



UNifeob

PROJETO INTEGRADO

ESCOLA DE NEGÓCIOS

2020





UNIFEOB

Centro Universitário da Fundação de Ensino Octávio Bastos

ESCOLA DE NEGÓCIOS

ADMINISTRAÇÃO

PROJETO INTERDISCIPLINAR

ELABORAÇÃO DE DIAGNÓSTICO DE MARKETING

HOME BURGUER'S

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO 2020

UNIFEOB

Centro Universitário da Fundação de Ensino Octávio Bastos

ESCOLA DE NEGÓCIOS

ADMINISTRAÇÃO

PROJETO INTERDISCIPLINAR

ELABORAÇÃO DE DIAGNÓSTICO DE MARKETING

HOME BURGUER'S

MÓDULO DE GESTÃO DE MARKETING

Marketing de Serviço e Varejo - Prof. Elaina Cristina Paina Venâncio

Gestão Composto de Marketing - Prof. Gilberto Peixoto de Carvalho Filho

Comportamento Consumidor - Prof. Dirceu Fernandes Batista

Pesquisa Mercadológica - Prof. Marcelo Alexandre Correia da Silva

Marketing Digital - Prof. Sidney Gitcoff Telles

Alunos:

Lavinia Vilas Boas Gomes, RA 18000330

Luana Parmezani, RA 18000099

Noély Vitória Lopes, RA 18000846

Paulo Octávio Teixeira, RA 18001030

Rafaela Monteiro Zani, RA 18000516

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO 2020

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	6
2 DESCRIÇÃO DA EMPRESA	7
3 PESQUISA MERCADOLÓGICA	8
3.1 FATORES DE INFLUÊNCIA DO MICROAMBIENTE	8
3.1.1 FORNECEDORES	8
3.1.2 PÚBLICO DE RELEVÂNCIA	9
3.1.3 PÚBLICO ALVO	9
3.1.3.1 Persona	9
3.1.4 CONCORRENTES	9
3.1.4.1 Concorrentes Diretos	9
3.1.4.2 Concorrentes Indiretos	10
3.1.5 INTERMEDIÁRIOS	11
3.2 FATORES DE INFLUÊNCIA DO MACROAMBIENTE	11
3.2.1 AMBIENTE ECONÔMICO	11
3.2.2 AMBIENTE DEMOGRÁFICO	12
3.2.3 AMBIENTE NATURAL	13
3.2.3.1 Ambiente sociocultural	13
3.2.4 AMBIENTE TECNOLÓGICO	14
3.2.4.1 Ambiente político-legal	14
4 SOBRE O PRODUTO	15
4.1 DESCRIÇÃO DO PRODUTO	15
4.2 BENEFÍCIO CENTRAL, PRODUTOS BÁSICO E AMPLIADO	15
4.3 PRODUTO DE CONSUMO OU ORGANIZACIONAL	15
4.4 ATRIBUTOS DO PRODUTO	16
5 SERVIÇOS	17
5.1 APLICABILIDADE E PERCEPÇÃO DOS SERVIÇOS	17
5.2 EXCELÊNCIA E NÍVEIS DE QUALIDADE	18
5.3 TIPOS DE VAREJO	18
6 O PREÇO	19
6.1 DESCRIÇÃO DA BASE DO PREÇO	19
7 SOBRE A PRAÇA	20
7.1 CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO UTILIZADOS	20
7.2 MODELO DE DISTRIBUIÇÃO	20

8 PROMOÇÃO	21
9 ESTRATÉGIA DIGITAL	22
10 PERFIL DO CONSUMIDOR	24
10.1 ETAPAS DO PROCESSO DE DECISÃO DE COMPRA	24
10.2 INFLUÊNCIAS MONITORADAS PELA EMPRESA	25
10.3 EXIGÊNCIAS DO CONSUMIDOR	26
10.4 MONITORAMENTO DA SATISFAÇÃO DO CONSUMIDOR	26
11 CONCLUSÃO	28
12 REFERÊNCIAS	29

1 INTRODUÇÃO

Este trabalho tem por finalidade abordar alguns aspectos voltados ao marketing sobre a empresa Home Burguer's que se trata de uma hamburgueria gourmet. A escolha da construção dessa empresa é totalmente baseada em pesquisas onde mostra que esse setor está em constante crescimento no decorrer dos últimos anos.

Cada unidade de estudo teve uma participação muito válida no projeto, onde podemos destacar a identificação do público alvo da empresa, os serviços adicionais para se tornar um diferencial, identificar os canais de distribuição corretos e etc.

Importante destacar também a importância do marketing digital pois hoje em dia a internet está praticamente acessível para quase todas as pessoas e saber trabalhar o ambiente virtual é essencial.

