

**OFERECER UMA
PROPOSTA GRATUITA E
INTERATIVA DE APOSTAS
ESPORTIVAS CONSTITUI O
PRÓXIMO VEÍCULO DE
CRESCIMENTO PARA
PUBLICAÇÕES
NORTE-AMERICANAS**



SPOTLIGHT™
SPORTS GROUP

A OPORTUNIDADE DE UMA GERAÇÃO

Os mercados norte-americanos de iGaming e de apostas esportivas on-line devem crescer para US\$ 42 bilhões em sua maturidade - e não são apenas as casas de apostas que vão se beneficiar. Publicações atuando como superafiliadas, com público qualificado e capacidade operacional para encaminhar clientes para essas casas de apostas já aumentam rapidamente suas receitas, e isso tende a crescer à medida que novos estados se regulamentam.

Fazer uma aposta leva alguns segundos, mas os apostadores esportivos passam horas pesquisando suas apostas em uma grande variedade de plataformas. Eles querem consumir conteúdo de previsão, notícias de times e dados ao vivo enquanto usam ferramentas interativas para ajudá-los a formar uma opinião. A expectativa do usuário já se desviou de conteúdos premium para conteúdos disponíveis gratuitamente.

A maioria do público esportivo se interessa em apostas esportivas (pesquisa Nielsen); assim, aquelas publicações que já possuem um público esportivo têm uma clara oportunidade de envolvê-los ainda mais com uma oferta holística de apostas esportivas. Fazer isso bem e poder oferecer diferentes maneiras de engajar apostadores esportivos em sua plataforma, 24 horas por dia, 7 dias por semana, apresenta uma oportunidade de receita geracional para essas publicações.

O que se tornará ainda mais interessante para as publicações à medida que o mercado amadurece. Atualmente, a remuneração padrão para encaminhar usuários para casas de apostas esportivas é uma taxa fixa para cada primeiro depósito (modelo de custo por aquisição, ou CPA). Isso recompensa todas as publicações em um nível semelhante e se concentra no volume de novas contas sendo criadas, mas não reconhece o valor a longo prazo dos jogadores. Vimos em mercados mais maduros, nomeadamente na Europa, que a migração de CPA para parcerias baseadas em compartilhamento de receita oferece um maior incentivo e oportunidade de receita para publicações capazes de desempenhar de forma bem-sucedida em apostas esportivas.

Como os grupos midiáticos atendem às necessidades em constante mudança de seu público e como eles aproveitam a expansão das apostas esportivas para ganhar sua fatia do mercado de US\$ 42 bilhões?

O TAMANHO DO PRÊMIO PARA AS PUBLICAÇÕES

Durante o IPO da Gambling.com no ano passado, estimou-se que as casas de apostas esportivas americanas gastarão aproximadamente 30% de seus orçamentos de marketing em marketing de afiliados. O que significa que o setor de afiliados de cassinos on-line e apostas esportivas deve atingir US\$ 4 bilhões anualmente em sua maturidade. Isso antes de considerar o lançamento de apostas esportivas legalizadas no Canadá em abril de 2022.

E a conversão desse público fiel através das principais publicações já é evidente. A ESPN (Chalk) e a NBC (Sports EDGE) conquistaram um público enorme e engajado que já monetizam por meio de conteúdo de apostas esportivas, ferramentas e cotações ao vivo disponíveis no site. As publicações tradicionais estão vendo a oportunidade de gerar receitas incrementais e de criar e otimizar suas propostas de apostas esportivas localizadas - muitas vezes se beneficiando de colaborações com parceiros para atingir isso.

As casas de apostas esportivas estão focadas em lançamentos em novos estados e em cementar sua presença nos últimos estados a se tornarem operativos; no entanto, isso se consolidará nos próximos anos. O que as casas de apostas esportivas não têm é o ritmo de atenção dos apostadores que as publicações recebem. A capacidade das casas de apostas esportivas de alcançar esse público leal qualificado é uma prioridade fundamental, e os afiliados conseguem chegar aos usuários de maneiras que as campanhas de marketing direto não conseguem.

