



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

<FOLLOW MAKEUP>

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

MAIO 2020

UNIFEOB

Centro Universitário da Fundação de Ensino Octávio Bastos

ESCOLA DE NEGÓCIOS

ADMINISTRAÇÃO

PROJETO INTERDISCIPLINAR

ELABORAÇÃO DE DIAGNÓSTICO DE MARKETING

<FOLLOW MAKEUP>

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:

Aluno Lilian Mara Costa, RA 18001483

Aluno Maiara Daniele de Sousa, RA 18000266

Aluno Marcele Fernanda de Sousa, RA 18000267

Aluno Maria Eduarda de Paula, RA 20001072

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

MAIO 2020

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	5
2 DESCRIÇÃO DA EMPRESA	6
3 PESQUISA MERCADOLÓGICA	7
3.1 FATORES DE INFLUÊNCIA DO MICROAMBIENTE	7
3.1.1 FORNECEDORES	7
3.1.2 PÚBLICO DE RELEVÂNCIA	7
3.1.3 PÚBLICO ALVO	8
3.1.3.1 Persona	8
3.1.4 CONCORRENTES	9
3.1.4.1 Concorrentes Diretos	9
3.1.4.2 Concorrentes Indiretos	9
3.1.5 INTERMEDIÁRIOS	10
3.2 FATORES DE INFLUÊNCIA DO MACROAMBIENTE	10
3.2.1 AMBIENTE ECONÔMICO	10
3.2.2 AMBIENTE DEMOGRÁFICO	11
3.2.3 AMBIENTE NATURAL	12
3.2.3.1 Ambiente sócio-cultural	12
3.2.4 AMBIENTE TECNOLÓGICO	13
3.2.4.1 Ambiente político-legal	13
4 SOBRE O PRODUTO	14
4.1 DESCRIÇÃO DO PRODUTO	14
4.2 BENEFÍCIO CENTRAL, PRODUTOS BÁSICO E AMPLIADO	14
4.3 PRODUTO DE CONSUMO OU ORGANIZACIONAL	15
4.4 ATRIBUTOS DO PRODUTO	15
5 SERVIÇOS	16
5.1 APLICABILIDADE E PERCEPÇÃO DOS SERVIÇOS	16
5.2 EXCELÊNCIA E NÍVEIS DE QUALIDADE	17
5.2.1 PESQUISA DE SATISFAÇÃO	18
5.3 TIPOS DE VAREJO	19
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	20
9 ESTRATÉGIA DIGITAL	21
10 PERFIL DO CONSUMIDOR	22
10.1 ETAPAS DO PROCESSO DE DECISÃO DE COMPRA	22
10.2 INFLUÊNCIAS MONITORADAS PELA EMPRESA	23
10.3 EXIGÊNCIAS DO CONSUMIDOR	23
10.4 MONITORAMENTO DA SATISFAÇÃO DO CONSUMIDOR	24
11 CONCLUSÃO	25
12 REFERÊNCIAS	27
13 ANEXOS	29

1 INTRODUÇÃO

Este estudo trata-se da elaboração de diagnóstico de marketing, ou seja, a implantação de um plano de marketing com desígnio de fornecer materiais de desenvolvimento de ideias e ações de atuação no mercado. Com isso há possibilidades de planejamento alinhado às ações, e estruturação que tem por objetivo aumentar o faturamento e conquistar os clientes para fidelização dos mesmos, por meio das estratégias de relação com o consumidor, assim definir o posicionamento da marca no mercado.

Dessa forma a elaboração do diagnóstico de marketing é um recurso que deve ser utilizado sempre, pois auxilia a empresa nas tomadas de decisões devido às constantes mudanças no mercado econômico, como também acerca do perfil da persona, o aumento do volume de comunicação em decorrência da globalização e informações sobre a concorrência.

Inclusive, o diagnóstico de marketing deve abranger uma ampla pesquisa mercadológica, pesquisas de satisfação do consumidor, com isso compreender o real cenário da empresa no marketing para que seja possível identificar seus pontos fortes e seus pontos fracos e aperfeiçoar suas ações no marketing.

A grande competitividade no mercado especializado em cosméticos faz com que seja elaborado um marketing de varejo composto por vendas pessoais e técnicas para atrair a atenção do consumidor e identificar possíveis sinais que constate a perda de clientes. Em termos digitais, a visibilidade online da marca contribui para que a empresa impulse as vendas, para tal é primordial o planejamento estratégico abrangendo o marketing digital que contribui mais uma vez para identificação de problemas e para o acesso de informações de mercado envolvendo o ambiente online.

Esta obra está organizada em onze capítulos, dos quais a elaboração foi auxiliada pelos conhecimentos de Composto de Marketing, aulas ministradas pelo professor Gilberto Peixoto de Carvalho Filho, na disciplina Marketing de Serviços e Varejo, pela professora Elaine Cristina Pina Venâncio, no estudo do Comportamento do Consumidor, pelo professor Dirceu Fernandes Batista; Pesquisa Mercadológica, ministradas pelo professor Marcelo Alexandre Correia da Silva; e Marketing Digital,

dadas pelo docente Sidney Gitcoff Telles. Dividido em Introdução, Descrição da Empresa, Projeto Integrado, que tratar-se-á das disciplinas estudadas no quinto módulo do curso de Administração, e Conclusão, a qual irá apontar a visão geral da empresa, seus pontos positivos e negativos.

