

Plano de Marketing

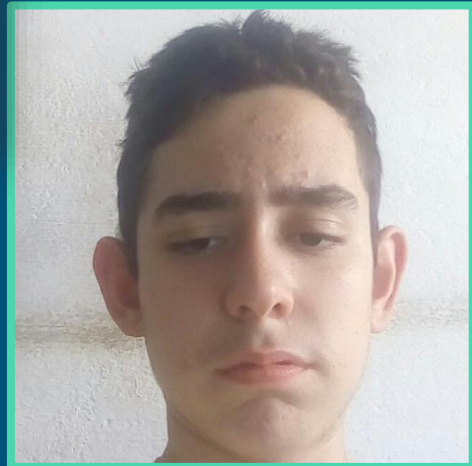


GSS

GAMES SALES STORE



ANDRESSA GRANDO



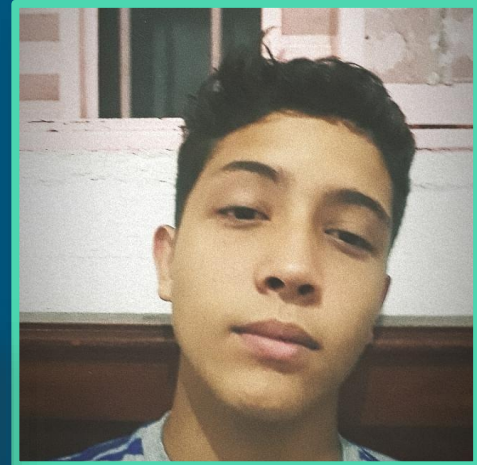
ANDREY ELIVELTON



CARLOS EDUARDO



CATARINA GARCIA



DANIEL CAMARGO

INTRODUÇÃO E APRESENTAÇÃO DA EMPRESA

Aqui serão apresentados dados e informações sobre a estrutura do plano de marketing da nossa empresa, a GSS Games Sales Store que é uma loja onde vendemos vídeo games, consoles e jogos de várias marcas para nossos clientes.



Nome da empresa: GSS Games Sales Store.

Ramo de atuação: Venda de jogos.

Localização: Rua Castro Alves, 151 - Centro, São Paulo – SP.

Telefone: +55 15 99840-5247

Redes Sociais: Facebook e Instagram – GSS Venha jogar!!!

Proprietários: Andressa da Silva Grando; Andrey Elivelton Silveira; Carlos Eduardo Maciel Rodrigues; Catarina Garcia de Queiroz; Daniel Camargo Faria da Silva.



BREVE HISTÓRICO E INFORMAÇÕES SOBRE A EMPRESA

Nossa empresa começou com a ideia de que todos as pessoas, sejam elas crianças ou adultos, precisam se divertir e se conectar um pouco com a tecnologia do nosso mundo. E o que é melhor do que jogos divertidos e interativos para concluir essa ideia? Então assim começou a GSS Games Sales Store. Começamos com uma loja de jogos e consoles para que as pessoas pudessem comprar e jogar em suas casas, no entanto, também expandimos para a venda de jogos online, ou seja, na GSS nosso cliente pode nos comunicar que quer comprar um jogo online.

Produto(s) principal

Nossa empresa a GSS trabalha com a venda de vídeo games e vários jogos de marcas diferentes, nossa loja pode ser visitada por todos que estiverem atrás de novos jogos e consoles.



Público-alvo

Nosso público alvo é de crianças e adolescente entre de 12 a 24 anos, dos dois sexos, de renda média ou até maior. Nossos clientes vêm até a nossa loja buscando jogos de vários gêneros como terror, construção, RPG, etc., eles têm vários interesses diferentes em cada jogo buscado, alguns buscam jogos educacionais, até mesmo jogos para ajudar com trabalho entre outras utilidades para os jogos.



Concorrentes

Nossos concorrentes são varejistas como Lojas Americanas, Magazine Luiza, Kabum, que apesar de não serem lojas ligadas diretamente com a indústria de jogos, elas ainda assim os vendem.

