



Seu esporte, nossa paixão.

MERCADO

O mercado de materiais esportivos é alimentado por um sentimento: a paixão dos consumidores.

A CENTAURO compartilha o amor pelo esporte, saúde e bem estar com clientes de todas as idades. Está presente em 20 estados brasileiros, mais o Distrito Federal, hoje é a maior rede de produtos esportivos da América Latina, com suas 133 lojas. A marca também está presente no formato de comércio eletrônico (www.centauro.com.br ←<http://www.centauro.com.br/>→). Com isso, consegue atender ao público em território nacional e levar ao cliente mais que comodidade, agilidade e conforto, levar segurança e experiência de quem está no mercado há mais de 29 anos.

A empresa mantém preocupação permanente com a evolução dos formatos operacionais das lojas, seja com introdução de conceitos exclusivos e de vanguarda, criando tendências ou para atender a demanda do mercado consumidor. A rede tem o compromisso de superar limites e atingir os melhores resultados, com qualidade, dedicação e a mesma paixão que movem os atletas.

Direcionada aos praticantes, aficionados ou simpatizantes de esportes, a Centauro atrai o público interessado em bem-estar, qualidade de vida e moda casual em estilo esportivo ou informal.

PRODUTOS/SERVIÇOS

Reunir o melhor de todos os esportes em um só lugar. Essa é a principal preocupação da Centauro. A rede busca oferecer marcas e produtos de alta qualidade e tecnologia, além de serviços exclusivos aos clientes, como encordoamentos, teste de produtos e bike service.

Entre outros diferenciais oferecidos pela Centauro, destacam-se ainda o Cartão Sport-Card, opção de crédito parcelado em até 12X e o Cartão-Presente Centauro, todos os esportes em um só cartão.

Em 2010, a rede passou a oferecer aos clientes uma linha diferenciada de seguros, alinhados ao



conceito de esportes, lazer e entretenimento. Ao adquirir o seguro de acidentes pessoais, o cliente participa de promoções e ganha prêmios.

Tudo isso foi desenvolvido pensando no cliente. Resultado: a Centauro é percebida pelos esportistas como a loja que possui tudo o que eles precisam para a prática e melhor performance no esporte, sempre com as maiores facilidades.

CONQUISTAS

A preocupação da marca com seus clientes e com o esporte brasileiro rendeu conquistas importantes também no mundo corporativo. O trabalho da Centauro tem sido reconhecido e premiado em variados setores, como Marketing, RH e Tecnologia.

A Centauro conquistou o Top of Mind, sendo a única rede de lojas de artigos esportivos na cate-

goria Internet. Levou o Prêmio Lojista Alshop, pelo 2º ano consecutivo. Também pelo 2º ano consecutivo, Margarida Pedra, Diretora de Tecnologia da Centauro, foi eleita uma das melhores do Brasil pela Revista Computer World. Em 2010, foi vencedora na categoria Gestão de Pessoas no Prêmio Ser Humano, realizado pela ABRH.

O maior orgulho da mar-

ca, porém, é ter se tornado a loja-referência de esportes no Brasil para seus clientes. Atingir um reconhecimento como esse é como quebrar um recorde. É se tornar uma marca vencedora.

EVOLUÇÕES RECENTES

Em 2000, a Centauro trouxe ao país um conceito inovador de loja, a Megastore. Com mais de 2.000 metros quadrados, era a primeira vez que uma loja do segmento esportivo tornava-se âncora em shopping centers. Esse foi somente o primeiro marco de uma rede que tem a inovação como norte.

Em seguida, a Centauro implantou novos projetos, como o Treinador Centauro, um aplicativo mobile de caminhada e corrida, apresentando planilhas individualizadas com o aval da consultoria de Marcos Paulo Reis. Em um modelo muito pare-





cido, porém personalizado, implantou o Programa Colaborador Atleta que apóia e dá o suporte necessário à um grupo de funcionários que leva a prática esportiva a um nível mais alto e não somente como qualidade de vida.

Em 2009, foi lançado o primeiro comercial em animação com tecnologia "3D", 100% produzido no Brasil e veiculado em todo o território nacional.

