



---

# Plano de Marketing

# Integrantes do grupo



# Integrantes do grupo



Allany Vitória  
Dias Pires

# Integrantes do grupo



Allany Vitória  
Dias Pires



Ana Carolina  
Ferreira Ruiz



# Integrantes do grupo



Allany Vitória  
Dias Pires



Ana Carolina  
Ferreira Ruiz



Ana Lara  
Gibin Vaz



# Integrantes do grupo



Allany Vitória  
Dias Pires



Ana Carolina  
Ferreira Ruiz



Ana Lara  
Gibin Vaz



Anna Beatriz  
Caetano Maia



# Integrantes do grupo



Allany Vitória  
Dias Pires



Ana Carolina  
Ferreira Ruiz



Ana Lara  
Gibin Vaz



Anna Beatriz  
Caetano Maia



Gabriela Vieira  
de Camargo

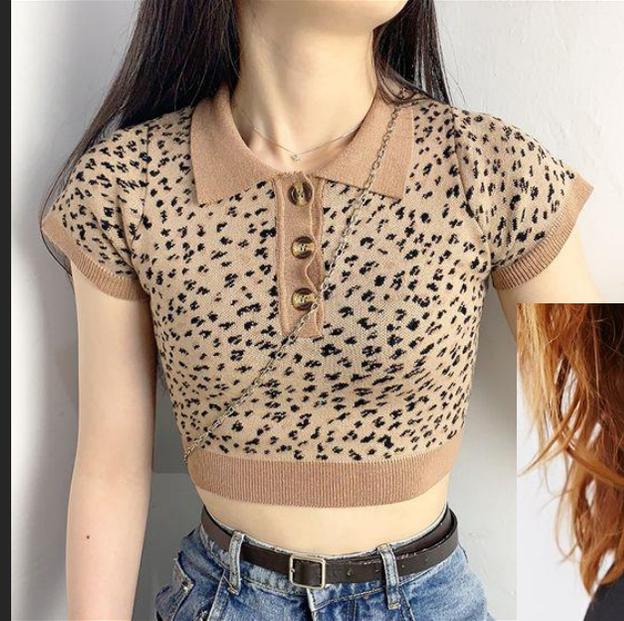
# Introdução



- Atuando no ramo da moda, a empresa produz e comercializa peças de roupas exclusivas;
- Público alvo: mulheres de 15 a 30 anos;
- Concorrentes: Grandes lojas de roupas ou lojas localizadas na mesma região;
- Fornecedores: Lojas de tecidos, joalherias, fabricantes de tinta para tecido e lojas de costura.

# Como surgimos

- Produção em massa
- Procura por vestimentas dificilmente encontradas em lojas comuns
- Atendimento personalizado



# Informações da empresa

Espaço físico: Rua Augusta, 1972,  
bairro Jardins, São Paulo - SP

Telefone: (11) 3267-1692

Twitter: @ModerneAugusta

Instagram: @lemoderneaugusta

Proprietárias:

- Allany Vitória Dias Pires;
- Ana Carolina Ferreira Ruiz;
- Ana Lara Gibin Vaz;
- Anna Beatriz Caetano Maia;
- Gabriela Vieira de Camargo.



# Pesquisa: Resultados



- Faixa Etária: O público tem entre 15-20 anos
- Estampa preferida: A maioria do público tem preferências por roupas sem estampa, lisas e básicas
- 69,2% do público têm dificuldades em achar lojas com roupas do seu estilo.
- A grande maioria (53,8%), prefere comprar em lojas físicas.
- A maioria das pessoas (92,3%), utilizam as redes sociais todos os dias. E uma minoria (7,7%), apenas algumas vezes na semana.

Pesquisa realizada no 1º ETIM de Administração com a participação de 25 pessoas, com o objetivo de conhecer o público-alvo e suas preferências.

# Pesquisa: Resultados

- 92,3% das pessoas questionadas acham uma ótima ideia a customização das roupas no próprio ambiente da loja.
- Redes sociais utilizadas com mais frequência são: Instagram(46,2%) e Facebook(38,5%).
- Os dois principais requisitos para comprar é o preço(76,9%) e a qualidade (69,2%).
- Identificação do estilo: Esportivo



# Mix de Marketing



## Produto

- Nossos principais produtos da empresa são peças de roupas de qualquer tecido feita sob medida e a possibilidade de customizá-la com a ajuda de profissionais de design.