A metodologia utilizada foi pesquisas e aplicações dos ensinamentos adquiridos nas aulas acadêmicas, enriquecida com pesquisa feitas diretamente com o público alvo da empresa retratada neste trabalho.

2 DESCRIÇÃO DA EMPRESA

A empresa Follow Makeup, surgiu em fevereiro de 2020 na cidade de São João da Boa Vista, estado de São Paulo. Inscrita sob o nº do CNPJ: 23.293.922/0001-06, tendo como representantes as sócias: Lilian Mara Costa, Maiara Daniele de Sousa, Marcele Fernanda de Sousa e Maria Eduarda de Paula. Assim sendo uma empresa recém inaugurada, sua parceria é voltada para a linha de produtos de beleza, exclusivamente bases. Atualmente os produtos são vendidos através de catálogos e também nas redes sociais e entregues para todo Brasil. Seus clientes são pessoas comuns que se preocupam com a imagem, gostam de estar sempre maquiadas, youtubers e maquiadores profissionais. Seu principal fornecedor é a Farmacon Jr sediada na faculdade de Ciências Farmacêuticas na cidade de Ribeirão Preto especializado na fabricação de produtos de belezas e demais segmentos. A Follow Makeup, faz parte de um mercado disputado por grandes marcas como: Avon, Eudora, Hinode, Jequiti, Mary Kay, Natura , O Boticário, Contém 1g, Ruby Rose, Vult e Chanel.

Tendo como principal objetivo elevar a auto estima de seus consumidores, oferecendo produtos de qualidade impactando de forma positiva na satisfação do consumo sem agredir o meio ambiente e preços acessíveis.

3 PESQUISA MERCADOLÓGICA

3.1 FATORES DE INFLUÊNCIA DO MICROAMBIENTE

O microambiente influencia aspectos internos da empresa e tem ligação direta ao fator competitividade sendo capaz de acompanhar cada ambiente que integra a empresa. O êxito do marketing decorre de análises realizadas entre clientes, fornecedores, colaboradores, concorrentes, entre outras variáveis.

3.1.1 FORNECEDORES

A empresa trabalha em parceria com a Faculdade de Ciências Farmacêuticas da cidade de Ribeirão Preto. Pioneiros no desenvolvimento de todos segmentos que envolvem a linha farmacêutica, reconhecidos pela alta qualidade, produtos inovadores e custos acessíveis. As entregas são feitas respeitando o prazo do cliente, levando em consideração o tempo necessário para a produção dos cosméticos e a entrega dos produtos. Os valores são coerentes e o laboratório sempre está aberto às negociações de preços. Por se tratar de uma faculdade renomada a empresa obteve resultados positivos em sua estratégia de marketing contribuindo para alcançarmos metas e objetivos.

3.1.2 PÚBLICO DE RELEVÂNCIA

Os produtos são direcionados exclusivamente para mulheres de diversas faixas de idade, youtubers de canais de maquiagem e maquiadores profissionais. Para que o público alvo da empresa fosse definido com clareza, foi realizada diversas pesquisas em sites para entendermos o que essas pessoas buscam em uma maquiagem. Todas mulheres tem suas próprias razões para usar uma maquiagem: Seja para deixá las mais femininas, outras porque se sentem mais confiantes, para se sentirem mais jovens ou até mesmo mais velhas e porque não para atrair o olhar de alguém especial.

Com a finalidade de exibir a personalidade da Follow Makeup a empresa seguiu alguns passos para fazer a divulgação de sua marca e fidelizar os clientes. As vendas são feitas através de catálogos e redes sociais. A empresa possui um site que apresenta informações relevantes sobre os produtos e é atualizado frequentemente. A marca da empresa também é divulgada através de banners e perfis nas redes sociais como

Facebook e Instagram, essas ferramentas são utilizadas com a finalidade de atrair os consumidores certos e se destacar sobre a concorrência.

3.1.3 PÚBLICO ALVO

O público alvo da Follow Makeup são pessoas comuns de diversas classes sociais que buscam em produto qualidade, praticidade e durabilidade em um cosmético aplicado no rosto. Para muitas mulheres a maquiagem tem um ato mais profundo, elas revelam suas verdadeiras identidades. Para facilitar a estratégia de marketing, a empresa conta com a participação de youtubers de canais de maquiagem, por serem considerados “influências” essas pessoas possuem milhares de seguidores, favorecendo de maneira ampla a divulgação da base Follow Makeup em seus videos.

3.1.3.1 Persona

Para que a Follow Makeup pudesse entender melhor as necessidades de seus clientes foi de suma importância a elaboração de pesquisas realizadas no seu site. A partir desses dados coletados a empresa pôde compreendê-los melhor e conseqüentemente auxiliar em seus propósitos. Dessa forma surgiu a Bella (Revendedora digital da Marca Follow Makeup). Bella tem 25 anos, é solteira e trabalha como assistente de Marketing e para complementar sua renda ela revende produtos de beleza, é uma pessoa muito otimista, sonha em se formar obter uma boa renda para ajudar sua família, gosta de se exercitar e principalmente cuidar da pele, sua maior preocupação é em se atualizar em um mercado que está em constantes mudanças. A Empresa pretende se beneficiar das ferramentas que o Facebook oferece para criar este canal de relacionamento com uma revendedora de nossa marca com quem os clientes pudessem informar suas dúvidas, dicas, etc.

