

MARKETING DIGITAL

Relatório de Consultoria



PRATICAR

Núcleo de Práticas de Mercado

Consultoria Universitária

Belo Horizonte/MG

Gestão de E-Commerce

Relatório Final da Consultoria Universitária



PRATICAR

**Núcleo de Práticas de Mercado
Consultoria Universitária**

UNIVERSO BH

Curso de Administração
Rua Paru, 762. Renascença.
Belo Horizonte - MG

Equipe Consultores:

Consultor 1 – Alice Jordão - E-Mail: alicejordaojordao006@gmail.com
Consultor 2 – Franciane Saraiva
Consultor 3 – Jose Vicente Ribeiro
Consultor 4 – Rafael Souza
Consultor Supervisor – Cristian Carlos (CRA : 24-000012/D).

Sumário



1 Sobre o PRATICAR



2 Escopo da Consultoria



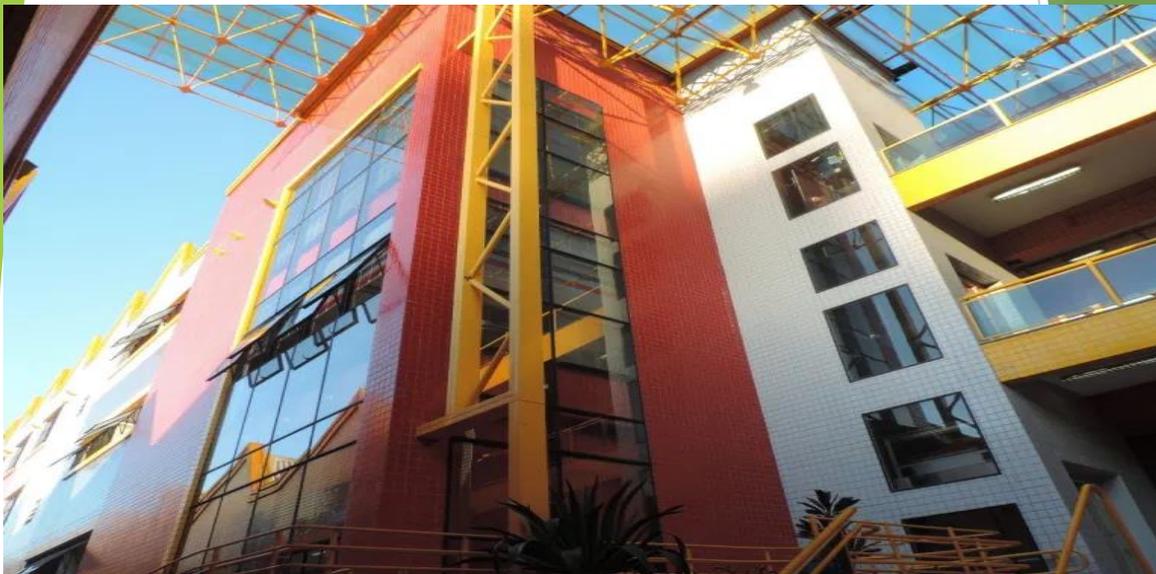
5 Análise Técnica / Situação Atual



11 Propostas e Sugestões



15 Considerações Finais



1 – Apresentação

1

O Curso de Administração

O Mercado mudou. Atualmente, as melhores oportunidades se apresentam para os profissionais de Administração que desenvolveram uma **cultura empreendedora**, voltada para a criação e gestão **de novos negócios**.



Foi a partir desta convicção que o curso de Administração da Universo - BH passou a orientar suas disciplinas e atividades acadêmicas para a vivência do empreendedorismo, desenvolvendo nos estudantes a capacidade de inovação e a aptidão para a gestão de novos negócios.

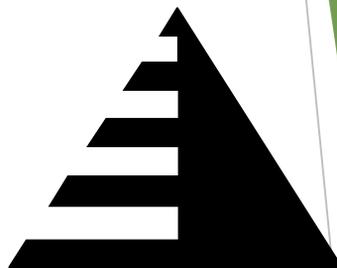
Assim, com a função de promover o empreendedorismo pela integração entre teoria e prática de mercado, surgiu o **Núcleo de Práticas de Mercado**, o PRATICAR.