## Praça

- Os produtos da empresa Le Moderne Augusta são distribuídos pelo canal direto.
- Nossos produtos são vendidos pela loja física e redes sociais, sendo entregues por toda São Paulo

# Mix de Marketing

## Preço

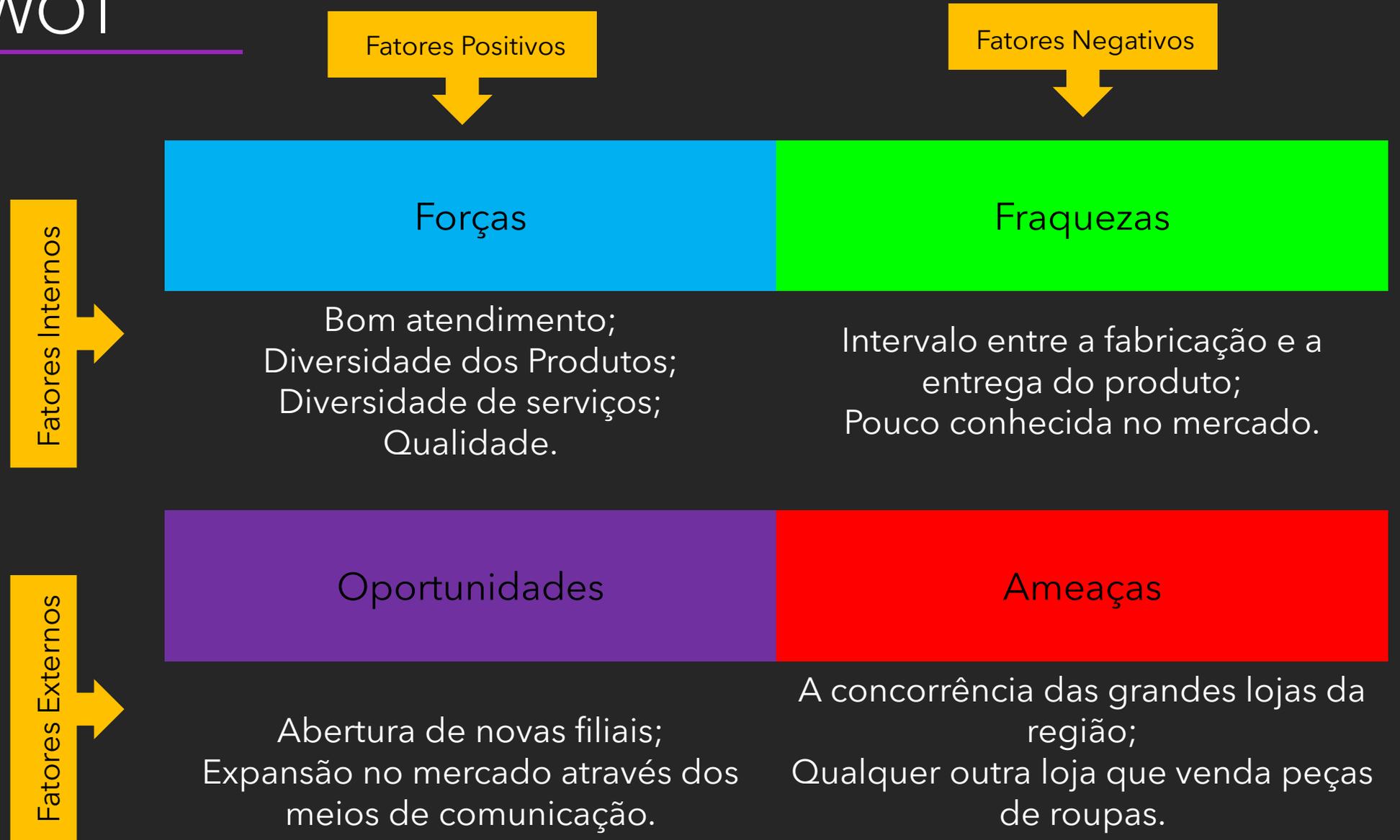
- As peças de roupas da Le Moderne Augusta são vendidas no varejo.
- Fatores que podem interferir em seu preço são os custos de produção, a demanda e o preço praticado por seus concorrentes.
- Seus principais concorrentes são empresas que atuam no mesmo ramo.