3.1.4 CONCORRENTES

Identificar e analisar os concorrentes significa saber quais são os produtos e serviços que eles oferecem e quais riscos podem ocasionar impactando de maneira negativa seus negócios, por outro lado fazer essa análise também pode se tirar proveitos para obter bons resultados e aprimorar a qualidade dos gêneros de sua empresa.

3.1.4.1 Concorrentes Diretos

Os concorrentes diretos da Follow Makeup que atuam no mesmo segmento, possuem o mesmo público alvo e realizam suas vendas por meio de sites e catálogos são: Avon, Eudora, Hinode, Jequití, Mary Kay e Natura. Já O Boticário, Contém 1g e Chanel além de terem seus produtos vendidos em catálogos e sites essas empresas também possuem lojas físicas, logo a Ruby Rose e Vult oferecem seus produtos em sites, farmácias e perfumarias. Essas empresas oferecem uma linha completa de maquiagens, tratamentos para a pele, cabelos e unhas, fragrâncias diversas, hidratantes, óleos corporais e sabonetes tanto para homens quanto para mulheres. A Avon também apresenta aos seus clientes e consumidores a linha moda e casa, fazendo dessa estratégia um diferencial em suas vendas.

3.1.4.2 Concorrentes Indiretos

Ao fazer uma análise de mercado, notou-se que a empresa está cercada de grandes concorrentes indiretos. Foi constatado que esse mercado possui o mesmo público alvo e que sempre oferece alguma inovação referente ao produto que vendem. Mesmo que os clientes sintam a necessidade de obter um produto da Follow Makeup eles também podem se sentir atraídos por outros produtos que sejam de segmentos diferentes. Por exemplo: Uma loja de chocolate que oferece uma variedade de sabores de chocolates amargos, ao leite, diet, chocolate branco e orgânico, mas que podem facilmente serem substituídos por alguma peça de roupa que atraia os olhares para uma

vitrine, ou até mesmo sapatos expostos em uma prateleira exuberante , mas também podem ser trocados por bijuterias por possuírem um custo muito baixo, lojas de jóias, até mesmo floriculturas dependendo da ocasião.

3.1.5 INTERMEDIÁRIOS

Os intermediários da Follow Makeup, são os próprios revendedores, isso acontece porque a empresa não possui uma loja física, ela trabalha com um sistema de distribuição direta. A Follow Makeup segue um modelo de empresa que faz a venda direto para seus consumidores. Como as bases Follow Makeup são produzidas em um laboratório na cidade de Ribeirão Preto o que impactaria as vendas de seus produtos seriam os atrasos relativos às entregas, sejam elas por correios ou distribuidoras terceirizadas, falta de matérias primas para finalizar as composições ou até mesmo problemas com a empresa que opera os serviços de internet, visto que os serviços de internet são essenciais, pois a empresa depende muito de suas redes para realizarem partes de suas vendas. Para evitar esses contratemplos a empresa busca parcerias de confiança tanto nos transportes quanto nos serviços de internet para que o produto chegue aos seus consumidores nos prazos determinados.

3.2 FATORES DE INFLUÊNCIA DO MACROAMBIENTE

3.2.1 AMBIENTE ECONÔMICO

As bases Follow Makeup são destinadas à mulheres de diversas idades e classes sociais. Estudos realizados pela Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos relata dados que o mercado de estética obteve um crescimento de 567% nos últimos cinco anos isso aconteceu pelo fato das pessoas se preocuparem ainda mais com os cuidados da aparência. Em contrapartida, nos dias atuais vivemos uma crise mundial decorrente a uma pandemia e isso impactou a economia do mundo,

derrubando as bolsas de valores, fechando fronteiras, afetando a cadeia alimentar em todos os segmentos, rompendo acordo entre países e cancelando grandes eventos. E para conter essa pandemia mais de um terço da população hoje vive em isolamento social e no Brasil medidas também foram tomadas. Escolas e indústrias foram fechadas, os comércios foram obrigados a baixarem suas portas permitindo somente a aberturas de comércios essenciais como farmácias, supermercados, padarias, casas lotéricas e agências bancárias, gerando com isso grandes desempregos em massas ou férias coletivas. De acordo com o Fundo Monetário Internacional essa pandemia registrou a maior taxa de desemprego, fazendo a economia recuar 3% no ano de 2020. Diante este cenário a bolsa de valores dos Estados Unidos registrou um péssimo trimestre perdendo aproximadamente US\$ 14 trilhões no mercado. Com a paralisação das atividades econômicas surgiram várias inseguranças para o nosso futuro. O dólar pela primeira vez atingiu a marca histórica de R\$ 5,70 no primeiro trimestre de 2020. Por outro lado a Bovespa perdeu 70 mil pontos acumulando uma queda acima de 40% neste ano. Por cautela os revendedores da Follow Makeup também aderiram a quarentena solicitada pelo governo do estado de São Paulo optando em paralisar suas vendas de porta em porta evitando o risco de contaminação. O ganho obtido neste cenário provém do site que continua oferecendo segurança e praticidade aos consumidores sem saírem de suas casas.

