

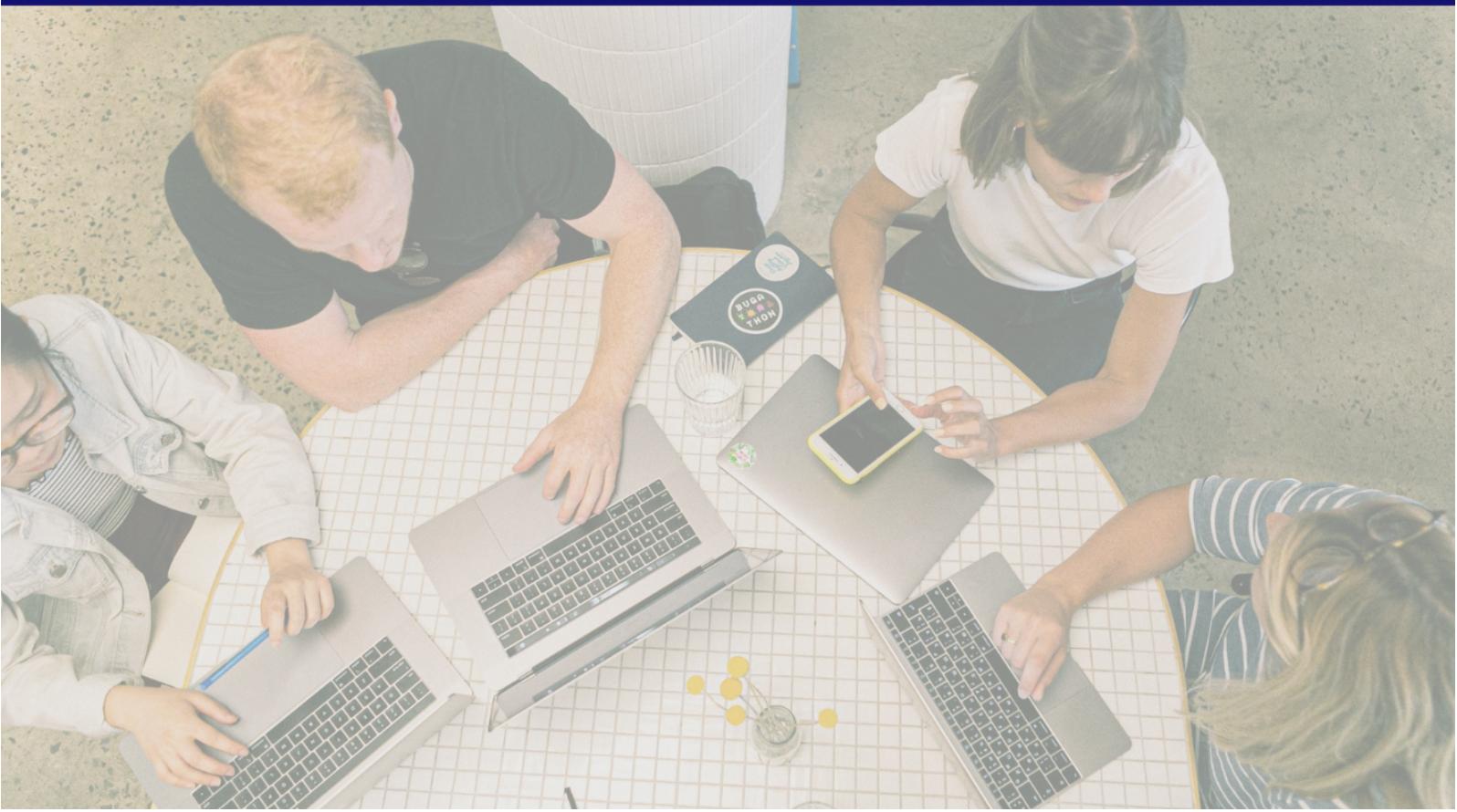


UNifeob
| ESCOLA DE NEGÓCIOS



2022

**PROJETO DE CONSULTORIA
EMPRESARIAL**



UNIFEOB

Centro Universitário da Fundação de Ensino Octávio Bastos

ESCOLA DE NEGÓCIOS

ADMINISTRAÇÃO

PROJETO DE EXTENSÃO

MARKETING

<BLT HORSE RACING>

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

MAIO, 2022

UNIFEOB
Centro Universitário da Fundação de Ensino Octávio Bastos
ESCOLA DE NEGÓCIOS
ADMINISTRAÇÃO

