



UNifeob

**PROJETO
INTEGRADO**

**ESCOLA DE
NEGÓCIOS**

2020



UNIFEOB

Centro Universitário da Fundação de Ensino Octávio Bastos

ESCOLA DE NEGÓCIOS

ADMINISTRAÇÃO

PROJETO INTERDISCIPLINAR

DIAGNÓSTICO DE MARKETING

DELIVERY SUPERMERCADO

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO 2020

UNIFEOB

Centro Universitário da Fundação de Ensino Octávio Bastos

ESCOLA DE NEGÓCIOS

ADMINISTRAÇÃO

PROJETO INTERDISCIPLINAR

DIAGNÓSTICO DE MARKETING

DELIVERY SUPERMERCADO

MÓDULO DE GESTÃO DE MARKETING

Marketing de Serviço e Varejo - Prof. Elaine 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:

Douglas Henrique Boldrin, RA 18000483

Guilherme Mariano de Oliveira, RA 18000349

Leonardo Correa Imafuku, RA 18000297

Natan Peixoto Pereira Mourão, RA 18002277

Valter Gustavo Massaro Pozzer, RA 18000354

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

JUNHO 2020

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	6
2 DESCRIÇÃO DA EMPRESA	7
3.1 FATORES DE INFLUÊNCIA DO MICROAMBIENTE	8
3.1.1 FORNECEDORES	8
Por se tratarem de um aplicativo delivery, os fornecedores seriam diretamente os supermercados cadastrados, pois são eles que trariam todos os itens para o aplicativo.	8
3.1.2 PÚBLICO DE RELEVÂNCIA	8
3.1.3.1 Persona	8
O número crescente de opções no mercado tem tornado os consumidores cada vez mais exigentes. Com isso, empresas que apresentam propostas ultrapassadas e desalinhadas à demanda do mercado podem ficar para trás. Desse modo, estar atento aos concorrentes diretos e indiretos é imprescindível.	9
3.1.4.1 Concorrentes Diretos	9
3.1.4.2 Concorrentes Indiretos	10
3.1.5 INTERMEDIÁRIOS	10
3.2 FATORES DE INFLUÊNCIA DO MACROAMBIENTE	10
3.2.1 AMBIENTE ECONÔMICO	11
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	12
3.2.4.1 Ambiente político-legal	13
4 SOBRE O PRODUTO	13
4.1 DESCRIÇÃO DO PRODUTO	13
4.2 BENEFÍCIO CENTRAL, PRODUTOS BÁSICO E AMPLIADO	13
4.3 PRODUTO DE CONSUMO OU ORGANIZACIONAL	13
4.4 ATRIBUTOS DO PRODUTO	13
5 SERVIÇOS	14
5.1 APLICABILIDADE E PERCEPÇÃO DOS SERVIÇOS	14
5.3 TIPOS DE VAREJO	15
6 O PREÇO	15
6.1 DESCRIÇÃO DA BASE DO PREÇO	15

7 SOBRE A PRAÇA	15
7.1 CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO UTILIZADOS	15
7.2 MODELO DE DISTRIBUIÇÃO	15
8 PROMOÇÃO	16
9 ESTRATÉGIA DIGITAL	16
10 PERFIL DO CONSUMIDOR	16
10.1 ETAPAS DO PROCESSO DE DECISÃO DE COMPRA	16
10.2 INFLUÊNCIAS MONITORADAS PELA EMPRESA	17
10.4 MONITORAMENTO DA SATISFAÇÃO DO CONSUMIDOR	18
11 CONCLUSÃO	19
12 REFERÊNCIAS	20
13 ANEXOS	
Site Criado.	
Página Face.	21

1 INTRODUÇÃO

Nosso projeto consiste na divulgação de um aplicativo que permite ao consumidor realizar suas compras em algum supermercado de São João da Boa Vista sem que saia do conforto de sua casa. Por ser uma ideia inovadora que ainda não está implantada no mercado, decidimos estudar a fundo as possibilidades para saber se é algo que teria a aprovação do público. Iremos fazer um estudo das estratégias do produto e serviço, analisando o mercado em que estamos situados, faremos uma relação de preço pegando de base a concorrência, iremos analisar a fundo os canais de comunicação buscando mecanismos para atingir o cliente da melhor forma e iremos visar, principalmente, no desenvolvimento do site e rede social do aplicativo.