3.2.2 AMBIENTE DEMOGRÁFICO

Localizada no centro leste do estado de São Paulo, a cidade de São João da Boa Vista possui uma população de 83.639 habitantes segundo o IBGE, conforme o Censo de 2010. São João possui uma população de homens equivalente a 40.546 e 43.093 de mulheres, em termos de porcentagens pode se dizer que a cidade é composta por 48,48% de homens e 51,52% de mulheres. A densidade demográfica é de 161,96 hab/Km², segundo esta fonte a média salarial dos trabalhadores formais desta cidade é de 2,5 salários mínimos comparado a outros municípios. A cidade obtém uma das maiores taxas de escolarização entre pessoas de 6 a 14 anos atingindo 97,2 % , sua economia per capita é de R\$ 32.449,24. A taxa de mortalidade em São João da Boa

Vista é de 15,97 para 1000 crianças nascidas vivas. O município possui 415 indústrias, sendo que 1.404 prestam diversos serviços, 42 agronegócios, e 10 agências bancárias, obtendo também mais de 1500 estabelecimentos que conta com o suporte da Associação Comercial e Empresarial local. A cidade zela pelo crescimento de economia e este foi um fator primordial para a Follow Makeup escolher como sede e centro de distribuição de sua empresa.

3.2.3 AMBIENTE NATURAL

A Empresa Follow Makeup optou em oferecer um produto sustentável, pois acredita que aumentará ainda mais o interesse dos consumidores pelo seus produtos. Seus princípios atentam às questões pertinentes de seus clientes quanto ao uso dos elementos usados nas composições de suas bases, fazendo o uso de embalagens biodegradáveis e refis, a empresa trabalha com um laboratório que possui instrumentos modernos e passa por um rígido controle e que tem interesse em levar um produto final com total segurança sem agredir o meio ambiente e a inexistência de testes em animais.

As matérias primas estabelecidas para a produção de cosméticos geralmente não oferece nenhum risco à saúde, pois a quantidade desses elementos em suas fórmulas são rigorosamente controladas. Por se tratar de um cosméticos não há existência de sazonalidade, visto que se trata de um produto que pode ser usado em qualquer época do ano sem sair de moda.

3.2.3.1 Ambiente sócio-cultural

Os fatores sócio-culturais de alguma maneira atuam e dominam os hábitos dos consumidores e estão ligados ao meio que se vivem e isso naturalmente acontecem com suas escolhas e algumas dessas escolhas são reações da convivência com a família, local de trabalho a presença de amigos, costumes religiosos e assim sucessivamente.

Dentro do cenário em que seus produtos se encontram, independentemente da classe social ou cultural, as mulheres buscam na maquiagem uma maneira de levantar a

autoestima. Essas pessoas procuram cada vez mais cuidar da aparência e de seu bem estar.

Como mencionado parágrafos acima, este mercado vem demonstrando um crescimento muito significativo neste ramo, pois mesmo em tempos de crise o cliente não deixa de usar algum cosmético. Os meios de comunicação contribuem para o crescimento desse setor. O ponto de vista de muitos consumidores se baseiam no marketing de TVs , rádios, revistas, tendências que aparecem nas ruas entre outras, fazendo de tudo isso uma referência.

O consumidor também tem a preocupação direcionada à sustentabilidade principalmente entre as classes sociais A e B e aos poucos está atingindo todos os níveis sociais. O público consumidor da base Follow Makeup busca em seus produtos a satisfação de obter um cosmético que não agride a pele e respeite o meio ambiente.

3.2.4 AMBIENTE TECNOLÓGICO

Por se tratar de uma empresa recém inaugurada, a Follow Makeup apresenta a necessidade de estar totalmente atualizada ao quesito tecnologia. A empresa acompanha o desenvolvimento de suas campanhas e atualmente conta a internet como forte aliada, além de possuir representantes de suas marca através das vendas em catálogos, possui também várias redes sociais, das quais são feitas divulgações de seus produtos e para obter uma aproximação maior com o público alvo.

Através desses canais são disponibilizados meios que facilitam a comunicação entre a Follow Makeup e o consumidor. Sempre compenetrada principalmente aos comentários, sejam eles perguntas ou não. Caso haja algum comentário negativo, é absolvido como algo construtivo para haja uma melhora na imagem da empresa. As

plataformas são atualizadas frequentemente com imagens e informações relevantes dos produtos.

3.2.4.1 Ambiente político-legal

O ambiente político- legal para o mercado de cosméticos e demais segmentos que envolvem esta linha, é muito rigoroso. Por se tratar de um cosmético, é de suma importância que o produto tenha registro junto a Anvisa (Agência Nacional de Vigilância Sanitária), este órgão é vinculado ao Ministério da Saúde, onde sua principal função é proporcionar a vistoria sanitária na elaboração de produtos e serviços.

Outro ponto de extrema importância para a Follow Makeup é o acompanhamento da produção dos cosméticos que são produzidas na cidade de Ribeirão Preto e como são feito os descartes dos resíduos químicos que compõem as fórmulas das bases Follow Makeup. Futuramente a empresa tem o propósito de implantar o recolhimento de suas embalagens. Com esta prática a empresa demonstra sua atenção com a sustentabilidade e com a logística reversa que deve ser introduzida nas empresas como estabelece a Política Nacional de Resíduos Sólidos.

4 SOBRE O PRODUTO

4.1 DESCRIÇÃO DO PRODUTO

A Base Líquida Matte Follow Makeup é um produto cosmético para pele, que contém em sua fórmula micropartículas de cor e pó, oferecendo um aspecto de pele uniforme com alta cobertura e longa duração.

Criada em fevereiro de 2020 a contar a partir da criação da marca, a Base Follow Makeup tem em sua produção 16 variações de cores no produto provenientes de uma fórmula com vitamina E que auxilia como lubrificante e hidratante para a pele junto com um heterogêneo de peptídeos bioativos de colágeno (processo controlado de colágeno) essencial para o funcionamento do metabolismo do colágeno na pele que

resulta em uma pele firme, saudável e com aspecto mais jovem.

4.2 BENEFÍCIO CENTRAL, PRODUTOS BÁSICO E AMPLIADO

A Base Follow Makeup tem como benefício central um produto de alta durabilidade para mulheres que não possuem tempo na rotina do dia a dia para se maquiar. Com a nova fórmula em um curto espaço de tempo é possível se maquiar realçando a beleza do rosto com uma make simples e sutil sem deixar de lado o glamour.

Logo, o produto básico trata-se de uma base líquida mate que contém em sua fórmula hidratantes e proteção UVA e UVB, protegendo dos raios solares e evitando o envelhecimento precoce. Possui um design super prático facilitando o manuseio diário.

Contudo a base Follow Makeup oferece aos seus consumidores atendimento personalizado através da equipe de revendedores, com instruções de uso e orientação de qual produto condiz com sua pele, além de dicas para presentear. Através de suas redes sociais é possível estar por dentro de ofertas exclusivas, como o frete grátis para todo o Brasil nas compras acima de R\$150,00. A Follow Makeup conta também com um sistema de pós venda, com uma equipe especializada e focada na satisfação do cliente.

4.3 PRODUTO DE CONSUMO OU ORGANIZACIONAL

A Base Líquida Mate Follow Makeup é um produto de consumo para pessoas físicas. Ela é focada em um público que gosta de se cuidar, que procura elevar sua auto estima através de um produto de qualidade.

Voltada para pessoas comuns que fazem maquiagem em casa, no carro ou no transporte, inclusive, maquiadores profissionais e youtubers de canais de maquiagem.

4.4 ATRIBUTOS DO PRODUTO

Oferece benefícios comparado à Base da marca Mary Kay, sua fórmula de qualidade equipara com a concorrente. Ela possui alta cobertura, hidratação e proteção solar, fórmula criada para peles mistas à oleosas.

Sua nova fórmula promete uma longa duração, por até 24 horas resistente ao suor com aspecto natural sem deixar de cobrir as imperfeições. No que se refere às demais concorrentes

A Follow Makeup possui um designer super prático que facilita o manuseio diário. Essa embalagem foi projetada a fim de atender as expectativas de seus consumidores que além de adquirir um produto de alta qualidade, também proporcionou uma grande identificação com o produto, ao atender suas necessidades.

5 SERVIÇOS

5.1 APLICABILIDADE E PERCEPÇÃO DOS SERVIÇOS

Nessa etapa de estruturação do desdobramento dos 4P(s) do marketing os procedimentos utilizados na produção da base líquida de maquiagem são executados com responsabilidades e sucesso, caso não seja de forma eficaz é reaplicado treinamentos para os colaboradores que atuam no processo.

O processo de produção dessas bases são emulsões com particularidades que devem ser administradas com o objetivo de evitar problemas no produto final, as análises técnicas são importantes para avaliar a qualidade do produto.

A produtividade é medida de acordo com o plano de ação da empresa, o ponto principal é diminuir o tempo de reparo de cores das bases de modo que aumente a produtividade e tenha a certeza de ter liberado um produto final com a qualidade demandada. Todos os colaboradores são envolvidos no processo de entregar ao cliente um produto de qualidade que atinja a meta.

Diante dos 4P(s) do Marketing a empresa Follow Makeup revela que sua promoção é feita através de canais de divulgação, em seu site, redes sociais como Facebook, Instagram e catálogos por meio de seus revendedores.

Em questão de Preço, sua base é vendida a um valor acessível de R\$ 59,90, onde a empresa consegue atender várias classes sociais e tem como estratégia atrair novos consumidores facilitando as compras online, não atribuindo frete em compras acima de R\$ 150,00.

A empresa Follow Makeup não possui uma loja física, suas vendas são feitas através do site e também por revendedores mediante catálogos.

A empresa tem como objetivo proporcionar um produto de alta qualidade buscando atender as necessidades de seus consumidores. A base Follow Makeup é um produto que proporciona uma aparência de pele uniforme com alta cobertura e longa duração. Possui em sua produção uma variação de 16 cores, para pele mistas à oleosas, e dispõe de uma embalagem prática que auxilia o manuseio diário.

Atenta aos cuidados de sua imagem o perfil do site de vendas revela cores agradáveis, palavras motivadoras que atrai o perfil do público alvo. Seu atendimento através do canal direto e através dos revendedores mostra seu cuidado em atender as necessidades que os clientes possuem.

5.2 EXCELÊNCIA E NÍVEIS DE QUALIDADE

A empresa utiliza medidas para quantificar a qualidade dos processos de produção, até mesmo para qualificar as proporções e quantidades da fórmula utilizada nos procedimentos.

Dessa forma, o compromisso da Gestão de qualidade da empresa é atender a legislação dentro da teoria ISO 9000:2008. Se houver necessidade de fazer correções em processos já existentes para que a melhoria seja inserida, há uma participação dos níveis hierárquicos e capacitação de todos os envolvidos da empresa.

Dentro dos processos de medição de qualidade a empresa faz uso da ferramenta PDCA (Plan Do Check Act) que opera na resolução de problemas e melhorias nos processos, sua utilização proporciona melhorias constantes através de transformações e rupturas de padrões.

Os objetivos da Follow Makeup é atender todas as necessidades do cliente, no estudo de perfil do público alvo foi aplicado uma pesquisa de satisfação, tendo como objetivo o rico levantamento de informações tais como as preferências dos clientes, as falhas e as viabilidades de melhoramentos do produto.

5.2.1 PESQUISA DE SATISFAÇÃO

1. Qual a sua reação em relação ao nosso site?: Analisa o grau de atração do cliente ao visualizar o conjunto de páginas do site.
2. Ao visitar o site Follow Makeup você considera agradáveis as cores utilizadas juntamente com as imagens, acredita que elas correspondem com o propósito da empresa em levar entusiasmo ou elas atrapalham a visão do cliente na procura de algo?: Explora a harmonia de emoções recebidas pelo cliente e o estímulo do desejo de compra.
3. Você considera o nosso produto confiável?: Estuda o grau de confiabilidade do cliente.
4. Como você avalia o nosso canal de atendimento?: Considera como são transmitidas as informações necessárias, se são transmitidas informal ou de maneira útil e relevantes.
5. Você acredita que o nosso produto possa ter vantagem em relação aos nossos concorrentes?: Examina o potencial de influência que a concorrência exerce sobre os clientes.
6. Você indicaria o nosso produto à alguém?: Prevê a velocidade do marketing boca a boca através do contentamento de compra e utilização do produto.
7. Como você avalia o nosso produto?: Explora a qualidade do produto.
8. Todas as informações sobre a empresa e o nosso produto são claras e objetivas?: Investiga a credibilidade e confiança que a empresa passa através de sua imagem.

A partir das respostas obtidas e das observações feitas da empresa, conclui-se que o site Follow Makeup possui páginas bem estruturadas, as cores juntamente com as

imagens são agradáveis. Os dados dispostos revelam a legitimidade e confiabilidade da empresa retratada.

Para minimizar os riscos de concorrência, é necessário atualizações constantes e otimização do site, com o designer responsivo os bons resultados continuaram surgindo no decorrer das pesquisas de satisfação feitas pela Follow Makeup.

5.3 TIPOS DE VAREJO

A empresa Follow Makeup busca destaque no mercado através do varejo físico e digital. Seu canal de vendas através do site é atrativo e enérgico, facilitando as formas de pesquisas de produtos e preços para que o consumidor tenha a melhor experimentação de compra, com possibilidades de relação e comunicação entre a empresa e o cliente.

Outro varejo que a empresa comanda é o varejo físico através da interação dos revendedores com os clientes no momento da compra. Essa é uma forma da empresa estar atenta às necessidades de clientes com hábitos presenciais de compra e que possuem satisfação na escolha e aquisição do produto no momento em que finalizam a compra.

6 O PREÇO

6.1 DESCRIÇÃO DA BASE DO PREÇO

A formação do preço da base líquida para maquiagens partiu da margem de lucro que a empresa deseja obter com a venda deste produto, foi realizado um balanço das despesas fixas e dos custos variáveis que a empresa teve atrelado ao produto.

Inclusive, para definir o preço também foi realizada pesquisas com os concorrentes diretos, para a precificação estar adequada ao que o cliente espera daquele produto.

7 SOBRE A PRAÇA

7.1 CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO UTILIZADOS

A distribuição dos produtos da Follow Makeup é realizada por meio do canal direto da empresa com o consumidor final, através do site da empresa devido à loja ser em ambiente virtual.

Além do canal direto a empresa possui o formato de canal de distribuição por meio dos intermediários. Dessa forma a empresa trabalha com a entrega de produtos por meio dos revendedores que remetem pedidos ao fabricantes. Os revendedores da Follow Makeup vão até as casas dos clientes, mostram os produtos e são autorizados a distribuir de forma exclusiva visto que eles carregam a imagem da empresa.

7.2 MODELO DE DISTRIBUIÇÃO

Ao aplicar os canais de distribuição a Follow Makeup estabeleceu apenas um tipo de intermediário que são os revendedores autorizados a ofertar os produtos de forma Seletiva, em razão do perfil do público alvo que procura por esse tipo de produto em compra comparada. Além da busca desempenhada da empresa pela valorização da marca, permitindo a Follow Makeup ter uma grande abrangência de mercado e menos custos.

8 PROMOÇÃO

As características de ofertar o produto que a Follow Makeup utiliza está aliado ao marketing direto que a empresa realiza em seu site. O consumo pelo site permite aos clientes descontos e promoções especiais para a fidelização dos mesmos. Seu modo de evidenciar o diferencial do seu produto mostra o nicho de mercado que a empresa Follow Makeup quer alcançar considerando as necessidades dos clientes.

Uma estratégia que a empresa utiliza através dos intermediários são as instruções de uso do produto através dos atendimentos personalizados. Sua relação com os revendedores é de forma bilateral, com benefícios de autonomia de vendas junto com os sorteios e premiações concedidas pela empresa.

9 ESTRATÉGIA DIGITAL

A empresa Follow atesta a importância do marketing digital e reconhece que é de extrema necessidade ter essa ferramenta como suporte no desenvolvimento da divulgação dos produtos, custos, comunicações e entregas. Atualmente a empresa conta com o auxílio de uma assistente de marketing que é responsável pela elaboração da publicidade dos produtos nas redes sociais, ela também auxilia nas realizações de pesquisas reconhecendo a descrição do perfil dos consumidores através do site, facebook e instagram.