2 DESCRIÇÃO DA EMPRESA

A Home Burguer's está localizada no centro da cidade de Andradas – MG, O empreendimento se enquadra no setor de comércio de alimentos gourmet, sendo esse um setor com grande crescimento de apreciadores em nosso país. O espaço pretende oferecer produtos e atendimento diferenciados para um público cada vez mais exigente e que queira ter novas experiências.

Os produtos a serem comercializados serão hambúrgueres bovinos e de frango, porções de batatas fritas, porção de sorvetes de massa, bebidas alcólicas e não alcólicas. O público alvo serão os moradores da cidade de Andradas que apreciam esse tipo de alimento.

3 PESQUISA MERCADOLÓGICA

3.1 FATORES DE INFLUÊNCIA DO MICROAMBIENTE

3.1.1 FORNECEDORES

Nº	Descrição dos itens a serem adquiridos (matérias-primas, insumos, mercadorias e serviços)	Nome do fornecedor	Preço	Condições de pagamento	Prazo de entrega	Localização (estado e/ou município)
1	Patinho Bovino, Picanha Bovina, Costela Bovina	Dom Glutão	Diversos	20 dias boleto bancário	7 dias	Leme - SP
2	Peito de Frango Congelado	Pif Paf Alimentos	Diversos	20 dias boleto bancário	7 dias	Jandira - SP
3	Coca Cola lata 350ml, Coca Cola 2L, Cerveja Heineken 600ml	Coca Cola	Diversos	7 dias boleto bancário	2 dias	São Paulo - SP
4	Cerveja Original 600ml	Ambev	Diversos	7 dias boleto bancário	1 dia	São Paulo - SP
5	Hortifrúti	Will Orgânicos	Diversos	10 dias boleto bancário	7 dias	São Paulo – SP
6	Sorvete Sabores	Jundiá	Diversos	15 dias boleto bancário	5 dias	Itupeva - SP

A forma de comunicação com todas as empresas são via WhatsApp, telefone ou visita.

3.1.2 PÚBLICO DE RELEVÂNCIA

São os jovens da cidade considerados influenciadores digitais, pela rede social Instagram, onde costumam ter bastante seguidores. Quando estes postam fotos dos nossos produtos em suas contas, os seguidores deles tendem a querer experimentar nossos produtos.

3.1.3 PÚBLICO ALVO

O público alvo da empresa são adolescentes-jovens, jovens e jovens - adultos.

3.1.3.1 Persona

- Jovem brasileiro, idade entre 18 e 26 anos, solteiro, feminino ou masculino, trabalho bem remunerado, de classe média alta, cursando faculdade, ou que tenha acabado.
- Tem gosto de sair à noite no final de semana com os amigos ou companheiro para comer e ter momentos agradáveis, gosta também de pedir comida para comer em casa alguns dias na semana.

3.1.4 CONCORRENTES

3.1.4.1 Concorrentes Diretos

Os concorrentes diretos da empresa são Its Burguer, Bacon Beer e Hulk Hamburgueria. A Its Burguer tem uma qualidade elevada de produtos e atendimento, fica situado em uma ótima localização no centro da cidade, possui preços competitivos, porém deixa a desejar no quesito variedade dos produtos.

Já o Bacon Beer possui qualidade média nos produtos e atendimento, com preço relativamente alto, entretanto seu diferencial é a grande variedade no seu cardápio, fica situado em uma boa localização no centro da cidade.

Por fim a Hulk Hamburgueria conta com produtos de qualidade com preço competitivo, fica em uma localidade razoável, seu mix de produtos com hambúrgueres artesanais e prensados.

Para concorrer com essas empresas, nós temos nossos produtos orgânicos e de alta qualidade, e uma grande variedade em lanches, batatas fritas, sobremesas e sucos. A localização é excelente e o preço é um pouco alto, mas fazemos promoções de lanches em todos os dias da semana para atrair mais clientes.

3.1.4.2 Concorrentes Indiretos

Os concorrentes indiretos da Home Burger's são estabelecimentos da cidade que não trabalham com o mesmo produto, mas sim com substitutos. São: Restaurante Rio Branco, Restaurante Soberano, Pizzaria Luna e Roma pizzaria.

A localização das três são ótimas, o restaurante Rio Branco se destaca por sua grande variedade no cardápio e por sua limpeza, e também pelo preço baixo e bom atendimento.

O restaurante Soberano se destaca pela excelente comida, local limpo e preço baixo.

Já a pizzaria Luna se destaca pelo bom sabor, mas também por um atendimento não muito bom.

A Roma Pizzaria se destaca pelo atendimento demorado, e pelo sabor agradável.

Também são concorrentes indiretos as salgaterias da cidade.

Concorremos pelo nosso atendimento rápido, variedade e pelas promoções citadas acima.

