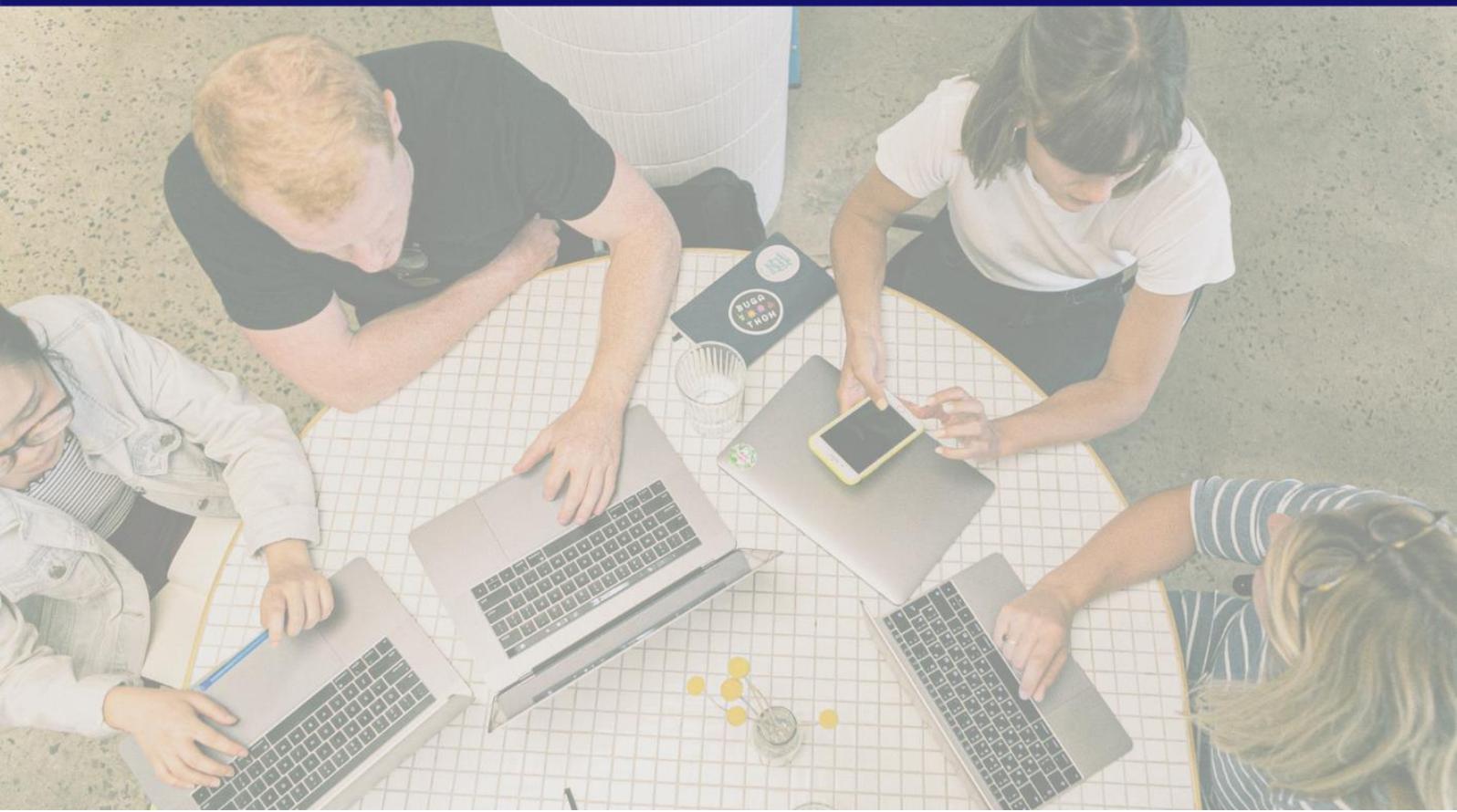




2022

**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

Mentoria:

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:

Camila Batista Nascimento, RA 20000530

Isabelle Vitoria Marques, RA 20001033

Maria Clara de Sousa Miranda, RA 20000399

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

MAIO, 2022

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	4
2 DESCRIÇÃO DA EMPRESA	5
3 METODOLOGIA	6
3.1 MARKETING DIGITAL	7
3.2 COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR	7
3.3 PESQUISA MERCADOLÓGICA	8
4 RESULTADOS	9
5 CONCLUSÃO	10
6 ANEXOS	12
7 REFERÊNCIA	13

1 INTRODUÇÃO

Este Projeto de Extensão tem como objetivo expandir a empresa BLT HORSE RACING e torná-la reconhecida, auxiliando o seu crescimento, tendo como fundamento as estratégias de Marketing estabelecidas, agindo de forma responsável, sustentável, criativa para maior reconhecimento, divulgação e expansão da empresa, satisfação do público alvo e não somente para o mesmo, mas pra que abranja outros públicos e cause curiosidade para que conheçam a modalidade. Serão desenvolvidos planos e estratégias a fim de que saibam gerenciar a marca e torná-la reconhecida e recomendada.

