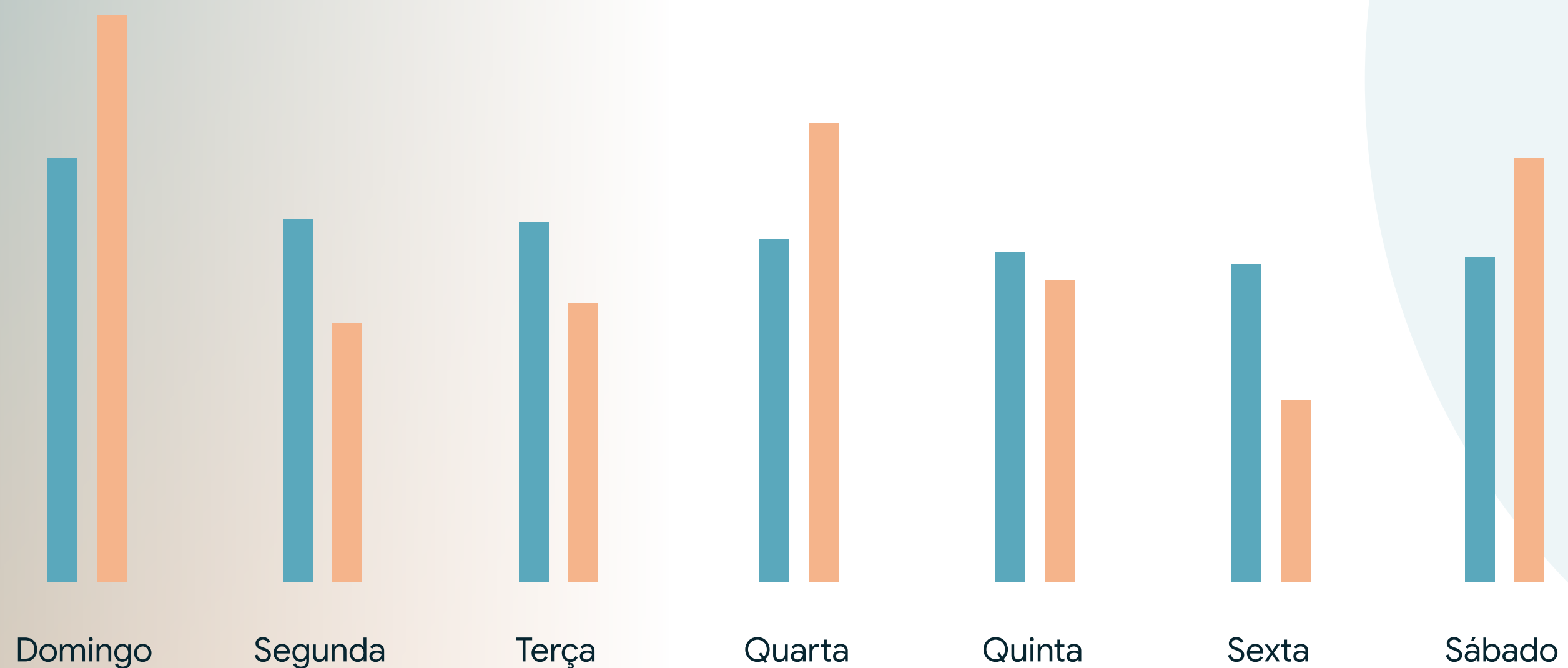
**Jeff Nathenson, MD Whistle Sports**



# Com isso nossa jornada se tornou ainda mais always on

Buscas totais por **Futebol**

● 2019  
● 2020



*Em 2020, uma nova forma de acompanhar os jogos ao vivo foram as narrações pelo Youtube, como forma de democratizar o acesso. Marcas já patrocinam as iniciativas*

*"O passado era sobre eventos locais - lineares em termos de transmissão e isolado em termos de cobertura. O futuro dos eventos esportivos é global, orgânico em termos de informações que o cercam e onipresentes"*

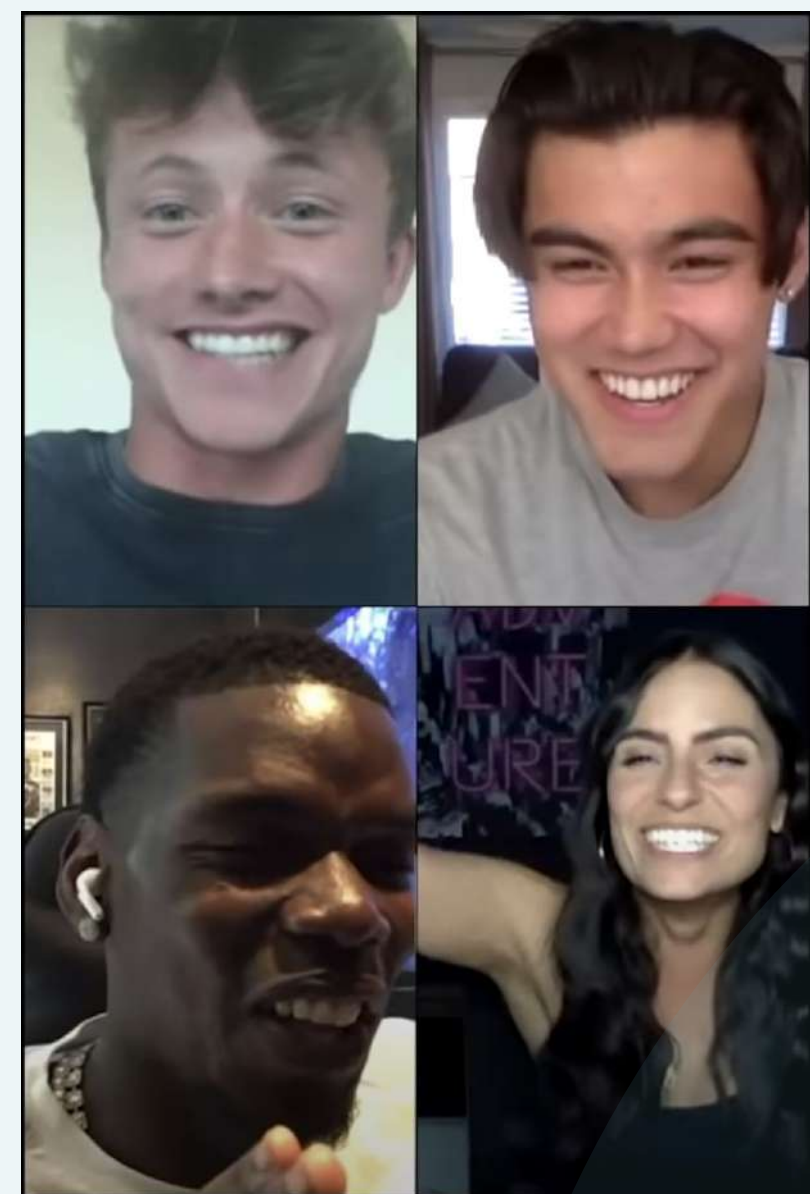
**Brian Mirakian, Populous**



# Oportunidades

Ajudar a conecta torcedores com jogadores e esporte de uma forma mais próxima e pessoal, com conteúdos contínuos que vão além dos jogos e campeonatos

## Inspiração



### Pepsi Max X Houseparty

Criado para animar os fãs com o reinício da Champions League, o quiz via em vídeo chat contou com participação do jogador de futebol Superstar, Paul Pogba, que invadiu a festa para lançar a plataforma.



### Evonik + Puma

“Virtual BVB Tour of Asia”  
Para ficar em contato com os fãs, o Borussia Dortmund organizou “Digital Fan Viewing party” uma transmissão ao vivo que atraiu 2,9 milhões de espectadores na China.

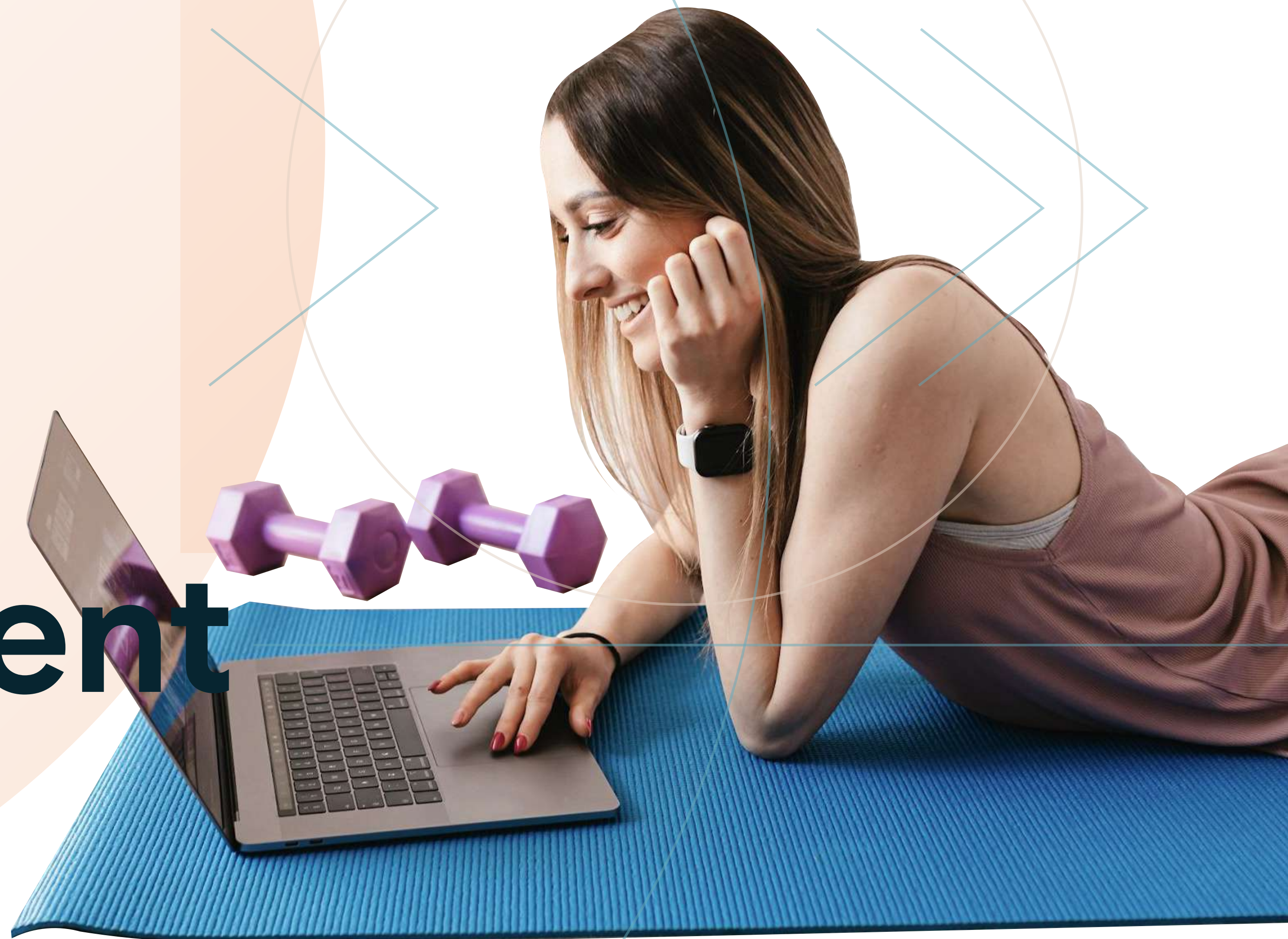


### Free Fire “Chrono”

Cristiano Ronaldo é novo personagem e embaixador do jogo. A ação aposta no potencial de unir dois públicos distintos, por meio da popularidade e proximidade com os fãs