3.1.5 INTERMEDIÁRIOS

A distribuição de insumos pelos fornecedores é essencial para a Home Burgers, é importante podermos oferecer todas as opções que temos em nosso cardápio, a falta ocasionaria uma imagem ruim para com os nossos clientes. Um dos diferenciais da empresa é o pedido feito via tablet, a falta da internet ou/e energia ocasionaria a perda do acesso ao sistema, isso dificultaria o serviço pois não temos garçons que anotam o pedido, teríamos que direcionar um funcionário para essa função. Além disso não poderíamos ficar sem energia para a produção do lanche e conservação dos ingredientes.

3.2 FATORES DE INFLUÊNCIA DO MACROAMBIENTE

As empresas devem realizar constantemente análises de mercado para prevenção de mudanças inesperadas.

O macroambiente são os fatores externos que interferem na administração de marketing e afetam diretamente o microambiente. Esses fatores não podem ser mudados ou controlados pela organização, mas também não podem ser desprezados e por isso a estratégia precisa estar alinhada para que aumente as possibilidades de resultado através do marketing.

3.2.1 AMBIENTE ECONÔMICO

Devemos enxergar oportunidades e ameaças:

O Brasil nos últimos anos enfrenta uma baixa da **inflação**, o que muita gente pode pensar ser melhor, mas não é, tem que haver um equilíbrio, pois inflação baixa significa muita oferta e pouca demanda, uma das razões para esse cenário é o **desemprego**. Com a inflação baixa, o governo tende a reduzir a **Taxa Selic** (taxa básica de juros) para estimular o consumo, lembrando que, a rentabilidade dos títulos atrelados a ela cai também. E além desses fatores, esse ano entra o **Covid- 19**, que vai afetar fortemente a economia mundial.

O que pode acontecer diante desse horizonte em relação à nossa empresa?

Andradas tem bastante indústrias, que conseqüentemente vende seus produtos para grande parte do país, e emprega um número alto de trabalhadores. Mas como a demanda fica mais baixa, as indústrias tendem a produzir menos e precisam de menos funcionários, o que causa desemprego na cidade, então o consumidor tende a gastar seu dinheiro com produtos de necessidade e o nosso lanche, ficaria para segundo plano. Mas podemos criar oportunidades diante disso, com os trabalhadores empregados, fazer uma parceria com as indústrias, para estes adquirirem descontos.

Taxa de Câmbio: A cidade possui uma forte agropecuária, e exporta seus produtos, principalmente o café. Essas empresas podem ver uma oportunidade de lucro, pois ela gasta em real e ganha em dólar, apesar da demanda não estar muito grande por produtos, esse setor pode não ser tão afetado, podendo trazer benefícios para nossa empresa, pois as pessoas continuam empregadas.

Agora vamos ao grande problema econômico de 2020, o coronavírus, ele traz todos os fatores listados acima. As atividades industriais da China sofreram interrupção, com isso, indústrias do Brasil ficam sem matéria-prima para fabricar e montar seus produtos. A china que é uma grande parceira comercial do Brasil vai consumir menos, conseqüentemente, iremos exportar menos. Com menos exportações, menos dólares entra no país, afetando o setor de exportações e indústria, vemos novamente o desemprego, também devido à grande parte dos comércios locais estarem fechados por muito tempo, as empresas passarão por dificuldades, as indústrias desaceleraram, o que gerará uma demissão em massa e os consumidores ficarão cada vez mais pensativos. Para não ter um efeito tão negativo na Home Burger's, nesse tempo trabalharemos vendendo por delivery, a tecnologia será uma grande aliada, não só nesse período, como também após. Por conta da crise econômica, faremos uma promoção de entrega grátis e usaremos as redes sociais para promover nossas propagandas.

3.2.2 AMBIENTE DEMOGRÁFICO

A Home Burgers localiza-se no município de Andradas MG, possui pouco mais de 40.000 habitantes segundo dados do IBGE 2017, seu IDH é considerado alto e

encontra-se na 70 posição do ranking das cidades do estado de Minas Gerais. Está entre as 40 cidades brasileiras com mais expectativa de vida, e está entre as 225 cidades brasileiras com maior índice do IDEB. A população é praticamente dividida, metade homens e metade mulheres. Já a economia da cidade se destaca pela indústria (louças sanitárias, confecções, indústria moveleira, tecnologia vegetal e laticínios) e pela agropecuária (19 maior produtor de café do estado e 35 maior produtor nacional, também produz vinhos e plantio de flores). Por possuir diversos pontos turísticos naturais e atrair turistas, tem sido cogitado virar uma cidade turística, o que é muito bom para os comércios locais, pois vem muitas pessoas de fora para consumir nos estabelecimentos.

3.2.3 AMBIENTE NATURAL

Grande parte da matéria prima que usamos para a produção de nossos lanches, sorvetes e sucos sofrem variação de preço no ano, as frutas principalmente, devido à escassez em algumas estações do ano. Outro item que houve muita alta no preço foi a carne, devido à escassez na China por causa de uma peste, que fez nosso mercado ficar escasso, e o preço aumentar. Como temos promoções de lanches na semana, colocamos aqueles que vão as carnes que conseguimos descontos, já os preços dos de fora da promoção e dos sucos sofrem aumento, mas tentamos parcelar em 2x no cartão para não perder vendas.