1 – Apresentação

1.1 - O Núcleo de Prática de Mercado - PRATICAR.

O núcleo Praticar foi idealizado para efetivar a vocação do curso pelo empreendedorismo e, ao mesmo tempo, servir como instrumento de ligação dos conteúdos acadêmicos com a prática de mercado.

Os alunos da Universo, através dos programas oferecidos pelo núcleo PRATICAR, podem optar por desenvolver suas disciplinas de Estágio oferecendo às pequenas e médias empresas da região trabalhos de Consultoria Universitária (Empresa Jr.). Trata-se de uma oportunidade tanto para os alunos aplicarem seus conhecimentos, quanto para os empreendedores terem acesso a consultoria objetiva, de qualidade e sem custos.



**Núcleo de Práticas de Mercado
Consultoria Universitária**

2 - Sobre o Escopo da Consultoria

2.1 – Objeto da Consultoria

O objetivo desta consultoria universitária foi o de analisar as estratégias de marketing atuais e sugerir um programa de gestão de e-commerce para o cliente.

2.2 – Sobre o Cliente

A cliente Leron Arte é uma confecção de biquínis e roupas íntimas, história da Sr.^a Sidinea da Silva se inicia quando ela iniciou sua profissão de costureira, há 20 anos atrás, começou com trabalhos pequenos e trabalhando para pequenas confecções de roupas íntimas, após perceber que a profissão era promissora decidiu trabalhar por conta própria comprando suas primeiras máquinas e trabalhando em sua casa, atendendo suas clientes por lá mesmo, seu grande objetivo é poder montar sua própria fábrica de roupas em geral e montar várias lojas físicas e sites de vendas para atender uma grande demanda de cliente, como todo pequeno empreendedor entende que para poder ter uma grande fábrica precisa iniciar aos poucos até realizar todos os objetivos e metas, os anos se passaram e Sr.^a Sidinea viu uma oportunidade, quando iniciou a pandemia 2020, começou a receber o auxílio e com isso ela viu que poderia dar impulso no seu sonho, seu negócio próprio, começou a investir em mais máquina e montar sua primeira confecção na loja no seu bairro, Seu propósito inicial é atender as cliente atacado de grande demanda para dar um impulso no negócio e dessa forma poder reservar o investimento para crescimento da fábrica, o objetivo principal é fazer os produtos seja destaque no mercado atacadista e varejista, expor a qualidade das peças confeccionadas, neste mesmo processo fazer fabricação das suas próprias peças para renda extra, e sua primeira meta é montar um grande estoque reserva para revender suas peças em site e redes sociais próprias.

2.3 – Jornada de Compra

A cliente Leron confecção, atende clientes atacadistas e varejistas, sua jornadas de compra são de forma simples, promove seus modelos e serviços através das redes sociais,

Os passos que o cliente precisa seguir.

1- Clientes encontram seus anúncios na redes sociais e os interessados fazem o primeiro contato através das redes sociais,.

2- procura a empresa no chat e lá são direcionado para conversar pelo WhatsApp e nele ocorre toda a negociação,.

3- relaciona com o cliente, apresenta fotos dos modelos das peças fabricadas, qual modelos cliente gostaria de fabricar e a quantidade da demanda inicial prevista.

4- fazer o pedido e já são informado as formas de pagamentos, que são via deposito ou transferências bancaria.

Os clientes varejo vão direto na loja

1- atendimento ao cliente e explicado a forma que confecção trabalha.

2- mostram modelos já prontos e caso o cliente queira escolher o modelo especifico e só escolher modelos e tamanhos desejados.

3-fazem pagamento da entrada 50% do valor ao realizar o pedido e os outros 50% no momento da entrega e realizam o pagamento através de PIX.

