



UNIFEOB
CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

PROJETO INTEGRADO
ELABORAÇÃO DE UM PLANO DE MARKETING
HINODE

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP
JUNHO 2019

UNIFEOB
CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

PROJETO INTEGRADO
ELABORAÇÃO DE UM PLANO DE MARKETING
HINODE

MÓDULO DE GESTÃO DE MARKETING

ANÁLISE

ANÁLISE DE CENÁRIOS E PLANEJAMENTO MERCADOLÓGICO – PROF.
MARCELO ALEXANDRE C. DA SILVA

GESTÃO DO COMPOSTO DE MARKETING – PROF. MARCELO
ALEXANDRE C. DA SILVA

COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR – PROF. MARCELO ALEXANDRE
C. DA SILVA

GESTÃO DA MARCA E POSICIONAMENTO – PROF. MARCELO
ALEXANDRE C. DA SILVA

MARKETING DE SERVIÇOS E VAREJO – PROF. MARCELO ALEXANDRE
C. DA SILVA

ESTUDANTES:

Eduardo Riquena Fonseca, RA 17000969

Fernanda Scavazzani, RA 17000732

SÃO JOÃO DA BOA VISTA,

SP JUNHO 2019

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	4
2 DESCRIÇÃO DA EMPRESA	5
3 PROJETO INTEGRADO	6
3.1 ANÁLISE DE CENÁRIOS E PLANEJAMENTO MERCADOLÓGICO	6
3.2 GESTÃO DO COMPOSTO DE MARKETING	8
3.3 COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR	11
3.4 GESTÃO DA MARCA E POSICIONAMENTO	12
3.5 MARKETING DE SERVIÇOS E VAREJO	13
4 CONCLUSÃO	14
REFERÊNCIAS.....	15
ANEXOS	16

1. INTRODUÇÃO

A marca Hinode antes não muito conhecida, mas agora é destaque no mercado brasileiro e no mundo do marketing multinível. Ela foi fundada em 1988, em uma garagem localizada na zona norte de São Paulo, e ficou anos como uma pequena empresa.

O grande progresso aconteceu depois que a empresa adotou o estilo do marketing multinível, muitas vezes este estilo é usado por esquemas de pirâmide financeira, mas veremos como funciona ao decorrer do trabalho, pois há exceções. Neste estilo, os vendedores ganham não só pela venda de produtos, mas também por indicação de novos vendedores.

Atualmente a companhia é composta por volta de 850 mil consultores cadastrados, sendo 300 mil ainda ativos. Os salários desses consultores variam de 1.800 reais por mês, e há os que chegam a salários de 100 mil reais – que são os “imperiais diamantes”, o nível máximo. A possibilidade de aumento na renda atraiu mais vendedores para a Hinode que de acordo com seu presidente, Sandro Rodrigues, é uma empresa determinada em “oferecer às pessoas a oportunidade de mudar de vida”.

Hoje, a empresa atua no Brasil, na Colômbia, Peru e Equador. Além dos cosméticos, vendem também suplementos alimentares, pastas de dente e, mais a recentemente inovação em café. A empresa também lançou recentemente uma operação online, mas mesmo assim a direção da companhia declarou que a aposta continua sendo as vendas físicas e seu modelo de marketing multinível.

2 DESCRIÇÃO DA EMPRESA

Hinode fundada em 1988, conhecida também como Grupo Hinode a partir de 2016, encontra-se localizada à Alameda Mamoré, 687 – Alphaville, CNPJ 43.606.714/0001-50.

Seus fundadores, o casal Adelaide Rodrigues e Francisco Rodrigues começaram com vendas de produtos diversos, após 3 anos de vendas, juntamente com seu filho mais velho Sandro Rodrigues, decidiram ir mais fundo, e investiram na criação da Hinode - Vendas Diretas e criação de cosméticos. Visando oportunizar as pessoas de todo Brasil, permitiram que vendessem seus produtos, fazendo assim um marketing multinível.

Para aproximar mais a empresa, iremos citar sua Visão, Missão e Valores: “Visão Ser uma empresa de pesquisa atualizada e sólida no mercado de Marketing Multinível, implantar a oportunidade Hinode com sustentabilidade para gerações vindouras, sempre encantando, colaboradores, consultores e consumidores. - Missão “Oferecer às pessoas uma oportunidade para mudar de vida” - Valores

- Integridade
- Transparência/Responsabilidade
- Qualidade abrangente
- Trabalho em equipe/Líderes a força da Hinode 5
- Iniciativa individual e ao crescimento pessoal o Parceria sólida Preservação do meio ambiente.