O produto com sazonalidade que trabalhamos é o sorvete, que durante certas estações a venda tende a cair, juntamente podemos citar os sucos naturais, que são mais vendidos durante o verão e as vendas diminuem no inverno. A melhor estratégia para estes períodos de queda de venda, seria acrescentar produtos que as pessoas mais consomem no inverno, como chocolate quente, e no lugar do sorvete seria melhor utilizar as frutas com chocolate na taça.

3.2.3.1 Ambiente sociocultural

Quando falamos em Minas Gerais, logo pensamos nas comidas típicas mineiras, no pão de queijo e etc... Montar uma hamburgueria em uma cidade do estado de Minas, fugiria da cultura e costumes, porém, Andradas tem uma grande influência do

estado de São Paulo por situar-se no Sul de Minas, na divisa do estado, além disso, é uma coisa diferente, ousado, que a população jovem da cidade costuma gostar bastante.

3.2.4 AMBIENTE TECNOLÓGICO

Uma das nossas maiores inovações e foco é o pedido via tablet, sem a necessidade de um garçom ou atendente ir até a mesa para anotar o pedido, escolhemos este tipo de atendimento pois facilita a vida das pessoas, diminuindo o tempo de espera, e disponibilizando o tablet para análise do atendimento e para as crianças se entreterem com jogos educativos. Essa estratégia de modo geral é vista como uma inovação e ajuda para diminuir o número de funcionários, ela encurta a chegada do pedido para a produção, como também a entrega. Porém, analisando a questão de relacionamento com o cliente, podemos considerar que este terá mais contato com uma máquina, do que com um humano, o que fica mais difícil estabelecer vínculos e relação duradoura em uma cidade pequena. Teremos que fazer com que o cliente se sinta importante, assim como ele se sente quando alguém o atende bem, uma boa estratégia é fazer como a Magazine Luiza fez, criar um atendente virtual para interagir com o cliente, o famoso Chatbot, o que pode engajar muito mais o público e ser um ponto positivo da empresa.

3.2.4.1 Ambiente político-legal

Diante dos últimos acontecimentos no Brasil, foi estabelecido não só na cidade de Andradas, como também no país inteiro a quarentena por conta do Covid-19, e o nosso setor teve que fechar as portas também, atendendo apenas pelo delivery ou drive thru e atuando fortemente nas redes sociais com nossas divulgações. As consequências já foram citadas acima no Ambiente econômico.

A tecnologia é o melhor caminho para lidar melhor com a crise. A Home Burger's tem uma capacidade tecnológica que a difere das outras hamburguerias da cidade, estamos mais preparados que nossos concorrentes por este fato (temos App, Drive thru, Delivery e divulgação forte em redes sociais), assim podemos contornar melhor a situação, porém não é possível prever o estado futuro das coisas.

4 SOBRE O PRODUTO

4.1 DESCRIÇÃO DO PRODUTO

Nossa empresa trata-se de uma Hamburgueria Gourmet, onde o principal produto oferecido é o hambúrguer artesanal, contando com uma variedade em sabores que vai desde o tradicional até o mais completo, pensando na qualidade, as saladas que incorporam os lanches são totalmente orgânicas. Nossa empresa foi inaugurada no ano de 2019 e oferecemos muitas outras delícias em nosso espaço localizado em Andradas/MG. Produzimos por noite cerca de 100 lanches incluindo o delivery.

4.2 BENEFÍCIO CENTRAL, PRODUTOS BÁSICO E AMPLIADO

Nossa empresa tem como objetivo proporcionar aos nossos clientes um momento de lazer e atender ao público que gosta dos tipos de hambúrgueres que oferecemos, e claro, chamar a atenção dos que ainda não conhecem essa nova experiência. Ideal para o público que gosta de sair com os amigos e curtir um momento de entretenimento, distração e ao mesmo tempo “saciando sua fome”. O benefício central oferecido é a saciedade de um paladar mais exigente, como produto básico temos o pão de hambúrguer, o hambúrguer gourmet, a salada e o molho especial com uma embalagem temática, ou seja, uma tábua.

Possuímos como produtos ampliados o delivery e o drive thru onde os consumidores levam um serviço adicional, sem contar também a facilidade de pagamento onde pode ser feito diretamente pelo app. Temos bebidas de vários tipos, como diversos sabor de sucos naturais, chopps, cervejas e refrigerantes. Sem contar, nossos deliciosos sorvetes na taça complementando como uma sobremesa irresistível.