The logo for Magalu, featuring the word "magalu" in a blue, lowercase, sans-serif font with a horizontal rainbow-colored bar underneath.The logo for Lojas Americanas, consisting of a white lowercase letter "a" centered on a red square background.The logo for KaBuM!, featuring the word "KaBuM!" in a blue, stylized, italicized font with two orange arrows pointing to the right.The Rockstar logo, which is a large, bold, black letter "R" with a white five-pointed star at its base, all contained within a yellow rounded square with a black border.The Activision logo, featuring the word "ACTIVISION" in a white, bold, sans-serif font with a registered trademark symbol, set against a black rectangular background.The Microsoft logo, consisting of a square divided into four smaller squares of different colors (red, green, blue, yellow) followed by the word "Microsoft" in a grey, sans-serif font.The Sony logo, featuring the word "SONY" in a white, bold, sans-serif font centered on a black rectangular background.

Fornecedores

Nossos fornecedores são: Microsoft, Sony, Nintendo, Ubisoft, Activision, Rockstar... entre outras empresas de tecnologia trabalhando com jogos.

PESQUISA DE MERCADO

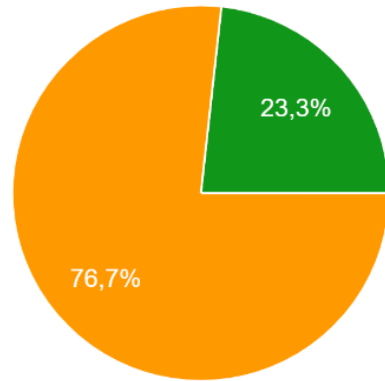
A pesquisa de mercado nos ajudou muito na parte de analisar melhor nosso consumidor, conseguimos saber quais são seus gostos, sua idade, como ele gosta de jogar jogos etc. a partir disso nos da Games Sales Store, conseguimos sempre estar agradando o nosso cliente segundo seu perfil, e a pesquisa também nos ajudou a definir melhor nosso publico alvo.

A seguir temos os principais gráficos de que foram recolhidos as pesquisas que nos ajudar mais para formular e definir nosso publico alvo.

Gráficos

Qual é a sua idade?

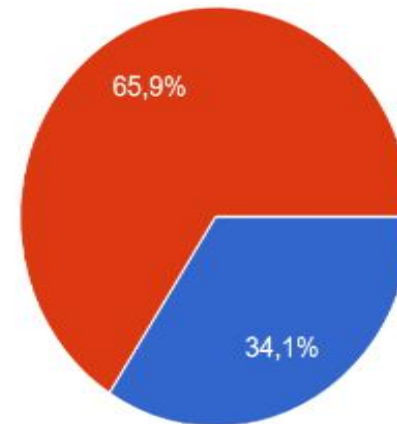
43 respostas



- Menos de 7 anos de idade.
- De 8 a 12 anos de idade.
- De 13 a 16 anos de idade.
- De 17 a 24 anos de idade.

Onde você prefere comprar jogos?

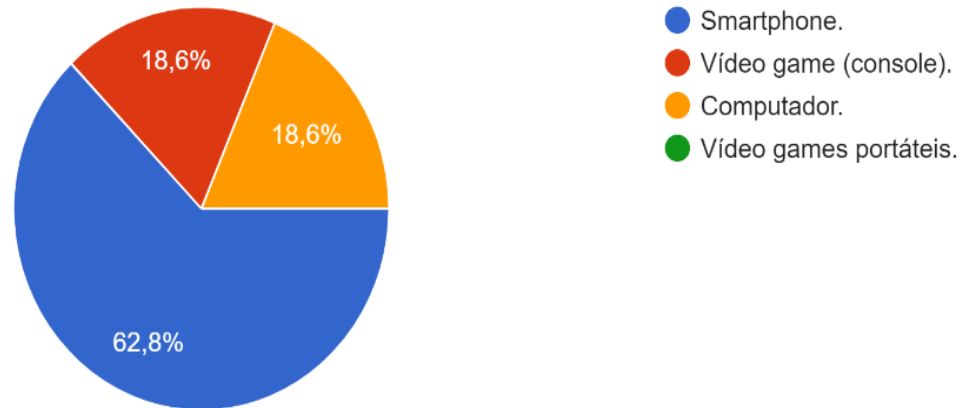
41 respostas



- Em uma loja física.
- Pela internet.

