

Projeto de Marketing “New York Store”

Juan Vilas BÔAS
Tarcísio Duarte COELHO

O Trabalho elaborado em sala de aula entre 2016 e 2017, estuda e apresenta soluções para uma loja de roupas *Streetwear* de Presidente Prudente, buscando a solução de como se manter no mercado e atrair novos consumidores para a loja. A empresa tem o objetivo de trazer os melhores produtos e atendimento aos seus consumidores, utilizando seus diferenciais como produtos exclusivos em nossa região e de difícil acesso aos consumidores.

Atualmente é um dos principais em seu segmento, com um vendedor bem capacitado para a venda de seus produtos, possuindo um grande conhecimento sobre todos os produtos que a loja se propõe a vender.

Os métodos de análise e de estudo utilizados foram: análise ambiental para entender mais sobre o segmento, em relação a questões políticas, sócio/cultural e econômico, análise do comportamento do consumidor e da concorrência e uma pesquisa de mercado feita com os já clientes da loja.

Além disso, foi realizada também uma análise interna da empresa com o intuito de entender seus processos.

A Empresa encontra-se sem nenhum auxílio de marketing profissional, apenas divulgações que o próprio proprietário realiza em suas redes sociais, como fotos de seus produtos e também utilizando os seus próprios clientes como divulgação. Sua localização não favorece muito as vendas, por ser de difícil acesso e distante da área comercial da cidade, sendo assim só quem conhece por outros clientes e amigos terá facilidade em encontrar o estabelecimento.

A empresa não possui por enquanto produtos estocados e os produtos que se encontram disponíveis estão organizados e departamentos de acordo com o segmento, calçados, roupas ou bonés.

O proprietário mantém um bom gerenciamento, sendo bem organizado para não perder controle sobre as vendas, os lucros e as perdas.

Dessa forma, foi criado um plano de ação para que os problemas detectados fossem resolvidos. Em relação ao estoque, sugerimos a ampliação do espaço para o armazenamento dos produtos e sugerimos que sempre que possível possuir mais de uma unidade do mesmo produto para aumentar a procura e evitar perdas. Como a mudança da loja é inviável no momento atual, o conselho seria realizar eventualmente eventos especiais utilizando algo relacionado com (natal, ano novo, dias dos pais e etc.), estações do ano (primavera, outono, verão, inverno), sempre com o objetivo de trazer os consumidores para a loja e também com promoções e aumentar o giro dos produtos que não possuem procura ou não possuem uma grande saída.

Palavras-chave:

¹ Discente do 2º ano do curso de Marketing do Centro Universitário “Antônio Eufrásio de Toledo” de Presidente Prudente. e-mail: juanvilasb@gmail.com

² Tarcísio Duarte Coelho Docente do curso de Marketing do Centro Universitário “Antônio Eufrásio de Toledo” de Presidente Prudente. Mestrando em Administração pela FEI – Fundação Inaciana Padre Sabóia de Madeiros – São Paulo. e-mail: tarcisio.coelho@toledoprudente.edu.br Orientador do trabalho.