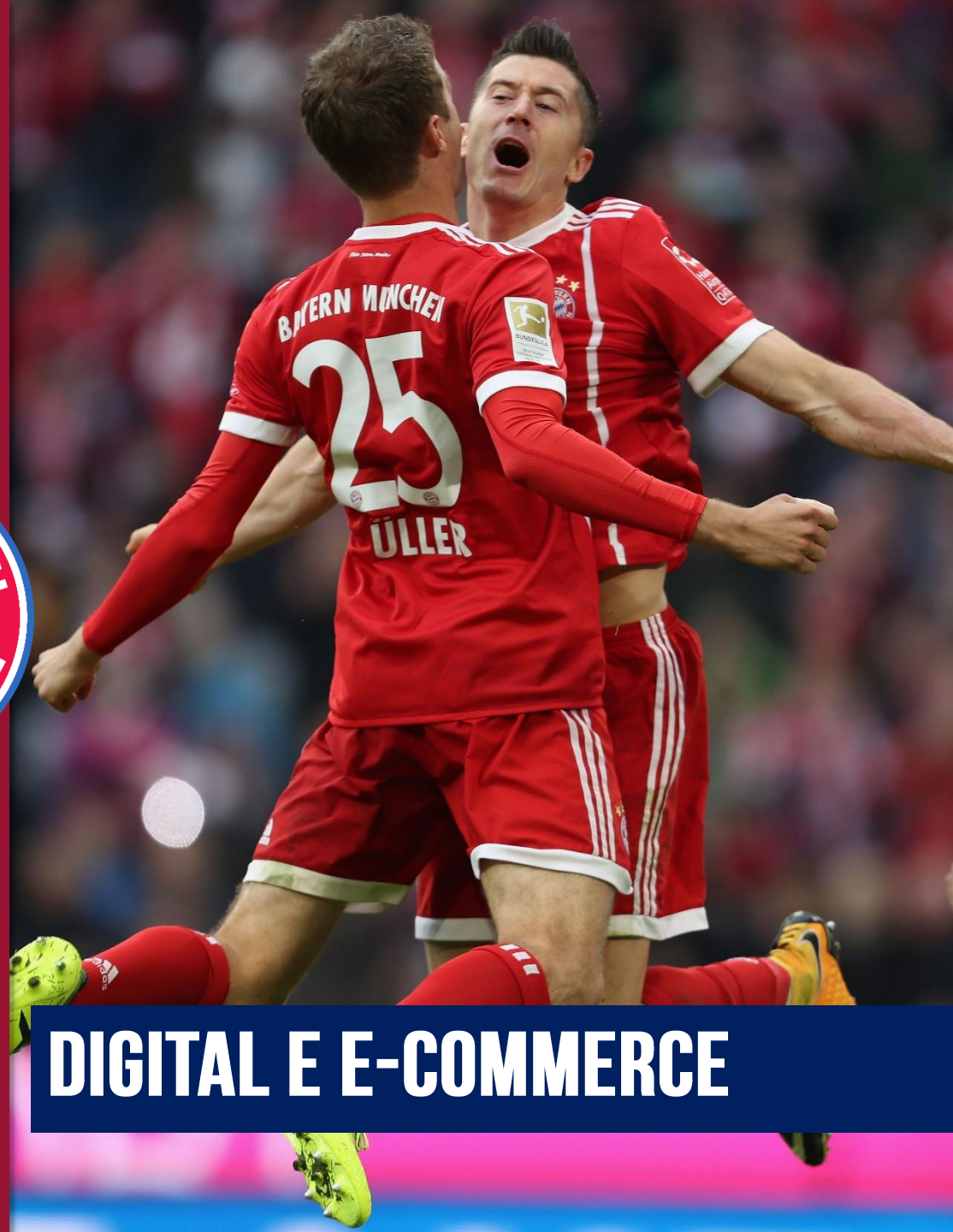


THE 360

ANÁLISE DE MATURIDADE DIGITAL
sportt.

Análise desenvolvida sem interesse comercial, com o objetivo de estudo acadêmico, afim de compartilhar o modelo de avaliação da maturidade digital dos clubes. Não representa a visão do clube e não tem informações confidenciais, todos são dados abertos.



DIGITAL E E-COMMERCE



QUANDO VOCÊ
PENSA EM
COMPRAR CAMISA
OU OUTROS
PRODUTOS BAYERN
MUNICH, ONDE
VOCÊ OS COMPRA?

“ A SUAS
COMPRAS DE
INGRESSOS E
PRODUTOS SÃO
RECORRENTES?



Fast shipping (5-7 days)

Free gift over 120 € order value

10% for (supporters) club members



FAN-SHOP
★★★★ FC BAYERN MÜNCHEN

Search for...



[Kits/Training](#) [Clothes](#) [Accessories](#) [Fanworld](#) [New Arrivals](#) [Sale %](#) [Basketball](#) [Shop by Player](#)



VS

AWAY & GOALKEEPER SHIRT

FREE PLAYER

VOCÊ PREFERE COMPRAR ON-LINE DO QUE NA LOJA FÍSICA?

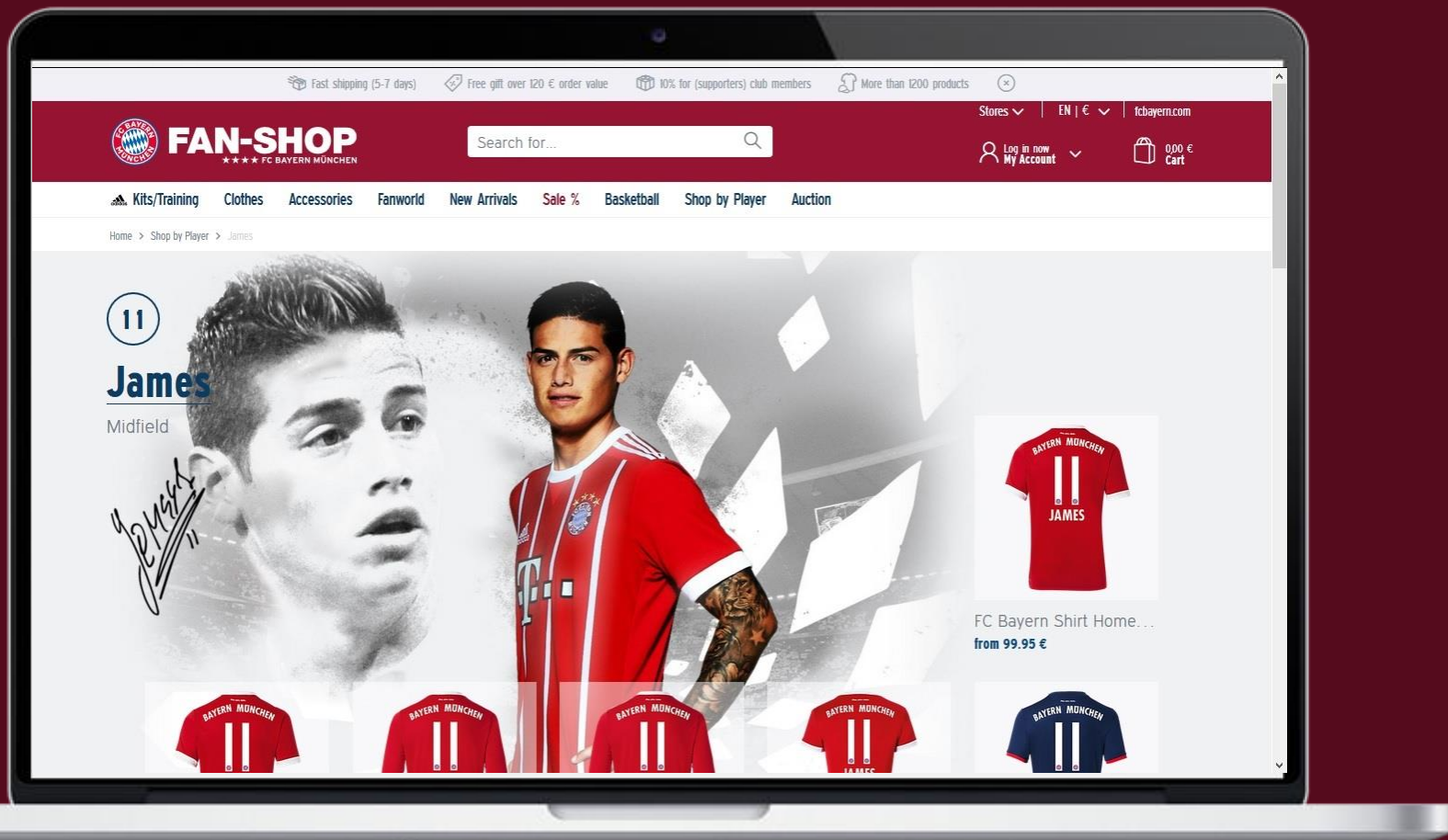
on the away shirt and goalie shirt!