# Sportainment

O shift para o digital dá lugar a muitas formas de se consumir conteúdo aproximando consumidores de seus esportes





# Todo mundo ama saber sobre esportes

50%

dos brasileiros diz ter alto  
interesse em ver e acompanhar  
conteúdo esportivo

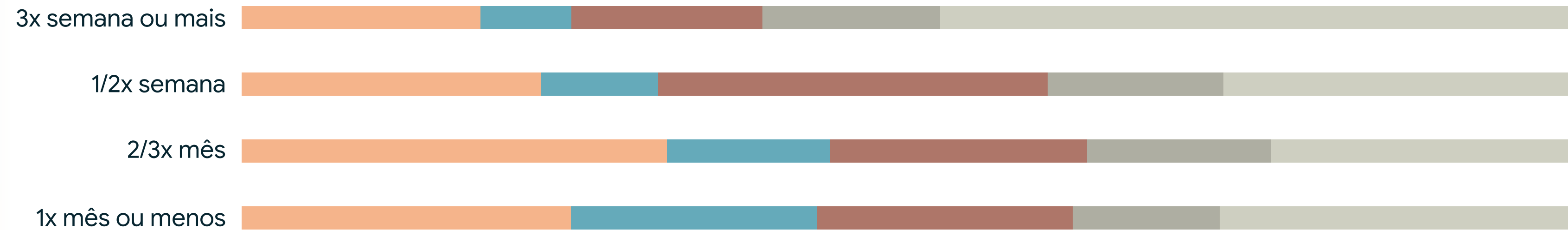
83%

acompanha pelo menos  
um esporte



# Com aumento da prática de atividades físicas cresce também o interesse por conteúdo

Pensando no último ano, com que frequência você praticou esportes e exercícios físicos?



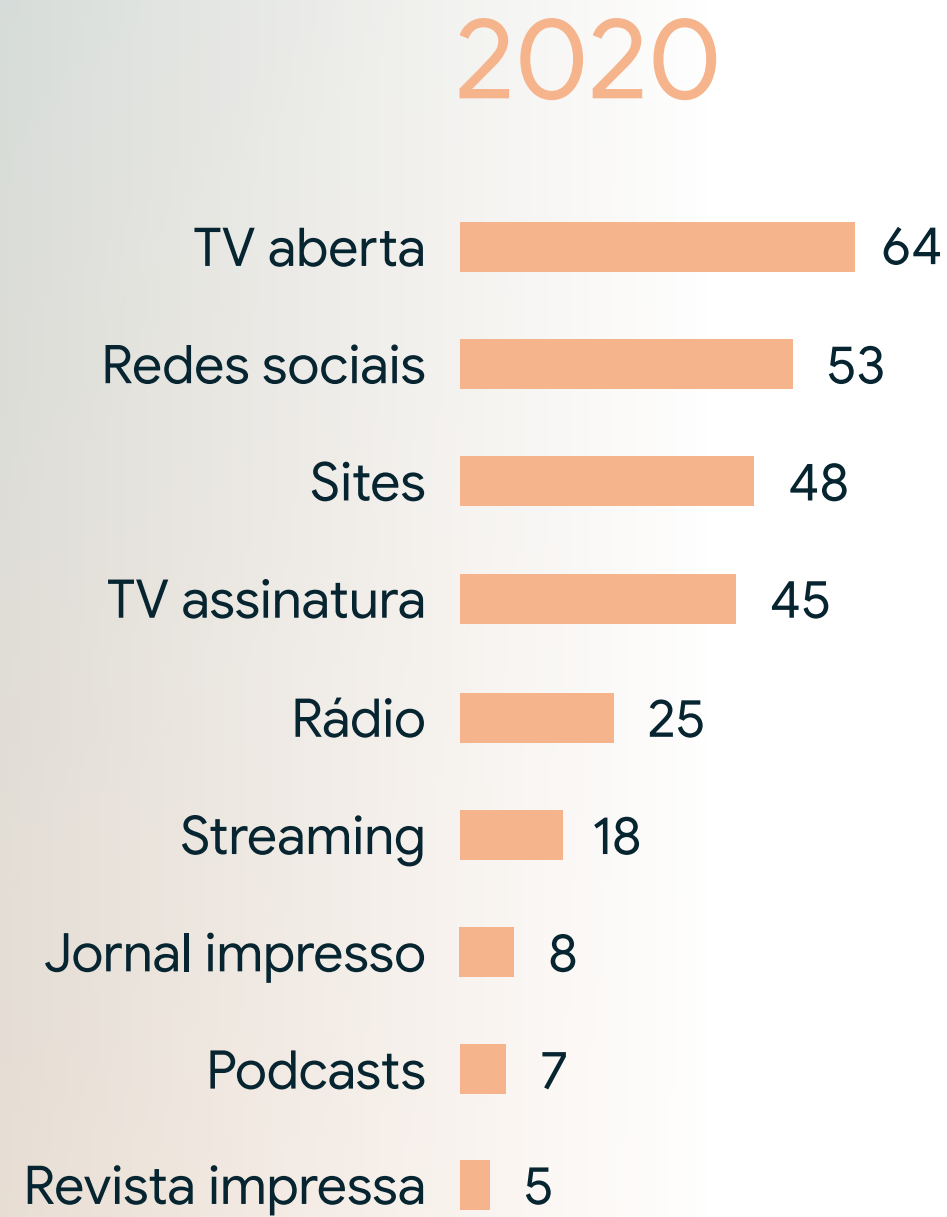
Quanto você se interessa por ver/acompanhar conteúdo sobre esportes ou exercícios físicos?

Nenhum interesse ● ● ● ● ● ● Muito interesse



# A TV sempre foi o canal para se manter informado

Mas consumo de conteúdo vai se tornando menos concentrado e **plataformas online se tornam tão ou mais relevantes** que os meios tradicionais e o **YouTube** ganha relevância

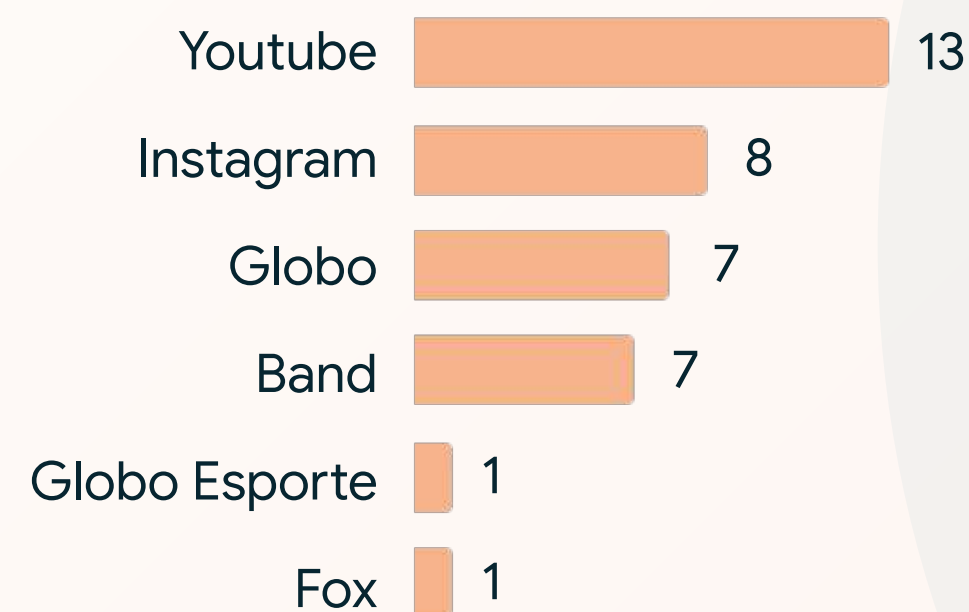


90M  
de fãs de esportes nas plataformas Google



Youtube é o quinto veículo mais importante para acompanhar esportes

Crescimento dos top 10 canais de mídia 2020 x 2018



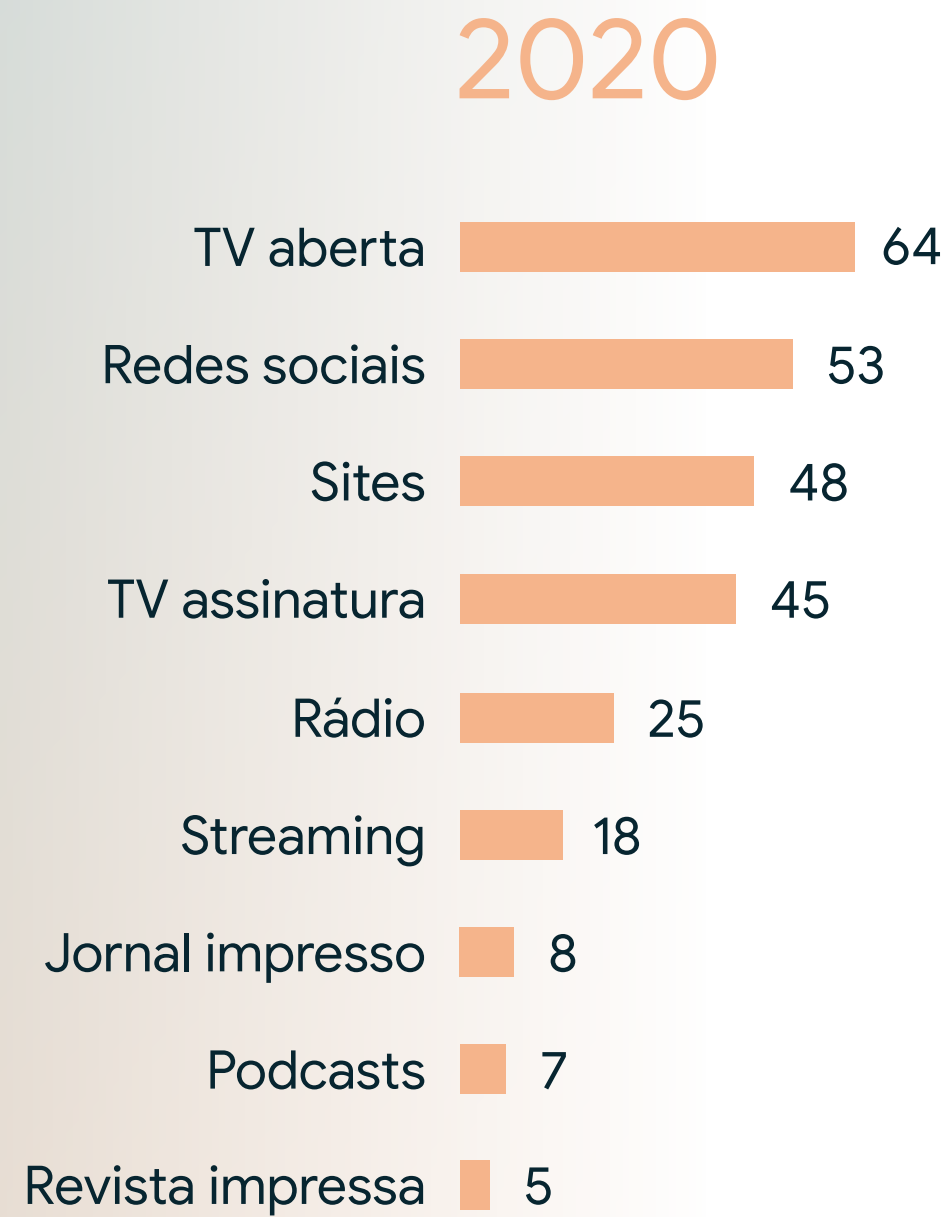
“O cenário de mídia esportiva tem evoluído rapidamente, especialmente em termos de quem cria conteúdo e quem tem o direito de distribuir”