4.3 PRODUTO DE CONSUMO OU ORGANIZACIONAL

Nosso produto é classificado como de consumo, pois vendemos diretamente para o consumidor final. Por se tratar de uma comida mais “sofisticada” não é possível se adequar ao ambiente organizacional, hoje em dia por uma questão de cultura,

nenhum ambiente empresarial compra hambúrgueres artesanais para distribuir aos seus colaboradores ou para revender, até mesmo pela questão de preço final do produto.

4.4 ATRIBUTOS DO PRODUTO

Nossa qualidade está em um nível superior ao dos nossos concorrentes e trabalhamos para manter isso, melhorando a cada dia. Nossa principal diferença falando em relação ao produto é oferecer uma hortifrúti que acompanha o prato 100% orgânica, sendo mais saudável ao consumidor.

Outro diferencial está no sistema de atendimento no espaço físico, que é feito através de tablets presentes em cada uma das mesas oferecendo mais agilidade e praticidade neste processo, trabalhamos com a tecnologia a nosso favor, o cliente consegue de maneira fácil concluir todas as etapas do seu pedido pelo aparelho sem precisar do auxílio de um atendente, claro que os colaboradores se encontram a disposição para qualquer dúvida ou dificuldade encontrada.

O hambúrguer é servido em uma tábua personalizada com uma frase chamativa, por exemplo: “Não deixe para comer depois o que pode comer agora”, criar um cenário onde tem tudo a ver com o produto. Já no delivery e drive thru a ideia é implantar uma sacola reutilizável sustentável onde o consumidor vai poder continuar utilizando para transportar seus objetos e vai ficar com uma lembrança da empresa que é uma questão muito importante. E quando o cliente atingir um nível de fidelização, vamos presentear-lo com uma sacola reutilizável com seu nome.

Trabalhamos também, com mais variedades do que nossos concorrentes, oferecendo produtos diferentes que chamam a atenção de novos clientes e mantêm a fidelidade dos que já conhecem nosso trabalho.

5 SERVIÇOS

5.1 APLICABILIDADE E PERCEPÇÃO DOS SERVIÇOS

Produto: Na busca de sempre agregar valor ao consumidor, a Home Burger's tem seu público alvo, mas está sempre criando variedades para atrair um público consumidor diferente como por exemplo os hambúrgueres kids, opção focada no público infantil todo tematizado para atrair a atenção das crianças e conseqüentemente os adultos também acabam consumindo os produtos. A variedade nas opções de hambúrgueres também é um ponto forte pois consegue atender a diversidade de paladares que vai desde uma opção mais leve, até um prato mais “robusto”.

Processos: A produtividade é muito importante, portanto a empresa opta por uma cadeia de produção onde o fator físico é o menor possível por exemplo: no espaço físico o cliente faz seu pedido através de tablets dispensando a prestação de serviço de um garçom, os cozinheiros recebem o pedido elaboramos pratos e assim que o pedido estiver concluído uma mensagem é disparada para o cliente para poder retirar seu pedido em mãos. No delivery o cliente faz o pedido pelo app da hamburgueria e recebe o pedido no conforto de sua casa, depois de concluído a montagem do prato, um motoboy credenciado da empresa realiza a entrega do produto. Já no drive thru o cliente com seu veículo faz o pedido pelo microfone e retira o produto na saída do estacionamento.

Perfil: A localização é no centro da cidade de Andradas, visando o fluxo de pessoas principalmente no período noturno, em relação ao preço, por se tratar de um produto mais elaborado, o preço acaba sendo um pouco mais elevado, mas sem dúvida traz um valor agregado elevado para o cliente, desde a forma inovadora no atendimento utilizando a tecnologia, até a variedade de hambúrgueres com opções até para o público infantil.

Pessoas: O fator humano para a empresa sem dúvida é um dos aspectos mais importantes, os colaboradores precisam saber que são importantes para a equipe, a

Home Burger's se preocupa sempre em oferecer um ambiente de trabalho agradável, para isso é necessário estar sempre em contato com os colaboradores através de reuniões, pesquisas em relação ao ambiente de trabalho e etc. É muito importante investir no conhecimento pois através dele é possível aprimorar conhecimentos técnicos que as pessoas vão poder levar por toda vida, tendo essa visão em mente, a empresa tem o propósito de estar sempre oferecendo treinamentos e capacitações para que os colaboradores sempre estejam em evolução não só na questão técnica, mas também na comportamental que sem dúvida é de suma importância também.

5.2 EXCELÊNCIA E NÍVEIS DE QUALIDADE

É muito importante saber se a empresa está atendendo as expectativas dos consumidores, com isso a Home Burger's realiza as pesquisas de satisfação do cliente onde é disponibilizada no site da empresa. O foco é em perguntas objetivas relacionadas ao site se as pessoas conseguem visualizar o conteúdo com facilidade, ou seja, se o layout, cores e imagens do site são agradáveis. Existe também um levantamento em relação ao cardápio se está de acordo com a aprovação dos visitantes e também se as pessoas recomendariam a empresa para familiares e amigos.