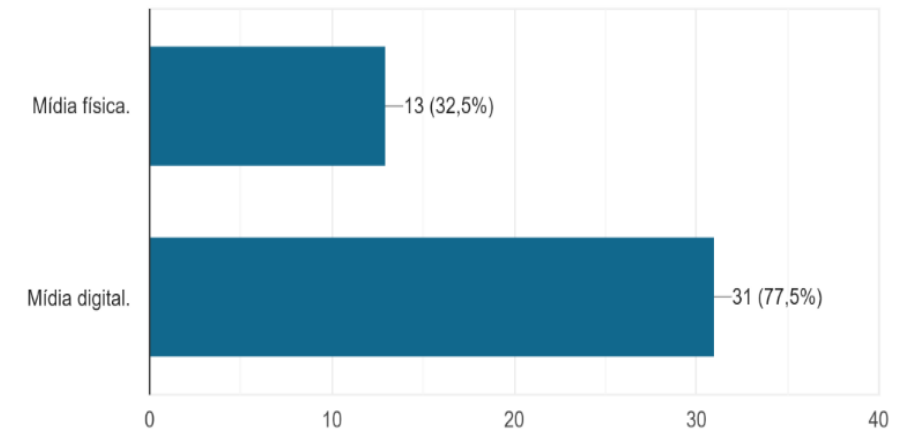
Em qual aparelho eletrônico você costuma jogar jogos?

43 respostas



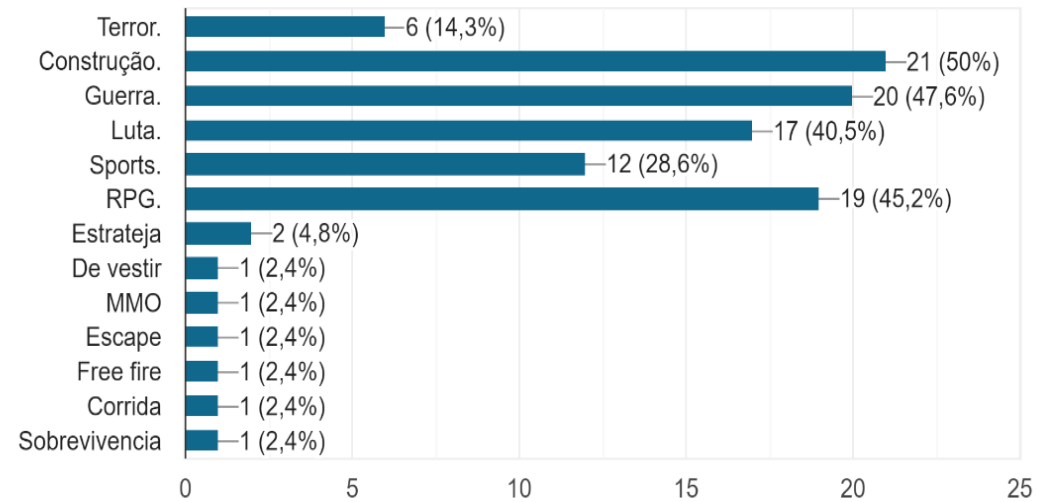
Que tipo de mídias de jogos você costuma comprar?

40 respostas



Que temas de jogos você costuma jogar?

42 respostas



Mix de Marketing

Produto

vídeo game; aparelho eletrônico que lhe proporcionara uma grande fonte de entretenimento com vários jogos com mais variadas características como ação, luta, esportes, construção entre muitos outros, o aparelho é bem simples de ser utilizado sendo apenas necessário a conexão com televisão e saber suas configurações interna

Praça

A empresa atuará em todo território nacional sua sede será na cidade de : Rua Castro Alves, 151 - Centro, São Paulo – SP., mas o atendimento ao cliente ser online também contaremos com centros de distribuição em algumas partes do país para facilitar o envio do produto ao consumidor

Preço

O preço dependerá de forma geral da lei da oferta e da demanda mas pretendemos colocar uma margem de lucro entre 25 e 35% do preço cobrado pelos fornecedores. A forma de pagamento irá incluir as mais variadas ferramentas como cartão de crédito/débito, mercado pago, boleto e dinheiro físico com isso pretendemos facilitar a forma da aquisição do produto por parte do consumidor.