**Deloitte**  
Sports Industry  
Starting line up



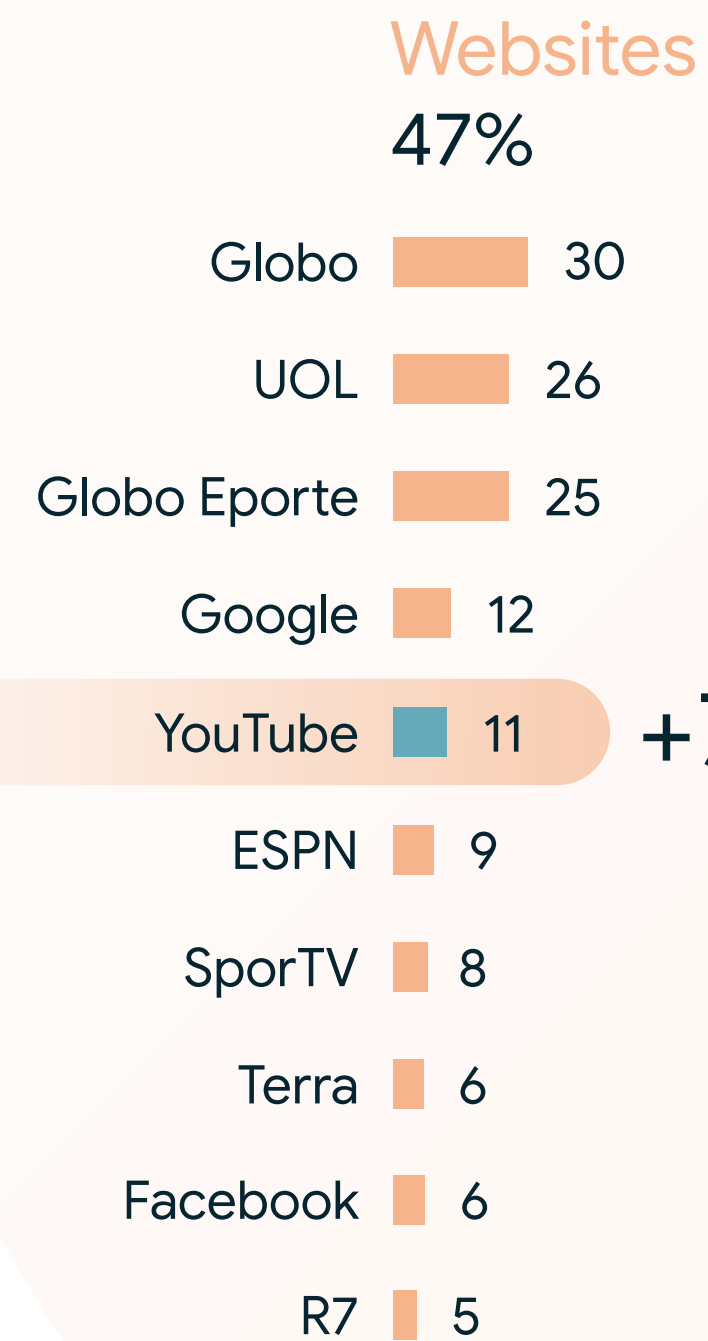
# A TV sempre foi o canal para se manter informado

Mas consumo de conteúdo vai se tornando menos concentrado e **plataformas online se tornam tão ou mais relevantes** que os meios tradicionais e o **YouTube** ganha relevância