SHOP NOW >

sportt.



**VOCÊ RECEBE
OPORTUNIDADE
DE PROMOÇÕES,
DESCONTOS,
CONTEÚDOS
EXCLUSIVOS DE
SEU CLUBE?**



Fast shipping (5-7 days)

Free gift over 120 € order value

10% for (supporters) club members

More than 1200 products



Stores

EN | €

fcbayern.com



FAN-SHOP
★★★★ FC BAYERN MÜNCHEN

Search for...



Log in now
My Account

0,00 €
Cart

[Kits/Training](#) [Clothes](#) [Accessories](#) [Fanworld](#) [New Arrivals](#) [Sale %](#) [Basketball](#) [Shop by Player](#) [Auction](#)

Home > Jersey/Training > Kits & More > FC Bayern Shirt Home 17/18



Our SALE has started - save up to 50% discount! Shop now >



Article Number 21200

FC Bayern Shirt Home 17/18

Red and white forever. The official FC Bayern München home shirt for the 2017/18 season pays homage to the glorious 1973/74 campaign and is a must-have for any FC Bayern München fan. James

SIZE [Size Chart](#)



**E SE VOCÊ TIVESSE A OPORTUNIDADE DE
RESOLVER TUDO ISSO EM UM CLIQUE?**

sportt.



DIGITAL ANÁLISES

COMPARAÇÃO DE VISITAS COMPETIDORES WEBSITE



1º BAYER MUNICH

Em comparação com os sites de concorrentes como o Borussia e Leverkusen, Munich tem o melhor número de acessos, com um ótimo índice de resultados (kpis) do Bounce Rate (45%), Visitas por Páginas (4.93) e Tempo de permanência (3:14), fica ainda melhor quando compara com os outros clubes e ligas. Melhor case e resultados digitais entre os clubes pelo mundo.

Similar Werb: 01/2018

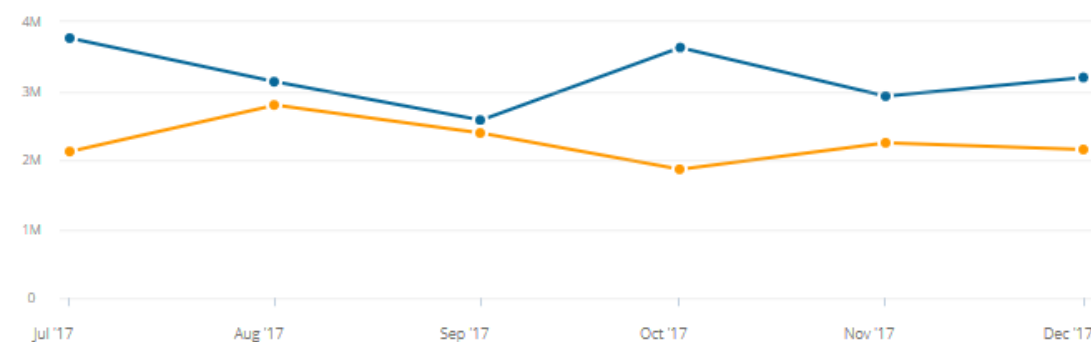


Borussia Dortmund

Total Visits ⓘ

[Embed Graph](#)

On desktop & mobile web, in the last 6 months



Engagement

Total Visits	3.2M	2.15M
Avg. Visit Duration	00:03:14	00:02:51
Pages per Visit	4.93	3.59
Bounce Rate	45.91%	47.97%

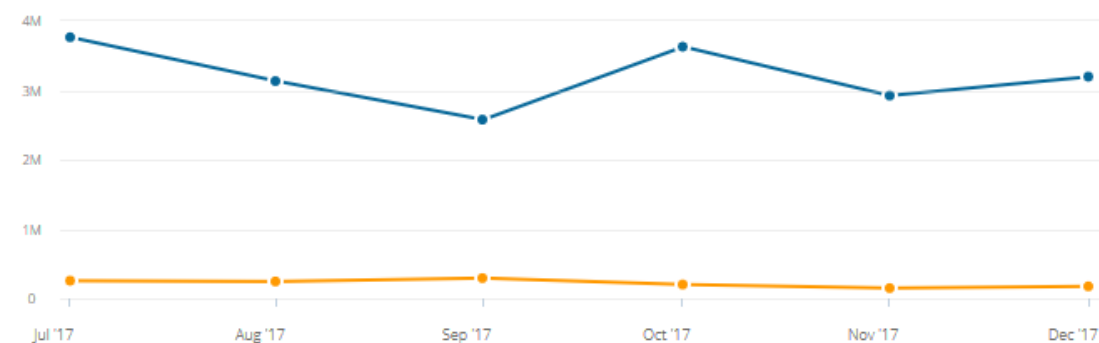


Leverkusen

Total Visits ⓘ

[Embed Graph](#)

On desktop & mobile web, in the last 6 months



Engagement

Total Visits	3.2M	173.73K
Avg. Visit Duration	00:03:14	00:02:35
Pages per Visit	4.93	5.71
Bounce Rate	45.91%	28.03%

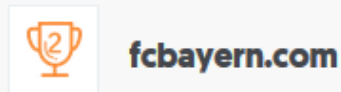
COMPARAÇÃO DE SEO COMPETIDORES WEBSITE



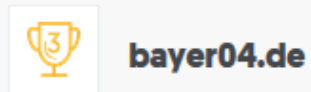
54 ESTIMATED TRAFFIC SCORE

85 SEO SCORE

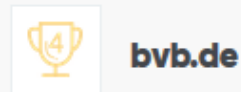
73 SPEED SCORE



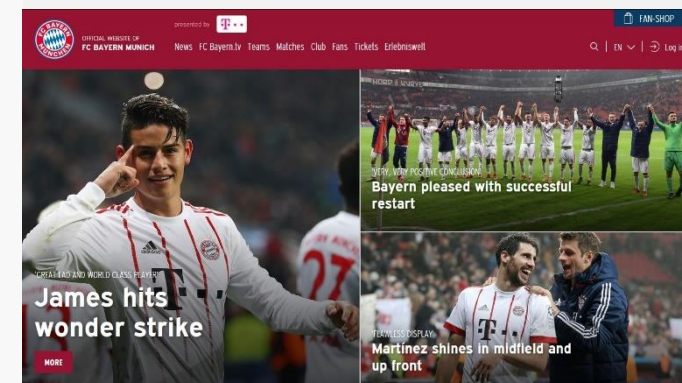
59 Estimated Traffic Score
51 SEO Score
57 Speed Score



0 Estimated Traffic Score
72 SEO Score
70 Speed Score



57 Estimated Traffic Score
60 SEO Score
100 Speed Score



2º BAYERN MUNICH

Em comparação com os sites de clubes competidores na Alemanha, o Bayern de Munich tem o segundo maior resultado em SEO, em comparação com Schalke (1º), Bayer04 (3º) e Borussia (4º). A segunda posição é devido à classificação de tráfego, por conta do alto número de usuários no website.