Promoção

Pretendemos montar páginas em redes sociais e comunicarmos diretamente com os consumidores colocando e-mail, WhatsApp comunicado na própria página. A divulgação dos produtos também tende a ser de forma online com a empresa anunciando produtos e promoções também em páginas de redes sociais e aplicativos e sites de venda como o Amazon, mercado livre entre outros.

Mix de Marketing

Análise SWOT

FORÇA

- Alta tecnologia
- A empresa se destaca também por oferecer recursos e auxilia nossos trabalhadores para um melhor ambiente de trabalho e melhor experiência de compra para nossos clientes.
- Produtos de qualidade
- Grande variedade de produtos.
- Marketing ativo
- Aplicativo e site que facilitam a compra.
- Várias formas de pagamento.



S

W

FRAQUEZAS

- Ausência de capacitação para os funcionários.
- Controle no setor estoque.
- Dependência de outras empresas.
- Equipe não engajada.



O

T

OPORTUNIDADES

- A demanda de jogos online tem crescido cada vez mais graças aos jovens.
- Devido a pandemia do covid-19 inúmeras pessoas têm optado por jogos para o entretenimento.
- Nossa propaganda e anuncio pela internet ficou mais acessível por conta da população estar em sua maioria trabalhando e estudando em casa, assim eles tem mais contato com nossas propagandas.



AMEAÇAS

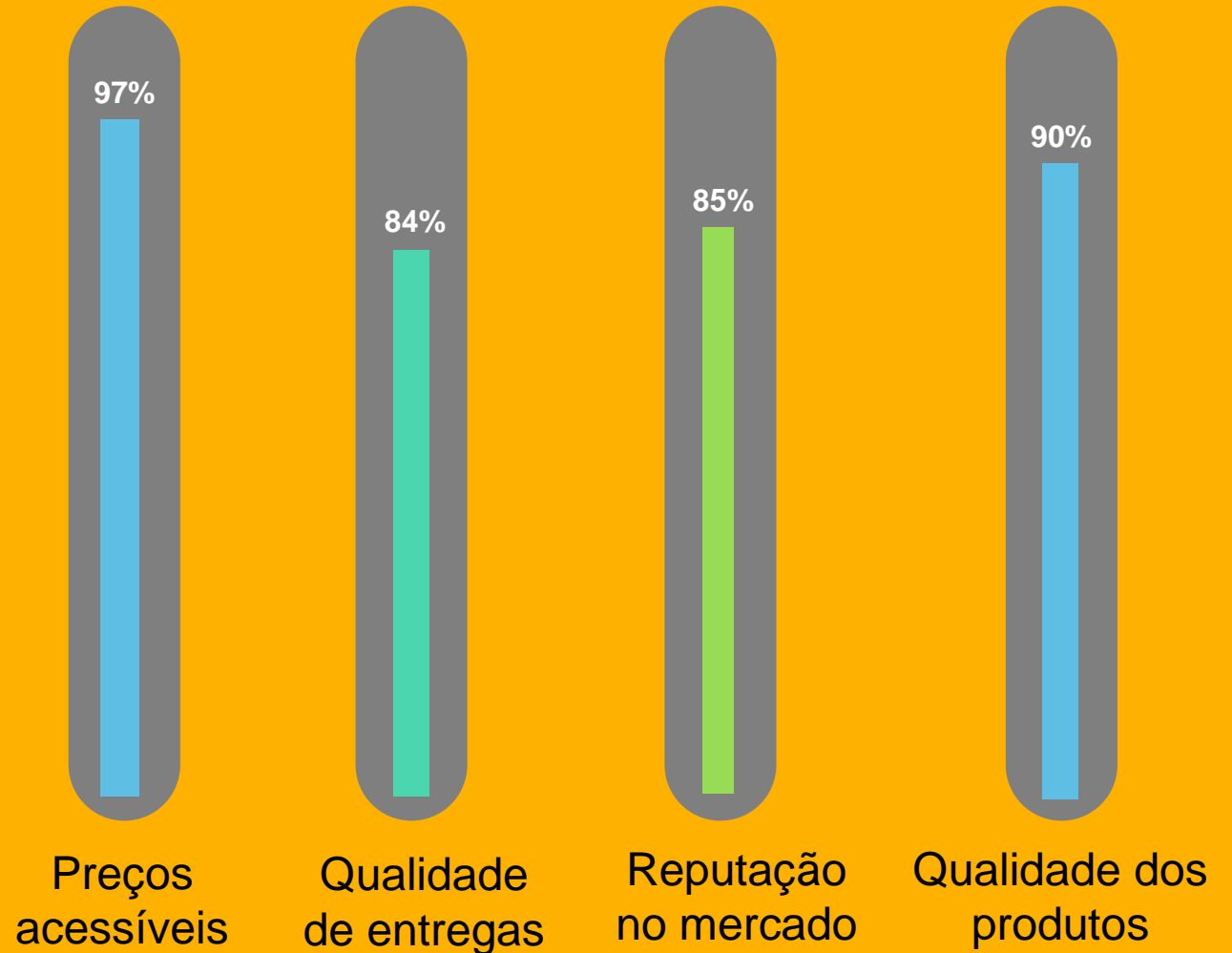
- Embora tenhamos inúmeros trabalhadores especializados em compras, dúvidas, reclamações, devoluções etc, há muitos clientes que não optam pela empresa devido ser online.
- Há também clientes que não conhecem nossos produtos por não ter muito conhecimento com a tecnologia.
- Concorrência de outras marcas e aplicativos.
- crises.