Seus principais clientes são quaisquer pessoas que estejam a procura de expandir suas rendas, e também aqueles que buscam por uma estética melhor e que queiram cuidar da aparência. E assim como toda empresa, ela enfrenta seus concorrentes, que vão de empresas de cosméticos a revendedoras, como a Avon, Jequití, Natura.

3 PROJETO INTEGRADO

3.1 ANÁLISE DE CENÁRIOS E PLANEJAMENTO MERCADOLÓGICO

Para demonstrarmos as análises realizadas sobre a empresa Hinode, antes é importante explicarmos como e para que servem essas análises do microambiente e macro ambiente empresarial.

A análise do microambiente empresarial é realizada para que a empresa tenha conhecimento em relação do desenvolvimento da sua produção, da sua área comercial, do seu

RH, marketing, e também sobre as variáveis externas, estas compreendem seus fornecedores, seus clientes, concorrentes e o público em modo geral. Assim sendo, essa análise de ambiente o objetivo exclusivo de assimilar as informações fundamentais para que seja possível fortalecer e desenvolver estratégias capazes de se alcançar o sucesso.

Portanto, para realizar a análise de microambiente empresarial será necessário ter em conta as análises de produção, do comercial, RH e as táticas de marketing, assim como dos fornecedores, clientes, concorrentes e o público. Em conclusão, essas análises apresentam as evidências de que o negócio necessita para formar táticas mais sólidas para alcançar os seus fundamentais propósitos, como realizar sempre mais vendas.

A análise de macro ambiente empresarial é realizada para que uma empresa tenha conhecimentos sobre a força do seu macro ambiente como um geral (ambiente demográfico, natural, tecnológico e cultural, questões econômicas, as questões políticas e legais). Deste modo, para realizar a análise desse ambiente, é necessário fazer pesquisas e estudos mais relevantes

disposto a alcançar todas as referências fundamentais para ampliar os atos de marketing inteligentes.

Com a análise de microambiente e de macro ambiente empresarial, uma empresa, além de obter as informações apropriadas à formação de atuações de marketing com efeitos, de mesmo modo pode se transformar em um negócio mais planejado e atuar de forma programada.

De acordo com nossas análises, chegamos aos seguintes pontos e conclusões: A empresa Hinode, é uma empresa voltada para uma competição entre empreendedores que um tem que ajudar o outro a crescer dentro desse empreendedorismo para ter retorno e ganhar sua renda, por lidarem com produtos de beleza e de saúde com uma alta tecnologia de ponta, têm visibilidade externa e muita concorrência, pois há várias marcas que prometem algo semelhante, mas na Hinode a competição tem que ser lidada em equipe para um poder ajudar o outro e ter metas ganhas em equipes.

O ponto forte dessa empresa são os treinamentos propostos em equipes, e imperiais para deixar os líderes empreendedores sempre ligados e atualizados em como passar conhecimentos e esperança para outras pessoas, para que essas possam ter uma chance no mercado e obterem sua renda extra ou até mesmo conseguirem aumentar a sua renda, ou viver desse grande empreendedorismo dependendo do seu desempenho pessoal e também de seu comprometimento.

A parte considerada mais fraca é a questão de terem líderes que não assimilam exatamente e corretamente o passo a passo proposto pela empresa, e acabam obtendo os mesmos resultados sem se quererem sair do mesmo lugar e acabam se desmotivando e desistindo de se desenvolverem nesse ramo que é fácil e muito complicado ao mesmo tempo, e por se tratar marketing multinível empreendedor, afetam outras pessoas desmotivando-as também a desistirem.

3.2 GESTÃO DO COMPOSTO DE MARKETING

Um dos conceitos do marketing são o mix de marketing, ou mais popular 4Ps de Marketing. Os 4Ps de Marketing significam Praça, Preço Produto Promoção.

Analisamos a Hinode e chegamos a forma que o Mix de Marketing da seguinte forma.