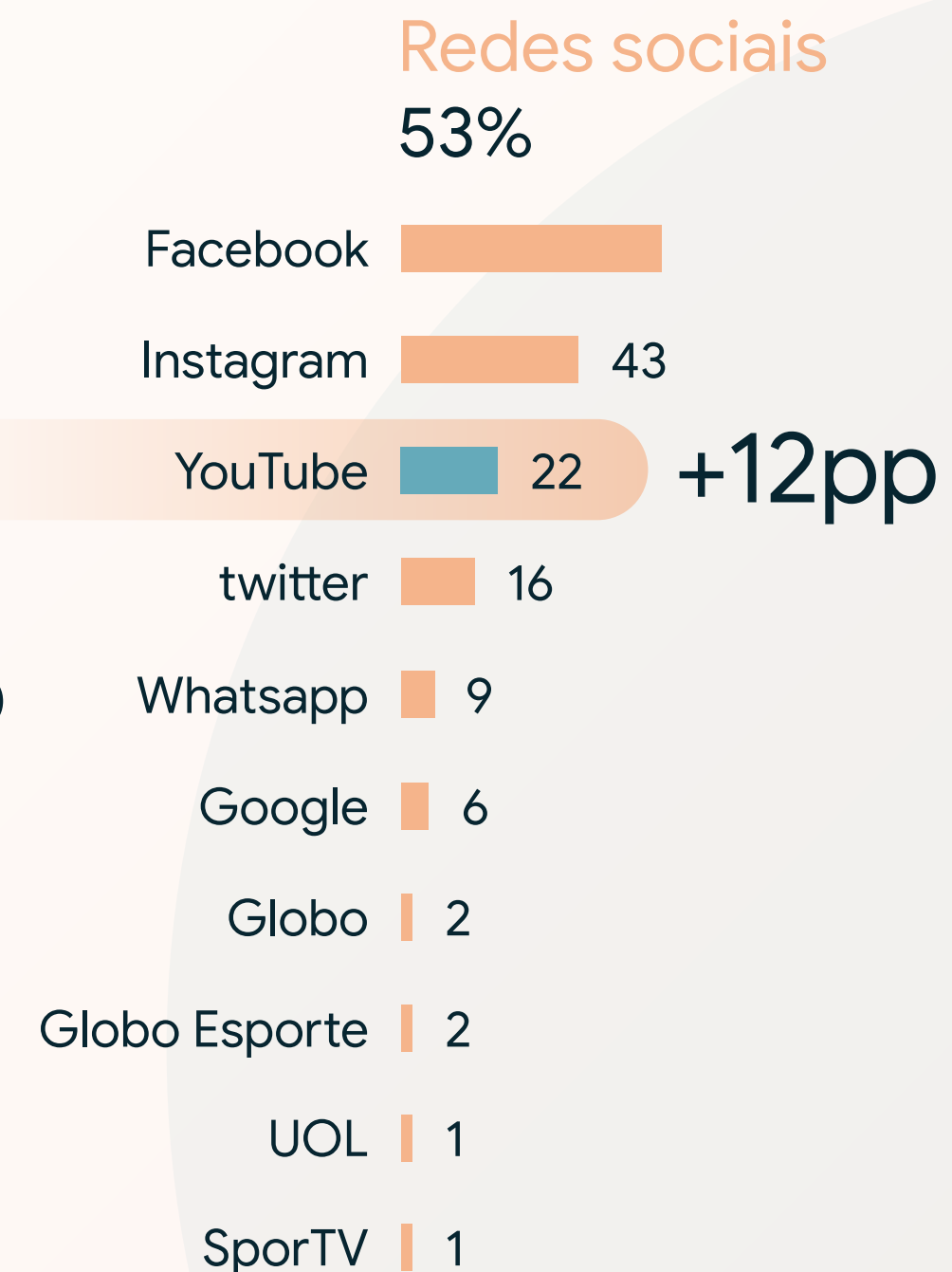


**40M**

de pessoas assistem ao YouTube em suas telas de TV no Brasil



+7pp



+12pp

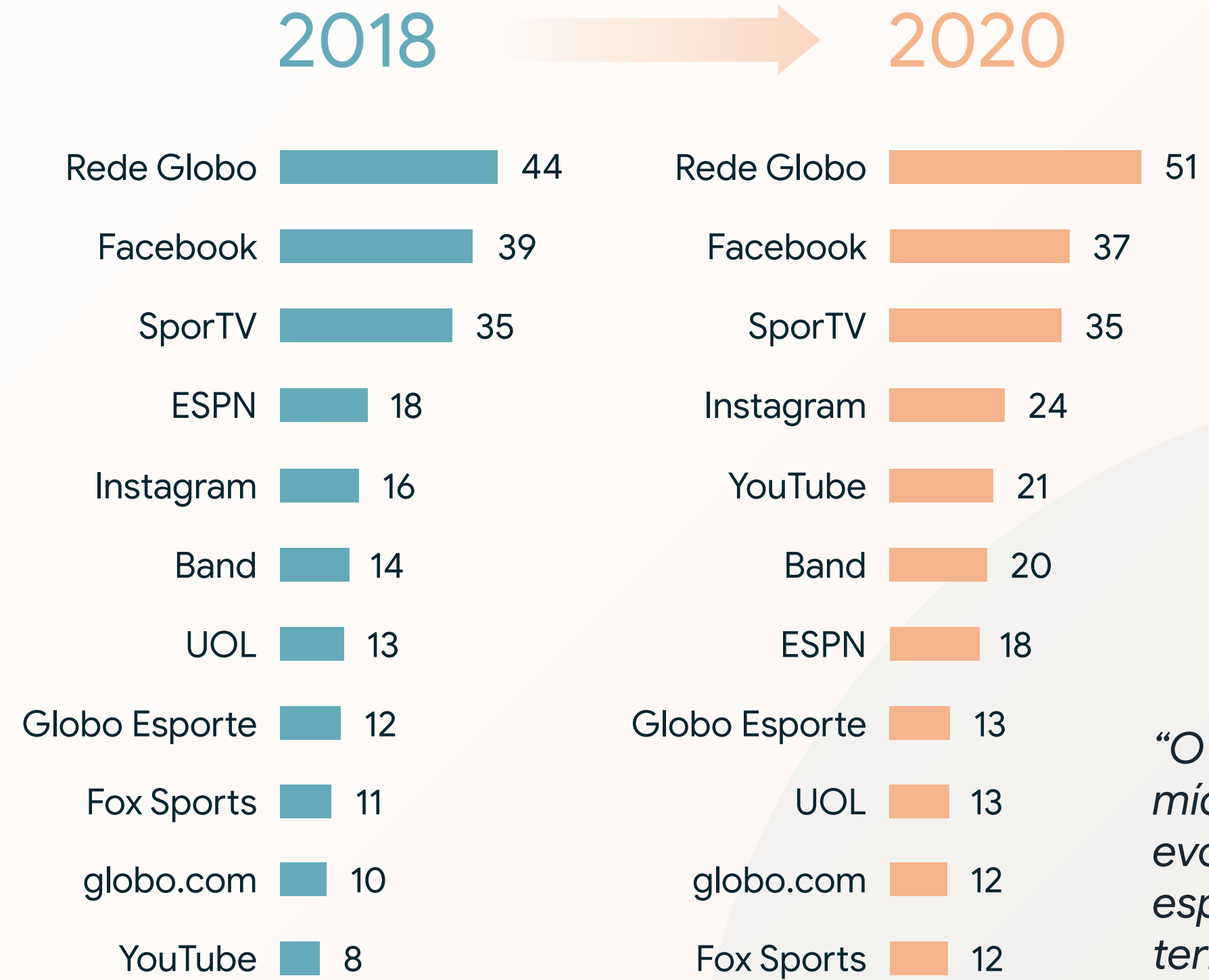
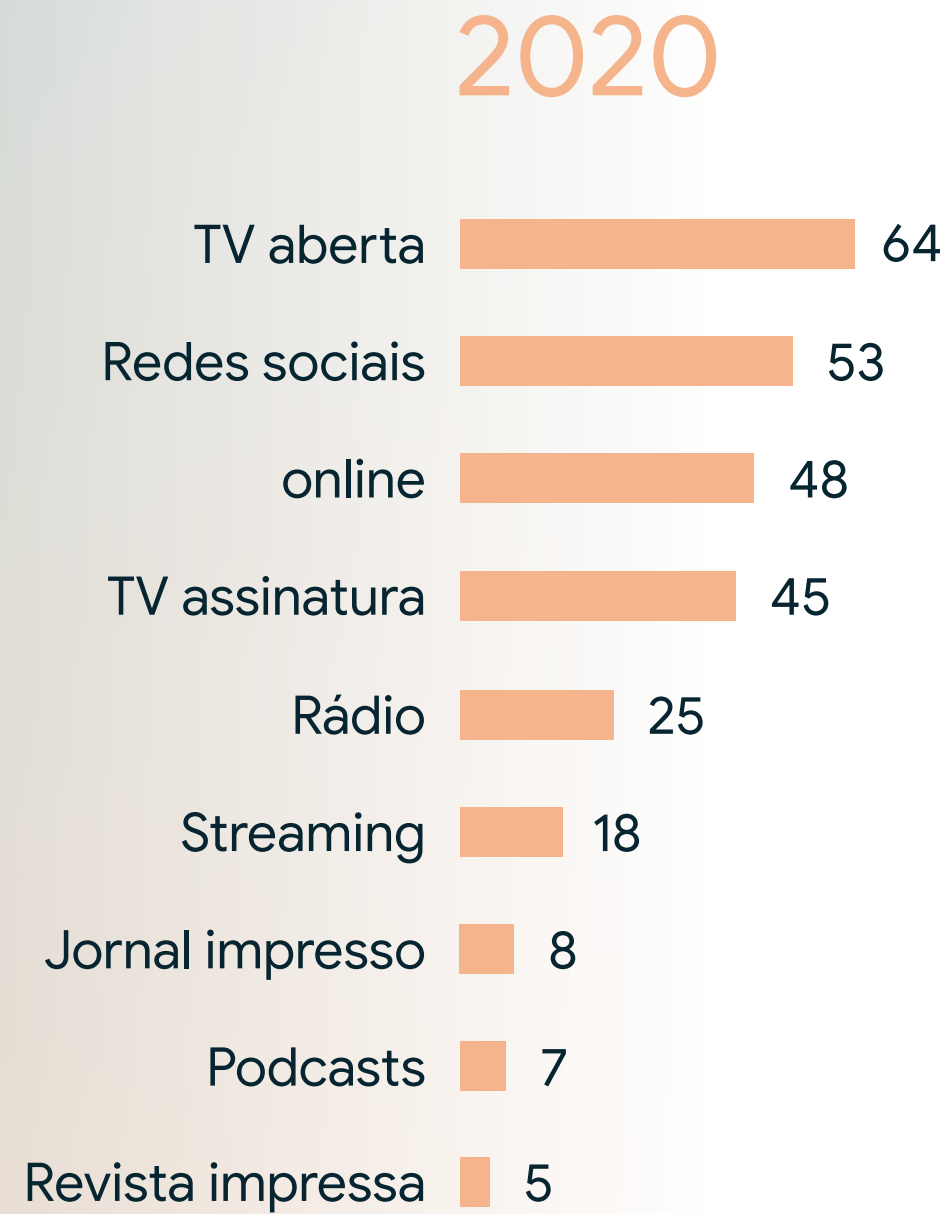
“O cenário de mídia esportiva tem evoluído rapidamente, especialmente em termos de quem cria conteúdo e quem tem o direito de distribuir”

**Deloitte**  
Sports Industry  
Starting line up



# A TV sempre foi o canal para se manter informado

Mas consumo de conteúdo vai se tornando menos concentrado e **plataformas online se tornam tão ou mais relevantes** que os meios tradicionais

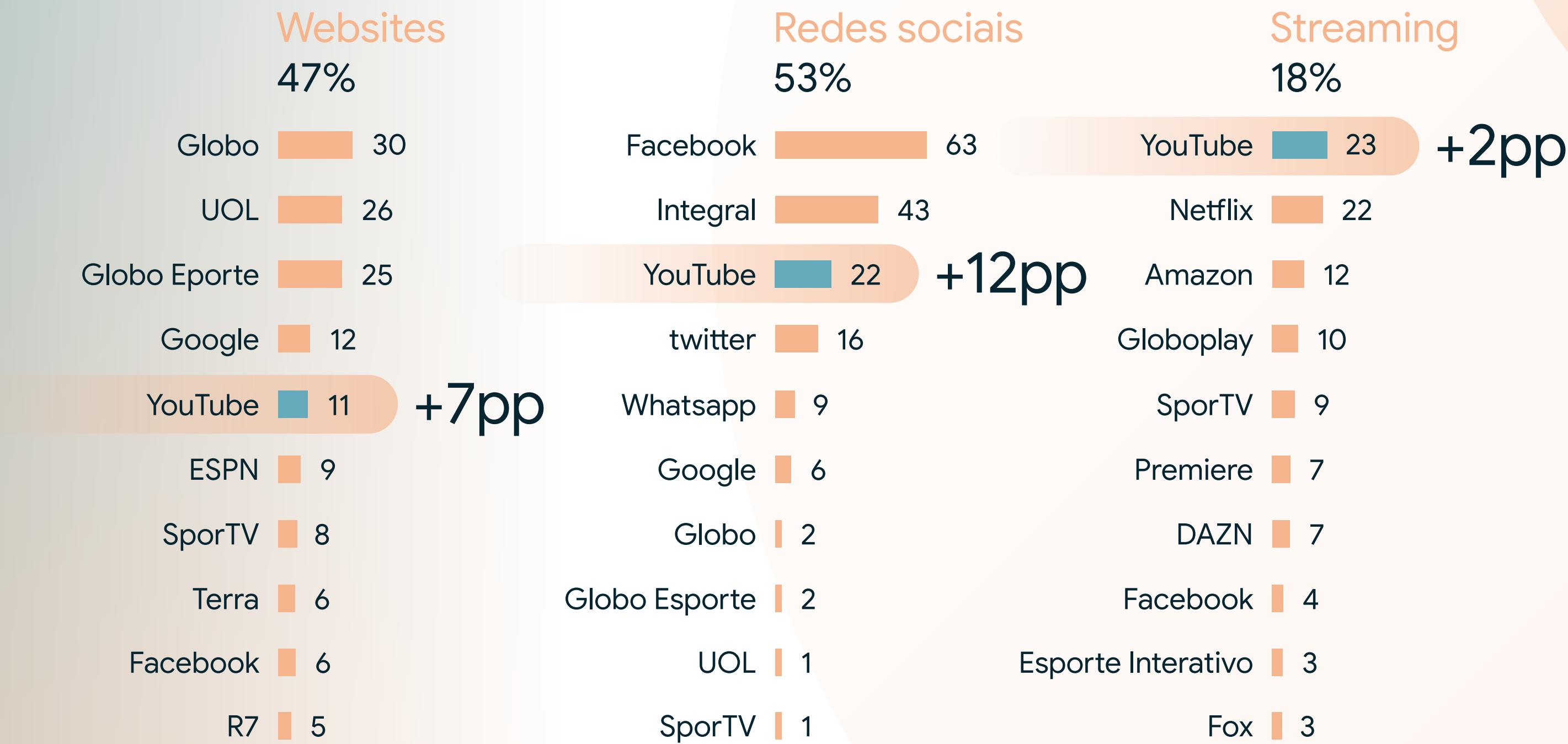


*“O cenário de mídia esportiva tem evoluído rapidamente, especialmente em termos de quem cria conteúdo e quem tem o direito de distribuir”*

**Deloitte**  
Sports Industry  
Starting line up



# Neste contexto YouTube aumenta sua relevância entre os canais online



**40M**  
de pessoas assistem ao YouTube em suas telas de TV no Brasil

Globalmente **56% dos millennials** fãs de esportes usam serviços de streaming para ver eventos esportivos



## Aumenta o consumo de conteúdo esportivo no YouTube



+10 mil horas  
de conteúdo

relacionado a esportes foi criado  
no Brasil apenas em Novembro



# Pois é onde está a diversidade de conteúdo que os brasileiros querem

Que tipo de conteúdo sobre esportes ou exercícios físicos você mais se interessa em ver ou acompanhar?