Posicionamento e Definição da marca

Esperamos que a empresa seja lembrada por ser confiável e comprometida, por isso trabalhamos o melhor possível para fazer ótimos preços e entregar no prazo estimado, certificando-se de que sempre chegue tudo com uma ótima qualidade.

“ SE SUA FELICIDADE É PAGAR BARATO, LHE APRESENTO SEU PARQUE DE DIVERSÃO”



Objetivos e metas para 2021



1º meta

-Abrir uma central de entregas

2º meta

-Vender mais de 200 Consoles

3º meta

-Lucrar mais de 500 mil reais em vendas de jogos

4º meta

-Entrar no top 10 loja de jogos do Brasil



Plano de implementação para 2021

O que?	Quem?	Onde?	Por quê?	Quando	Como?	Quanto?
Entrar no top 50 loja de jogos do Brasil	GSS- Games Sales Story	Sites e no YouTube	Porque reconhecimento é ótimo para a empresa	No terceiro bimestre de 2021	Nosso plano é sempre tratar bem os clientes e com nossos site sempre fazer um preço bom, o que deixará a loja na "boca do povo"	Não custa nada além de muito comprometimento
Passar 500 mil reais em vendas de jogos	GSS- Games Sales Story	No Brasil todo	Porque assim nossos lucros serão muito superiores às despesas	No Primeiro semestre de 2021	Com os preços baixos demoraria pra bater a marca, mas quando a loja ficar entre as top 50, isso faria com que a procura pela loja subisse, assim mais pessoas comprariam os jogos	Cerca de 250 mil reais de despesas
Vender mais de 200 consoles	GSS- Games Sales Story	No Brasil todo	Para o lucro ser maior que o investimento	No ano inteiro	O console é algo que será comprado por necessidade por quem quer jogar, então usaríamos uma campanha chamada "vai jogar aonde?".	Cerca de 400 mil reais de investimento
Abrir uma central de entregas	GSS- Games Sales Story	No interior de vários estados	Para que assim nossas vendas cheguem mais rápidas e com mais segurança	No último bimestre de 2021	Após nossos ganhos o dinheiro será destinado a criação desse espaço	Cerca se 1.200.000 reais

Conclusão e referência

-Com esse trabalho temos todas as informações que precisamos para usar no marketing de nossa empresa, sabemos tudo sobre ela, até informações sobre os compradores, e assim deixará a empresa muito mais organizada, e será um grande sucesso se seguir tudo o que está escrito

-Referências: Material de apoio e orientações da professora

**Obrigado a todos
pela atenção!**