COMPARAÇÃO DE SEO COMPETIDORES WEBSITE



2º BAYERN

Website	schalke04.de	fcbayern.com	bayer04.de	bvb.de
Traffic Rank				
SEO Score	85	51	72	60
Total Number of Warnings	4	6	3	5
Total Number of Errors	0	2	1	0
Total Number of Indexed Pages	0	0	0	0
Total Number of Back Links	1,469	80	958	1,693
Top Keyword	schalke	bayern		bvb
Top 2 Word Key Phrase	fc schalke	fc bayern		borussia dortmund
Top 3 Word Key Phrase	games without defeat	fc bayern tv		signal iduna park
Use of Top Keywords in Heading Tags	✗	✓	✗	✓
Use of Top Keywords in Title Tag	✗	✗	✗	✗
Use of Top Keywords in Meta Description	✗	✗	✗	✗

sportt.



DIGITAL BRAND ANÁLISES

LEMBRANÇA DE MARCA SEARCH E ACESSO AO WEBSITE



**BAYERN
MAIOR BUSCA EM
5 ANOS**



WEBSITE

Germany	83.26%	▲ 5.66%
Austria	1.81%	▲ 24.83%
Netherlands	1.65%	▲ 23.62%
Switzerland	1.56%	▲ 15.12%
Japan	1.02%	▼ 9.67%

2.1 MILHÕES



sportt.



WEBSITE

Germany	65.89%	▲ 17.35%
United States	3.59%	▼ 5.46%
Austria	2.77%	▲ 31.08%
Poland	2.19%	▲ 11.28%
Turkey	1.78%	▲ 558.3%

3.2 MILHÕES

MELHORES INFLUENCER

📘 PAGE AUTHORITY

🌐 DOMAIN AUTHORITY

🐦 TWITTER FOLLOWERS

🔄 RETWEET RATIO

💬 REPLY RATIO

📊 AVERAGE RETWEETS



1º



Bayern Munich Fans

🐦 bayernnewsonly

bayern munich fan page. not linked to the official club. #münchen #derfcb #bayernmunich #bayern #fcbayern #diebayern #miasanmia

Blogger



Follow

🔍 View Links Shared

+ Save Influencer

-

-

50.6K

0%

0%

0.2

2º



FC Bayern Thailand

🐦 fcbayern_th

twitter account of fc bayern munich for its fans in thailand. news, match reports and stuffs related to fc bayern munich in thai. #miasanmia



Follow

🔍 View Links Shared

+ Save Influencer

-

-

4.2K

84%

0%

3.6

3º



Bayern Central 82

🐦 bayerncentral @ bayerncentral

bayerncentral.com

leading blog about fc bayern münchen and germany with analysis, livetweets and heart in munich. member of @onefootball network

Blogger



Follow

🔍 View Links Shared

+ Save Influencer

45

34

19.8K

7%

20%

2.8

4º



Mark Lovell #FBPE ✓

🐦 lovelllowdown

lovelllowdown.com

espn bayern munich correspondent | sports journalist translator | bundesliga football writer ex bayern captain🏏cricket #fbpe #pafc⚽



Follow

🔍 View Links Shared

+ Save Influencer

24

10

4.3K

34%

23%

0.9



MELHORES POST E ENGAGEMENTO



1º

El **Bayern** ficha al jugador del Real Madrid James Rodríguez - FC **Bayern Munich**

By Redacción – Jul 11, 2017
fcbayern.com

- Save
- View Backlinks
- View Sharers
- Share

Facebook Engagements LinkedIn Shares Twitter Shares Pinterest Shares Number of Links Evergreen Score Total Shares ↓



2º

The 'Mia san Mia' Phenomenon - the personal side of **Bayern Munich**

By Manuel Vering – Oct 10, 2017
dw.com

- Save
- View Backlinks
- View Sharers
- Share



3º

Ronaldo strikes the 3rd time against **Bayern Munich** with Marcelo's Help!

By Oendrilla De – Apr 18, 2017
ronaldocr7.com

- Save
- View Backlinks
- View Sharers
- Share



4º

Blistering Reds down decimated Gunners after half-time - FC **Bayern Munich**

By Redaktion – Mar 7, 2017
fcbayern.com

- Save
- View Backlinks
- View Sharers
- Share



5º

El **Bayern** cesa de su cargo a Carlo Ancelotti - FC **Bayern Munich**

By Redacción – Sep 28, 2017
fcbayern.com

- Save
- View Backlinks
- View Sharers
- Share





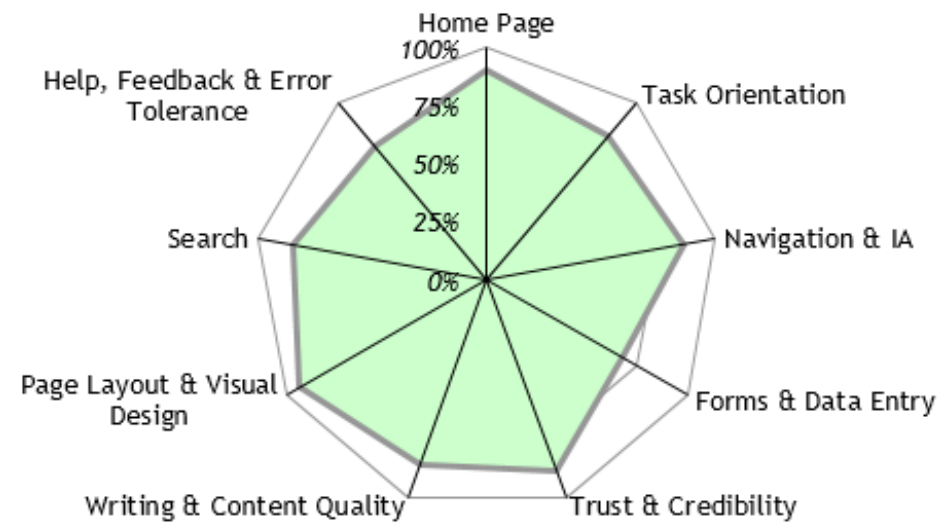
DIGITAL UX/UI ANÁLISES

ANÁLISE DE USER EXPERIENCE UX/UI DESIGN



RESUMO DO RESULTADO

	Raw score	# Questions	# Answers	Score
Home Page	16	20	20	90%
Task Orientation	27	44	44	81%
Navigation & IA	21	29	29	86%
Forms & Data Entry	8	23	23	67%
Trust & Credibility	10	13	13	88%
Writing & Content Quality	16	23	23	85%
Page Layout & Visual Design	33	38	38	93%
Search	14	20	20	85%
Help, Feedback & Error Tolerance	19	37	37	76%
Overall score		247	247	84%



