

# PLANO DE MARKETING

RESTAURANTE SEÑORITA



## **2º MÓDULO DE ADMINISTRAÇÃO**

**ALYSSON HENRIQUE DA SILVA  
AMANDA RIBEIRO DE OLIVEIRA  
ANDERSON LUIS RIBEIRO GOMES  
FERNANDA ZANETTI DE FREITAS  
GUSTAVO LEMES MACHADO  
JEAN CARLO CASSEMIRO**

**PROF<sup>ª</sup>: RENATA DE FATIMA NUNES**

**PLANO DE COMUNICAÇÃO E MÍDIAS DO  
RESTAURANTE SEÑORITA**

# 1 - APRESENTAÇÃO DO RESTURANTE

## Restaurante Señorita

- Cultura Inovadora
- Ambiente Diferenciado



## 2 - INFORMAÇÕES DO BRIEFING

### 2.1 - HISTÓRIA

- Sonho e vontade de inovar
- Alimentação de cultura diferenciada
- Atender todos os tipos de clientes



# 2 - INFORMAÇÕES DO BRIEFING

## 2.2 - DIRETRIZES ORGANIZACIONAIS

- Missão



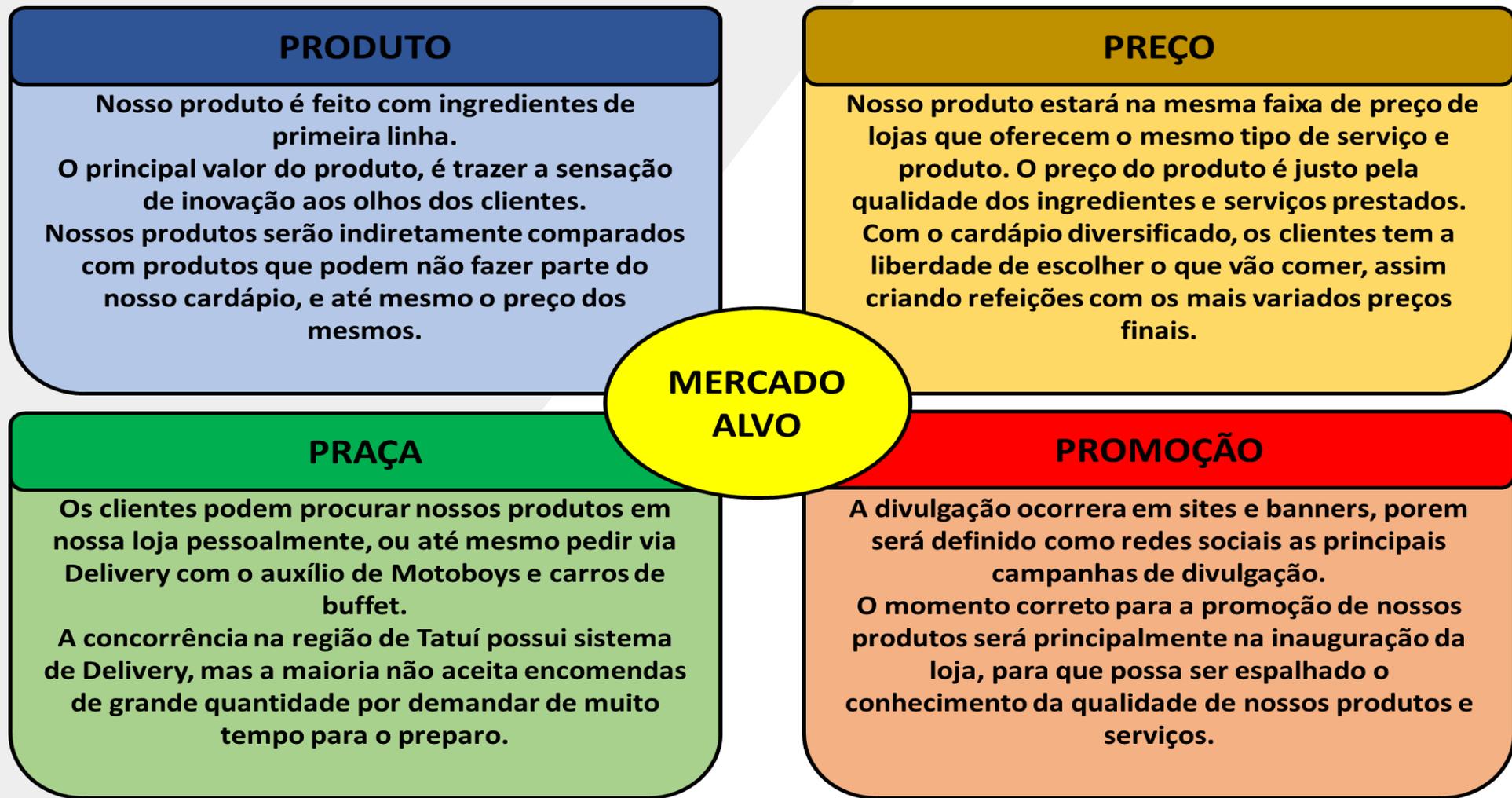
- Visão



- Valores



## 2.3 - OS 4Ps DO MARKETING



## 2.4 - ANÁLISE SWOT

### FORÇAS

- Novo ramo culinário no município
- Ótimo atendimento ao público
  - Temática diferenciada