O site da empresa Follow Makeup é muito versátil, pois possui páginas bem elaboradas, cores e imagens relevantes e todo conteúdo divulgado é plausível e confiável pois trata-se da real imagem da empresa. As atualizações das redes sociais são feitas semanalmente com a divulgação de promoções, vídeos e dicas.

A empresa conta também com a coparticipação dos canais de youtubers. Logo, a empresa se preocupa com a preferência do cliente em relação a algum produto ou serviço oferecido pela Follow Make. Todos os canais de comunicação da Follow Makeup estão a disposição nos aparelhos IOS e androids, levando até os clientes e consumidores praticidade, modernidade, confiabilidade e segurança na aquisição dos produtos.

Em um investimento posterior a empresa pretende divulgar o produto em um formato para aumentar sua visibilidade que será o banner. Acredita-se que irá atingir um maior número do público alvo quando aplicado em outros sites, assim o cliente poderá fazer a compra do produto na hora da visualização do mesmo.

Outro formato a ser utilizado é o post patrocinado. Logo no início esse investimento será feito em blogs, devido ao tipo de produto ser voltado a um grande número de pessoas que seguem dicas de blogueiras.

Para que a Follow Makeup alcance os resultados esperados, as divulgações também serão feitas através de uma ferramenta dentro do Facebook conhecida como Facebook ADS isso assegura que a marca será vista por inúmeras pessoas garantindo vendas promissoras.

Um método de tendência no marketing que será interessante para a Follow Makeup será o Machine Learning que cria dados através das pesquisas feitas pelos consumidores, encontrando rapidamente em grandes dados os padrões de beleza que os clientes procuram, através das movimentações dos consumidores no site será possível indicar algo que esteja de acordo com o seu perfil.

10 PERFIL DO CONSUMIDOR

10.1 ETAPAS DO PROCESSO DE DECISÃO DE COMPRA

1º Etapa Identificar - O público alvo da Follow Makeup são pessoas de diversas classes sociais, que buscam em um produto qualidade, praticidade e durabilidade em um cosmético aplicado no rosto.

2º Etapa Informação - A empresa disponibiliza informações para seus consumidores sobre o produtos e serviços. A base follow makeup é um produto de praticidade, durabilidade e alta cobertura e o melhor da base é que ela não agride a pele, pois contém em sua fórmula micropartículas de pó auxiliando nos cuidados da pele entre outros benefícios. A empresa trabalha com um grupo de revendedores que possuem o produto a pronta entrega.

3º Etapa Compra - No ato da compra o cliente verifica toda informação obtida sobre o produto e analisa as formas de pagamento. O atendimento do revendedor é um diferencial, pois todo consumidor quer atenção e todas informações sobre o produto oferecido, impactando o cliente e favorecendo uma imagem positiva para a empresa.

4º Etapa Consumo - Após a compra o serviço pós venda continua, pois a satisfação do cliente determinará o sucesso da marca vinculado ao produto comprado. Portanto somente após o consumo o cliente dará certeza da qualidade do produto.

5º Etapa Avaliação - A avaliação é a responsável pela fixação da marca no mercado. Os clientes com ênfase nas informações obtidas e após o consumo do produto fazem a análise de qualidade, o que servirá para compras futuras feitas por outros consumidores.

6º Etapa Descarte - Se o produto não atende a necessidade do consumidor, a empresa busca através de pesquisas qualificar os produtos e assim reconhecer o perfil de seus consumidores.

10.2 INFLUÊNCIAS MONITORADAS PELA EMPRESA

A Follow makeup monitora todos os fatores disponíveis ao consumidor, os principais são pessoais e psicológicos. O consumidor que encontrar benefícios e qualidade em um produto, conseqüentemente efetuará a compra muitas vezes por curiosidade para provar sua eficiência, e isto influencia outros consumidores a realizar a compra e testar o produto, nesta demanda o fator pessoal é o que mais atribui.

Por exemplo: “ Mulher quando se depara com uma propaganda com todas as informações, alta cobertura que não prejudica pele entre outros benefícios, fica ansiosa e querendo saber mais sobre o produto. Onde encontrar, como adquirir, as formas de pagamentos entre outras informações. ” Como resultado o lado pessoal e psicológico do cliente é atingido, tornando o fiel a sua marca.

10.3 EXIGÊNCIAS DO CONSUMIDOR

As exigências dos consumidores são as principais para qualificar o produto ou serviço. Como pode se ver há muitas reclamações de clientes contra a empresa, por diversas vezes o produto não chegar da forma correta e até mesmo com defeitos.

Pode acontecer também que a empresa propõe uma qualificação ao consumidor e acaba não cumprindo com o que foi oferecido, isto prejudica a imagem da empresa e causa clientes insatisfeitos com o atendimento da forma que seu problema não foi resolvido.

Em razão disso a Follow Makeup se dedica para que o seu produto ou serviço chegue adequadamente para seus consumidores diante da proposta estabelecida pela empresa.

10.4 MONITORAMENTO DA SATISFAÇÃO DO CONSUMIDOR

O monitoramento da satisfação do cliente é uma das principais partes para saber como seu produto está no mercado, se ele está dentro do padrão esperado pelos consumidores e suprindo suas necessidades.

A empresa acompanha o nível de satisfação através das páginas de seu site relacionadas à Pesquisa de Satisfação e Fale Conosco. Outro modo utilizado para monitorar a satisfação dos consumidores é o contato direto de revendedores com clientes, neste ponto o cliente tem a oportunidade de dar um feedback satisfatório ou não em relação ao produto, expondo os fatores que precisam ser aprimorados.