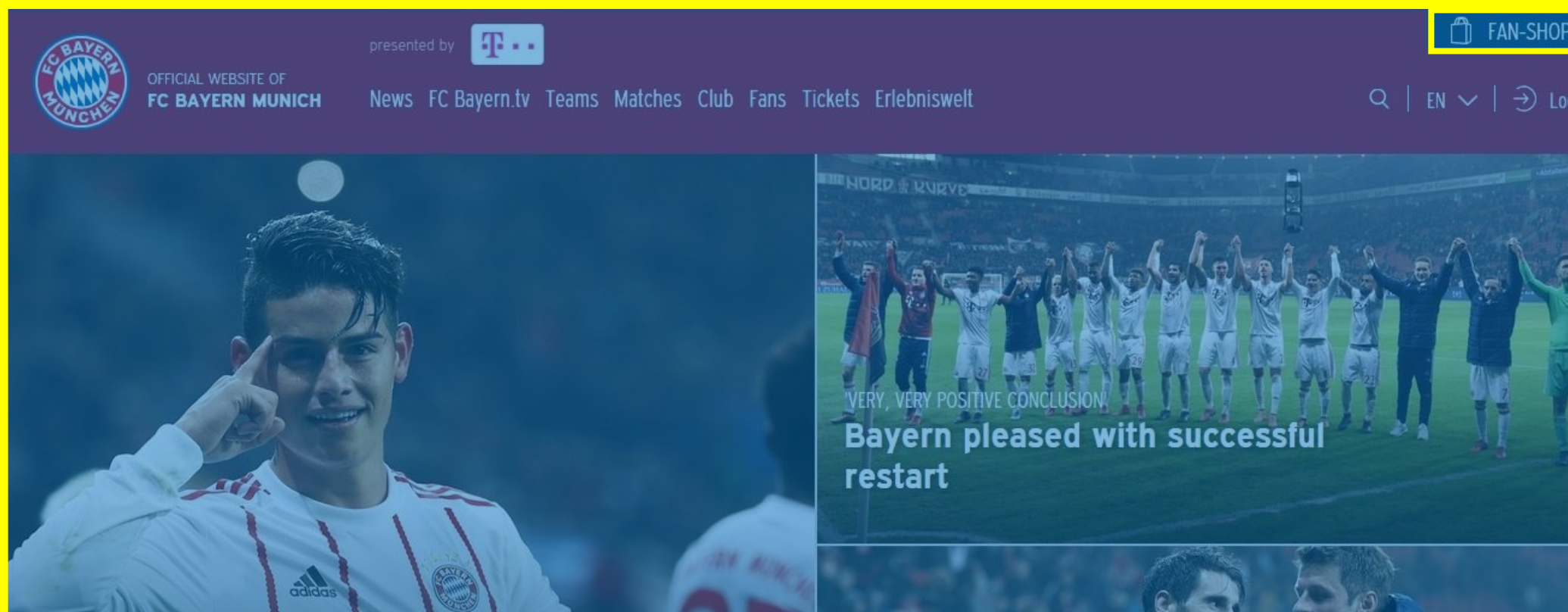
PONTUAÇÃO 84%

MELHOR PAGE LAYOUT AND VISUAL DESIGN

PIOR FORMS & DATA ENTRY

247 WEB USABILITY GUIDELINES - Embora o design de sistemas utilizáveis requer muito mais do que simplesmente a aplicação de diretrizes, as diretrizes ainda podem contribuir significativamente para a usabilidade promovendo consistência e boas práticas. Utilizamos esta lista de diretrizes em nosso trabalho de consultoria. Para obter melhores resultados, lembre-se de interpretar a diretriz em contexto - isso requer um pouco mais de pensamento, mas garante que você obterá muito mais de sua revisão. <https://www.userfocus.co.uk/resources/guidelines.html>

PRIMEIRA IMPRESSÃO É O QUE FICA UX DESIGN



A loja tem um bom destaque no menu inicial, conduzindo as vendas de conversão.

Possui opções para 9 idiomas. Com identificador de localização.

Focado na apresentação de conteúdos e novidades.

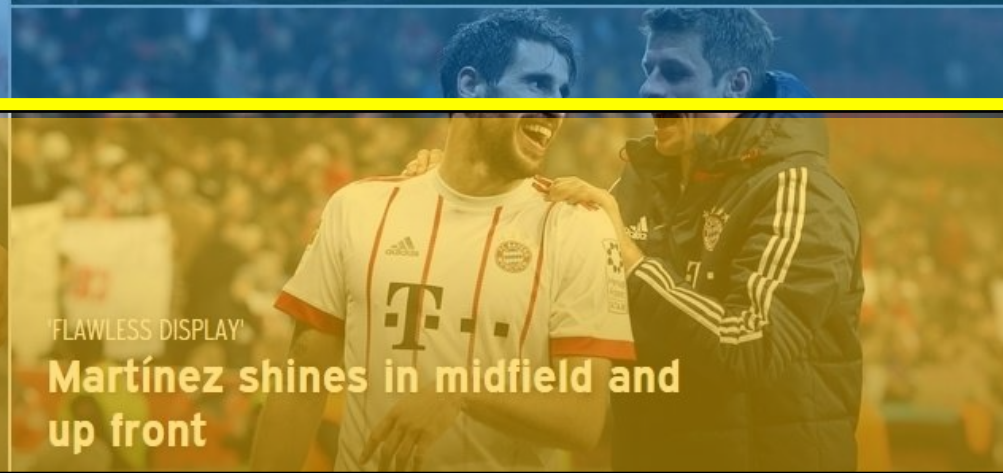
Header fixo com formato de mosaico.

Grande exposição do logotipo, principais patrocinadores do clube (T).

Com apresentação de banners para conversão do e-commerce e tickets.

HOT

MEDIUM



PRIMEIRA IMPRESSÃO É O QUE FICA UX DESIGN



Fast shipping (5-7 days) Free gift over 120 € order value 10% for (supporters) club members More than 1200 products



Search for...

Stores EN | € fcbayern.com

Log in now My Account 0,00 € Cart

Kits/Training Clothes Accessories Fanworld New Arrivals Sale % Basketball Shop by Player Auction

HOT



Menu com departamentos separados por tipo de produto e tipo de esporte. Muito objetivo e focado na conversão em vitrines. Com destaque do patrocinador Adidas.

Header dinâmico com exposição de produtos principais e categorias com diferentes Kits.

Três opções de idiomas.

MEDIUM

FLOCKING

From now on the player flocking is for free on the away shirt and goalie shirt!

SHOP NOW >

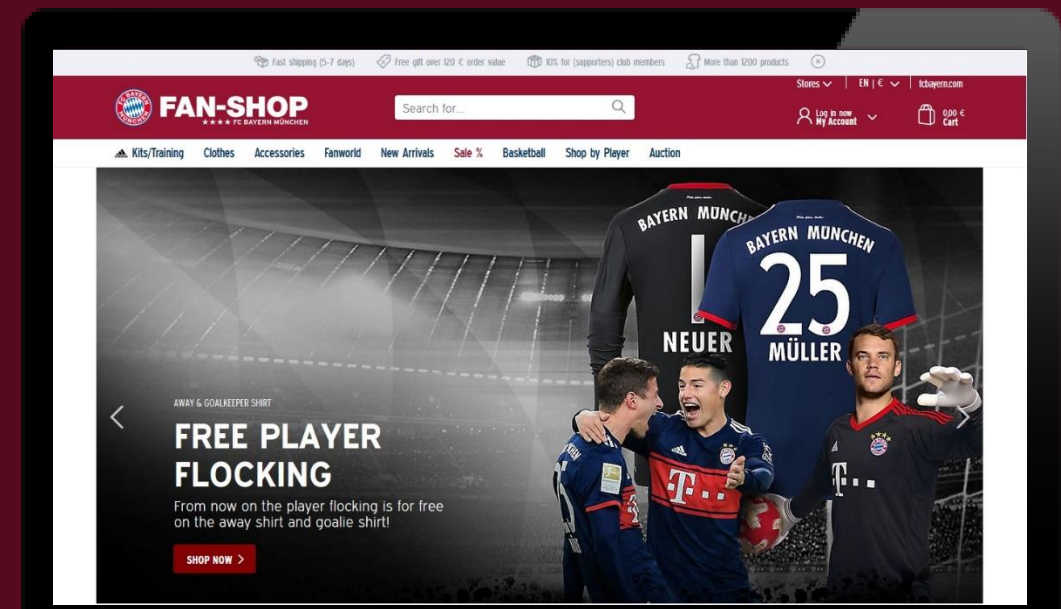
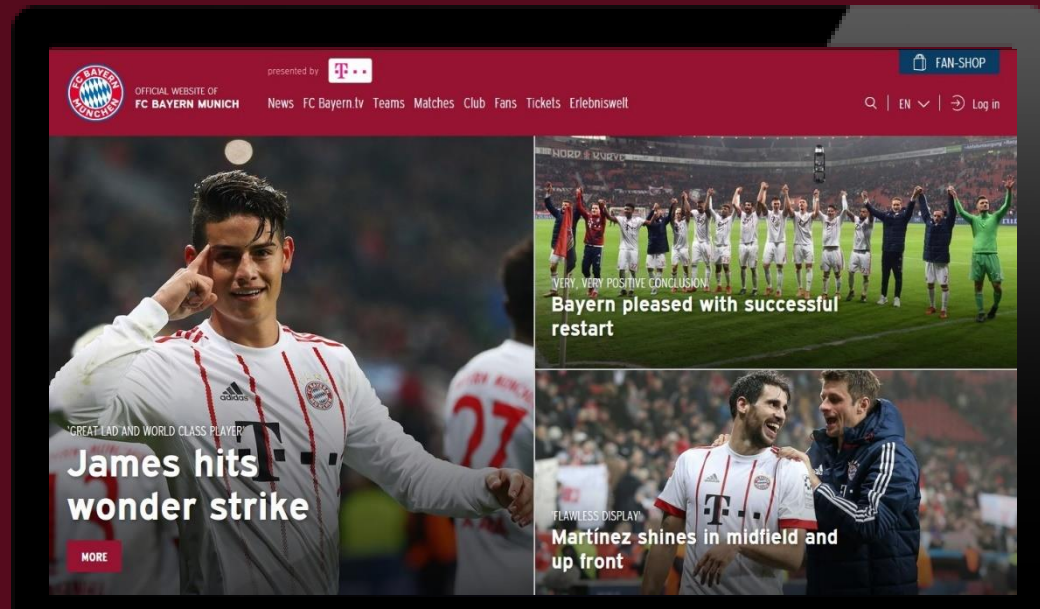
Visualização central de promoção e descontos focados no comércio eletrônico.