2 DESCRIÇÃO DA EMPRESA

Supermercado Delivery Ltda. se encontra no seguinte local, Rua: Coronel Domingos Teodoro, número: 365, bairro: Vila Conceição, na cidade de São João da Boa Vista CEP:13872-006 e com o CNPJ : 07.024.426/0001/01

A forma jurídica da empresa será Sociedade Limitada, pois prevê a limitação de responsabilidade dos sócios de acordo com a sua participação, a Ltda. protege o patrimônio de todos os sócios em caso de falência já que a empresa é formada por cinco sócios. O CNAE da empresa é: - (5320-2/02)-Serviços de entrega rápida.

A empresa Supermercado Delivery trabalha através de um aplicativo que fornece todos tipos de produtos , a empresa trabalha com diversas parcerias sendo os principais supermercado da cidade onde atua, tais como: Corso, Sempre Vale, Big Bom, Marino entre outros. O cliente escolhe no aplicativo o produto que deseja comprar no supermercado de preferência. Após a compra funcionários da empresa realizam a coleta e entrega em menos de 60 minutos.

Os clientes da empresa Supermercado Delivery são tanto as pessoas de classe alta como também de média e baixa, aquelas pessoas que não tem tempo para ir fazer suas compras, aqueles clientes que não tem um meio de locomoção para ir às compras e também economizar o seu tempo tanto nas filas ou trânsitos.

Consideramos os principais concorrente os supermercados que não quiseram entrar em parceria com o Supermercado Delivery e que também atua na área de entrega. Já que na cidade também atua outros diversos tipos de entrega como motoboys e táxi que fazem entregas podem ser um concorrente, mas que não afetam diretamente.

3 PESQUISA MERCADOLÓGICA

3.1 FATORES DE INFLUÊNCIA DO MICROAMBIENTE

Microambiente empresarial sendo composto por fatores próximos á empresa, acaba tendo um ponto direto com a competitividade, sendo até mesmo influenciado por política, fornecedores, prestadores de serviços, próprios clientes, sendo a ser considerado tanto o ambiente interno quando o ambiente externo. Por se tratar de um aplicativo delivery de supermercado, os clientes seriam diversos tipos de pessoas independentes do sexo que fazem compras em supermercados ou até mesmo que consomem itens de um supermercado e que tenha um smartphone com capacidade da instalação do aplicativo.

3.1.1 FORNECEDORES

Por se tratarem de um aplicativo delivery, os fornecedores seriam diretamente os supermercados cadastrados, pois são eles que trariam todos os itens para o aplicativo.

3.1.2 PÚBLICO DE RELEVÂNCIA

Os públicos com a maior relevância seria os próprios colaboradores como um exemplo os supermercados, pois eles terão grande poder de influenciar na forma da venda dos seus produtos e também os clientes dos nichos da entrega expressa, pois seriam de um certo modo os mais exigentes na agilidade da entrega.

3.1.3 PÚBLICO ALVO

O público alvo seria todas as pessoas que não obtêm de tempo para fazer suas compras ao mercado ou aquela pessoa que exige uma condição especial para estar-se locomovendo até o supermercado sendo elas, pessoas com deficiência, pessoas que não obtêm veículos de locomoção, ou que reside em uma grande distância de algum mercado mais próximo.

3.1.3.1 Persona

A grande maioria dos clientes gostam de comprar o que são oferecidos especificamente para eles, o produto é bem melhor aceito se for baseado no perfil do cliente.

Dessa forma nosso cliente ideal “persona” seria aquela pessoa no qual visa mais a praticidade, o conforto de não sair do seu local para que consiga comprar algum item de sua necessidade em algum mercado.

Faixa etária 16 anos aos 55, sexo masculino e feminino, faixa de salário de R\$ 1.000,00 há R\$ 3.500,00 que residem na cidade de São João da Boa Vista e não próximo aos mercados da cidade, nível de educação básico ao intermediário, frustrações falta de tempo, demora em grandes filas, stress por não encontrar exatamente produto desejado, objetivo de trazer uma facilidade e praticidade com um baixo custo, os produtos do seu agrado, tendo seus (hobbies) pessoas caseiras, ou que gostam de fazer pequenos eventos em suas residências sem se programar, que consomem o conteúdo como:

Séries em aplicativos, novelas, filmes, receitas de churrasco ou culinárias em geral.