## Promoção

- A marca Le Moderne Augusta explora diversos canais de comunicação, como: internet, revistas, banners na internet, entre outros.
- Realiza campanhas e promoções em datas comemorativas.



# Análise SWOT



# Posicionamento da marca



Le Moderne Augusta, a sua personalidade na moda.

A nossa missão é trazer inovação, modernidade e personalidade através do ramo da moda.

Trabalhamos com vestimentas já produzidas, que se encontram à venda na loja, roupas feitas sob medidas e customizadas de acordo com o cliente.

Roupas que estão em alta e agradam o nosso público alvo, para dessa maneira proporcionar satisfação e realização.



# Objetivos e metas

- **Objetivo:** tornar a empresa conhecida no mercado.

**Meta:** A partir da utilização dos meios de comunicação, estabelecer contato com o público. Os investimentos devem ser constantes por um período de 6 meses, e os resultados visíveis em cerca de 8 meses após o início de tal ação.

- **Objetivo:** crescimento da empresa.

**Meta:** crescer, em um prazo de 12 meses, 30% em vendas e capital, de forma a possibilitar a abertura de um novo espaço físico, na mesma capital paulista.

- **Objetivo:** melhorar a satisfação do cliente.

**Meta:** desenvolver e aprimorar a qualidade dos produtos, por meio de pesquisas de satisfação realizadas periodicamente, a fim de proporcionar o melhor para os clientes.



# Plano de Implementação para 2021

What? (O que?)	Why? (Por quê?)	Where? (Onde?)	When? (Quando?)	Who? (Por quem?)	How? (Como?)	How much? (Quanto custa?)
Tornar a empresa conhecida no mercado	Para ganhar novos clientes	Através dos meios de comunicação	1º semestre de 2021	Por funcionários encarregados da publicidade	Fazendo parcerias com influencers digitais e produzindo propagandas	2.160,00 para parcerias e 9.600,00 para propaganda
Crescimento da empresa	Para ter maior reconhecimento no mercado e possibilitar a abertura de um novo espaço	No ambiente empresarial	Em um prazo de 12 meses	Os funcionários encarregados do marketing e finanças	Fazendo projetos de ampliação da empresa no mercado	40.000,00
Melhorar a satisfação do cliente	Ganhar novos clientes e não perder os clientes antigos	Na loja física	Por um período de 5 meses, a partir de janeiro	Gerentes e colaboradores da área de Recursos Humanos	Criando e planejando promoções para os clientes; capacitando os funcionários	7.500,00

# Conclusão

Neste trabalho foi apresentado a empresa “Le Moderne Augusta”, que atua no ramo da moda e tem como diferencial o conhecimento dos gostos pessoais dos clientes para produção e customização de peças de roupas exclusivas.

Durante a criação do projeto foram utilizadas técnicas da administração como o brainstorm e pesquisa de mercado, a Análise SWOT, Objetivos e Metas; o Mix de Marketing e Definição e Posicionamento da Marca.

Por fim, acredita-se que se implementada, a empresa poderia ter um bom resultado, porque tem seus princípios e objetivos definidos, preocupação com o cliente e qualidade, além de uma localização favorável.



<https://blog.convenia.com.br/definir-metas-para-os-funcionarios/>  
<https://respostas.sebrae.com.br/saiba-mais-perfil-consumidor-moda/>  
<https://www.profissionaldeecommerce.com.br/infografico-brasileiros-interessados-em-moda/>  
<https://guia.melhoresdestinos.com.br/rua-augusta-173-4720-l.html>  
<https://www.datascomemorativas.me/2020>  
<http://www.portaldomarketing.net.br/o-significado-das-cores-o-azul-em-propaganda-publicidade-e-marketing/>  
<https://www.google.com/amp/s/www.treasy.com.br/blog/matriz-swot-analise-swot-matriz-fofa/amp/>  
<https://www.google.com/amp/s/neilpatel.com/br/blog/4-ps-do-marketing/amp/>  
<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/aprenda-a-fazer-uma-pesquisa-de-mercado,e8ea6d461ed47510VgnVCM1000004c00210aRCRD>  
<https://www.ibccoaching.com.br/portal/metasp-e-objetivos/metasp-objetivos-diferencas-exemplos/>

## ***Referências Bibliográficas***