São mais de 700 produtos da Hinode que são distribuídos em 3 segmentos diferentes,

Linha de Perfumaria, Cosméticos e Saúde e Bem-Estar. As embalagens próprias e com design e características específicas de cada linha chama a atenção, e trazem a sensação de personalidade única. Abaixo, estão elencadas as principais:

Linha de Perfumaria

Seus principais produtos na linha de perfumaria são: Traduções Gold, Adelaide em Flor, creme corporal Body Splash, Aroma Di Bambu e Aroma Di Flores

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

Linha de Cosmético linha Hino's (que trabalha com os produtos: óleo vitaminado, máscara facial, gel para a pele e sabonete cremoso); linhas LoverGloss (Gloss), Linea Labbra (Lápis de olhos), Passione (Batom), Marker

Liner (Delineador), Gel Effect (Esmalte para unhas), IL Fodontina (Base), Ombretto Cotto Duo (Blush) e Gli Ombretti (Sombra); linha Notaris possui reparadores de pontas, máscara capilar, óleo para cabelo, shampoo e condicionador:

Saúde e Bem-Estar

Os produtos Hinode para beleza incluem gel firmador, gel redutor, cremes tonificantes e gel para as mamas, todos na linha C-Nova:

Já a linha Sensações possui uma série de hidratantes corporais. A linha Luar trabalha com Gel Esfoliante; a linha Corps trabalha com Gel Massageador e a linha Toques Sutis trabalha com creme para massagem. Existe também uma linha (Liz) de sabonetes para hidratação.

O ramo de bem-estar merece um destaque especial também para os cremes amaciantes para a pele, todos da linha Joli:

E também os Shakes emagrecedores da linha H+.

3.3 COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR

Foram entrevistados 10 pessoas, distintas, com idades variáveis de 19 até 55 anos sendo homens e mulheres e com diferentes profissões e rendas. Fizemos as seguintes questões, afim de descobrir como a marca é conhecida entre as diversas classes sociais, se a

Hinode é eficaz e ainda se é vendida através da internet ou de consultores.

Conseguimos identificar que 8 dos 10 entrevistados conhecem a Hinode, e que dos 2 que não conhecem a marca, 1 tem vontade de conhecer a Hinode. 70% dos que afirmaram usar produtos da marca, garantiram gostar, e com isso conseguimos comprovar que apesar de acharem o preço alto, continuam usando e ainda asseguram que divulgam a marca para seus conhecidos, ou seja, os produtos da Hinode são bem vendidos e tem clientes fiéis.

Também evidenciamos que o marketing multinível da Hinode é forte, pois 90% daqueles que usam os produtos, compraram de vendas através de consultores.

As ofertas da Hinode atingem uma grande massa de clientes, pois tem produtos que vão do infantil até a idade mais avançada, com promoções de combos, e descontos que cativam seu público, e mantém um consumidor fiel à marca Hinode.

3.4 GESTÃO DA MARCA E POSICIONAMENTO

A responsabilidade pelo meio ambiente tem crescido e se fortalecido com o passar dos anos, foram novas tecnologias desenvolvidas e aprimoradas para buscar sustentabilidade e uma transparência maior da empresa frente aos seus concorrentes e com vontade de ir além das expectativas em todas as percepções, o grupo Hinode desenvolve ações constantes de responsabilidades sociais, econômicas e ambientais.

Conforme visto em seu site “<http://www.institutofar.com.br/como-atuamos>” a empresa abrange um enorme segmento social e ambiental, o Instituto FAR é uma organização sem fins lucrativos criada em 2015 para compor as ações do Grupo Hinode que contribui para o desenvolvimento de jovens e adultos com a Educação, Esporte, Cultura, também promove projetos voltadas para os Direitos Humanos e ações de proteção ao meio ambiente.

Todos estes projetos estão espalhados pelo Brasil todo. Conforme a imagem abaixo, podemos visualizar sua distribuição de projetos.

3.5 MARKETING DE SERVIÇOS E VAREJO

O marketing utilizado pela empresa Hinode é o marketing multinível, que anda atraindo bastante a atenção de todos, devido ao seu rápido crescimento.

Para entendermos melhor como funciona o marketing multinível da Hinode, é necessário saber um pouco mais sobre seus valores e benefícios.

O marketing multinível da Hinode, é um modelo de negócios diferente dos famosos esquemas de pirâmide, que possui um prazo e não é nada sustentável, ou seja, essa pirâmide há riscos de desmoronar e quem estiver por último sofrerá com as consequências.