Buscando este conteúdo em TV, rede social, internet e whatsapp e que utilizem os aparelhos eletrônicos sendo computadores e smartphones.

3.1.4 CONCORRENTES

O número crescente de opções no mercado tem tornado os consumidores cada vez mais exigentes. Com isso, empresas que apresentam propostas ultrapassadas e desalinhadas à demanda do mercado podem ficar para trás. Desse modo, estar atento aos concorrentes diretos e indiretos é imprescindível.

3.1.4.1 Concorrentes Diretos

O SUPERMERCADO DELIVERY concorre diretamente com um aplicativo já existente e um site que atende basicamente os mesmos objetivos, sendo ele o Delivery Mambo, um forte concorrente, com um diferencial atendendo em lojas físicas em diversos locais espalhados em São Paulo, porém não tem um aplicativo, vende apenas fisicamente e por site. Outro é Supermercado Now pode se considerar um concorrente, pois atua no mercado idêntico ao Supermercado Delivery, mais temos uma vantagem, ela ainda não atende as cidades do interior de São Paulo.

3.1.4.2 Concorrentes Indiretos

Na cidade de São João da Boa Vista encontramos alguns concorrentes direto e indireto, os supermercados que já utiliza o sistema de entrega, e que não optaram por fazer parceria com a empresa, também incluímos como concorrentes os taxis, mototaxi mais que impactam menos.

Seria atualmente uns dos mais forte o próprio whatsapp, pois através dele consegue passar ofertas diretamente e em alguns casos até entrega, próprios aplicativos de alguns supermercados mesmo não realizando entrega consegue levar uma pequena parcela de clientes e por fim alguns pequenos mercadinhos que fazem contato direto com clientes trazendo assim uma fidelidade e proximidade maior do que nosso aplicativo.

3.1.5 INTERMEDIÁRIOS

A empresa acaba tendo algumas parcerias por ser um aplicativo e necessitando do produto para a entrega então fazer uma parceria com o supermercado, que irá distribuir seus produtos para que possa realizar a entrega, com o entregador que irá fazer a entrega dos produtos do supermercado, e com um técnico para que possa montar o aplicativo, e a provedora de internet para deixar o aplicativo sempre online para poder vender os produtos dos supermercado lembrando que a empresa só irá apoiá-lo colocando os seus preços e entregando para que o cliente não perca tanta energia de ir procurar o produto que ele deseja, só com alguns cliques ele irá encontrar o preço do seu produto.

3.2 FATORES DE INFLUÊNCIA DO MACROAMBIENTE

Alguns fatores que podem acabar influenciando de fora para que o aplicativo acabe não tendo um feedback, seria o supermercado acabar não fazendo um contrato com a empresa, pois sem seu contrato o aplicativo não irá poder fazer suas vendas essa seria uma fraqueza, outra seria os colaboradores capacitados para fazer esse tipo de entrega tendo que ter uma logística muito grande para que possa entregar de todos os supermercados acaba sendo difícil de encontrar, ou alguma influência como está

acontecendo agora todos em sua casa pode dar uma influência muito boa para gente em meio dessa crise, pois eles podem pedir pelo aplicativo e a empresa contratada entrega, um fator que jamais pensamos que ia acontecer o COVID-19. Outra influência sendo ela a tecnologia e demográfica e que muitos dos clientes jovens, adultos e etc, utilizam redes sociais onde o marketing é mais influente, e procuram coisas novas e além disso rápida e fácil de utilizar, e ainda tendo o pouco gasto de energia para achar o produto certo.

3.2.1 AMBIENTE ECONÔMICO

A empresa acabaria fazendo um apoio sobre o serviço do aplicativo para os supermercados e a entrega do produto que seria grátis e expresso que traz algum benefício para expresso, custando cinco reais sendo mais rápido a entrega e tendo uma caixa diferente que a pessoa iria adorar, pois ela pode ser devolvida e os produtos durariam mais tempo nela, o custo seria sobre o preço do supermercado para o consumidor final se ele quiser pode comprar o expresso ou a entrega grátis.

Um custo para a empresa seria a mão de obra para fazer o aplicativo e a mão de obra para a entrega dos produtos para o consumidor, e o lucro seria sobre as vendas expresso e o nosso contrato para utilização do aplicativo do supermercado.

