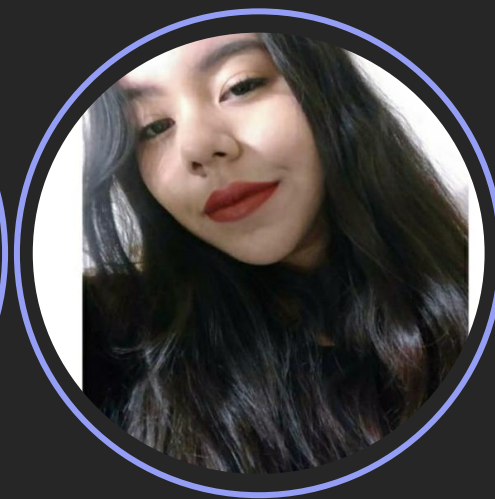


Plano de Marketing

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

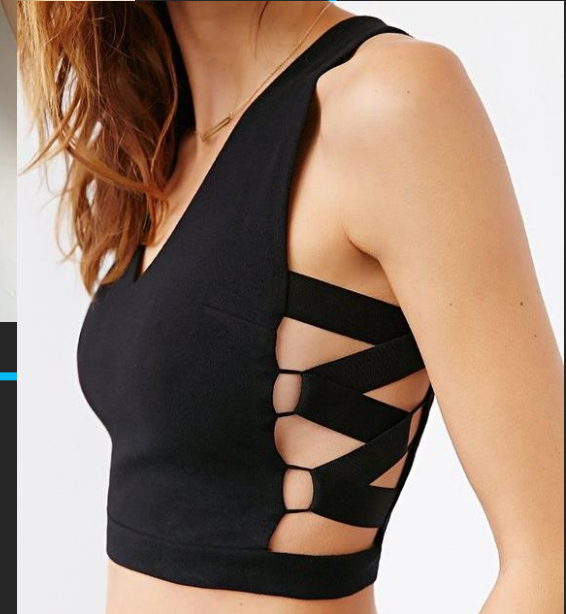
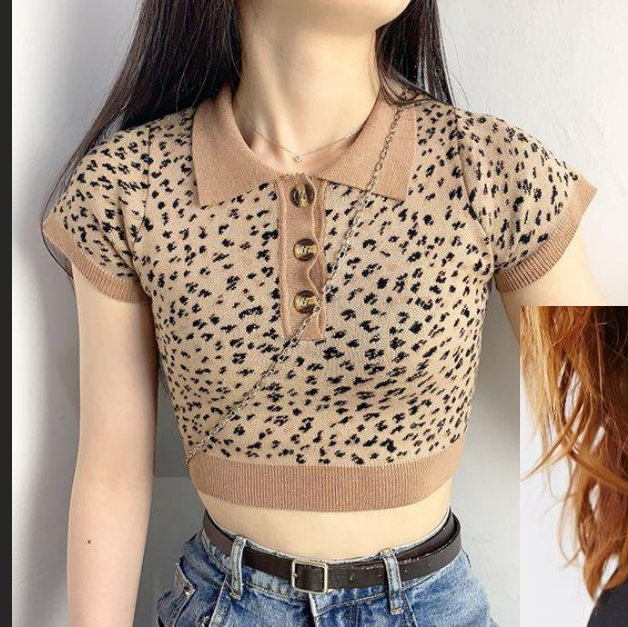
Introdução