As informações que foram adquiridas e estudadas têm grande importância no desenvolvimento e crescimento da BLT HORSE RACING.

Serão realizadas pesquisas de mercado, na qual serão analisados os comportamentos do consumidor, sua necessidade para que seja escolhida a melhor tática, prospectando assim, novos clientes.

Ademais vimos as variáveis e infinitas trajetórias ao longo do semestre e as suas respectivas funcionalidades para alcançar o objetivo do empresário, na qual identificamos como e qual planejamento o empresário seguiria para alavancar seu negócio.

Visando a ética, será apresentada uma ideia para incentivar os clientes a praticarem com frequência nas apostas em corridas de cavalo, tendo ótima experiência deixando-os com o desejo de constância, como a finalidade de melhoria de vida por consequência do retorno do investimento.

Esse processo, se aplicado, será transformador, causando grande impacto interno como: expansão e conhecimento da marca, lucro, entre outros.

2 DESCRIÇÃO DA EMPRESA

A empresa BLT Horse Racing, com o CNPJ: 41.791.565/0001-11, é uma empresa de apostas em corridas de cavalos que tem a missão em ajudar o maior número de pessoas a entender a mecânica do mercado com um método sólido, e assim, fazer com que todas tenham a possibilidade de crescer o seu patrimônio financeiro, bem como ter uma melhor qualidade de vida, buscando ser a maior, melhor e mais respeitada empresa de trading em corridas de cavalos.

Possuem lista lay, planilha de análise com todas as pistas da Inglaterra e Irlanda do dia para fazer suas próprias análises e sala de sinais, onde operam junto através do discord.

As corridas de cavalos são, sem dúvida, uma das modalidades que mais dinheiro gera diariamente no mundo das apostas esportivas. Os primeiros passos, o entendimento do vocabulário utilizado, e o funcionamento do esporte em si, poderão não ser tarefa fácil, até porque alguns países operam com regras diferentes, mas com estudo e dedicação é possível alcançar um ótimo resultado e se tornar um grande investidor.

3 METODOLOGIA

3.1 MARKETING DIGITAL

A definição do marketing digital resulta em um conjunto de táticas e estratégias que as empresas utilizam para atingir os objetivos e alavancar os negócios. É uma das principais maneiras que as empresas têm para se comunicar com o público de forma direta, personalizada e no momento certo. Ele é a promoção de produtos ou marcas por meio de mídias digitais, sendo também a principal forma de fazer e conceituar marketing nos dias de hoje.

Existem várias vantagens no Marketing digital, que representam lucros e relações mais diretas com o público, sendo assim uma das principais vantagens é a interatividade, pelo fato de que os clientes conseguem opinar, indicar e fazer reclamações do que pode ser melhorado.

Para planejar bem um empreendimento, é preciso saber a maneira como os consumidores fazem suas escolhas. Com o objetivo de discutir, analisar e construir as bases para que a empresa tenha gerenciamento e acompanhe o comportamento do consumidor, é preciso conhecê-lo e compreendê-lo melhor para criar valor perante ele, visando satisfazê-los e gerar lucro para a empresa. Construir um conjunto de processos para fazer a gestão do relacionamento com clientes efetivos, potenciais e parceiros de negócio.

3.2 COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR

O comportamento do consumidor é uma análise realizada para compreender e entender a percepção que as pessoas têm perante a empresa e a marca. O relacionamento é o que motiva na compra dos produtos ou na contratação dos serviços.

Tem o objetivo de entender as escolhas do consumidor sendo ímpar ou em grupo.

O comportamento do consumidor está sujeito à influência de diversos fatores, como por exemplo, sociais, culturais, econômicos, pessoais, psicológicos, situacionais e demográficos.

O processo de decisão de compra é um modelo básico que retrata a jornada do consumidor desde o contato com o produto até a efetivação do pagamento. Todo processo de compra começa quando o consumidor reconhece um problema para o qual deseja uma solução. Depois de constatar seu problema e necessidade, o consumidor parte em busca de informações para orientar sua compra. Com as alternativas na mesa, o consumidor começa a avaliar as opções disponíveis para dar seu veredito. Para isso, ele tende a partir dos seguintes critérios: funcionalidades do produto, benefícios, percepção e identificação e consideração de atributos. Enfim, o consumidor faz sua escolha dentre todas as opções avaliadas.

Nesse momento, ele realiza o pagamento, recebe o produto ou serviço e passa a ser cliente da empresa.

Essa decisão pode ser tomada de forma ponderada, ou simplesmente por impulso, dependendo do nível de envolvimento com o produto ou serviço. Por isso, é importantíssimo que as empresas invistam no pós-venda, oferecendo o suporte adequado e atendimento ao novo cliente.

3.3 PESQUISA MERCADOLÓGICA

A pesquisa de mercado é uma ferramenta muito importante no mercado, ela permite fazer planejamentos, coletas e análises de dados relacionados à empresa. O mesmo tem o objetivo de gerar conhecimento sobre o seu público-alvo e o sobre

o mercado, sendo capaz de identificar oportunidades e reduzir os riscos na tomada de decisões.