Caso ocorra alguma mudança no mercado o custo dos produtos poderiam acabar tendo um preço maior para o cliente, e para o nosso contratante, qualquer mudança ou cobrança de qualquer mão de obra aumentaria significativamente para o consumidor final e o consumidor que está utilizando nosso serviço que é o supermercado que fez um contrato com a empresa, um exemplo é a nossa mão de obra do aplicativo ele pode custar mais por que o serviço pode ser maior então teríamos que aumentar o valor no nosso serviço.

3.2.2 AMBIENTE DEMOGRÁFICO

Sendo a cidade de São João da Boa Vista e depois focaremos nas outras regiões, pois uma Cidade grande, com bastante supermercados, e onde se encontra a Unifeob, e a cidade tem uma taxa alta de crescimento e de educação, além disso o nosso foco seria as pessoas jovens, adultos e idosos, qualquer tipo de pessoa que não tem tempo, ou não

consegue se locomover até o supermercado, sendo de mulheres e homens com um marketing focado para qualquer sexo, ofertas para mulher e ofertas para homens.

3.2.3 AMBIENTE NATURAL

Qualquer produto que por conta acabe aumentando como um exemplo vegetais irá aparecer no aplicativo, se a gasolina também aumentar o preço da entrega dos produtos aumenta então o contrato também ficará mais caro para a empresa e pro supermercado, então o'que a gente não tem controle como a gasolina o custos dos produtos do supermercado a energia gasta para que o aplicativo fique online, pode resultar em um aumento sobre o contrato ou sobre a venda dos produtos, mas estará a mostra no aplicativo o preço e o por que acabou aumentando.

3.2.3.1 Ambiente sócio-cultural

Se a empresa acabar vendendo um produto e deixar que a caixa de entrega acabe ficando em muitos lugares nas ruas a empresa ficará com uma visão ruim então a empresa pegara as caixas que ficam tumultuadas em lugares específicos como no supermercado e também quando for uma segunda ou terceira entrega com o consumidor se ele quiser devolver. E se alguma empresa está fazendo algo irregular como uma entrega ruim a empresa resolverá o problema conversando com o serviço solicitado para que a visão continue a mesma entrega rápida e fácil.

3.2.4 AMBIENTE TECNOLÓGICO

A tecnologia é de extrema importância sem ela a empresa não consegue colocar o serviço para funcionar além do marketing virtual não existiria, e a facilidade de pedir os produtos não aconteceria e também de pedir em sua comodidade, então o impacto para empresa seria imenso onde ela não existiria pois é uma empresa com um aplicativo online ou site. O ponto forte para o aplicativo é a facilidade e com um pequeno gasto de energia para o consumidor, pois o aplicativo mostra o preço dos produtos dos supermercados que fizeram uma parceria com a empresa, e os consumidores não precisam ir aos supermercados ver os preços.

3.2.4.1 Ambiente político-legal

Bom a empresa acaba sendo impactada se a mão de obra ou a empresa de apoio os supermercados forem fechados por estar descumprindo algum acordo ou se por lei o comércio de entrega não poderá acontecer então ficamos sem controle sobre essa parte..

4 SOBRE O PRODUTO

4.1 DESCRIÇÃO DO PRODUTO

É um serviço que liga o mercado ao consumidor por meio de aplicativo ou site, disponibilizando produtos de supermercados próximos à região.

4.2 BENEFÍCIO CENTRAL, PRODUTOS BÁSICO E AMPLIADO

O maior benefício da utilização do nosso serviço é a rapidez nas entregas que faz com que o consumidor receba suas compras da melhor forma sem sair do conforto de sua casa. O produto/serviço básico é as entregas de forma geral, o que é comum a todos os concorrentes. E o produto ampliado, que é o diferencial da nossa empresa, seria o fácil manuseio do aplicativo podendo fazer comparações dos melhores preços, padronização nas entregas (incluindo embalagens personalizadas) e a possibilidade de se obter descontos nas entregas.

4.3 PRODUTO DE CONSUMO OU ORGANIZACIONAL

É um serviço que se enquadra nos dois setores. Além da venda para o consumidor final, entregamos também para organizações, fazendo com que o funcionário que era encarregado de fazer as compras, ganhe tempo para se ocupar em outro serviço.

4.4 ATRIBUTOS DO PRODUTO

Por conta da perecibilidade de alguns produtos, contamos com uma rigorosa padronização de qualidade para atender as exigências da Anvisa. O compartimento onde são armazenados os produtos, devem obrigatoriamente ter: superfície interna feita de material liso, resistente, impermeável, atóxico e lavável. Além disso, é necessário a

utilização de um termômetro para o controle de temperatura. Padronizar a qualidade já é um grande diferencial para os concorrentes, porém, além disso utilizamos duas formas de envio (normal/grátis e a expresso). Com a compra do serviço expresso, enviamos também uma embalagem padronizada com o logo da empresa e reutilizável para que a pessoa possa usar para transportar outros tipos de produtos e propagar a imagem da marca.

5 SERVIÇOS

5.1 APLICABILIDADE E PERCEPÇÃO DOS SERVIÇOS

Trazendo da forma que os 4P(s) sendo produto, preço, praça e promoção definimos em nossa empresa de que se conseguirmos obter essa harmonia nossa intenção tanto da parte de venda quando fidelização com os clientes seria de suma importância para crescimento de nosso aplicativo.

Dessa forma trabalhamos com a condição em relação ao produto como sendo um aplicativo delivery de supermercados da região de São João da Boa Vista que fará a ponte entre clientes e mercados, para realização das entregas dos itens possíveis encontrados dentro deste local de forma que será tudo realizado através de um toque na tela de seu smartphone chegando com total qualidade e praticidade até sua residência.

Logo a questão dos valores serão algo com custo bem acessível pois se tratando de supermercados suas margens não variam muito alto, agregando assim uma maior oportunidade de utilização do nosso aplicativo ficando bom para ambas as partes, além de conseguirmos elaborar pequenas promoções onde possivelmente terão melhores condições de entrega, para os clientes que utilizarem nosso aplicativo semanalmente.

5.2 EXCELÊNCIA E NÍVEIS DE QUALIDADE

Fazemos frequentemente uma pesquisa de satisfação do cliente no site e aplicativo para buscar entender nossas falhas e consertar o mais rápido possível para melhor atender o cliente.

5.3 TIPOS DE VAREJO

Supermercados, especializado nas entregas.

6 O PREÇO

6.1 DESCRIÇÃO DA BASE DO PREÇO

Primeiramente, para fazermos uma parceria com o supermercado é cobrado um valor de R\$ 2.000 para cobrir custos de entrega como: combustível e manutenção de veículos. Em seguida, quando o cliente estiver realizando a compra, será disponível duas formas de envio: a normal e a expresso. A normal não terá custo para o cliente, e a expresso será cobrado um valor de R\$ 5,00 com o benefício da maior rapidez na entrega e a embalagem padronizada e reutilizável.

7 SOBRE A PRAÇA

7.1 CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO UTILIZADOS

Como citado anteriormente é um produto para o consumidor final e para organizações que o próprio “Supermercado delivery” proporciona as entregas (distribuição direta). Os canais de marketing podem ser direto ou indireto. O direto são os anúncios de promoções divulgados em redes sociais e entre outras plataformas. Já o indireto, para que aconteça, é necessário que haja uma proposta de valor muito bem definida, pois assim, haverá a divulgação boca a boca que é muito mais efetiva.

7.2 MODELO DE DISTRIBUIÇÃO

A distribuição é intensiva por se tratar de produtos alimentícios onde são adquiridos com alta frequência, tais como, alimentos, produtos higiênicos, bebidas, etc. Tendo pouco valor agregado, o perfil desses itens exigem que estejam sempre disponíveis, pois o consumidor troca de marca quando não encontra o que procura no momento desejado.

8 PROMOÇÃO

As propagandas são realizadas em plataformas digitais como sites, redes sociais, e principalmente a divulgação feita pelo próprio supermercado parceiro, fazendo com que o cliente tenha mais confiança no nosso serviço sabendo que estamos ligados em uma parceria. As promoções feitas aos produtos são realizadas pelo supermercados e nós apenas divulgamos em nossa plataforma, contudo, temos diversos descontos relacionados à entrega, como por exemplo: compras acima de 200 reais não terá taxa de entrega; embalagens descartáveis que forem devolvidas, terá uma redução de 50% na taxa de entrega (uma forma de tornar nossa empresa sustentável e preocupada com o meio ambiente); e para o cliente que indicar nosso aplicativo, nas próximas duas compras será isento da taxa de entrega.

9 ESTRATÉGIA DIGITAL

O marketing digital é essencial pois as mudanças tecnológicas crescem cada vez mais e para as empresas se manterem e se consolidarem no mercado, é preciso acompanhar essas modernizações. Os profissionais de marketing são da própria empresa e são responsáveis pelo desenvolvimento e manutenção dos respectivos sites e páginas criados para o “Supermercado delivery”. Buscamos trazer o leiaute do site de uma forma com a maior compreensão possível e atualizações frequentes referente aos produtos e promoções. Comentários positivos dos clientes são a melhor forma de atrair outros, por isso, serão públicos os comentários para que possíveis clientes tenham de base outras opiniões e saber se é algo realmente confiável e satisfatório. O aplicativo é a forma mais facilitada que temos para o consumidor realizar a compra, poderá solicitar a entrega em qualquer lugar e o produto chegará da melhor forma até o cliente.

10 PERFIL DO CONSUMIDOR

10.1 ETAPAS DO PROCESSO DE DECISÃO DE COMPRA

Tentaremos resolver o problema ou sua necessidade do cliente de uma forma rápida e fácil de manuseio do nosso aplicativo, com apenas alguns cliques sua escolha de preços e compra de produtos, onde pode ser feito a sua compra utilizando o site, ou aplicativo, que seriam disponibilizados nas redes sociais, site e youtube, anúncios e

propagandas de produtos do supermercado, para que podemos estar gerando leads que gostaria de estar fazendo uma compra rápida e sem dificuldades para encontrar variedades de preços, e tendo em mente receber sua compra sem sair de sua comodidade, produtos higiênico, alimentícios e variados tipos de bebidas, dos diversos supermercados que fizeram uma parceria com a empresa, fazendo com que essas ofertas se tornem visíveis para os cliente que escolham sua decisão de compra.

Além de que ele possa passar a informação que o aplicativo seja fácil de manuseio e a perda de tempo de ir nos mercados para comparar preços dos seus produtos seja desnecessária, pois eles só precisaria de alguns cliques no aplicativo e já estariam em suas mãos todos os preços dos mercados que fizeram uma parceria com a empresa, e tendo uma entrega padronizada e bem feita onde seria contratado uma empresa para que possa nos auxiliar nesse processo de entrega, entregando rápido e sendo direto para que o cliente possa ter uma compra de excelência, e passar o valor da nossa empresa de um forma clara, gerando aquele encantamento de uma compra bem feita e rápida para o cliente se sentir satisfeito de ter escolhido a empresa delivery supermercado.

10.2 INFLUÊNCIAS MONITORADAS PELA EMPRESA

Observamos a percepção e as preferências das pessoas para termos uma noção se nossa empresa está ajudando a facilitar suas compras, ou se elas preferem estar indo até ao mercado pra comprar os seus produtos, e para despertar interesse e atenção das pessoas fazemos propagandas através de redes sociais. Monitoramos também a idade e sexo das pessoas para termos uma margem de quais pessoas utilizam nossos serviços, olhamos as necessidade das pessoa a dificuldade o tempo que elas levam para se locomover até um mercado para fazer sua compra porque ela pode evitar todo esse comprometimento e agindo rápido entrando em nosso site ou aplicativo e fazer sua compra sem precisar se locomover e sem dificuldades.

10.3 EXIGÊNCIAS DO CONSUMIDOR

Levamos em consideração a personalidade de cada cliente para podermos identificar o seu perfil, os influenciadores para atingir um público alvo, a fidelidade do

cliente, e decisão de compra e a pós compra para entender a satisfação do cliente que está comprando com a empresa, se podemos esperar vendas futuras com esse cliente.

10.4 MONITORAMENTO DA SATISFAÇÃO DO CONSUMIDOR

Após as pessoas navegar em nosso site pedimos para que ela preencha um formulário para que possamos monitorar os níveis de satisfação dos clientes, para termos uma noção se nosso site está atendendo suas necessidades e também para saber em quais requisitos podemos está aperfeiçoando.

11 CONCLUSÃO

Vemos que a ideia de negócio é muito promissora se pensarmos no potencial de desenvolvimento tecnológico que possuímos e a demanda que esse negócio pode obter a partir disso. Hoje existem alguns tipos negócios semelhantes no mercado, contudo, o Supermercado Delivery possui a diferenciação do serviço prestado e a utilização de tecnologia para esse tipo de compra. Sabendo disso, podemos definir que é uma ideia de negócio que pode ser desenvolvida para realmente atuar no mercado facilitando a vida dos usuários.

12 REFERÊNCIAS

<https://sites.google.com/sou.unifeob.edu.br/supermercadodelivery/in%C3%ADcio>

PI 3 Módulo feito em 1 de junho de 2019.

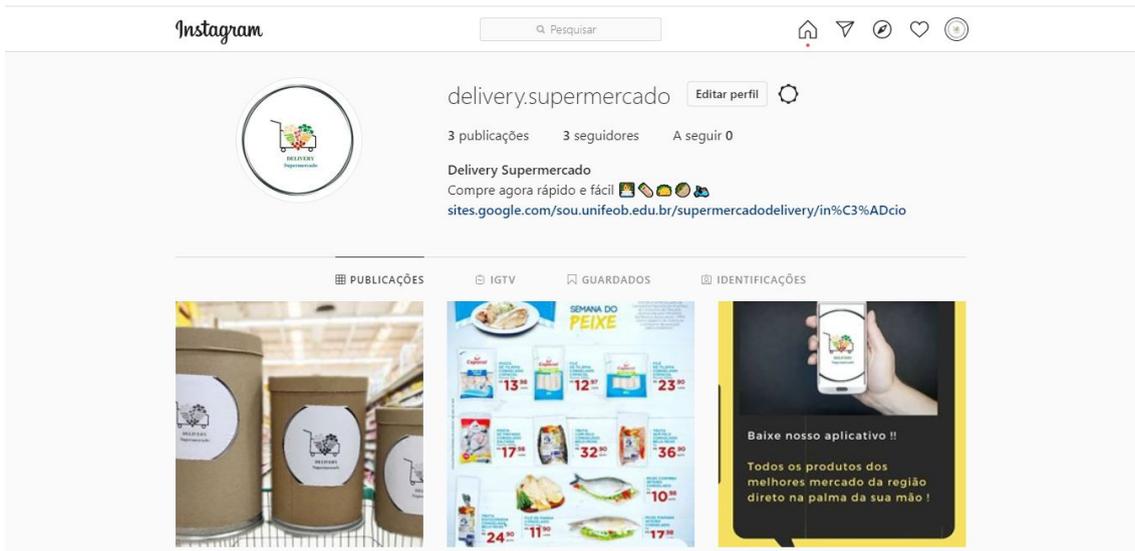
13 ANEXOS



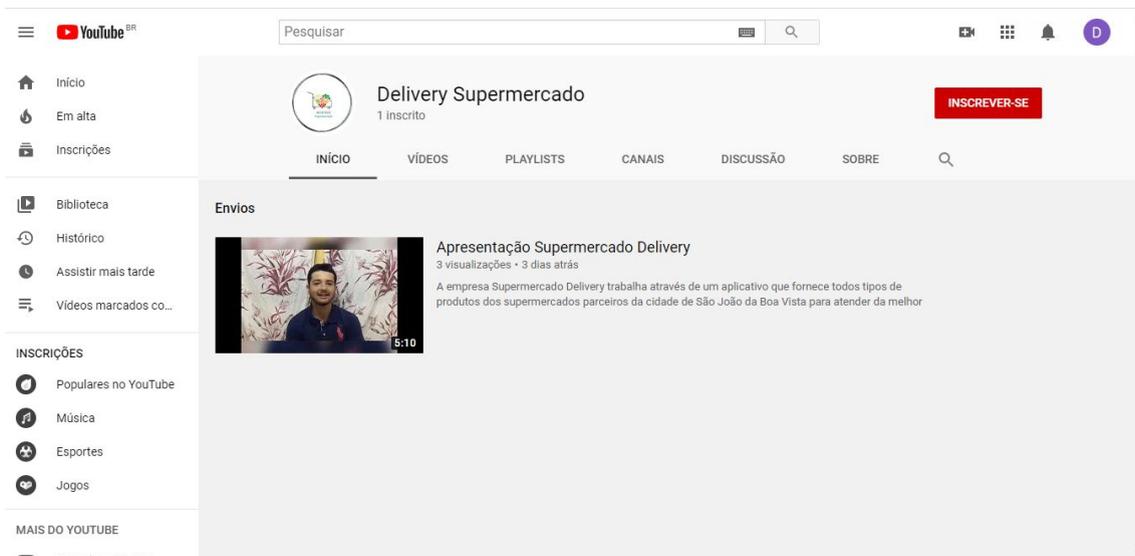
Site Criado.



Página do Facebook.



Instagram.



Canal no Youtube.