# 80%

dos consumidores dizem que vídeos online oferecem conteúdos que não encontram na TV

*“O alcance geral de esportes na TV não diminuiu; as avaliações caíram porque os fãs estão assistindo a sessões menores e mais curtas”*

**Dan Singer, McKinsey**

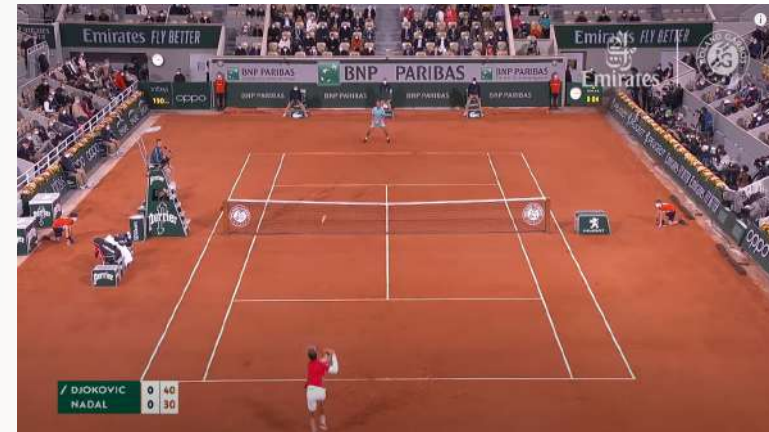




# O crescimento do YouTube vem dessa diversidade



Vídeos sobre pós-jogo



Vídeos de melhores momentos



Vídeos com "melhores" no título



Coletivas pós jogo



Documentários



Melhores momentos



Dicas



Review de produtos



Humor esportivo



Transmissão ao vivo



Aulas online



Apoio na compra

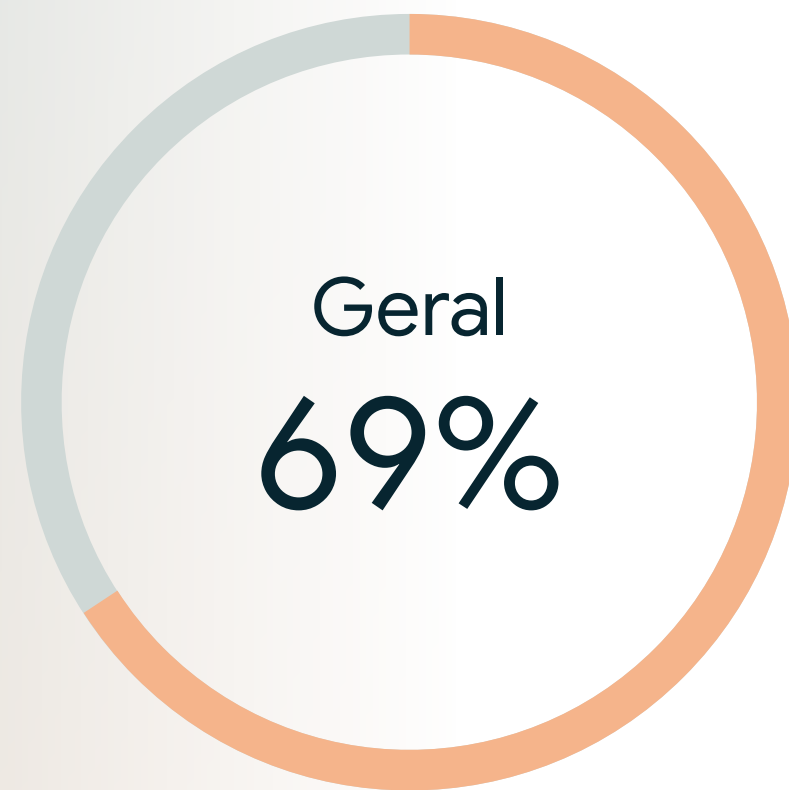


Review de lançamentos

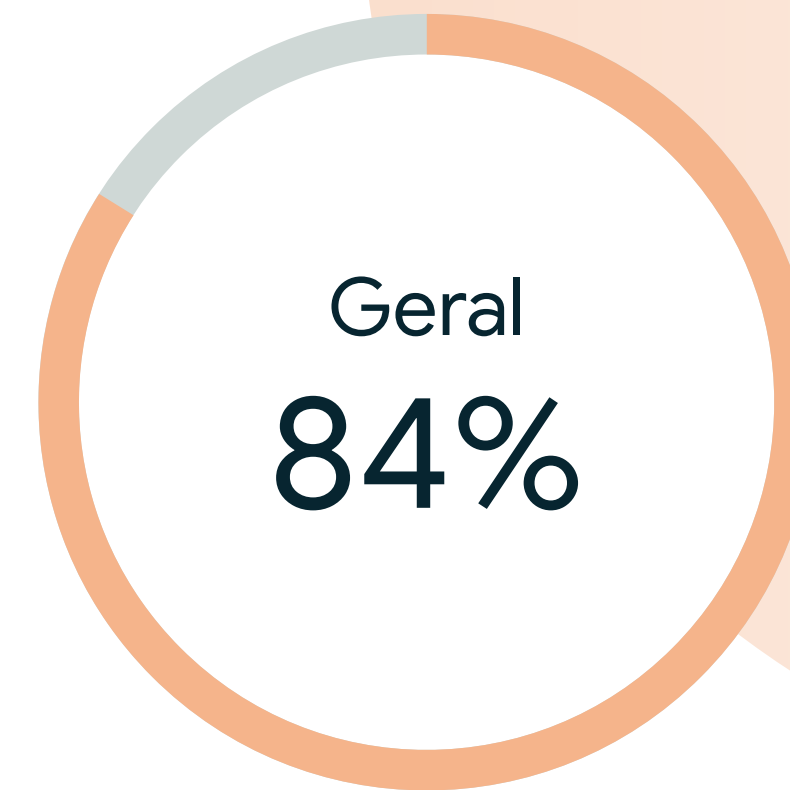


# Youtube é destino para quem ama esportes

Mais praticantes de esportes  
Você pratica algum esporte?



Mais torcedores  
Você torce para algum time?



São  
**90M**

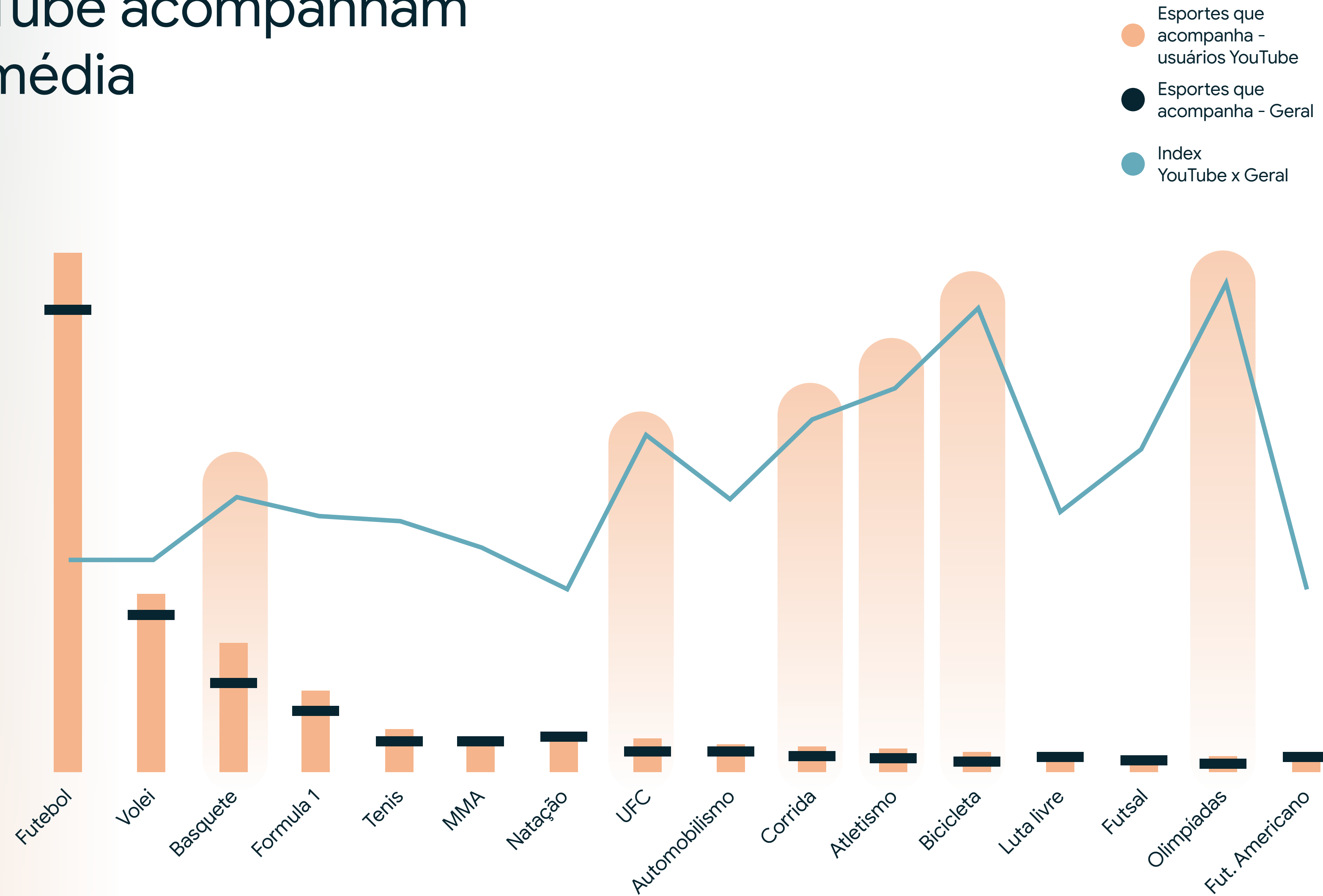
de fãs de esportes nas plataformas Google



# Os usuários do YouTube acompanham mais esportes que média dos brasileiros

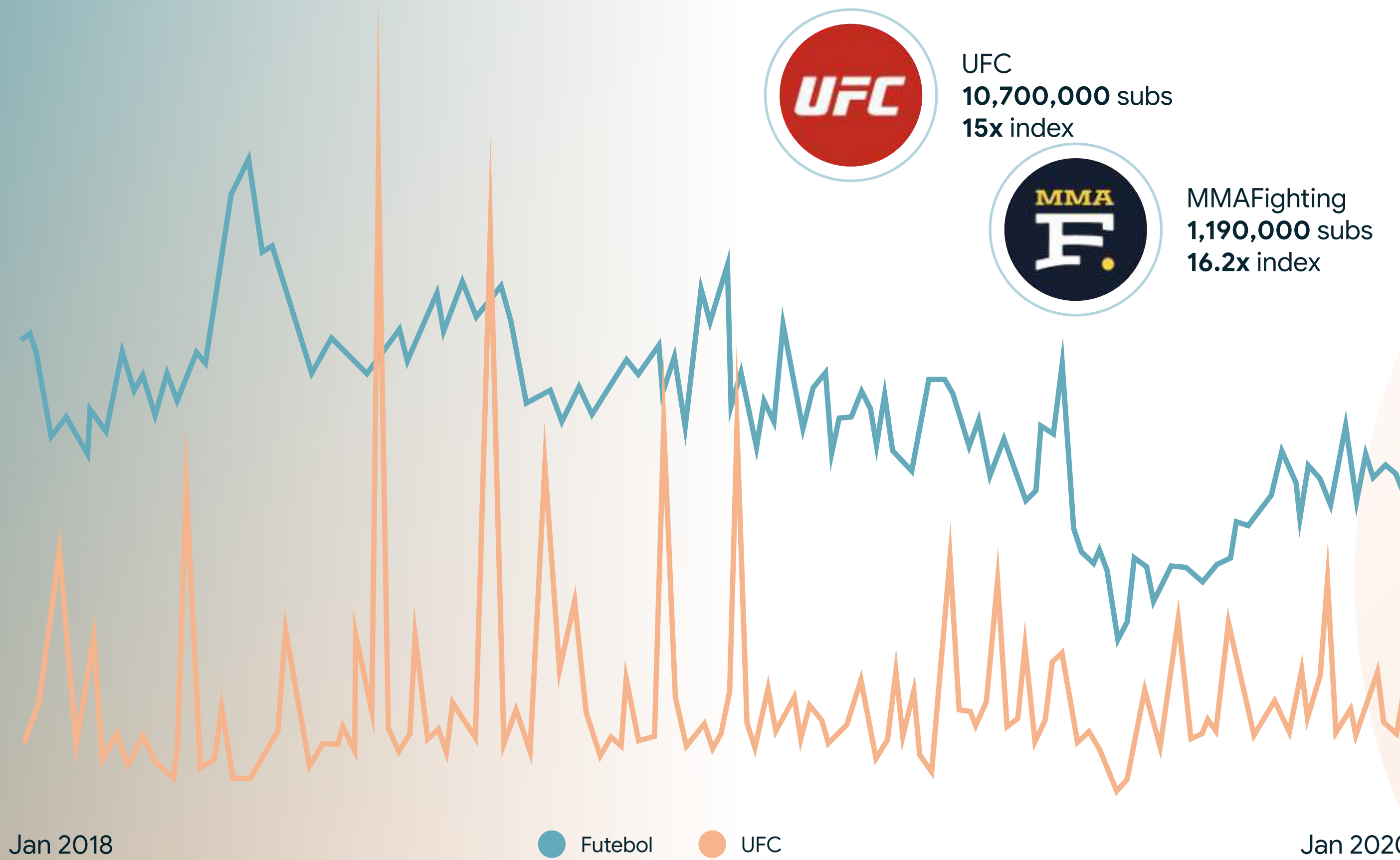
Dentre os esportes mais relevantes que o brasileiro acompanha na mídia **basquete** é destaque entre usuários de YouTube.