3 – Análise Técnica

5

3.1 – A Situação de Mercado/ Análise da Concorrência

A moda praia é o segmento que lidera ranking de vendas uma área tão promissora, e os desafios de mercado são constantes, a situação atual para o mercado de roupas de banhos faz do Brasil o palco ideal para uma indústria de moda praia, fortalecidas tendências apontam para uma demanda crescente.

A concorrência nem sempre será um inimigo do empreendedor, visto que podem possuir mercados diferentes e entregas de valor diferentes, A Leron confecção tem o diferencial das peças com excelente qualidade de fabricação, zero defeito e pontual na entrega, fazendo se destacar no mercado de confecção por ser um mercado que a buscar por peças e produtos de qualidades são difícil de encontrar, Como concorrentes diretos, três foram destacados por competir no preço, são as confecções Moura, confecção Lourdes e confecção e loja Rane modas, são concorrentes que competem por preço e modelo, porém nenhuma delas tem o perfeccionismo que a Leron tem, fazendo esse ser o diferencial competitivo sua qualidade e pontualidade na produção.

3 – Análise Técnica

5

3.2 – A Estratégia Atual

Atualmente a Leron não tem estratégia de negócios, porém já está cadastrada no google meu negócio, fácil e rápido de localizar, buscando pelo nome da empresa ou por confecção de biquínis, facilitando o acesso a empresa, sua atual forma de atrair clientes e através das redes sociais no qual a mesma tem sua página nas principais mídias, divulga anuncio de serviços e fotos das principais peças mais vendidas, usa as mídias para conhecer as concorrências e tendência atual, com o desenvolvimento da empresa a Leron pretende contratar especialistas para gerenciar e movimentar mais suas mídias sociais.

3 – Análise Técnica

6

3.3 – Segmentação de Mercado



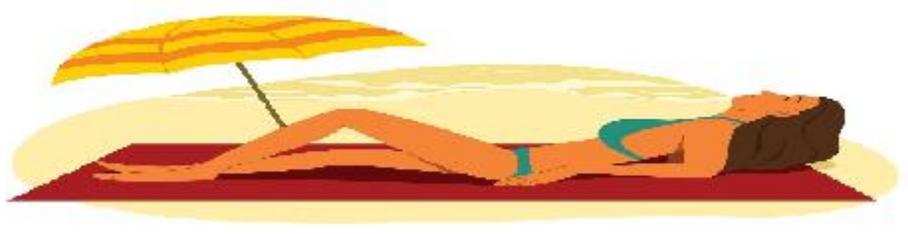
Pessoas que viajam ou moram em praias tropicais, cachoeiras e piscinas.



Produtos exclusivos para mulheres, com faixa etária média de 16 a 50 anos, por tamanho (PP,P,M,G, GG).



Peças de banho confeccionadas para uso em ocasiões específicas, como bronzear, piscinas, praias e afins.



3 – Análise Técnica

7

3.5 – Público Alvo

Mulheres de 16 à 50 anos, trabalha, com renda familiar de 1 à 2 mil, que gostam de aproveitar o verão, moram perto da praia ou cachoeiras e vão muito à praia e adora comprar roupas de banho e roupas intimas. Mulheres que procuram modelos confortáveis, de qualidade e um design bonito.

Luísa, 26 anos, estudante de Educação Física, trabalha na academia como instrutora, mora no bairro São Gabriel, em Belo Horizonte (MG). O salário de Luísa é de 2 mil reais e ela ganha um extra como personal. Como trabalha de segunda à sexta, ela vai muito à cachoeiras e clube aos finais de semana e adora comprar roupas de banho. Luísa compra muitos produtos de moda- praia na internet.

3 – Análise Técnica

3.5 – Posicionamento Atual de Mercado

A Leron tem como objetivo ser uma loja reconhecida por ter o que a cliente precisa para se sentir bem consigo mesma, peças feitas sempre com atenção aos mínimos detalhes para buscar atingir o resultado mais próximo possível da perfeição. O desejo da loja é que as clientes possam visitá-la já com a certeza de que vão encontrar algo que gostarão.