11 CONCLUSÃO

Este trabalho teve grande importância para o aprofundamento de conhecimentos, viabilizando a pesquisa e propiciando o desenvolvimento do diagnóstico de marketing, destacando a empresa Follow Makeup acerca dos benefícios e dificuldades de uma prática de marketing para eficiência e desempenho da organização.

O conceito de uma boa gestão do marketing provém da indispensabilidade do ideal funcionamento de todas as áreas da empresa. Logo, é necessário que a companhia esteja capacitada a exercer todos os processos de planejamento e execução, com conhecimento nas ferramentas do marketing.

Acredita-se que o estudo realizado na empresa Follow Makeup aponta que a empresa possui diferencial com estratégias de marketing que é aplicada para compreender seu público alvo e conhecer seus concorrentes. Além disso, a Follow Makeup atenta para satisfazer as necessidades do consumidor através de atendimentos personalizados priorizando os diferentes tipos de perfis de cada comprador, conduzindo seus clientes a fim de criar a necessidade para que eles consumam a Base Líquida Matte Follow Makeup.

Na vertente de mudanças do mercado atual, a empresa encontra desafios relacionados à Pandemia do coronavírus, condição pela qual o país e o mundo está passando. As empresas que vendem produtos de beleza sofreu uma queda significativa em suas vendas. Diante esse cenário é necessário que a Follow Makeup tenha eficiência na execução dos processos internos para otimizar o tempo e diminuir os custos de produção. Analisando sua eficácia, garantindo para o cliente que o produto chegará em suas mãos antes do prazo determinado.

Em relação à concorrência, a empresa apresenta um produto de qualidade e benefícios que equipara com empresas do mesmo segmento. Portanto a Follow Makeup estuda o perfil do seu público alvo para estar cabível em questão de preço e benefício do produto.

Os materiais disponibilizados nas aulas propiciou e enriqueceu as pesquisas e análises do mercado. Foi preciso integrar informações tais como: o perfil do público alvo e a força dos concorrentes nesse ramo de atuação do varejo de cosméticos, com o objetivo de desenvolver o know how em termos de venda e marketing de relacionamento com o cliente.

Assim, quanto mais análises e pesquisas serem feitas na empresa retratada, melhor será a aplicação de recursos para uma boa gestão de marketing e inteligência estratégica para atuar no mercado competitivo. Em um estudo posterior pode-se aprofundar sobre a dificuldade de novos planos de marketing e crescimento financeiro das organizações.

12 REFERÊNCIAS

Administradores. Disponível em:

<<https://administradores.com.br/artigos/como-avaliar-os-concorrentes-direto-e-indireto>>

. Acesso em: 15 de abril de 2020.

Beauty Fair. Disponível em:

<<https://beautyfair.com.br/crescimento-do-mercado-de-beleza-significa-investimento-e-m-educacao/>>. Acesso em: 21 de abril de 2020.

Exame. Disponível em:

<<https://exame.abril.com.br/pme/4-dicas-para-divulgar-sua-marca-com-pouco-ou-nenhum-dinheiro/>>. Acesso em: 14 de abril de 2020.

Farmacon Jr. Disponível em: <<https://farmaconjr.com/>>. Acesso em: 12 de abril de 2020.

G1- O portal de notícias da Globo. Disponível em:

<<https://g1.globo.com/economia/noticia/2020/02/26/entenda-os-impactos-do-avanco-do-coronavirus-na-economia-global-e-brasileira.ghm>>. Acesso em: 21 de abril de 2020.

IBGE Cidades. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/>>. Acesso em: 21 de abril de 2020.

Meio & Mensagem. Disponível em:

<<https://www.meioemensagem.com.br/home/ultimas-noticias/2017/03/21/avon-cria-persona-digital.html>>. Acesso em: 15 de abril de 2020.

Mega Curiosidades. Disponível em:

<<https://megacuriosidades.net/por-que-as-mulheres-usam-maquagem/>>. Acesso em: 14 de abril de 2020.

Portal Educação. Disponível em:

<<https://www.portaleducacao.com.br/conteudo/artigos/esporte/marketing-estrategico-variaveis-socioculturais/41927>>. Acesso em: 25 de abril de 2020.

Sebrae. Disponível em:

<<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/bis/como-elaborar-um-plano-de-marketing.084b6484b071b410VgnVCM1000003b74010aRCRD>>. Acesso em: 01 de abril de 2020.

Sebrae. Disponível em:

<<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/como-definir-os-canais-de-distribuicao-do-seu-produto.bfbe7e0805b1a410VgnVCM1000003b74010aRCRD>>. Acesso em: 10 de abril de 2020.

Sinergia Publicidade. Disponível em:

<<https://www.sinergiapublicidade.com.br/o-que-e-e-como-fazer-um-diagnostico-de-marketing-realista/>>. Acesso em: 01 de abril de 2020.

Valor Econômico. Disponível em:

<<https://valor.globo.com/empresas/noticia/2020/04/16/venda-de-produto-de-higiene-e-beleza-cai-ate-15.ghtml>>. Acesso em: 13 de maio de 2020.

Visor Notícias. Disponível em:

<<https://www.visornoticias.com.br/noticia/3867/pesquisa-mostra-perfil-do-consumidor-do-mercado-de-beleza-e-bem-estar>>. Acesso em: 25 de abril de 2020.

13 ANEXOS

Essa parte está reservada para os anexos, caso houver, como figuras, organogramas, fotos etc.