**Olimpíadas, bicicleta, UFC, corrida e atletismo** também apresentam índice de afinidade alto com a plataforma.





# Fãs (re)descobrem interesses por meio da plataforma



# 79%

dos espectadores concordam  
YouTube ajuda a navegar e  
descobrir coisas novas  
(vs 47% para outras plataformas de vídeo)

*"A natureza da plataforma significa descoberta e encontrar o que é negligenciado é parte do que é divertido, emocionante e legal para toda uma geração"*

**James Kirkham, Copa90**



# Esportes de nicho encontram sua audiência

Conteúdo para interesses bastante específicos e que não teriam espaço em outros meios



Pongfinity  
2.1M subs

Best Ping Pong Shots 2019  
28M views



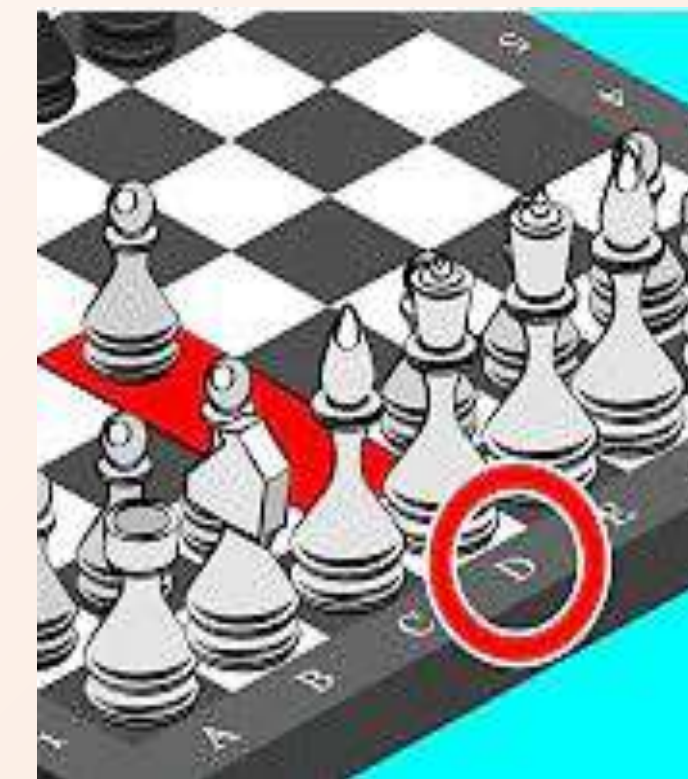
CrossFit®  
1.6M subs

The beer mile



Jelle's Marble Runs  
1.28M subs

Marble Race:  
Marble League 2019  
Qualifiers  
12.5M views



Como jogar xadrez,  
um guia completo  
para iniciantes  
1M views



# Brasileiros conseguem sua dose diária de entretenimento

Os espectadores assistem vídeo para **relaxar, desconectar e ter um “tempo para si”**.

O consumo de conteúdo esportivo assume um caráter **sem compromisso**, dando lugar aos conteúdos nostálgicos, divertidos, curiosidades, aventuras e desafios, além dos conteúdos ao vivo

Razões para assistir vídeos

- 1 Relaxar e descontraír
- 2 Entretenimento
- 3 Tempo para mim

*"... meu quarto se tornou um cantinho privado para eu assistir meus esportes sem a interferência de ninguém, na sala eu tentei assistir, mas as crianças não dão sossego, não me deixam prestar atenção em nada..."*

**Daniel S**, Fã de esportes



Flamengo Channel  
12M views



Canal Top 10  
5.7M views



Desimpedidos  
18M views



Futparódias  
3.2M views





# E Youtube é o lugar onde os fãs tem voz

O conteúdo “de fã para fã” estabelece uma conexão real com os espectadores, criando diversos níveis de conteúdos sobre um mesmo assunto

# 59%



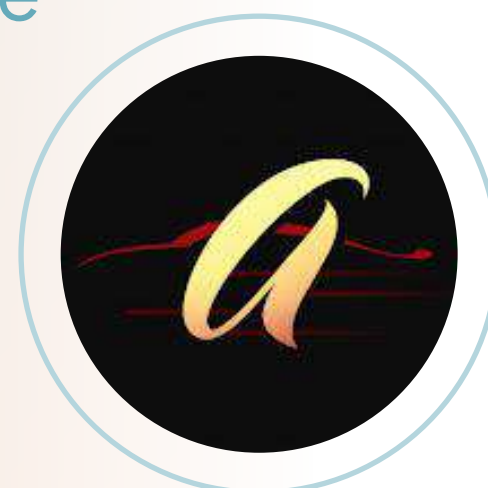
dos espectadores dizem que YouTube é criado por pessoas como eles (vs 42% para outras plataformas de vídeo)

