

QUESTÕES DO CASO ATLÉTICO DE MADRID

1. Qual a solução porque o Atlético de Madrid (ATLE) optou e porquê?

2. A que tipo de clientes potenciais ou actuais se destinou a campanha? (defina-os também mas não só, com relação à sua atitude para com a marca)

3. Dê exemplos (o mais exaustivamente possível) de outros tipos de clientes potenciais de uma agremiação desportiva.

4. Como se ultrapassou o problema de falta de recursos?

5. Dê outros exemplos de campanhas de sucesso que foram baratas.

6. Como se usou o timing?

7. Quantas campanhas houve (e porquê)?

8. Relativamente ao plano de conteúdo das campanhas:

8.1. Qual(ais) o(s) slogan(s) (e porquê)?

8.2. Qual(ais) o(s) factor(es) crítico(s) de sucesso (e porquê)?

9. Que mandamento(s) da promoção a(s) campanha(s) seguiu(ram)?

10. Para além da promoção que outra variável do marketing mix foi:

10.1. Utilizada?

10.2. Como?

10.3. Porquê?

11. Como classificaria os resultados (e porquê)?