PRIMEIRA IMPRESSÃO É O QUE FICA UX DESIGN



1º CLIQUE BRAND SITE

2º CLIQUE E-COMMERCE



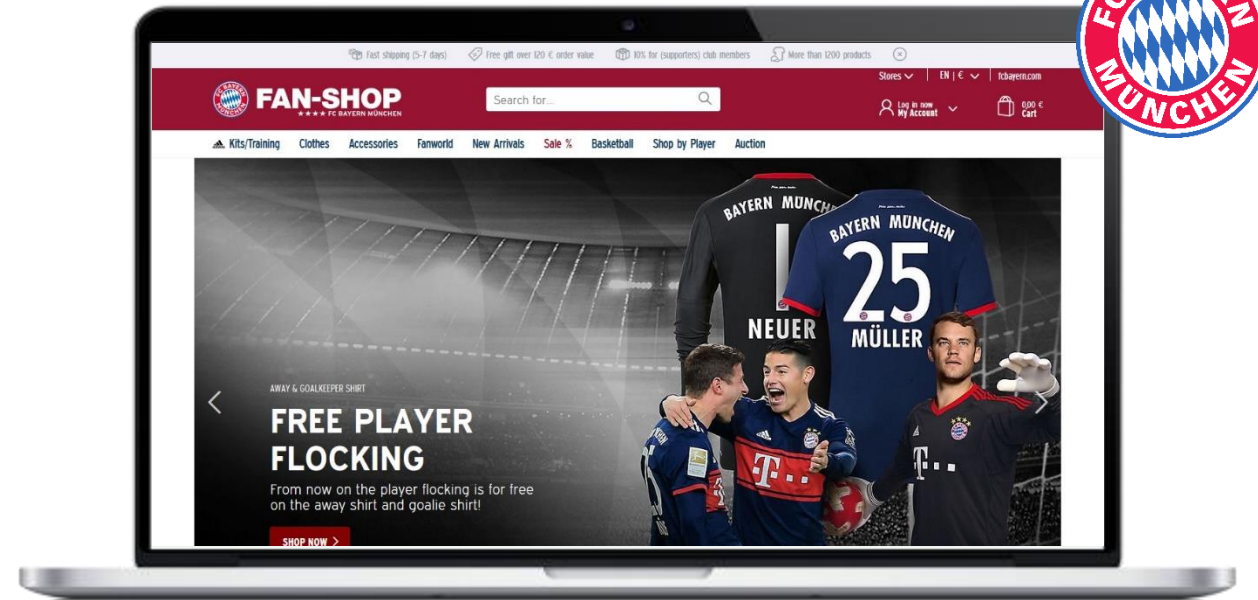
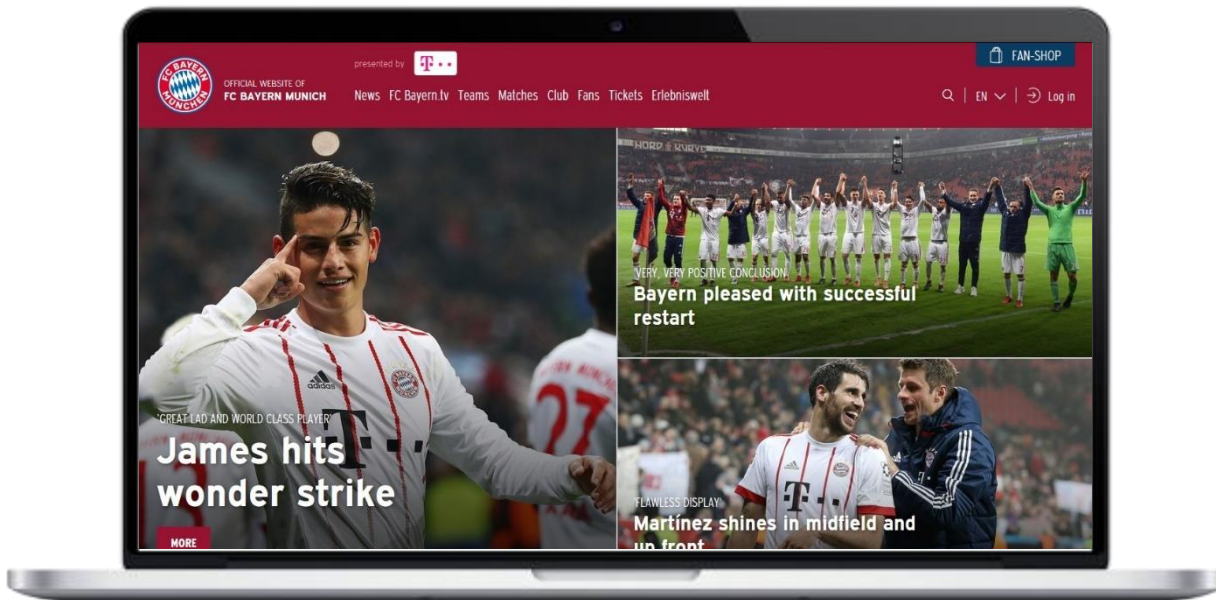
FAN-SHOP
★★★★ FC BAYERN MÜNCHEN

Banner Conversion to
Bayern Webshop

WEBSITE TEM UMA CONVERSÃO FÁCIL PARA O COMÉRCIO ELETRÔNICO, COM MELHORES PRÁTICAS.

O site possui uma ótima arquitetura de navegação, especialmente na área nobre (menu). No menu, você pode ver o botão de comércio eletrônico com chamada para ação para aumentar a conversão. Na parte central da home page tem uma simulação direta de páginas de produtos de comércio eletrônico (com 3D- 360º), facilitando ainda mais a integração entre as duas plataformas.

sport.



WEBSITE

O website do clube possui uma ótima estrutura de navegação e design, com muito conteúdo. Suportado pelo conteúdo do próprio **Bayern de Munich**. Grande hierarquia de categorização de destaques. Faz bom uso da identidade visual do clube e fotos aspiracionais. Há uma ótima visualização dos patrocinadores: **T-mobile e Adidas**. **Mobile First**, com um site mobile e responsivo. Fácil compartilhamento de conteúdo nas redes sociais dos usuários. Desenvolvimento de conteúdo muito focado em imagens e vídeos.

MÉDIA VISITAS

3.2M

BOUNCE RATE

45%

E-COMMERCE

O e-commerce do clube conta com um design focado na experiência da marca. Melhor design e navegação diferenciada. Usabilidade e navegação, iniciando por categorias, com foco total em produtos, oferece uma variedade de categorias de produtos. Cabeçalho dinâmico com muitas opções de desconto.

A plataforma é proprietária do time. Trabalha com linguagem três idiomas diferentes. Diferentes promoções de Kits de produtos em diversas variações de páginas.