A indústria de afiliados de iGaming e apostas esportivas nos EUA já conta com projeções de \$4Bn por ano



Fonte: Proposta de IPO da Gambling.com de 2021

A MUDANÇA DE COMPORTAMENTO DOS FÃS DE ESPORTES

Um amplo setor da mídia norte-americana vem reconhecendo a oportunidade e está amadurecendo a um ritmo acelerado em comparação com o crescimento na Europa durante os anos 2000. Isso é impulsionado pela tecnologia disponível para engajar os usuários que está anos-luz à frente em comparação, mas crucialmente, isso também é o caso da expectativa do cliente.

As apostas esportivas tornaram-se um verdadeiro divisor de águas ao aumentar o envolvimento do público para as publicações. Uma pesquisa realizada pela Nielsen Sports em 2021 mostra que 55% do público esportivo se interessa por apostas esportivas. De forma mais ampla, os dados mostraram que a parcela da população dos EUA (como um todo) que vive em lares com renda superior a 125 mil dólares anuais tem muito mais interesse em apostas esportivas do que a população em geral (48%).

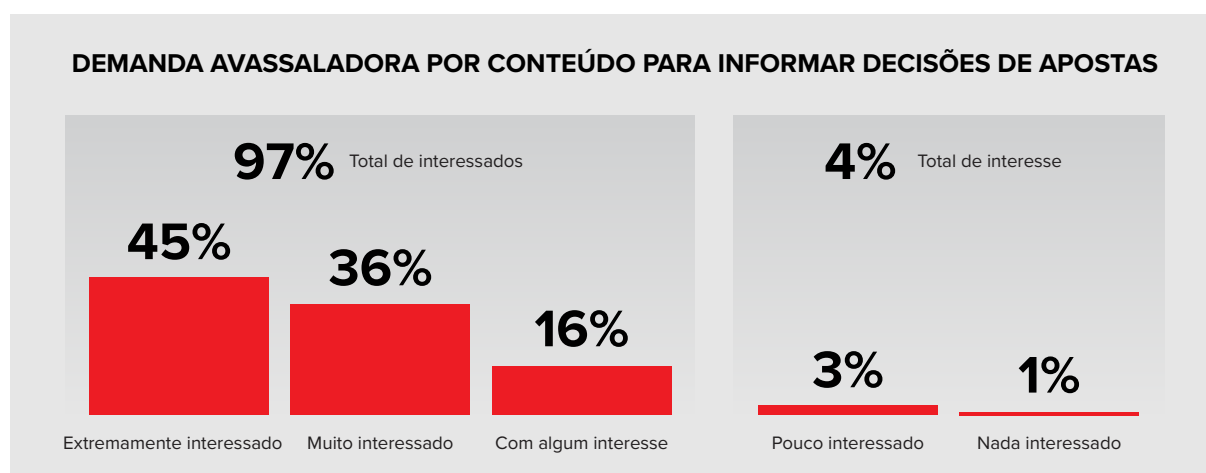
Uma resenha prévia de um jogo de eliminatória da NBA não é mais suficiente para se destacar. Os usuários querem experiências interativas, dados ao vivo e muito mais para ajudá-los a fazer apostas mais informadas - e esperam que tudo isso seja gratuito. Poder oferecer isso com naturalidade em um lugar onde os apostadores já passam muito do seu tempo on-line representa uma oportunidade óbvia.



O DIABO MORA NOS DETALHES DA EXECUÇÃO

Para estimular uma participação no mercado, as publicações devem ser capazes de executar em todo o espectro da tecnologia, do licenciamento, conteúdo, conversão e das operações de afiliação. O esporte nunca para, e ser capaz de executar uma infinidade de campanhas de conversão de público sempre ativas ou lideradas por eventos exige experiência e planejamento eficaz.

De acordo com a pesquisa da Pickswise sobre apostadores esportivos (julho de 2021), ficou comprovado que um conteúdo independente cria um apostador mais informado. Inclusive, 97% dos apostadores pesquisados se interessaram na utilização de conteúdo para informar suas decisões de aposta. Os apostadores que encontram conteúdo gratuito e confiável de alta qualidade retornam e divulgam o fato a outras pessoas.



Outras informações vêm da pesquisa do Spotlight Sports Group no Reino Unido, mostrando que os apostadores esportivos que apostam no futebol têm conhecimento acionável em cerca de 5% das partidas, deixando os 95% restantes abertos para o conteúdo ser o condutor que os engaja.

O que sabemos é que não é mais suficiente inserir um hiperlink em um artigo e esperar que seu público clique para gerar receita. Da mesma forma, oferecer um anúncio gráfico ao lado de um artigo não irá gerar conversão em grande escala.