PROJETO DE EXTENSÃO
MARKETING
<BLT HORSE RACING>

MÓDULO DE MARKETING

Gestão do Composto de Marketing – Prof. Almir Abreu

Comportamento do Consumidor – Prof. Dirceu Fernandes Batista

Marketing Digital – Prof. Marcelo Alexandre Correia da Silva

Pesquisa Mercadológica – Prof. Marcelo Alexandre Correia da Silva

Projeto de Marketing – Prof. Renata E. de Alencar Marcondes

Alunos:

Aluno Giovanna Megale, RA 20000281

Aluno Pedro Roque, RA 20000066

Aluno Stefânia Dutra, RA 20001181

Mentor:

Giovanna Megale, RA 20000281

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

MAIO, 2022

Sumário

1 INTRODUÇÃO	5
2 DESCRIÇÃO DA EMPRESA	6
3 METODOLOGIA	7
4 RESULTADOS	10
5 CONCLUSÃO	13
6 REFERÊNCIA	14
7 ANEXOS	15

1 INTRODUÇÃO

A BLT- Horse Racing é uma empresa compromissada com seus valores, missões e visões, ela busca trazer com honestidade, humildade e constância contribuir com o maior número de pessoas a entender a mecânica e o funcionamento do mercado com um método sólido, dessa forma, contribuir de forma significativa para que aconteça o aumento de patrimônio financeiro, após um pequeno investimento, oferecendo uma melhoria de vida ao trazer uma renda extra para seus clientes e trazendo satisfação para as pessoas que como a BLT Horse Racing são apaixonadas por esse mercado incrível que proporciona muitas emoções, sensações para quem ama esse esporte, os cavalos, as apostas e quem está sempre buscando saber mais.

A expectativa deles é se tornarem maiores, melhores e mais respeitados a cada dia, no mercado de trading em corridas de cavalos, visando o aumento de sócios e variando suas faixa etárias de idade mas procurando realmente, de fato, pessoas que já tenham um conhecimento na área e auxiliando para terem a cada partida resultados significativos, eles buscam por meio do marketing digital e o marketing de estratégias cativar também os clientes mais jovens, e para auxiliar é disponibilizado um guia para iniciantes , onde explica os nomes técnicos, a forma de utilizar a plataforma e o porque aquele resultado é o melhor, então não são apenas sócios conhecedores que podem estar se juntando a empresa.

As corridas de cavalos é um dos mercados que mais cresce, e gera diariamente muito dinheiro, um dos primeiros passos caso seja iniciante é estudar os vocabulários que são utilizados e entender como funciona, qual a melhor forma e como estar investindo o seu dinheiro para estar multiplicando esse valor, o que com muito estudo e análises os apostadores vão aprendendo com seus erros e ganham experiência, os ganhos são uma expectativa alcançável que se torna realidade a cada partida e dessa forma os sócios têm a oportunidade de estar aumentando sua renda.

2 DESCRIÇÃO DA EMPRESA

Razão Social: Thalles Leandro Ferreira -ME.

Nome Fantasia: BLT Horse Racing.

Porte: ME- Micro Empresa.

CNPJ: 41.791.565/0001-11.

Cnae principal: 82.11-3-00-Serviços combinados de escritório e apoio administrativo

Cnae secundário: 66.19-3-99-Outras atividades auxiliares dos serviços financeiros não especificadas anteriormente;

66.30-4-00-Atividades de administração de fundos por contrato ou comissão;

70.20-4-00-Atividades de consultoria em gestão empresarial, exceto consultoria técnica e específica.

Natureza jurídica: 213-5- Empresário (Individual).

Endereço: Rua Ademar A Nogueira nº 64; Bairro Jardim São Paulo; Município de São João da Boa Vista; CEP:13.875-089.

Telefone: (11) 6362-8567 / (19)3635-2089

Funcionários: A empresa não possui funcionários ainda, mas o empresário tem um sócio em participação na empresa.

Capital Social: R\$1,00

Com atuação em uma plataforma virtual, seu público alvo varia entre 35 anos a 45 anos, no entanto pretende ampliar para todas as faixas etárias de idades. Por meio da plataforma de apostas de cavalos, o empresário e o sócio analisam os possíveis resultados por meio de estatísticas e compartilham com seus clientes suas apostas via telegram, que é a plataforma utilizada pela empresa, dando a opção de copiar ou modificar a aposta. O mercado em que a empresa atua não possui fornecedores, pois não utiliza produtos e não mantém estoques, por ser uma prestadora de serviços, seus concorrentes na região são poucos concorrentes.

3 METODOLOGIA

O maior desafio de qualquer empresa é atrair consumidores e fazer com que eles se tornem clientes fixos, e no caso da BLT- Horse Racing a expectativa é aumentar a quantidade de membros na plataforma, como seu público atual é variável, fica ainda mais fácil, mas não deixa de ser essencial estabelecer qual o tipo de público é de desejo de ter como consumidor

Por mais que a empresa tenha dado início no meio de uma pandemia, não os prejudicou, apesar da empresa estar se mantendo desde então, ela estagnou.

Atualmente a empresa não tem uma boa divulgação da marca, isso faz com que poucas pessoas tenham conhecimento sobre a empresa e sobre o que ela tem a oferecer.

É necessário recorrer a maneiras para que ocorra uma evolução na empresa, que sejam inseridas novas estratégias, e que, principalmente, seja estabelecida uma nova estratégia para o marketing da empresa.

Pode ser estudada uma maneira para que a empresa se insira nas plataformas digitais, como por exemplo: o instagram, que é uma ótima ferramenta de divulgação e por essa rede é possível alcançar pessoas de idades variáveis e de lugares distintos, é de fácil acesso também o Facebook e até mesmo o WhatsApp, pode até ser pensado em sites e em investir em pessoas influencers nessa área de investimento, para que seja impulsionado e chegue até pessoas que tenham interesse nesse método de investimento.

Algo que é de extrema utilidade para que o cliente se atraia para esse produto/serviço, é ter uma boa apresentação do produto e quais seus benefícios, enfatizando os motivos para adquirir essa mercadoria.

Como foi visto, o meio de divulgação atual é pelo Telegram e o famoso ``boca-boca`` que podem continuar, porque ajudam no bom resultado, e sem contar que os próprios consumidores são os maiores vendedores do seu produto/serviço. É visível que nos dias atuais, antes de adquirir certo produto ou serviço o público busca informações sobre o cujo antes de obtê-lo. Por conta disso, é essencial que haja um feedback com os atuais clientes, através disso pode ser analisado em qual fator pode ser melhorado ou até mesmo o que pode ser modificado, para que não ocorra erros com os futuros consumidores.

Não é nenhuma novidade que os clientes são a peça chave para que o negócio flua, então é fundamental estar atento em todos os processos da venda, da maneira que é

apresentado o serviço, a forma de tratar e falar com cada cliente, na finalização da compra e especialmente no pós-venda.

Necessita ter um certo cuidado com as regras do método compliance com regras estabelecidas, processos e procedimentos para garantir que a lei seja cumprida e orientar a conduta de todos para que persigam os princípios éticos que regem os negócios, sem jamais buscar vantagens pessoais indevidas ou envolver-se em situações de conflito ou risco. Esta estratégia envolve vários pontos, como:

- Environmental eco ambiental, que é o impacto no meio ambiente, eficiência energética, descarte de lixo, ações no meio ambiente eficiência energética, descarte de lixo, ações para biodiversidade, cuidado com as externalidades, apesar da empresa não ter um ponto físico, não acontece de ter descartes de materiais.
- Social, diz respeito aos funcionários, fornecedores, clientes, comunidade e sociedade. Diversidade no trabalho, relacionamento com as comunidades vizinhas e afetadas, destaca-se que há uma grande exigência em haver um bom relacionamento tanto com os colaboradores internos quanto com os que agregam no externo na empresa.
- Governança, a maneira como a empresa é dirigida, como é a forma de lidar com as diversidades existentes, sem contar com a remuneração, a ética, combate à corrupção e como é gerenciada a parte da contabilidade da empresa.

Como também é bom ressaltar a geração de Leads, que é o início do Inbound Marketing, com táticas de geração de tráfego para atrair visitantes e materiais educativos para converter esses visitantes em Leads. Assim, usando técnicas como Automação de Marketing, é feita a gestão e nutrição dos Leads gerados para transformá-los.

Muitas empresas realizam diversas ações, como produção de conteúdo no blog e anúncios em mídia paga, mas não conseguem mensurar os resultados nem criam um relacionamento consistente com seus potenciais clientes. Um dos motivos é a produção de conteúdo sem geração de Leads. Por mais que o conteúdo seja relevante e de qualidade, sem gerar Leads você não conseguirá evoluir em seu funil de vendas e terá dificuldades em mensurar os resultados. Após a atração de visitantes para seu site ou blog, você precisa saber quem são essas pessoas, quais seus interesses e se estão qualificados como uma oportunidade para o seu negócio.

Com a geração de Leads você consegue avaliar o interesse de seus visitantes em suas ofertas e ainda entende como está a sua conversão. Se você possui uma boa taxa de conversão é sinal de que seu conteúdo é atrativo para sua persona. Saber o estágio de compra do Lead também é um fator importante. É comum as empresas pensarem somente nos Leads que estão prontos para realizar uma compra de um produto ou contratação de um serviço.

No entanto, pensando assim você estará desperdiçando uma grande fatia dos Leads em um estágio de aprendizagem e consideração, que ainda não estão preparados para sua oferta. Por isso, é preciso pensar na Jornada de Compra.

4 RESULTADOS

Inicialmente a empresa se estagnou, não tendo baixas mas também não obtendo resultados satisfatórios, ela se encontrou sem saída e se perguntando o que fazer, quais estratégias adotar e de que forma implantar na corporação, que se encontra totalmente no mundo virtual, dessa forma, pensamos em diversas soluções.

Atualmente é necessários estratégias com embasamento teórico e prático e para isso criamos um planejamento totalmente modificado e personalizado, mas a sua eficácia depende principalmente do gestor da empresa, que primeiramente deve fazer estudos de como está a vida financeira da corporação, o que há disponível em caixa e valores a receber, que é chamado de capital de giro que são basicamente os ativos circulantes mantidos, ou seja, é o valor total dos recursos que demandam o ciclo operacional, que engloba as principais necessidades da empresa.

E pensando a longo prazo devem ser realizados os cálculos para análises de possíveis variações, que podem vir a acontecer na liquidez da empresa e assim ser visto se de fato há uma folga na liquidez para que a longo prazo a empresa consiga financiar os recursos necessários para suprir suas necessidades. Se não houver folga na liquidez, os recursos não serão suficientes para manter a empresa e os investimentos não vão conseguir manter a empresa a longo prazo, dessa forma as dívidas começaram a aparecer, e assim se tornará necessário criar um modelo totalmente novo pensando em estratégias que reinventam o negócio.

Mas suponhamos que essas análises foram feitas e que haja folga na liquidez da empresa e que ela consiga se manter a longo prazo, ela deve prosseguir analisando seus ativos, passivos, imobilizados em seu balanço patrimonial e analisar na demonstração do resultado de exercício (DRE), se a sua empresa teve lucro ou prejuízo nos últimos três meses e fazer provisões por meio da taxa de retorno sobre investimentos, que representará o ganho da empresa e qual será aproximadamente a margem de lucro da empresa que quanto maior melhor.

Contudo é preciso efetuar a formação de preços pela sua prestação de serviço já que a empresa está segmentada em um ramo virtual, mas que ainda tem custos, estimativas de vendas e outras variáveis, portanto podemos formar um preço ideal para a prestação de serviços que é fornecida pela BLT HORSE RACING.

Sem deixar de lado os objetivos a longo prazo da empresa se torna interessante “promoções relâmpagos” que são a curto prazo, mas que trazem a curiosidade pela aposta esportiva visando atrair novos clientes, também é necessário definir um preço a longo prazo que de certa forma seja definitivo e não sofra alterações, a não ser que o preço médio esteja sendo maior que o definido.

É necessário a criação de três produtos que podem seguir as seguintes políticas de preços:

- **Preço de penetração:** Um produto de valor médio para que facilite a entrada de novos clientes e que a longo prazo cumpra as metas e assim também podemos analisar a resposta da concorrência.
- **Preço nata:** Oportunidade de lucro caso haja uma prestação de serviço com a característica para ser colocada a um valor mais alto, com isso possivelmente uma rentabilidade maior.
- **Preço promocional:** Evitar perdas maiores, houve uma queda ou baixa de resultados para evitar maiores danos podemos estar utilizando como uma forma de contingência. Porém as políticas de preços podem ser adaptadas e melhoradas conforme forem colocadas em prática.

Posteriormente, devemos incluir o marketing, e procurar atrair e manter os clientes fidelizados o que se torna mais fácil e melhor para a empresa do que apenas ter vários clientes que não vão retornar no mês que vem, a ação de marketing deve ser direcionada para conseguir que o cliente possa diferenciar o que a empresa faz, com isso iremos colocar em prática os 5 A's que é:

- **A1- Assimilação:** Faremos com que o consumidor aprenda sobre a marca baseado em lembranças e experiências passadas.
- **A2- Atração:** Criar memórias a curto prazo ou a longo prazo e atrair o consumidor por meio do “eu gosto” levando em consideração outras marcas.
- **A3- Arguição:** Atrair por meio da curiosidade e convencer o cliente por meio de recomendações, seja por avaliações online ou pelo “boca a boca”.
- **A4- Ação:** Nessa etapa é importante levar em consideração o bom atendimento, se houver reclamações procurar ouvir e solucionar pois é nessa fase que há o aprofundamento no processo da compra.

- **A5-Apologia:** Com o tempo os clientes criam um vínculo e assim começam a divulgar, recomendar e continuar usando a prestação de serviço.

Todas as estratégias citadas quando realizadas com disciplina em conjuntos transformam a empresa, além de procurar a lucratividade, elas visam a qualidade, trazendo resultados significativos tanto para o crescimento como para a fidelização dos clientes.

5 CONCLUSÃO

Em suma, faz-se importante a criação de estratégias com medidas capazes de conter a estagnação e transformar a BLT HORSE RACING a melhor empresa de apostas esportivas com resultados significativos.

Por isso, a fim de solucionar foi criado estratégias personalizadas e totalmente adaptáveis, com isso é preciso que o empresário cumpra com as suas obrigações referentes ao enfrentamento de bloqueios e problemas futuros com vistas a garantir o bem-estar da empresa buscar solucionar da melhor maneira, visando seu crescimento criamos também estratégias para crescimento no meio das redes sociais com ferramentas próprias da plataforma.

Essa ação deverá ser realizada por meio dos próprios gestores com a consultoria e todo o planejamento. Dessa forma, poderemos esperar uma empresa que está livre dos impasses gerados pela estagnação, e a BLT- Horse Racing, uma empresa compromissada com seus valores, missões e visões, buscando trazer com honestidade, humildade e constância contribuir com o maior número de pessoas a melhorar de vida com uma renda extra.

6 REFERÊNCIA

Informações reunidas por questionários, Disponível em: <Drive: Questionário respondido por THALES EMPRESÁRIO> Acesso em: 10 abril 2022

Slide fornecido pelo Professor José Márcio Carioca, Disponível em: <Classroom, Administração Estratégia e Compliance> Acesso em: 17 abril 2022

Slide fornecido pelo Professor Dirceu Fernandes Batista, Disponível em: <Classroom, Finanças Corporativas> Acesso em: 20 abril 2022

Slide fornecido pelo Professor Almir Abreu, Disponível em: <Classroom, Gestão do Composto de Marketing> Acesso em: 24 abril 2022

Resultados Digitais Geração de Leads

Disponível em: <<https://resultadosdigitais.com.br/marketing/geracao-de-leads/>> Acesso em: 29 abril 2022

7 ANEXOS