A ferramenta utilizada é o formulário do Google, com ele é possível receber as respostas dos participantes anonimamente, onde é elaborado um gráfico pela própria plataforma facilitando a visualização. A partir daí a empresa pode ter o conhecimento do que está dando certo e também o que pode ser melhorado ou alterado.

5.3 TIPOS DE VAREJO

A Home Burger's se trata de uma loja especializada pois o foco é trabalhar com uma diversidade de um produto limitado que é o hambúrguer gourmet. Não é um produto que se encontra em uma conveniência por exemplo ou em qualquer restaurante.

Trabalha no setor varejista onde o produto é direcionado para o consumidor final sem intermediários.

6 O PREÇO

6.1 DESCRIÇÃO DA BASE DO PREÇO

A metodologia utilizada na determinação de preço dos nossos produtos é em cima do custo e dos concorrentes. Baseamos os preços através do custo que obtivemos na produção de cada hambúrguer, deixando claro que não abrimos mão de montar cada um com ingredientes de qualidade.

Nossos fornecedores nos garantem a qualidade de todos produtos que são fornecidos para a montagem dos lanches. Em relação a determinação na base dos concorrentes, observamos e avaliamos os preços de todos nossos concorrentes diretos na cidade, e elaboramos preços que não ficassem tão elevados ou tão inferiores em relação a eles, e tendo em vista satisfazer as expectativas dos clientes. Em geral analisamos todos os fatores internos e externos da Home Burger's e não deixando a desejar sobre a empresa.

7 SOBRE A PRAÇA

7.1 CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO UTILIZADOS

O canal de distribuição é ao consumidor, onde a empresa Home Burguer's vende seu produto para uma pessoa física. Utiliza o canal de marketing direto, onde fabrica o produto e entrega para o consumidor final, em relação aos canais a empresa aposta muito na personalização do atendimento, por tanto um e-mail personalizado para determinada pessoa com suas características é uma ótima opção, contendo um desconto para o produto favorito do cliente.

Outra questão também abrangendo o público que vai no espaço físico é a criação de cartelas onde a cada compra o cliente vai preenchendo essa cartela até determinado ponto em que ele ganha um desconto no próximo pedido.

7.2 MODELO DE DISTRIBUIÇÃO

A empresa não utiliza intermediários no processo de distribuição.

8 PROMOÇÃO

A propaganda está presente na estratégia da empresa, pois dessa forma é possível atingir um número maior de pessoas, o impulso das postagens nas redes sociais é uma das apostas da organização para atingir mais pessoas e pode ser considerado também o meio em que requer menos recursos financeiros, mas que certamente é muito eficiente.

Também é praticado a promoção de vendas, não só necessariamente um desconto em determinado produto, a ideia é criar vários modelos de descontos conforme o número de consumo como por exemplo a criação de um cupom fidelidade. A rotatividade nesses descontos também é fundamental abrangendo todo o mix de produtos e também uma tendência é cada vez mais elaborar um desconto personalizado para o cliente, ou seja, preparar uma promoção de seus produtos favoritos.

E o marketing direto é uma forma de fidelizar o cliente, manter um relacionamento pois hoje em dia o mercado exige cada vez mais que a empresa além de tudo estabeleça um relacionamento com o cliente, manter um canal de respostas imediatas é uma ótima opção pois as pessoas prezam cada vez mais por rapidez e praticidade. Será implementado um número de WhatsApp próprio para respostas imediatas ao cliente tanto para divulgação de promoções como também um outro número próprio que vai funcionar como se fosse uma ouvidoria para o recebimento de reclamações e sugestões onde o foco é atender o cliente da maneira mais rápida possível.

9 ESTRATÉGIA DIGITAL

É fato que hoje em dia, as empresas precisam estar nas mídias sociais para impulsionar seus resultados, pensando nisso a organização já conta com alguns canais de comunicação muito interessantes para divulgar os produtos assim conquistando e fidelizando cada vez mais os clientes. A empresa conta com o site oficial, onde é possível ver os produtos oferecidos através dos cardápios e também os serviços de drive thru e delivery, além de logicamente direcionar os usuários as mídias sociais da empresa e também os números de contato. Nesse momento conturbado em relação ao covid-19, a empresa está junto com a população na luta e deixa mensagens de conscientização na página inicial do site de como é importante o isolamento social e a higienização das mãos, e não menos importante de como as embalagens são esterilizadas com álcool 70% pensando sempre no cuidado e bem estar dos clientes.

A empresa também vai contar com um app disponível para dispositivos móveis, os clientes vão ter a possibilidade de realizar os pedidos através do celular e também ter acesso a promoções exclusivas. Falando um pouco sobre as mídias sociais através de pesquisas foi constatado que o Instagram e o WhatsApp são as redes sociais mais acessadas pelos usuários, com isso a empresa vai focar os esforços nessas duas redes, a ideia é a postagem de conteúdos diários no Instagram com recomendações de pratos, promoções especiais e lançamento de algum produto novo.