## Do especialista ao entusiasta



ThrasherMagazine  
2.6M subs

The skateboard's bible



Acelerados  
1.56M subs

Pilotos e jornalistas



sobreskate  
1M subs

Tutoriais e dicas



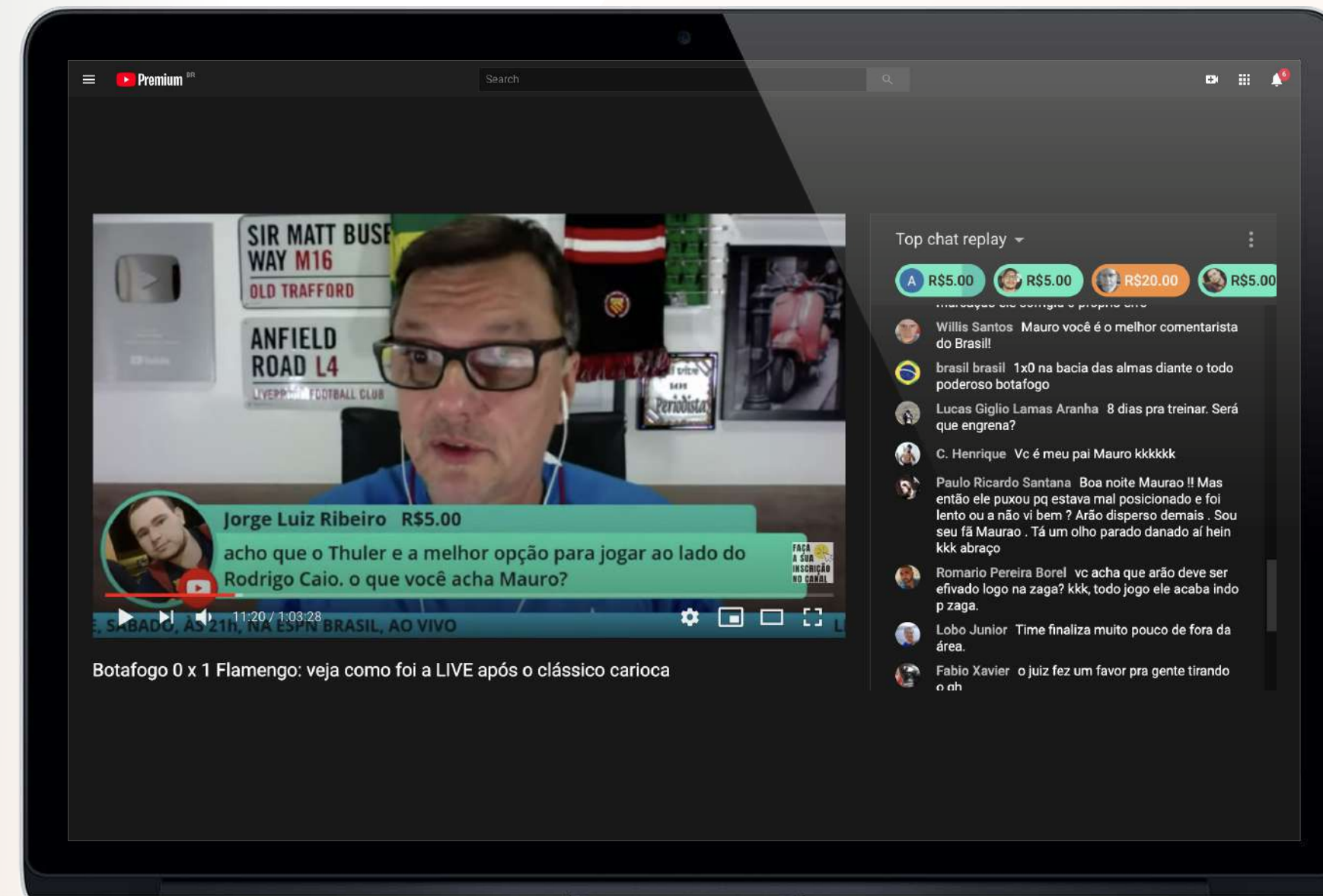
Auto Super  
1.1M subs

Apaixonados por carro



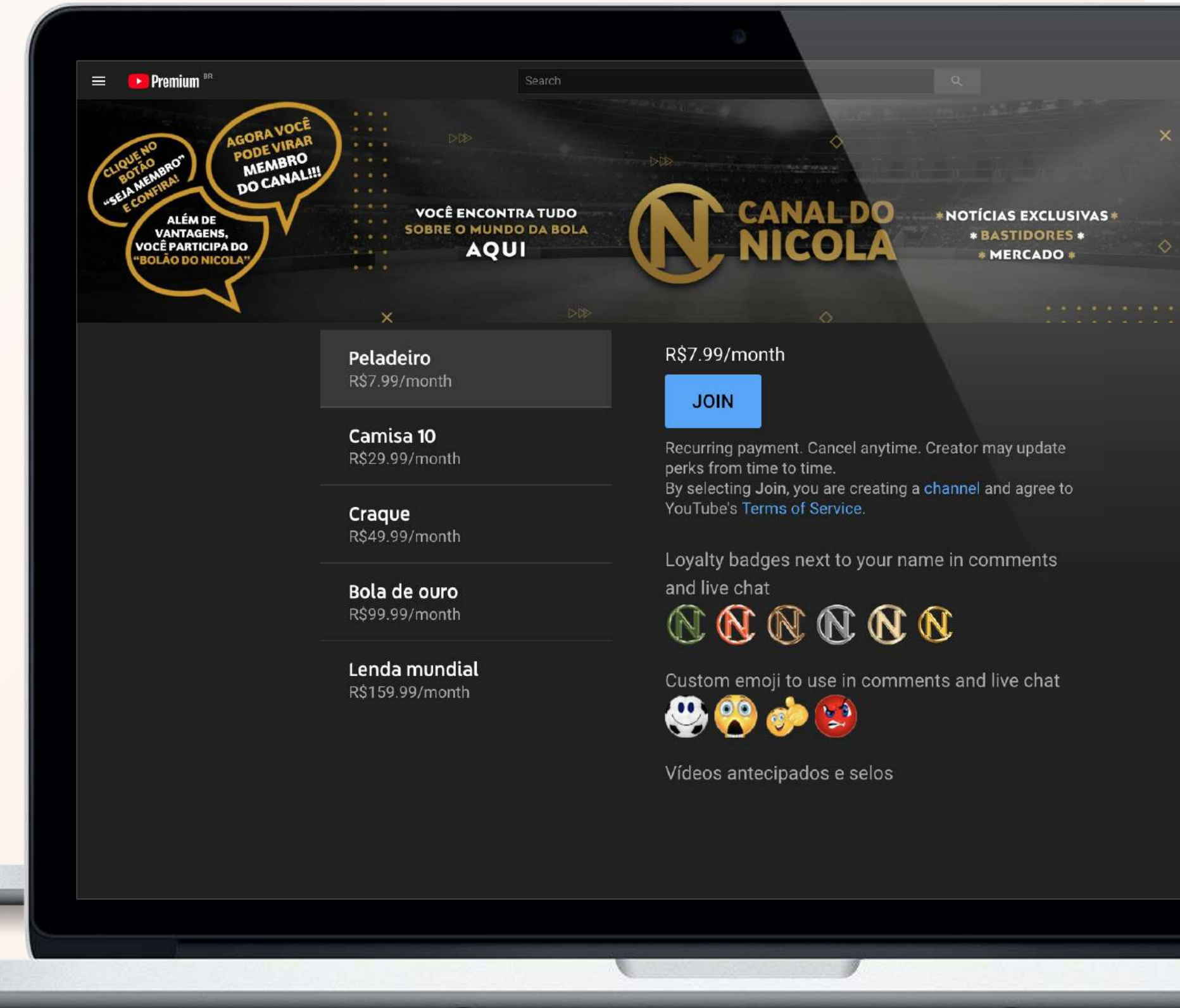
# E cria possibilidades de interação e senso de comunidade para o espectador

Os novos formatos de conteúdo que permitem interação e integração e entre quem produz e quem assiste, constrói um novo vínculo entre os fãs e eleva o patamar de experiência com os esportes



Interação em tempo real

## Criação de comunidade

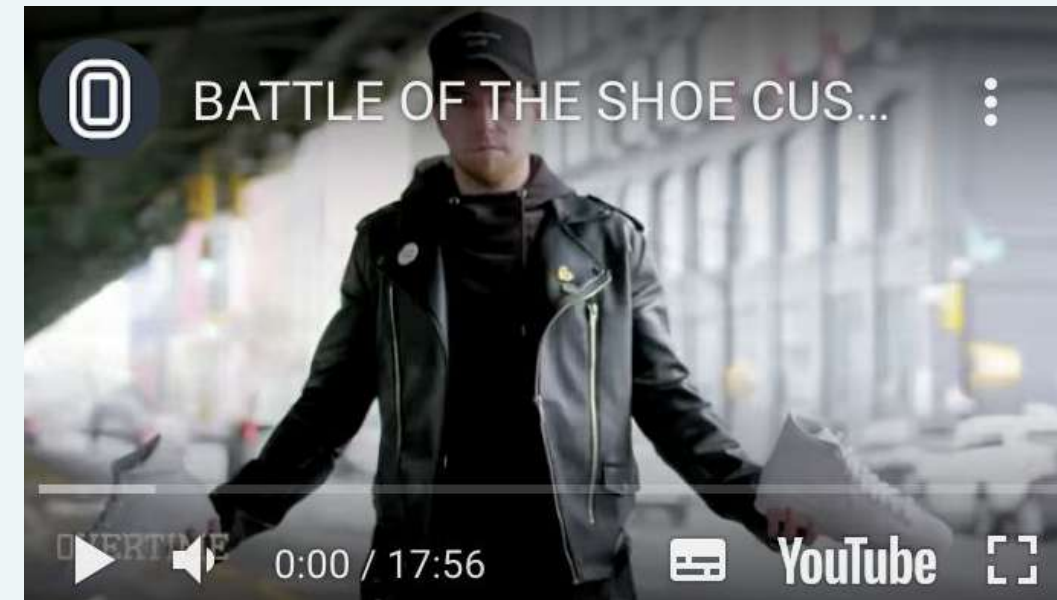




# Oportunidades

Ajudar os fãs a encontrar pontos de contato consistentes e alinhados às suas novas necessidades, de participação e pertencimento a entretenimento e descontração aumentando ainda mais o engajamento com os esportes que mais amam

## Inspiração



### Overtime

Overtime é uma rede de esportes para a próxima geração de fãs e para refinar o engajamento do público lançou uma série de vídeos de desafios variados, de prática a artigos esportivos. Segundo o presidente de mídia digital a forma como a Gen Z interage com esportes é diferente e o assunto é bem mais amplo



### Adidas

Compreendendo o valor do conteúdo de estimulação sensorial entre o público jovem, a adidas lançou o ZXience Network, um stream de 12 horas no YouTube para promover seu tênis ZX. O stream apresentava diversos tipos de conteúdos com designs animados em 3D com ASMR.



### Fórmula 1

A Fórmula 1 decidiu ir direto ao consumidor. Em fevereiro de 2018, a marca de automobilismo lançou o F1 TV Mobile App, permitindo que os fãs experimentassem a ação da corrida ao vivo por meio de 20 câmeras do piloto, dando aos fãs a oportunidade de criar suas experiências imersivas únicas

O Ecossistema dos esportes está mudando e existem diferentes formas das marcas interagirem com os consumidores por meio de esportes.

As plataformas Google estão no centro da mudança e facilitam essa conexão

Marcas

Esportes

G

Consumidores  
e Fãs

# Aproximando marcas e consumidores

Audiência  
esportiva  
relevante  
e engajada

## AFINIDADE



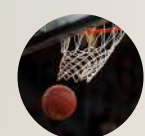
Fãs de Esportes  
> 90 milhões



Outdoor enthusiasts  
> 50 milhões



Fãs de ciclismo  
> 6 milhões



Fãs de Basquete:  
> 4 milhões



Fãs de corrida  
> 4 milhões



Fãs de Futebol Americano:  
> 2,5 milhões



Fãs de Tenis  
> 2 milhões

## IN-MARKET



Sporting Good  
> 30 milhões



Fitness Products & Services  
> 16 milhões



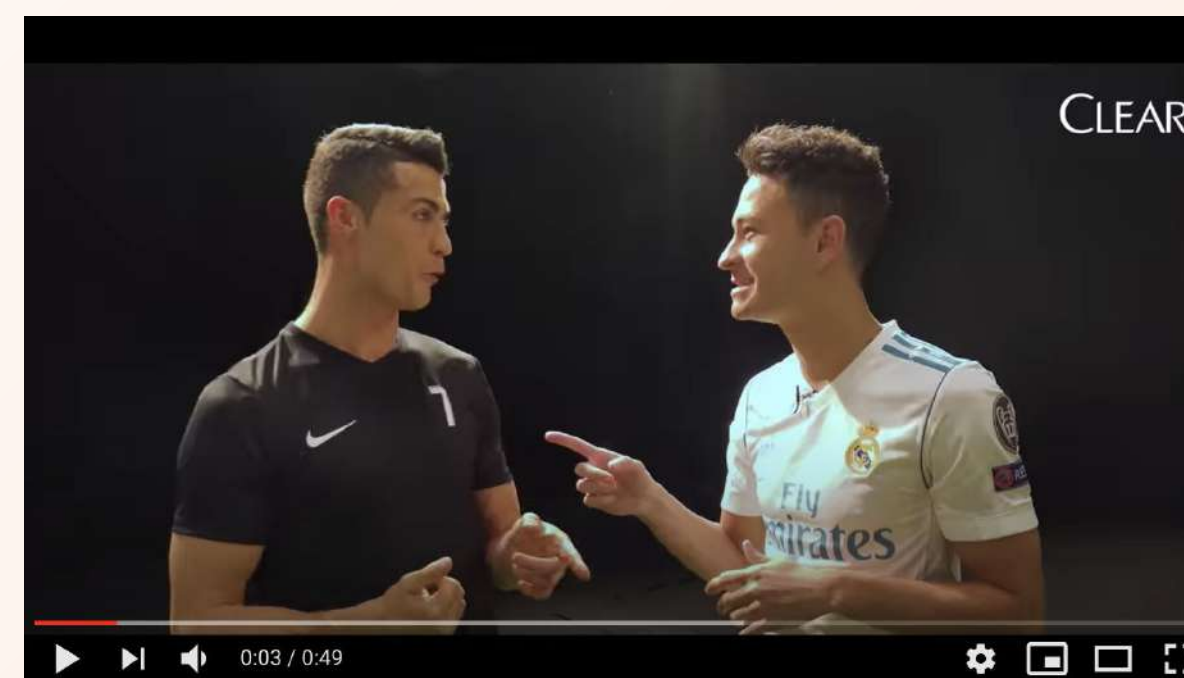
Outdoor  
Recreational Equipment  
> 3 milhões



## YouTube insere as marcas em todo ecossistema dos esportes



Vídeo da Nike  
o treino do  
Ronaldinho Gaúcho  
foi o primeiro  
vídeo a atingir  
**1M** de views,  
em 2005



O grande encontro:  
#ClearCR7Fred  
**22M** views

# Influenciando a jornada, de compra

Sabemos que a jornada de compra não é mais linear,  
é um processo dinâmico, ongoing.