Durante a Copa do Mundo, mais novidades, dessa vez em projetos de internet como o Quiz do Mundial, que tinha o veterano Sócrates como protagonista, e o hotsite Ola Eterna, onde os participantes gravavam e postavam seus vídeos, formando a maior "ola" virtual do mundo.

A Centauro fez grandes investimentos no e-commerce da marca, disponibilizando mais de 10.000 itens esportivos 24 horas por dia, 7 dias por semana. Também lançou o blog CentauroMulher.com, canal de comunicação com o público feminino.

Os investimentos também não param nas lojas, que estão cada vez mais modernas, bonitas e funcionais, proporcionando ao cliente uma verdadeira experiência de compra.

COMUNICAÇÃO

Pluralidade é a característica da comunicação da Centauro. Os diferentes pontos de contato com o cliente são mapeados e o resultado é uma atuação multiplataforma de mídia, que vai dos comerciais de TV até o material de ponto-de-venda. É assim que

se constrói uma marca forte.

A Centauro está presente com comerciais na TV aberta e nos cinemas, com animações em 3D. Na internet, o cliente pode fazer as compras pelo site www.centauro.com.br ←<http://www.centauro.com.br/>→. A rede conta também com uma rádio interna, a revista Centauro Sports Magazine e utiliza o celular como

ferramenta para o Treinador Centauro, aplicativo que auxilia treinos de corridas e caminhadas.

O DNA Centauro foi desenvolvido com o objetivo de garantir personalidade à marca para que ela transmita sua essência e responda às necessidades e anseios dos clientes, além dos atributos racionais e emocionais da marca. A comunicação da rede destaca a essência da marca, trazendo o conceito "Renova sua Paixão pelo Esporte" como mensagem principal.

HISTÓRIA

A primeira loja Centauro foi aberta em Belo Horizonte com um capital inicial de apenas US\$ 10.500. O valor do investimento, embora reduzido, foi compensado por uma proposta comercial inédita, pela valorização da qualidade dos produtos, pela exposição inovadora e pelo atendimento personalizado ao cliente. Assim, a Centauro chegou na frente e tornou-se líder de mercado.

O Grupo SBF, detentor das marcas Centauro, By Tennis e licenciado exclusivo no Brasil para operação das Nike Store, apresentou nos últimos 10 anos crescimento médio de 35% ao ano. Este mesmo nível impressionante já está assegurado até 2012, dando continuidade ao agressivo plano de expansão e posicionando as lojas da rede nos melhores shoppings do país. Com isso, o esporte segue sendo disseminado para cada vez mais pessoas, que têm acesso às mais diferentes modalidades, al-

gumas delas pouco conhecidas pelo grande público até então. Ou seja: junto com o crescimento da Centauro, cresce também a paixão dos brasileiros pelo esporte. Não só por um, mas por todos eles.

VALORES DA MARCA

"Paixão pelo esporte" é o que a Centauro compartilha com seu cliente. É através da satisfação pessoal, da busca pelo bem-estar, qualidade de vida e prazer em praticar um esporte que a empresa garante às necessidades do seu público, sempre acreditando na importância e relevância de cada produto vendido. Assim como os atletas, a marca está comprometida também com a qualidade, dedicação, evolução e superação de limites para atender o consumidor.



O QUE VOCÊ NÃO SABIA SOBRE A CENTAURO

- A pista de corrida característica, encontrada em todas as lojas da rede, traz o ambiente do esporte para dentro da loja, além de conduzir o cliente por todas as categorias, para que ele não deixe de conhecer nenhuma novidade.
- Além de ser líder em vendas, a Centauro valoriza e apoia o esporte no Brasil. A marca é patrocinadora dos tenistas Marcelo Melo, André Sá, Bruno Soares e do técnico Daniel Melo, do judoca João Derly e do skatista Daniel Vieira.
- A Centauro se orgulha também de apoiar institutos que vão além da formação de atletas, focando o desenvolvimento pleno dos cidadãos. Desde 2008, a rede colabora com o Instituto Guga Kuerten (IGK) e está diretamente ligada ao Programa Campeões da Vida, que atende atualmente 460 crianças e adolescentes.