No WhatsApp a empresa vai concentrar esforços em uma resposta rápida para o cliente e também a elaboração de uma lista de contatos para a divulgação de promoções especiais e até mesmo a captação de pedidos, também vai ser implementado um número próprio de WhatsApp para funcionar como se fosse um canal de ouvidoria onde os clientes vão poder fazer observações e sugestões dos serviços prestados. Não está descartada a utilização do YouTube e Facebook, falando do primeiro a ideia é gerar conteúdo agregando valor ao cliente como receitas de Hambúrguer Gourmet, a estratégia é gerar valor com conteúdo gratuito até se concretizar na venda.

Outra questão que está em evidência são os chamados influenciadores digitais, através de suas redes sociais, conseguem atingir um público enorme até mesmo milhões

de pessoas. Observando essa tendência, a empresa pretende investir nesses profissionais, visando atingir um público maior na região. É muito importante que o perfil desse influenciador tenha sintonia com a proposta da empresa, portanto a busca é por um perfil relacionado a restaurantes, de preferência focado em hambúrgueres gourmet.

Alguns perfis estão sendo analisados para uma parceria de divulgação, a idéia seria uma foto no Instagram e autorização de uso de imagem no site da empresa, a autonomia que esse influenciador tem no assunto sem dúvida vai alavancar os resultados da empresa

10 PERFIL DO CONSUMIDOR

10.1 ETAPAS DO PROCESSO DE DECISÃO DE COMPRA

Tráfego: Temos alguns tipos de tráfegos da empresa, como pessoas que nunca ouviram falar na empresa ou no produto, pessoas que tem certo conhecimento mais ainda não são clientes e finalmente os clientes ativos. Para os clientes que nunca ouviram falar na nossa empresa ou o tipo de produto criamos um modo de marketing mais acessível, como postagens chamativas no Facebook e Instagram, que são as redes sociais mais utilizadas e com mais acessos diariamente. Seria propagandas como a montagem dos lanches e a logo da Home Burguer's, um vídeo curtíssimo para chamar atenção. O impulso dessas postagens pode ser um aspecto interessante, demanda certo investimento financeiro mais com isso a mensagem a ser transmitida atinge mais pessoas podendo gerar mais tráfego.

Relacionados aos clientes que já tem um certo conhecimento da nossa empresa e produto oferecido, criamos em nosso site uma aba de cupons de descontos e promoções para incentivar, dar aquele “empurrãozinho” para a compra dos nossos produtos. E para que todos tivessem conhecimento nessa nova aba no site, disponibilizamos uma propaganda, um comunicado nas nossas redes sociais direcionadas a empresa e até mesmo nas redes sociais particulares.

Para os clientes já fidelizados, a implementação de um cartão fidelidade também é uma ótima opção, através de determinada quantidade de compra o cliente tem um valor simbólico para usufruir na empresa, aumentando ainda mais o relacionamento com o consumidor.

Visitantes: Falando em relação ao site da empresa, primeiramente o layout, cores e imagens tem que estar de acordo com a proposta do produto final, nesse aspecto as cores utilizadas são mais escuras com uma pegada mais “descolada” mostrando o que o cliente pode esperar da empresa. Complementando, o vídeo na página inicial do site mostra muito bem como é feito o atendimento no espaço físico que é através de tablets,

deixando o cliente com expectativa positiva. Por fim a disponibilização do cardápio ajuda o consumidor a identificar se está disponível algum prato de sua preferência.

Leads: A implementação de uma plataforma onde os possíveis consumidores possam cadastrar seu número de WhatsApp com algumas informações como tipo de hambúrguer e bebida favorita.

Oportunidades: Pode proporcionar para a empresa a elaboração de ofertas personalizadas de acordo com a preferência daquele possível cliente, isso pode gerar uma vantagem pois atualmente as pessoas cada vez mais gostam de receber um atendimento diferenciado.

Clientes: Nesse estágio é de extrema importância a fidelização do cliente, e para mantermos isso disponibilizamos uma promoção mensal direta, como oferecer cupons de descontos familiares, casais, kids, etc. Também podemos deixar uma oportunidade vaga para o cliente escolher o tipo de produto que ele quer e em cima da escolha dele montamos um combo ou um desconto.

10.2 INFLUÊNCIAS MONITORADAS PELA EMPRESA

Os produtos da Home Burger's não se comparam ao de uma lanchonete comum, portanto nosso público se encontra na classe média B, sendo assim esse tipo de consumidor tem características próprias onde a empresa pode maximizar o trabalho para captar mais clientes. Uma das características valiosas desse tipo de cliente é o marketing boca a boca, portanto o atendimento precisa ser impecável.