O marketing multinível da Hinode é possível ter retorno somente das vendas dos produtos realizadas à consumidores que não estão associados à mesma categoria empreendedora, ou seja, embora algumas empresas com mesmo marketing multinível também ofereçam recompensas / comissões para iniciar novos empreendedores ao esquema, esse recrutamento não é obrigatório para que toda essa ação seja realizada, e para que seja qual for o empreendedor individualmente tenha retorno em seu negócio.

Com esse modelo de marketing o empreendedor / representante da marca Hinode, irá trabalhar com produtos de qualidade e têm amplo chamamento comercial.

Com isso, podemos afirmar que o marketing multinível é uma proveniência das vendas diretas realizadas, exercendo com a condição de cadeia de contatos, no qual, todos os empreendedores são recompensados de acordo com as vendas obtidas dentro dessa equipe.

Essa estratégia é utilizada pela Hinode, pois sempre pleiteiam ampliar os negócios, através das recomendações de outros empreendedores da equipe Hinode, em troca de prêmios e benefícios por indicação realizada com sucesso.

4 CONCLUSÃO

Desenvolvemos nosso trabalho a fim de detalhar o marketing que a Hinode utiliza, evidenciando seus pontos fortes, e fracos. Abordamos o marketing multinível por ser uma forma inovadora e um dos motivos de fazer da Hinode o que ela é hoje.

Após o feedback de algumas pessoas podemos afirmar que a Hinode cresceu em sua grande história, sua estratégia de marketing é forte e positiva, conseguindo transformar seus materiais em produtos conhecidos pelo mercado não só pela sua qualidade, mas sim por sua diferenciação na empresa como um todo, como por exemplo sua responsabilidade social enorme.

O mix de marketing da Hinode que serve como um mapa indicando os caminhos de sucesso para a organização que já concorre lado a lado com as líderes mundiais, trabalhando, evoluindo e aumentando a força de seu nome no mercado.

O que mais nos chamou a atenção foi seu estilo de marketing chamado de multinível, e concluímos que este estilo de marketing consegue abranger e atingir pessoas por suas indicações e recompensas, pois como dizem “um dos melhores marketings é também o de boca a boca”, os empreendedores Hinode mostram suas vantagens e benefícios e conquistam a confiança de outras pessoas e fazem com que estas despertem interesse e vontade de fazer parte da equipe Hinode, e também garantem sua renda extra que é a melhor das recompensas, e passam a ter no seu dia a dia produtos de qualidade.

Não evidenciamos muitas dificuldades, pois conseguimos todos os dados da empresa para este trabalho via internet, tivemos a oportunidade de conhecer um pouco sobre a empresa e também como funciona suas repartições, assim reunimos estas informações e estudamos cada tópico a fim de trazer todas estas para o trabalho da forma mais simples e de fácil entendimento.

REFERÊNCIAS

EGESTOR. Análise de microambiente e de macro ambiente empresarial. Como fazer? Disponível em "<https://blog.egestor.com.br/analise-de-microambiente-e-de-macroambiente-empresarial/>" Acesso em 16 de abril de 2019.

EXAME. Hinode: bilhões em perfumes, marketing multinível e autoajuda. Disponível em: "<https://exame.abril.com.br/negocios/hinode-bilhoes-em-perfumes-marketing-multinivel-e-autoajuda/>". Acesso em 20 de maio de 2019.

HINODE. Plano de marketing da hinode. Disponível em "[Http://www.venderhinode.com/hinode/plano-marketing-hinode.htm](http://www.venderhinode.com/hinode/plano-marketing-hinode.htm)". Acesso em 25 de maio de 2019 LINHA DE PRODUTOS HINODE. Conheça os produtos Hinode. Disponível em "[Http://comoimportarprodutos.org/hinode-produtos-comprar/](http://comoimportarprodutos.org/hinode-produtos-comprar/)". Acesso em 16 de abril de 2019.

SUPER BLOG. Marketing multinível da hinode: entenda como funciona! Disponível em: "<https://blog.superrevendedores.com.br/marketing-multinivel-da-hinode/>". Acesso em 20 de maio de 2019.

ANEXOS

FAMÍLIA HINODE:

PLANO DE MARKETING: