



UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO  
OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

**ADMINISTRAÇÃO**

**PROJETO INTEGRADO**

OS QUATRO “P”s DE MARKETING

**Cacau Show**

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2022

UNIFEOB  
CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO  
OCTÁVIO BASTOS  
ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE  
**ADMINISTRAÇÃO**

**PROJETO INTEGRADO**  
**OS QUATRO “P”s DE MARKETING**

**Cacau Show**

MÓDULO PLANEJAMENTO MERCADOLÓGICO

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

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

ESTUDANTE:

Camila Ragazoni Jacob, RA:1012020200187

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO, 2022

# SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO</b>	<b>3</b>
<b>2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA</b>	<b>4</b>
3.1 ANÁLISE DE CENÁRIOS E PLANEJAMENTO MERCADOLÓGICO	5
3.1.1 OPORTUNIDADES E AMEAÇAS	5
3.1.2 O DIFERENCIAL ATRAVÉS DA INOVAÇÃO	5
3.2 GESTÃO DO COMPOSTO DE MARKETING	7
3.2.1 OS QUATRO "P's DE MARKETING	7
3.2.2 ESTUDO DE CASO	8
<b>4. CONCLUSÃO</b>	<b>9</b>

# 1. INTRODUÇÃO

O marketing está em constante mudança e cada vez mais surgem novos termos e novas estratégias que moldam o mercado. Adaptar seu negócio é fundamental para mantê-lo ativo. Com isso, pensando em uma estratégia de marketing eficiente nos dias atuais é o 4 Ps de marketing.

Os 4 Ps representam os principais focos que o marketing de uma empresa precisa ter, sendo eles:

- Produto;
- Preço;
- Praça;
- Promoção.

Conectando os 4 Ps do marketing, conseguirá direcionar todas as ações de forma bem sucedida. Portanto, quanto mais integrada for a estratégia, mais rápido você atingirá suas metas. Utilizar o Marketing em um planejamento estratégico é de suma importância, pois ele cria sinergia entre as diversas áreas principais da empresa, guiando decisões e fidelizando os clientes com mais facilidade.

## **2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA**

A Cacau Show é uma empresa alimentícia brasileira que se tornou uma das maiores redes de lojas de chocolates finos do mundo. É uma empresa de excelência em produtos e serviços, sendo referência na gestão do negócio de chocolate. Sua missão é proporcionar ao maior número de pessoas uma experiência memorável.

**CNPJ: 31.964.876/0001-81 (Matriz) Razão Social: Chocoshow Comercio de Chocolates Sao Goncalo Ltda. Endereço: Rua Doutor Nilo Peçanha 56, bairro: centro, cidade São Gonçalo- RJ, CEP:24445-360. Atividade principal 4721-1/04 - Comércio varejista de doces, balas, bombons e semelhantes.**

### **3.1 ANÁLISE DE CENÁRIOS E PLANEJAMENTO MERCADOLÓGICO**

Ameaças:

- Climatização da loja;
- Economia;
- Concorrência.

Oportunidades:

- A cacau show segue sempre inovando seus produtos para trazer novas experiência para seus clientes;
- Aproveita as épocas sazonais com lançamentos de chocolates para presentear;
- Chocolates finos com preço acessíveis às classes C e D .

#### **3.1.1 OPORTUNIDADES E AMEAÇAS**

Uma das grandes ameaças da loja é a climatização que a loja precisa ter e com o aumento da energia, leva um alto custo as lojas do cacau show por conta que o ar condicionado tem que ficar ligado 24 horas para manter a qualidade dos chocolates. Uma das concorrentes do cacau show é a kopenhagen e Brasil cacau.

A empresa cacau show busca um posicionamento tradicional perante os seus consumidores, expondo sempre características inovadoras em seus produtos e conservando, ainda assim, sua essência artesanal tradicional.

#### **3.1.2 O DIFERENCIAL ATRAVÉS DA INOVAÇÃO**

Cacau Show ao posicionar os chocolates como um produto de maior valor agregado, eles passam a diferenciar-se. Com isso, os chocolates começaram a ser vistos

pelo mercado como produtos que poderiam ser vendidos como pequenos presentes. Uma das inovações da empresa é a embalagem dos produtos que transmite um valor superior que os produtos da rede levam ao consumidor, alguns designs de embalagens que inovaram em textura, cores e formatos. Esse conjunto de informações que o cliente captura fazem com que a marca seja construída na sua mente de forma que não se tratam de meros chocolates mas que produtos superiores aos tradicionais. São exemplos de como a preocupação com os detalhes fazem parte da construção da marca da Cacao Show.

## **3.2 GESTÃO DO COMPOSTO DE MARKETING**

Análise do 4 PS da empresa, o preço leva em conta a produção e distribuição de alto padrão com aparência artesanal o produto é produzido em larga escala e custos baixos. A promoção das campanhas utilizadas tem como objetivo promover a marca da empresa cacau show com enfoque extra sazonal. Praça da empresa são os quiosques, lojas light, lojas express, lojas convencionais. A Cacau Show oferece uma linha completa com 200 produtos, assume a liderança do mercado pois consegue oferecer um produto de qualidade com preço acessíveis.

### **3.2.1 OS QUATRO "P's DE MARKETING**

O produto nada mais é do que aquilo que a empresa vende, podendo ser um produto propriamente dito ou até mesmo um serviço. Analisar o produto é muito importante para saber se vai sanar a necessidade do cliente.

O preço corresponde ao valor pelo qual seu produto é vendido e/ou comercializado e quanto seu cliente está disposto a pagar pelo seu produto ou serviço. Conhecer o seu público-alvo é crucial para ter uma noção se o cliente poderá pagar ou não pelo produto.

A praça representa o local onde ocorrerá a venda do produto. Isso engloba tanto o meio físico como o meio online para as vendas. No meio online tem diversas plataformas e marketplaces disponíveis, é necessário focar nos locais onde seu público está presente. Ter um conteúdo condizente com o gosto do público e ter claro quais as vantagens de utilizar essa plataforma também são importantes e relevantes para convencer o cliente na sua tomada de decisão.

A promoção é promover um produto e fazer com que ele chegue no cliente, ou seja, fazer sua Promoção.

### 3.2.2 ESTUDO DE CASO

**Preço:** Com o intuito de oferecer novas experiências e sensações ao consumidor, a Cacau Show, rede de chocolates finos, criou uma estratégia de marketing sensorial, por meio dos cinco sentidos, que vai alcançar todas as lojas da rede no País. As lojas da marca estimulam a visão, o tato, o paladar e o olfato, proporcionando uma experiência única para o cliente, desde a vitrine, passando pelo aroma e os sabores, até a escolha de produtos com a distribuição nas prateleiras. E, para complementar, a partir de agora, a rede conta com a Rádio Cacau Show, que vai estimular a audição, a fim de formar um vínculo emocional com o cliente. O projeto, que tem como base o conceito de logos som – quando o som se torna referência de uma marca para o consumidor. Outra estratégia da Cacau Show é a outlet da empresa onde vende produtos próximos da validade ou com pequenos defeitos com vários descontos. Promoção a maior parte da promoção da empresa é no enfoque nas épocas sazonais exemplo dia das mães onde sempre tem novidades em produtos. Produtos sempre inovando com linhas novas (la creme, com personagens de heróis) e vários sabores diferentes de trufa.

## **4. CONCLUSÃO**

Este trabalho tem como finalidade mostrar as oportunidades e dificuldades da empresa. Os 4 Ps abordados mostram que a empresa optou por essa estratégia e que teve ótimos resultados. Tendo em conta que a empresa cresceu em um ambiente de forte concorrência e tradição, precisou ser diferente para garantir seu espaço

Concluimos que a organização considera a qualidade um de seus principais objetivos estratégicos, fazendo com que haja sempre melhoria contínua de seu desempenho nos negócios onde atua. Desta maneira está comprometida em atender as necessidades de seus clientes buscando oferecer produtos com um alto nível de qualidade.

## **Referência**

[www.consultecnpj.com/consulta-cnpj/31964876000181-cacau-show](http://www.consultecnpj.com/consulta-cnpj/31964876000181-cacau-show)

[www.wikipedia.com](http://www.wikipedia.com)