O consumidor cada vez mais recorre ao YouTube no  
momento da compra, por isso os vídeos que apresentam  
produtos e lojas crescem **6 vezes**

YouTube atende as múltiplas jornadas  
atuando em 4 drivers de  
comportamentais  
e culturais de consumo

Informação

Conveniência

Credibilidade

Escapismo

Aumento de  
Watch Time

3x

Unboxing

5x

Review

6x

Shopping

7x

# YouTube inspira e valida

## Inspira

Para 7 em cada 10 brasileiros  
YouTube tem conteúdo inspirador

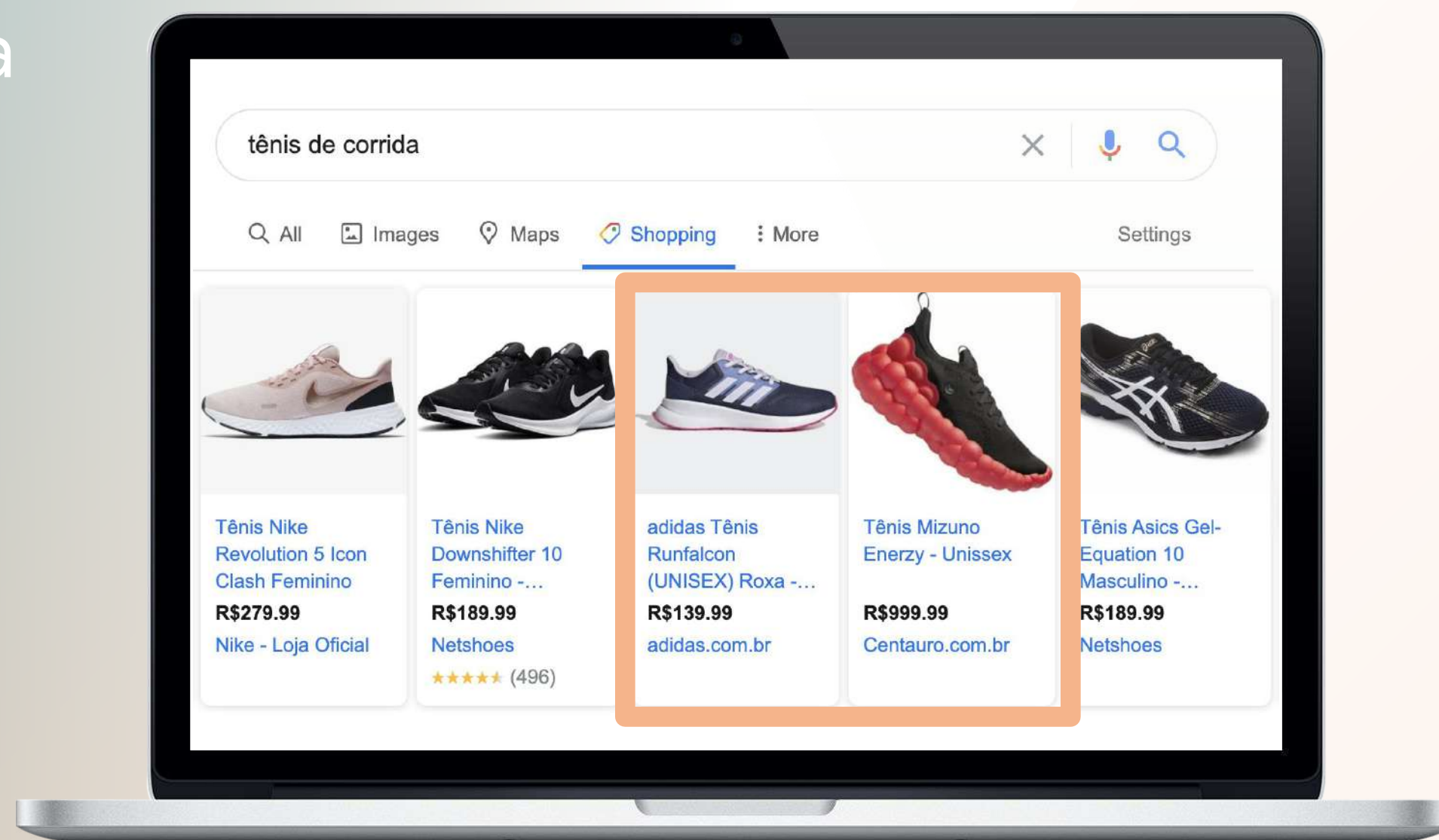


## Valida

7 em cada 10 brasileiros  
conectados declaram que já  
compraram algo que viram  
em um vídeo no YouTube

# Youtube inspira e valida

Para um iniciante na corrida, qual a diferença entre eles?



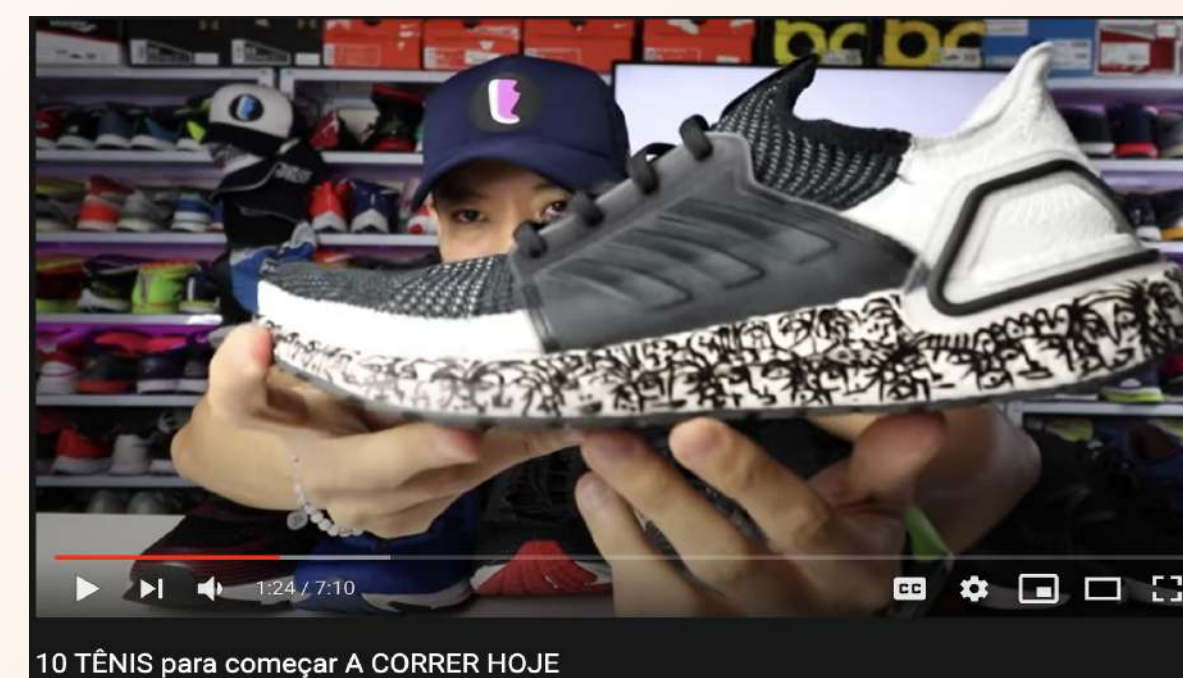
Shopping: Marca - Preço - Design



Mais de 2/3 dos brasileiros conectados assistem vídeos no YouTube sobre algum produto ou serviço antes de fazer uma compra.



Corrida perfeita

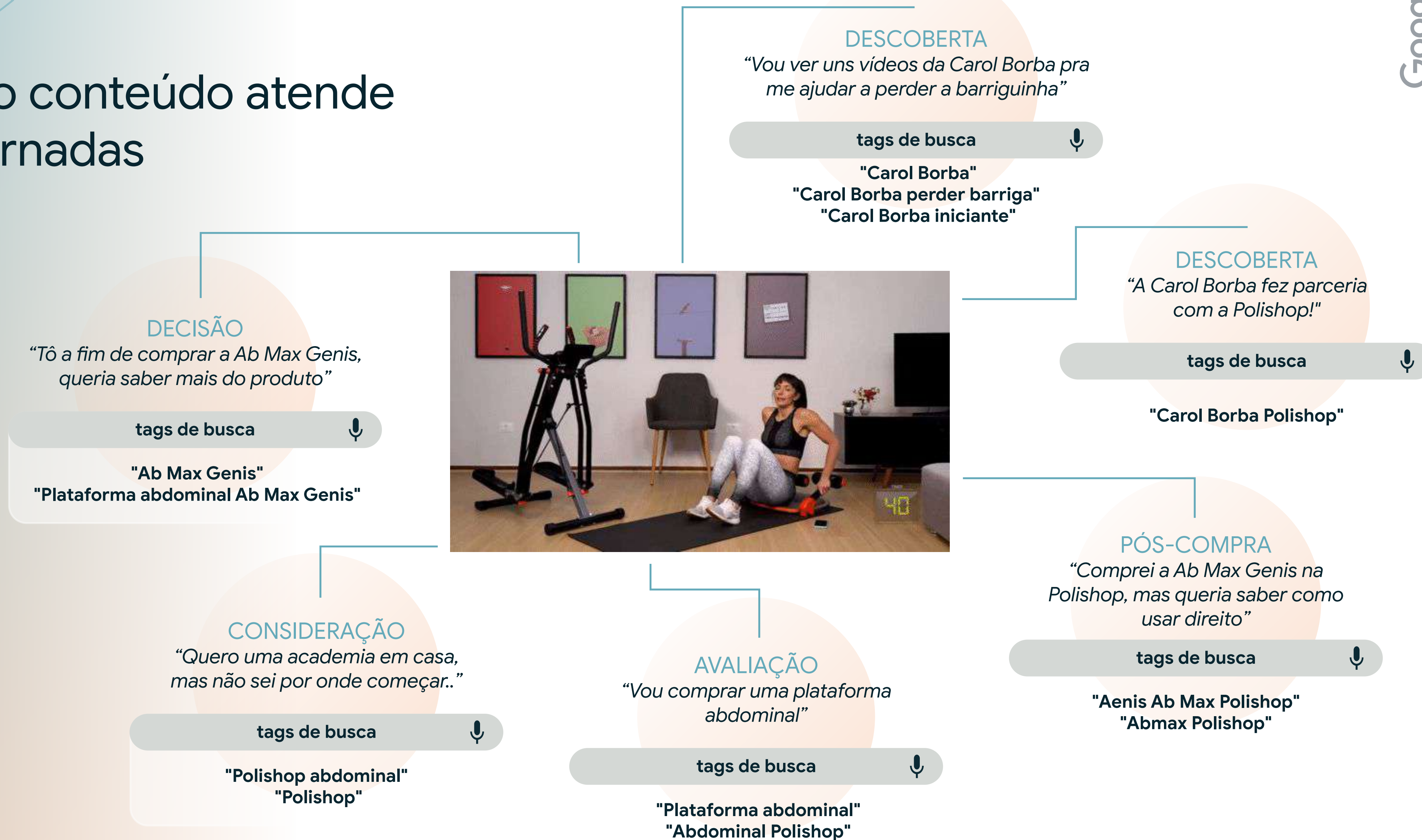


Tênis certo

Youtube: Informação - Direcionamento - Credibilidade

## Um mesmo conteúdo atende diversas jornadas

A creator **Carol Borba** desenvolveu uma série de 4 vídeo-aulas que foram lançadas em seu canal às segundas-feiras com dicas de treinos e usando os lançamentos da Polishop para 2020!



# E com tudo isso, podemos contar histórias

Os esportes são reflexo da nossa sociedade, que no momento passa pela necessidade de **humanizar as relações**, e o esporte faz isso por meio de:

Histórias Relevantes

Histórias necessárias

Histórias que conectam pessoas

Histórias que ressaltam virtudes



Para

72%

o YouTube possui um conteúdo que conecta

Para

69%

o YouTube traz assuntos relevantes



obrigado