DIGITAL VENDAS



3.2M

MÊS

USUÁRIOS DESKTOP E MOBILE

16,13% DE AUDIÊNCIA DO BAYERN SÃO OBTIDO POR SUAS REDES SOCIAIS



+43M



+847K



+809K



+11M

+55M

SEGUIDORES

NO MUNDO O BAYERN TEM

+38 Milhões

UVS/ANO MÉDIA



89%

11%

WEBSITE

+38M ano

SOCIAL MEDIA

+55M seguidores



Engagement

Total Visits

3.20M

▲ 9.29%

🕒 Avg. Visit Duration

00:03:14

📄 Pages per Visit

4.93

➡ Bounce Rate

45.91%

🇩🇪 Germany

65.89% ▲ 17.35%

🇺🇸 United States

3.59% ▼ 5.46%

🇦🇹 Austria

2.77% ▲ 31.08%

🇵🇱 Poland

2.19% ▲ 11.28%

🇹🇷 Turkey

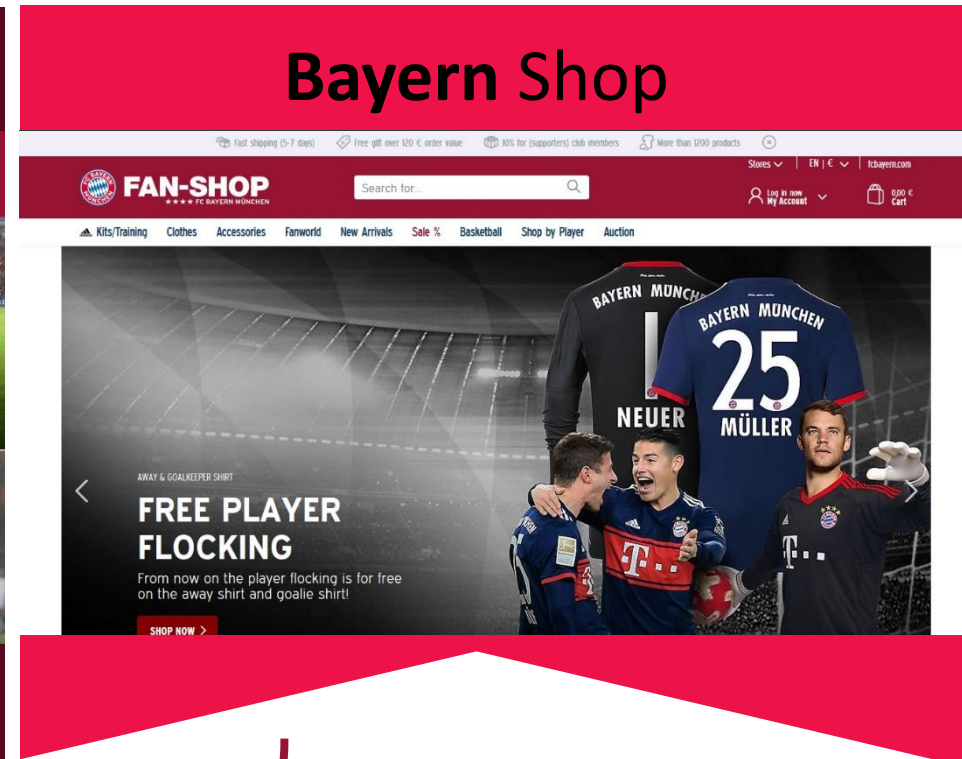
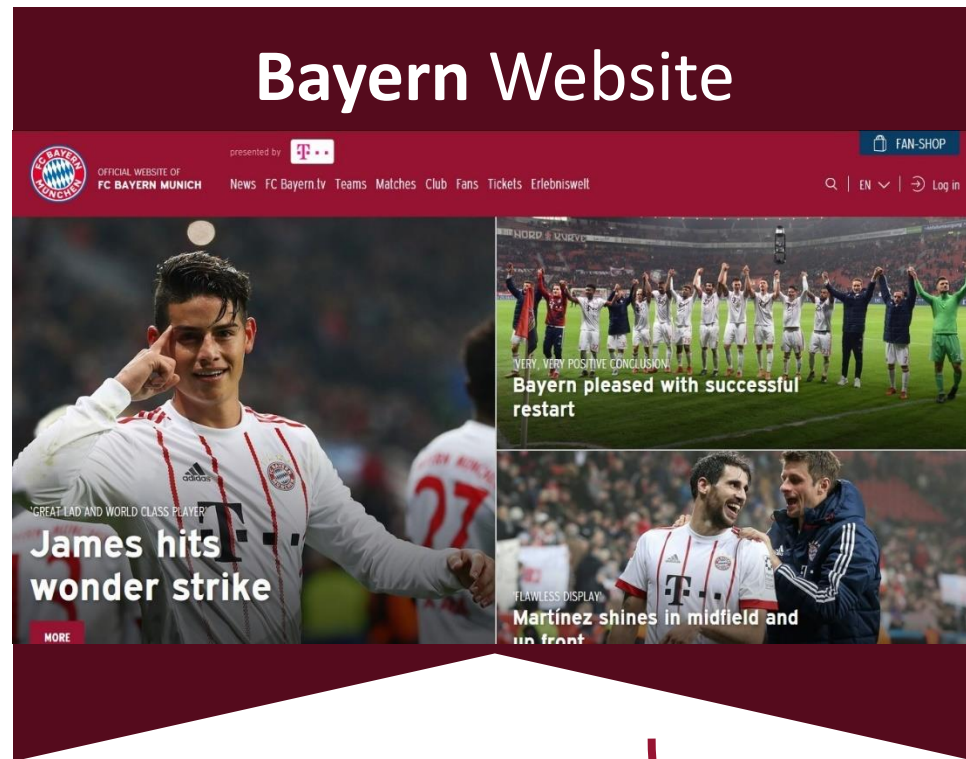
1.78% ▲ 558.3%

BAYERN MUNICH ESTRATÉGIA IDEAL E-COMMERCE

2 Takeaways



PLATAFORMA WEBSITE E E-COMMERCE

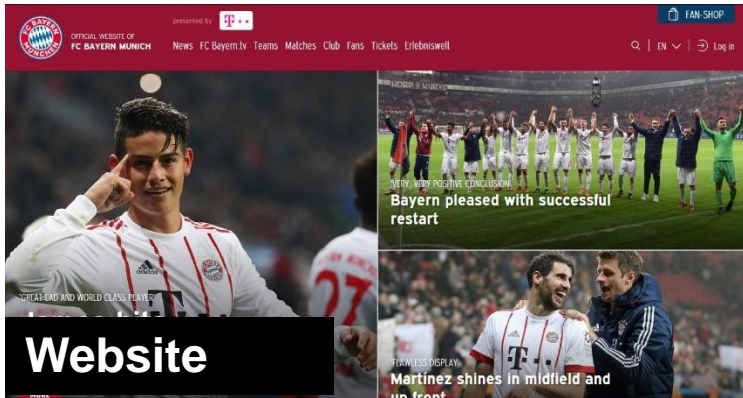


www.fcbayern.com

CONVERSION RATE WEBSITE PARA O E-COMMERCE



% Bounce Rate (45%) grande número, com conversão para o meio de comércio eletrônico, com 40% do acesso total (benchmark). Isso afeta o resultado final das vendas.



Website

Engagement

Total Visits **3.20M**
▲ 9.29%

Avg. Visit Duration **00:03:14**

Pages per Visit **4.93**

Bounce Rate **45.91%**

Website

3.2M

(-) Bounce Rate

1.7M

Usuários únicos Web Shop

680K

Conversão para o Shop(-Bounce)

578K

Ticket Médio

90,00

Conversão de Vendas Média

3%

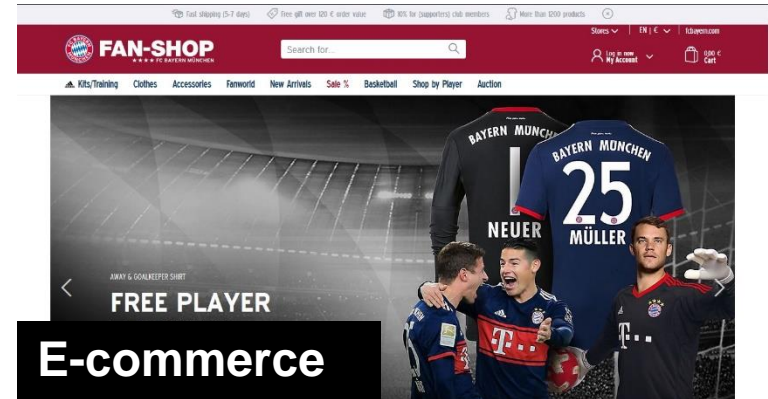
Conversion Final

17K

Vendas Final Média de (\$ mês)

1.5M

% Bounce Rate (15%) o melhor número (benchmark), ainda pode ser melhorado de acordo com o investimento de mídia (0,67%) e a conversão do site para o comércio eletrônico.



E-commerce

Engagement

Total Visits **3.20M**
▲ 9.29%

Avg. Visit Duration **00:03:14**

Pages per Visit **4.93**

Bounce Rate **45.91%**

ESTRATEGIA WEBSITE PARA O SHOP



NOVO COMPRADOR FÃ

Consciência de marca em outros países. Venda de produtos da marca. Ex. Brasil.



SUORTE FÃS, PONTUAL COMPRADOR DE TICKETS E PRODUTOS

Conversão de bilhetes é um ótimo trabalho. Crie uma nova experiência no estádio, com tecnologia AI, VR.



COMPRADOR FREQUENTE

Assinatura de produtos, conteúdos exclusivos. Clube de fãs com acesso exclusivo de benefícios.

Conhecimento

Conversão
Website, Estádio
Awareness

Clusters
De Envolvimento

Frequência
Recompra e
Fidelização





BAYERN MUNICH ESTRATÉGIA DIGITAL

Key Strategy



Ações chaves

Necessidades

Digital Marketing

Desenvolver:

- Reforçar a Estratégia Digital e Website em outros países.
- Melhorar entendimento do target (Social Listening)
- Requisitos para investimento (Métricas, KPIs e Optmização).
- Criar uma nova experiência no estádio com tecnologia VR (externos).

E-commerce & E-retail

Desenvolver:

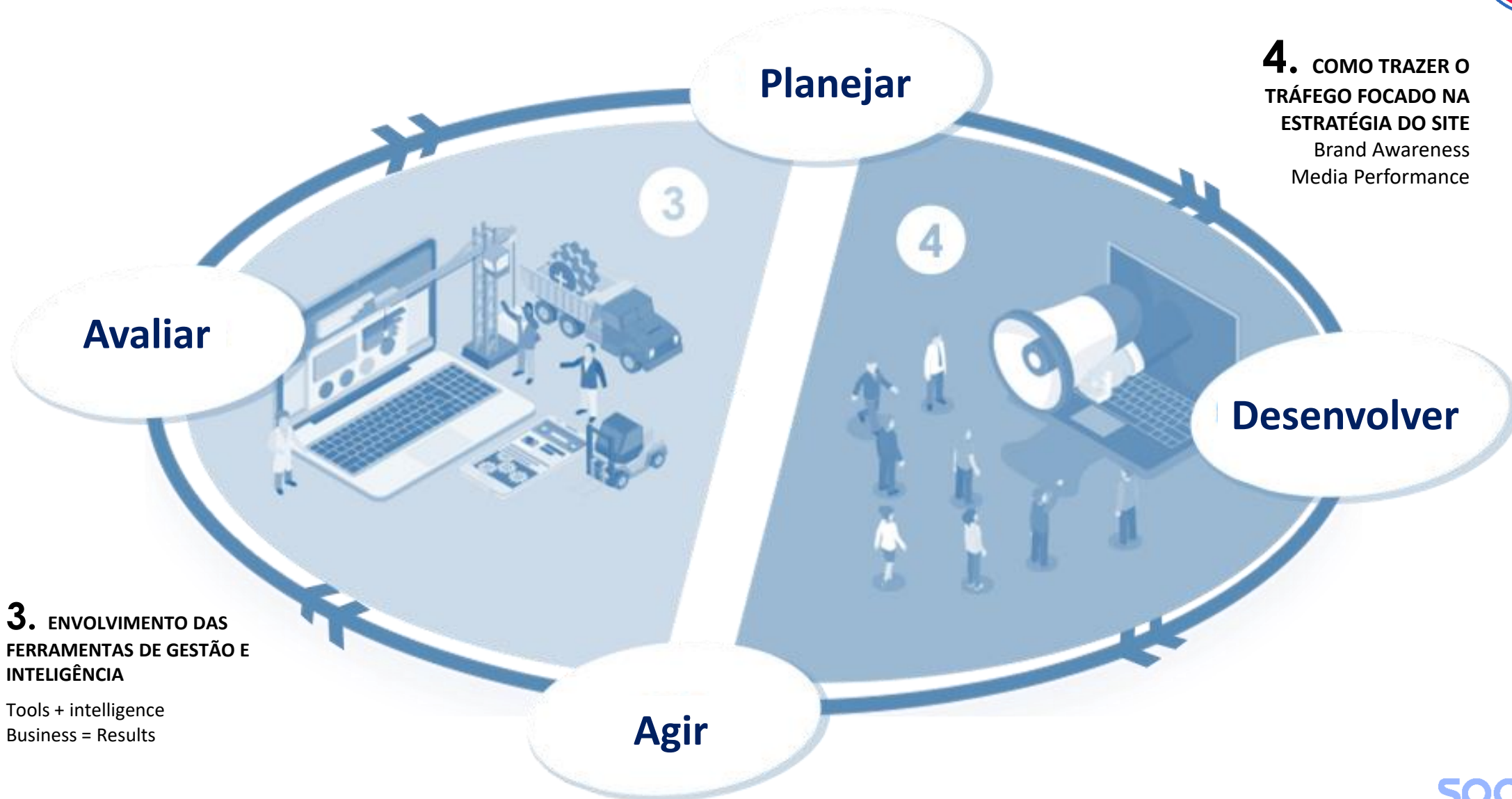
- Melhorar estratégia de mídia social para conversão de comércio eletrônico.
- Aumentar os pontos de contato de conversão para o comércio eletrônico.
- Assinatura de produtos, receba todos os produtos e conteúdos exclusivos.

Brand Equity

Evoluir:

- Métricas de marca digital para aumentar a categoria e a consciência da marca (penetração através do futebol digital).
- Nova Estratégia de Mídia Social, precisa aumentar o número de seguidores. Consciência nos outros países que aumentam o reconhecimento da marca do Bayern. Ex. Brasil.

360° AWAYS ON ESTRATÉGIA DIGITAL



4. COMO TRAZER O TRÁFEGO FOCADO NA ESTRATÉGIA DO SITE
Brand Awareness
Media Performance

3. ENVOLVIMENTO DAS FERRAMENTAS DE GESTÃO E INTELIGÊNCIA

Tools + intelligence
Business = Results

DIGITAL STRATEGY

4 etapas para compra no comércio eletrônico



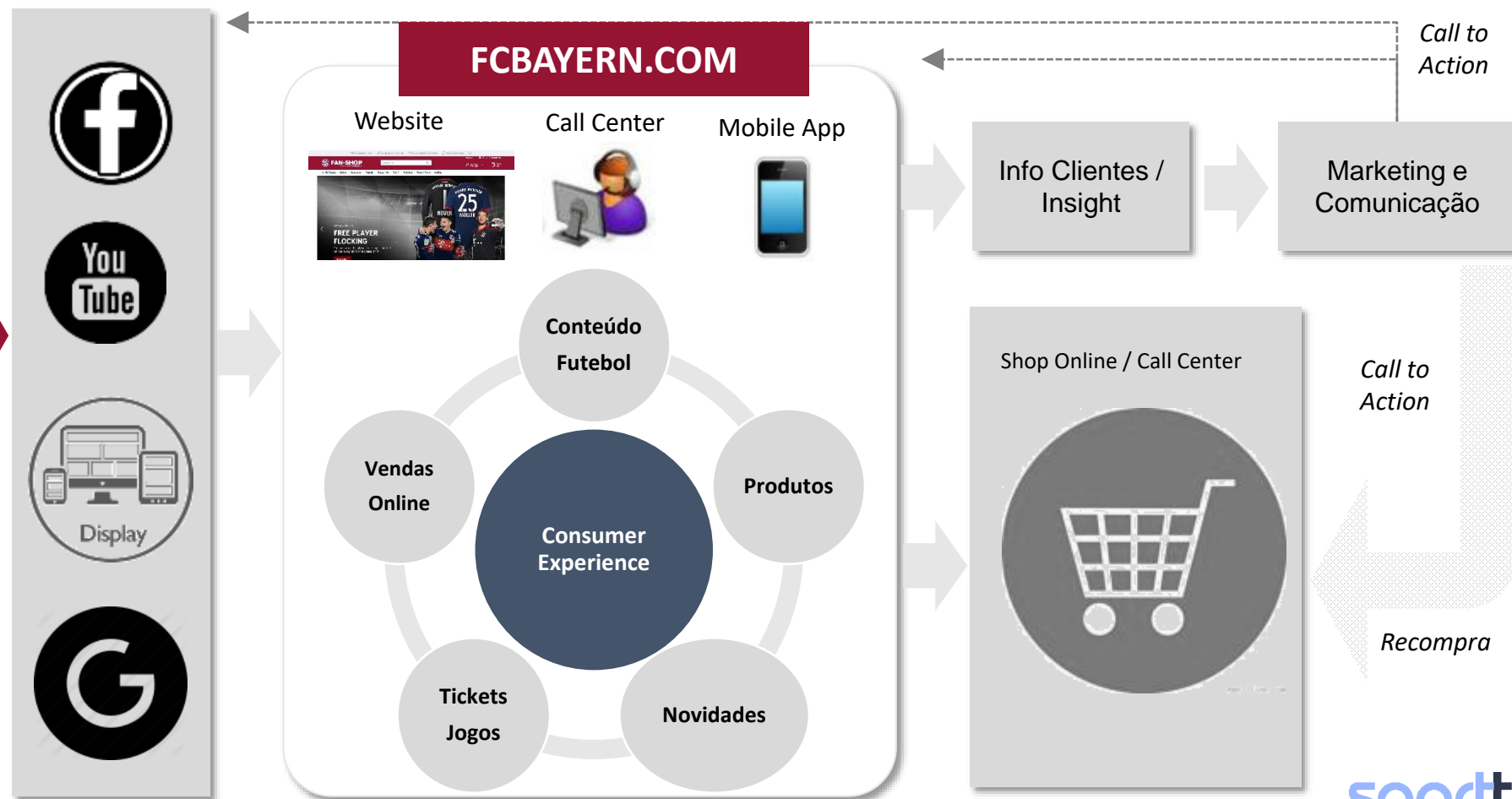
1 Awareness

2 Experiência

3 Engajamento

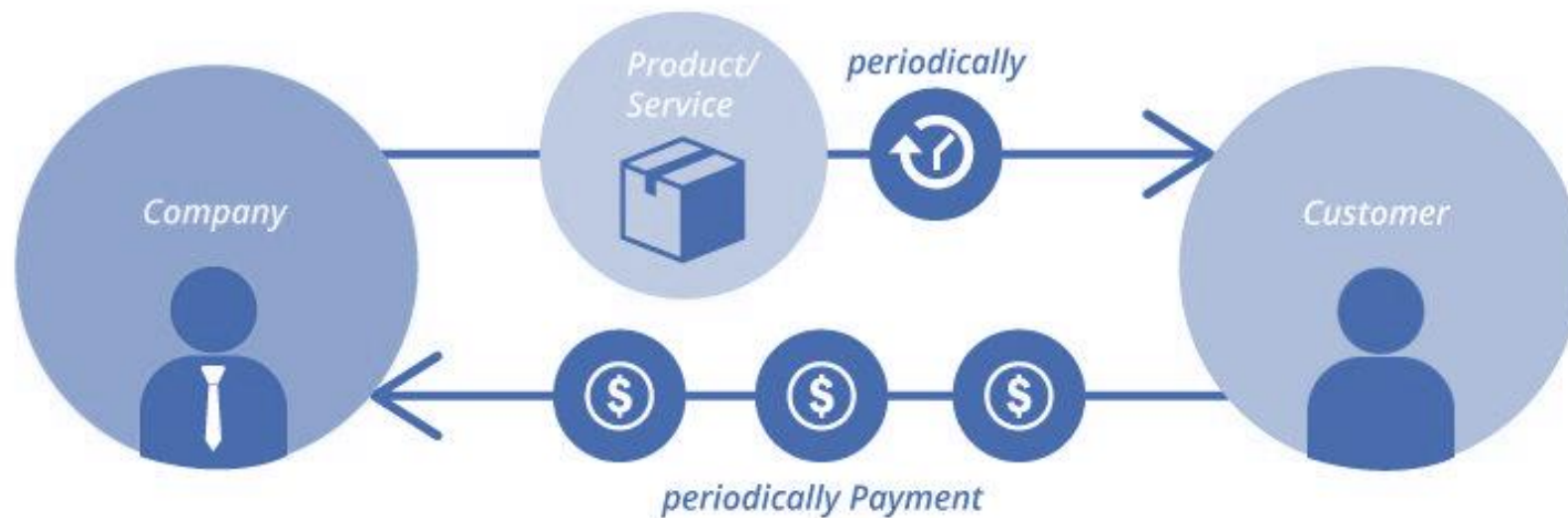
4 Fidelização

WEBSITE
+38M ANO
SOCIAL MEDIA
+55M
SEGUIDORES



PROGRAMA BAYERN CLUB MODELO DE RECORRÊNCIA

Processo automatizado de recompra



Experiência de Conveniência

Lealdade ao consumidor e compra garantida

Análise Desenvolvida por:

RAFAEL LEITÃO

Experiência com Marketing Digital, E-commerce e Design

- 8 anos de experiência em Marketing, com os principais projetos de inovação, estratégia de negócios e marketing, brand awareness, lançamento de produtos, organização de eventos, campanhas publicitárias, e-commerce e marketplace.
- Sólidos conhecimentos e experiência na gestão de projetos digitais, comunicação e planejamento de marketing, participação nas estratégias corporativas e responsável pela avaliação de retorno digital, rotina de funnel digital, aderir à notoriedade da marca com vendas e conversão.
- Gerenciar a implementação de outras atividades de marketing digital, como SEO / SEM, e-mail marketing, digital media campaigns, lead performance, digital influencers e social media.
- Conhecimento sólido e experiência com análises em projetos digitais e inteligência de negócios, domínio dos KPIs com o Google Analytics, Google Adwords, Facebook Ads, Mídia Programática, DoubleClick, Social Mantic e Scup.
- Experiência com planejamento de mídia social: ativação, promoção, comunicação, CRM, atendimento ao usuário, comportamento analítico (Scup).
- Gestão da estratégia de marketing com agência de publicidade e comunicação, Google, Facebook e Scup.
- Gestão do orçamento de marketing, P&L e Finance Plan.
- Responsável pela implantação de e-commerce (e-business) e Market Place (e-retail), desde a fase inicial de detalhamento de serviços, P&L, KPIs, contratos SLAs com parceiros (fullfilment, backend, frontend, SAC, ERP) . Responsável por apoiar o planejamento e desenvolvimento de contas estratégicas no canal on-line, com potencial de crescimento na área de vendas.



29 anos
São Paulo
Brasil

RAFALEITAO.COM SPORTT.COM.BR

Experience in Sports:

- Organização Volvo Ocean Race 2015 Team SCA no Brasil.
- Trabalhei com ações de marketing em parcerias com: Palmeiras, Santos e Coritiba.
- Primeira corrida de idosos no Brasil 2014 - Copacabana.
- Patrocínio do ABC de Natal (RN) 2010 - Marca Biofral.
- Proprietário da primeira mídia social com foco em esportes 2015: Sportt.

sportt.

TF360
OBRIGADO!

CONTATO

RAFAEL@SPORTT.COM.BR

RAFAELR.LEITAO@GMAIL.COM

Análise desenvolvida sem interesse comercial, com o objetivo de estudo acadêmico, afim de compartilhar o modelo de avaliação da maturidade digital dos clubes. Não representa a visão do clube e não tem informações confidenciais, todos são dados abertos.