Exibir conteúdo e ferramentas que são totalmente integradas usando módulos inteligentes (widgets) ou uma plataforma desenvolvida sob medida engaja ainda mais o seu público. Servir percepções contextuais e interativas de dados, mostrando cotações ao vivo, além de conteúdo exclusivo e especializado é a fórmula para competir no espaço afiliado daqui para frente.

A profundidade e a amplitude do conteúdo das apostas esportivas realmente importam. O número total de jogos da NFL em uma temporada representa uma pequena fração dos eventos esportivos em todo o mundo. Ser capaz de servir conteúdo atualizado para engajar os usuários sempre que eles estiverem na plataforma é algo importante a se considerar. Como consequência, as publicações precisam pensar não apenas nos grandes esportes dos EUA, mas também em produtos como futebol, corridas de cavalos e tênis que podem engajar os apostadores durante os períodos de menor movimento.

MATURIDADE DO MODELO DE MONETIZAÇÃO

Como destacado anteriormente, o atual acordo padrão de afiliação entre casas de apostas esportivas e publicações é o modelo de receitas de CPA. Isso, no entanto, não vincula pagamentos ao desempenho além do primeiro depósito, com proprietários de público e publicações recebendo uma comissão por indicar clientes depositantes. Mas esse é o fim do relacionamento ao nível de cliente.

É importante entender que cada novo cliente estará em uma faixa de valor diferente para a casa de apostas esportivas, tornando a aquisição desse usuário mais barata ou mais cara do que o previsto - o que só é possível saber após a conversão. Com base em nossa experiência em mercados mais maduros, o foco mudará para operadores de apostas concentrados em reduzir a rotatividade dos jogadores e em aumentar o valor de suas vidas úteis, o que significa explorar os clientes certos.

A questão então se torna como recompensar melhor os afiliados que podem enviar esses clientes. Trata-se de um modelo de participação nas receitas que está condicionado ao valor desses usuários, em vez de um pagamento adiantado. A remuneração por CPA é efetivamente a maneira errada para ambos os lados, pois nem a casa de apostas esportivas nem as publicações sabem se o jogador valerá mais ou menos do que o que o pagamento da comissão reflete.

A migração para um modelo de compartilhamento de renda remunera os melhores destinatários de apostas esportivas por seu investimento em uma proposta que engaja os apostadores melhor do que outras plataformas. As publicações tradicionais possuem a autoridade e o público para ser uma grande parte desse grupo.

APRENDENDO COM MERCADOS MADUROS

Em 2009, a Racing Post (uma marca do Spotlight Sports Group) redefiniu sua proposta de ser uma publicação digital tradicional para se tornar uma super afiliada de aquisição e retenção. A Racing Post foi transformada em uma experiência completamente descomplicada. A transformação permitiu aos clientes consumir dados, ler o conteúdo, receber escolhas gratuitas e fazer apostas através de suas contas em casa de apostas esportivas existentes sem sair da plataforma, criando uma experiência de usuário pioneira.

Em 2008, a publicação tornou-se a segunda marca de mídia do Reino Unido (atrás do Financial Times) a disponibilizar conteúdo premium por trás de um paywall. Em seguida, ela firmou acordos com as principais casas de apostas esportivas para integrar os preços ao vivo e a funcionalidade das apostas sem interrupção para que os clientes pudessem apostar diretamente, sem precisar sair dos produtos digitais da Racing Post. Nos últimos 10 anos, as receitas dos afiliados aumentaram em 1.312%. Essa integração tornou-se o padrão de ouro de como converter clientes de um público engajado em apostadores esportivos on-line.

Ao se colocar no coração do ecossistema de afiliados/ publicações-casa de apostas esportivas, a Racing Post gerou uma alavanca incremental para os casas de apostas esportivas a partir de sua própria plataforma.

A capacidade de realizar apostas em um site de mídia pode ser a oportunidade do futuro na América, mas o que os exemplos do Reino Unido destacam são os enormes benefícios de preparar uma organização de mídia para estar em condições de aproveitar tal oportunidade. A chave é como as publicações podem posicionar seu conteúdo e seus produtos agora, para garantir que eles estejam na melhor posição possível para o futuro.