Com essas informações, o empreendedor possui um respaldo maior na hora de decidir qual caminho seguir e quais atitudes tomar.

Todas as empresas bem-sucedidas realizam esses estudos com frequência. Afinal, sem ele, não é possível identificar se a estratégia está no caminho certo ou não.

Quando o empreendedor tem em mente um problema a resolver, ele pode encontrar na pesquisa mercadológica um instrumento muito útil. Ela funciona através de etapas como definição do problema, planejamento, análise e resultado.

Dependendo dos objetivos da pesquisa, pode-se fazer uma pesquisa quantitativa ou qualitativa, e estudos com questionários simples ou projetos mais complexos, que envolvem profissionais de diferentes áreas do conhecimento.

Ao compreender de forma precisa o perfil dos seus consumidores, será possível desenvolver campanhas mais assertivas, trabalhando no tom de voz ideal para esse perfil. Nesse sentido, você também conseguirá desenvolver materiais ricos que realmente ajudem a solucionar as dores e dúvidas do seu público.

Além disso, esses dados também ajudarão no planejamento estratégico das áreas de vendas, experiência do cliente e sucesso do cliente.

4 RESULTADOS

Observamos que a empresa BLT Rorse Racing não oferece muitas informações para o cliente e por esse motivo quem visita o portal da empresa não se sente satisfeito com as informações passadas.

Vale ressaltar a falta de divulgação estratégicas e essa escassez resulta na falta de conhecimento e reconhecimento de clientes e visitantes. O mesmo faz publicações em redes sociais de informações sobre as apostas, mas não passa um sentimento de “vivência” a quem está visitando a plataforma.

A empresa não proporciona uma forma de conectividade com praticidade para que o cliente possa obter experiências incríveis com a BLT e continuar fazendo parte da empresa. Essa falta faz com que a empresa obtenha menos clientes e o retorno deles será baixo.

5 CONCLUSÃO

Um dos principais objetivos do marketing é alinhar as soluções da empresa ao comportamento do consumidor, correspondendo às suas expectativas. Para isso, é preciso criar relacionamentos saudáveis e duradouros com os clientes, para influenciar suas decisões de compra.

A literatura de marketing nos oferece alguns parâmetros para mapear os passos do consumidor e seu comportamento em cada etapa da compra.

Portanto, levando em consideração esses aspectos, a empresa BLT Rorse Racing precisa realizar a sua descrição de maneira clara e objetiva para que seus visitantes sintam vontade de fazer parte dessa equipe sentindo confiança e proximidade. Para que isso aconteça, é preciso trabalhar melhor a forma de divulgação tornando-a estratégica, por exemplo, trabalhar a escrita e a forma de como passar as informações, passar calor e experiência como feedbacks de clientes relatando sua experiência em fazer apostas de cavalo na empresa BLT e vídeos realizando apostas.

Para facilitar na hora do cliente fazer suas apostas e causar uma proximidade é preciso investir na criação de um aplicativo, isso irá causar confiança e trazer praticidade. Mas para que todas essas alternativas sejam realizadas com aprovação é fundamental investir em tráfego pago onde a divulgação do produto alcança mais pessoas em menos tempo.

A empresa tem um grande potencial de crescimento pelo fato de que as pessoas querem fazer apostas para entretenimento ou estão em busca de uma renda extra. Mas é preciso fazer alguns ajustes e alinhamentos para que sua evolução aconteça. Por isso, é extremamente importante observar empresas do ramo que estão progredindo ao longo do tempo e quais estratégias estão usando

para atrair clientes e conseqüentemente conseguir a fidelização do mesmo.

6 ANEXOS

ANÁLISE COMPLETA
TODAS FLATS + SALTOS | HORÁRIO BRASILEIRO
FORMA | CLASSE | PESO | SPEED | JOCKEY CLAIM
% WIN / PÓDIO | PROB. VITÓRIA



FORM BLT - HORSE RACING

**PLANILHA DE ANÁLISE
FORM - BLT HORSE RACING**

Foto 1 disponível em:

<https://instagram.com/blthorseracing?igshid=YmMTA2M2M2Y>



Foto 2 disponível em:

<https://www.nationalgeographic.com/animals/article/horse-racing-risks-deaths-sport>

7 REFERÊNCIA

Comportamento do consumidor: o que é e fatores que o influenciam. NeilPatel. 2017. Disponível em: [\(https://neilpatel.com/br/blog/comportamento-do-consumidor/?lang_geo=&\)](https://neilpatel.com/br/blog/comportamento-do-consumidor/?lang_geo=&) Acesso: 16/04/2022.

O que é pesquisa mercadológica e como posso implementá-la no meu negócio. Ignição Digital. 2016. Disponível em: [\(https://www.ignicaodigital.com.br/o-que-e-pesquisa-mercadologica-e-como-implementa-la-no-meu-negocio\)](https://www.ignicaodigital.com.br/o-que-e-pesquisa-mercadologica-e-como-implementa-la-no-meu-negocio) Acesso disponível em: 17/04/2022.