- 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

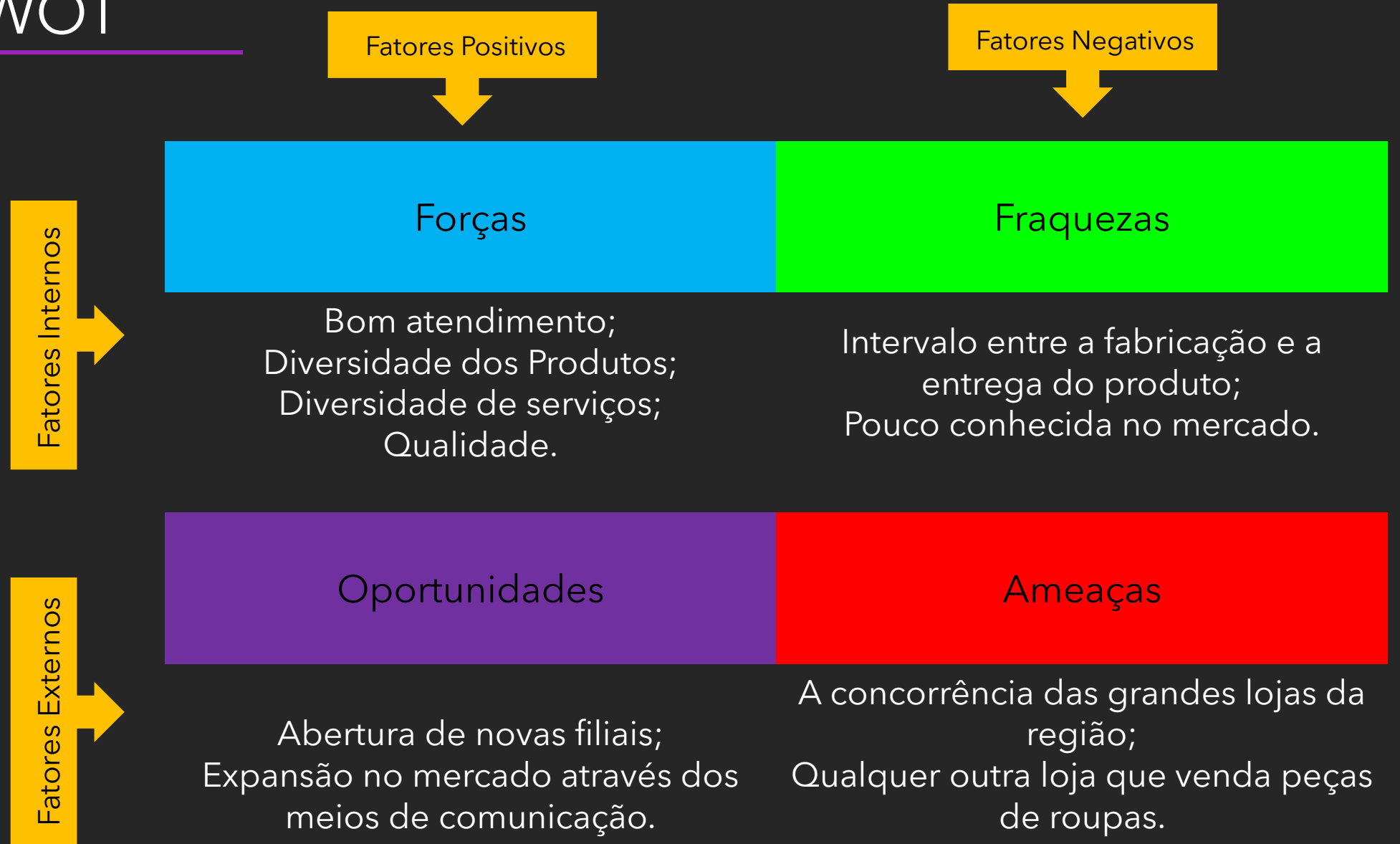
- As peças de roupas da Le Moderne Augusta são vendidas no varejo.
- Fatores que podem interferir em seu preço são os custos de produção, a demanda e o preço praticado por seus concorrentes.
- Seus principais concorrentes são empresas que atuam no mesmo ramo.

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

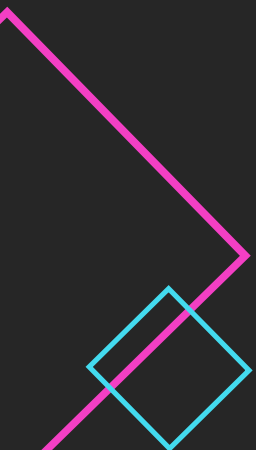
What? (O que?)	Why? (Por quê?)	Where? (Onde?)	When? (Quando?)	Who? (Por quem?)	How? (Como?)	How much? (Quanto custa?)
Tornar a empresa conhecida no mercado	Para ganhar novos clientes	Através dos meios de comunicação	1º semestre de 2021	Por funcionários encarregados da publicidade	Fazendo parcerias com 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