### OPORTUNIDADES

- Não existem concorrentes diretos na mesma cidade
- O público da cidade de Tatuí já está cansado dos mesmos restaurantes de sempre

## 2.5 - BRANDING

A MARCA SEÑORITA

NOSSOS OBJETIVOS

COMO VAMOS ALCANÇAR OS OBJETIVOS



## 2.5 - LOGOMARCA

**Marrom:**  
Confiabilidade,  
Conforto, Simplicidade

**Vermelho:**  
Calor, Fogo, Energia



**Bege:**  
Excitação, casa,  
estabilidade

**Preto:**  
Sofisticação, Mistério,  
Formalidade

# 3 - PLANO DE COMUNICAÇÃO

## 3.1 - O MERCADO DE CONSUMO

- O setor culinário representa 2,7% do PIB brasileiro
- 31,1% dos gastos dos brasileiros com alimentos
- Alto índice de geração de empregos

## 3.2 - O MERCADO CONCORRENTE

- Concorrência Indireta
- Concorrência Direta



# 3 - PLANO DE COMUNICAÇÃO

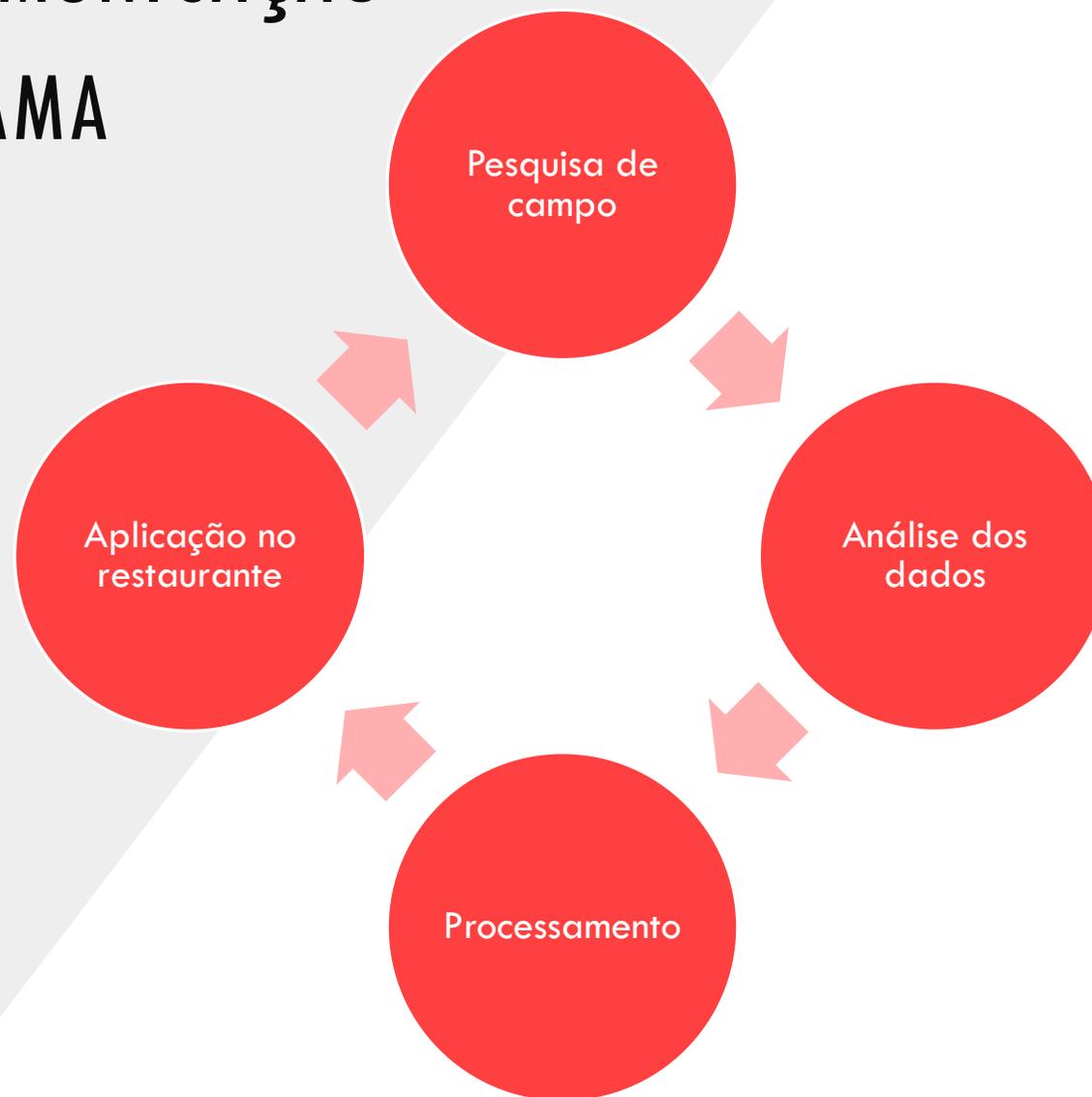
## 3.3 – A ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO

- Público alvo
- Objetivos
- Estratégias
- Táticas



# 3 - PLANO DE COMUNICAÇÃO

## 3.4 – CRONOGRAMA



## 4 - CONSIDERAÇÕES FINAIS

Obrigado por sua atenção!!!

Duvidas???