O QUE O FUTURO RESERVA? TRÊS PONTOS IMPORTANTES:

As experiências gratuitas de usuários vencem a corrida de afiliados

A maneira de criar um público engajado e uma rede de afiliados sustentável e lucrativa é oferecer experiências gratuitas aos usuários através de conteúdo especializado e tecnologia inteligente que informa, entretém e converte apostadores.

O compartilhamento da receita libera o valor do público-alvo

O mercado europeu provou que os modelos de compartilhamento de receitas são o caminho para criar um crescimento de receitas prolongado para os afiliados e seus parceiros. O estudo de caso da Racing Post demonstra uma representação ao vivo de como a integração de conteúdos de apostas esportivas independentes, ferramentas e experiências com publicações pode gerar novas receitas substanciais.

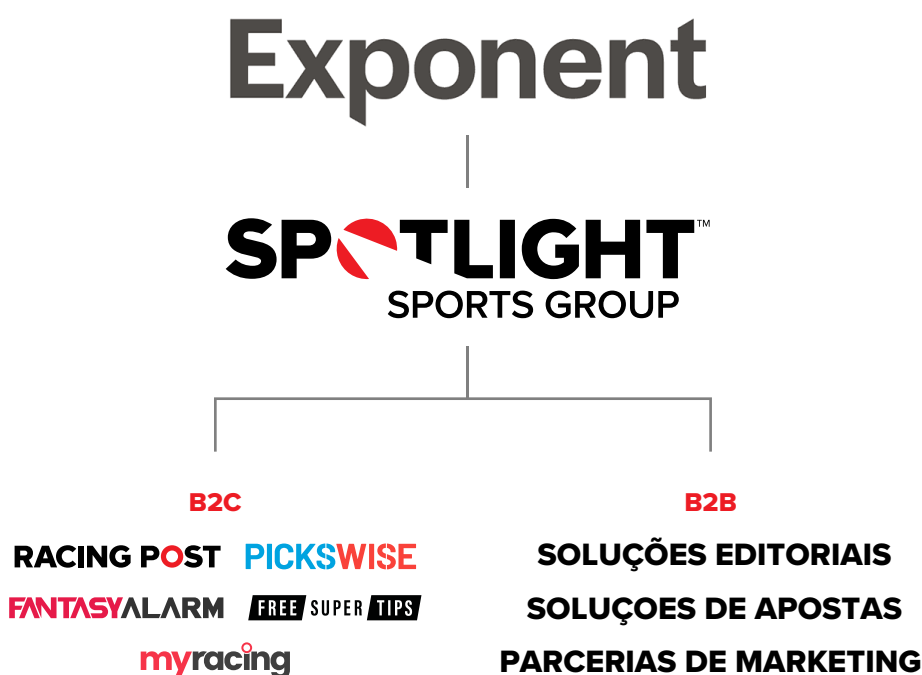
Não há substituto para a experiência

Gerar receita como superafiliado rapidamente não é fácil. As complexidades dos mercados de apostas esportivas norte-americanas não são simples de navegar. Confiar em um parceiro experiente minimiza o risco.

A oportunidade de afiliado de apostas esportivas para publicações é maior do que qualquer outra oportunidade de receita em sua geração. As publicações aprenderam muito desde que a PASPA foi revogada, algo que reflete ao norte da fronteira com o Canadá. Conteúdos especializados combinados com tecnologia inteligente e dados proprietários adquirem e retêm clientes, enquanto os modelos de compartilhamento de receita oferecem a rota para destravar o valor não explorado do público.

SOBRE A SPOTLIGHT SPORTS GROUP

A Spotlight Sports Group (de propriedade da Exponent Private Equity) é uma empresa líder em tecnologia, conteúdo e mídia. A Spotlight Sports Group aproveitou seu conhecimento e experiência para desenvolver soluções de publicação de apostas esportivas totalmente integradas e perfeitas para a mídia, afiliados e operadores norte-americanos. A empresa também tem décadas de experiência em crescimento e conversão para as maiores empresas de mídia e casas de apostas esportivas do mundo, incluindo AS.com e Advance Local, enquanto oferece a melhor tecnologia da categoria e experiências de conteúdo escalável em mais de 70 idiomas. Para saber mais, acesse spotlightsportsgroup.com



A Spotlight Sports Group agradece a todos que contribuíram para a compilação deste informe. Se desejar falar com a equipe da Spotlight Sports Group, envie um e-mail para info@spotlightsportsgroup.com ou acesse spotlightsportsgroup.com