Muitas vezes esse tipo de cliente precisa de uma opção de pagamento mais diversificada, por tanto a empresa oferece várias opções de pagamento de acordo com a disponibilidade do cliente. Outro fator interessante, é a questão de ser um público podemos dizer “desconfiado”, com isso a equipe de atendimento deve estar muito bem treinada isso incentiva a empresa a sempre investir em capacitações para seus colaboradores.

É um público que gosta muito de uma promoção assim como qualquer outro, sendo assim estar realizando sempre combos promocionais pode ser uma boa opção, com uma identidade visual bacana colocando em evidência o valor do desconto. Também é possível fazer essa comunicação através das redes sociais pois essa classe está praticamente 100% conectada à rede.

Consiste também em um público que gosta de um atendimento único personalizado que vem se tornando uma tendência, ou seja, entender as preferências do consumidor para elaborar um atendimento exclusivo para ele, como por exemplo um combo promocional com seus produtos favoritos. Isso sem dúvida ajuda e muito no crescimento da empresa, o consumidor está cada vez mais exigente e um atendimento personalizado agrega muito valor e aumenta a chance de venda, a empresa tem que estar preparada para prestar esse tipo de atendimento.

10.3 EXIGÊNCIAS DO CONSUMIDOR

A empresa preza pela qualidade do produto, uma das coisas que os consumidores mais exigem é apreciar uma boa refeição com ingredientes selecionados e que tenham uma qualidade diferenciada, os ingredientes são altamente selecionados, sendo que a hortifrúti é orgânica gerando mais benefícios para a saúde. Hoje em dia, todos querem rapidez e praticidade nos serviços, portanto através do delivery e drive thru a Home Burguer's atende a essas exigências dos clientes, sem contar com o atendimento no ambiente físico com toda praticidade e tecnologia.

Através das redes sociais a empresa está sempre em contato com os usuários pois hoje em dia as pessoas exigem que a organização tenha um canal onde as pessoas possam interagir e ficar por dentro de todas as novidades.

10.4 MONITORAMENTO DA SATISFAÇÃO DO CONSUMIDOR

A empresa utiliza ferramentas que monitoram através das pesquisas de satisfação do cliente que são realizadas mensalmente, abordando perguntas estratégicas para ter um feedback dos clientes sobre os produtos. Um dos pilares para esse monitoramento é a questão da qualidade.

Por se tratar de um produto Gourmet as pessoas esperam um nível superior de qualidade que envolve alguns atributos como estética, ingredientes selecionados, embalagens e etc. A empresa acredita que através desses elementos é possível ter um parâmetro de medição para saber se os clientes estão aprovando os produtos. Descrevendo um pouco dos elementos que compõem esse padrão de qualidade, os hambúrgueres são temáticos e dependendo de uma ocasião específica, tomam a forma representando a cultura como por exemplo o Halloween. Os ingredientes utilizados são de máxima qualidade podemos citar o exemplo das saladas orgânicas que acompanham os hambúrgueres beneficiando a alimentação do cliente.

Em relação às embalagens, no espaço físico os pratos são servidos em tábuas com uma mensagem característica relacionada ao hambúrguer, já no delivery e drive thru, as embalagens são totalmente reutilizáveis assim o consumidor pode utilizar para transportar mercadorias pequenas levando a marca da empresa para todos os lugares.

11 CONCLUSÃO

Concluindo a empresa demonstra muita importância com seus clientes, está sempre trabalhando para melhorar os produtos e serviços, entre várias coisas a empresa aposta muito na questão do relacionamento com o consumidor, manter um relacionamento duradouro pois dessa maneira é possível fidelizar o cliente, outra questão está relacionada na forma de promover o produto que não só diminuir o preço, mas sim elaborar estratégias para fazer o produto chegar ao cliente certo.

A questão digital também é uma tendência, estar inserido no ambiente virtual praticamente se tornou uma obrigação e quem não se adaptar vai estar fora dos negócios, trabalhar principalmente nas redes sociais para interagir com o público e fazer com que o produto chegue até o consumidor através de plataformas digitais como sites e app, sem dúvida a empresa aposta muito nisso e vai seguir essa estratégia.

12 REFERÊNCIAS

Pesquisa de Satisfação do Cliente disponível em:
https://docs.google.com/forms/d/1S-Ph0z1634__n8csOIvIdgwi2ZxHS9EVhuCWqa08JU/edit#responses, Acesso em: 02/05/2020

Ambiente Demográfico Andradas disponível em:
<https://pt.wikipedia.org/wiki/Andradas>, Acesso em: 05/05/2020

Os 4 P'S da Gestão de Serviços disponível em:
<https://www.domboscoead.com.br/pos-graduacao/noticias/conheca-os-4-ps-da-gestao-de-servicos/43>, Acesso em: 08/05/2020