

CRIAÇÃO DE E-BOOK DE MARKETING PARA SEGMENTO DE BARES E RESTAURANTES DE PRESIDENTE PRUDENTE

Anderson Augusto Soares da SILVA¹
Endriéle da Silva SOUZA²
João Pedro NASCIMENTO³
Leonardo Santos GONÇALVES⁴
Mariana Nunes BATISTA⁵
Vitória Patrícia de Freitas SCARSO⁶
Tarcísio Duarte COELHO⁷

Visando auxiliar pequenos empreendedores do segmento de bares e restaurantes do município de Presidente Prudente – SP e região a dar os primeiros passos na implantação de estratégias de marketing, foi elaborado pelos alunos um e-book como trabalho técnico, que fez parte da disciplina de Estratégias e Plano de Marketing, do curso de Marketing da Toledo Prudente. O e-book recebeu o nome de “Temperando o Seu Negócio”, em que seu principal objetivo foi criar um material didático para transmitir conhecimentos fundamentais de marketing aos empresários deste segmento, de modo que contribuam no processo de desenvolvimento da empresa. Para construir o e-book em questão, foi elaborada uma pesquisa exploratória em que foram selecionados 5 bares e 5 restaurantes que mais se destacam em Presidente Prudente, baseando-se em estrutura física e avaliações positivas nos campos de busca (Google Maps e redes sociais: Facebook, Instagram). Foram analisados diversos aspectos do local como o público-alvo, localização do estabelecimento, os possíveis fatores de destaque, e etc. Essas informações serviram como base para entender quais são as tendências e o gosto médio dos consumidores. Baseado em referencial teórico, o primeiro capítulo contava com cinco tópicos onde foi abordado o crescimento do negócio em si, que foram: estratégias de marketing, análise do ambiente, análise de SWOT, propósito para negócios e missão visão e valores. O segundo capítulo contou com 4 tópicos com o objetivo de auxiliar e definir quem são os consumidores de bares e restaurantes que foram: definição de persona, público-alvo e empresas, concorrentes diretos e indiretos e plano de marketing e empresas. O terceiro e último capítulo contava com 3 tópicos com a finalidade de destacar o

¹ Discente do 1º ano do curso de Marketing do Centro Universitário “Antônio Eufrásio de Toledo” de Presidente Prudente. e-mail andersoonaugusto062@gmail.com.

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

³ Discente do 1º ano do curso de Marketing do Centro Universitário “Antônio Eufrásio de Toledo” de Presidente Prudente. e-mail jpnascimento1234@gmail.com

⁴ Discente do 1º ano do curso de Marketing do Centro Universitário “Antônio Eufrásio de Toledo” de Presidente Prudente. e-mail leonardo.santosturismo@hotmail.com

⁵ Discente do 1º ano do curso de Marketing do Centro Universitário “Antônio Eufrásio de Toledo” de Presidente Prudente. e-mail mariananb12@gmail.com

⁶ Discente do 1º ano do curso de Marketing do Centro Universitário “Antônio Eufrásio de Toledo” de Presidente Prudente. e-mail viihscarso@outlook.com

⁷ Docente do curso de Marketing do Centro Universitário “Antônio Eufrásio de Toledo” de Presidente Prudente. Mestre em Administração pelo Centro Universitário da FEI “Padre Sabóia de Medeiros – SP e-mail: tarcisio.coelho@toledoprudente.edu.br. Orientador do trabalho.

negócio a partir do marketing que são: referência de qualidade, posicionamento e diferenciação, estratégia no plano de marketing. A partir da definição dos capítulos e os tópicos com os assuntos que iriam ser abordados, foi iniciada uma pesquisa bibliográfica para criar os textos, em que foram utilizados livros de referência em marketing (KOTLER e KELLER, 2006). Depois, baseado no referencial teórico, foi utilizada a teoria com aplicação específica ao segmento de bares e restaurantes, o que pode contribuir com os empresários do segmento de bares e restaurantes, já que tais informações específicas não são de fácil acesso a estes pequenos empresários. O e-book, que está diagramado com textos e imagens com temática do setor de alimentação, porém, ainda não foi comercializado, mas poderá ser disponibilizado nas plataformas digitais Hotmart, Kindle ou vendido diretamente aos donos de restaurantes.

Palavras-chave: E-book de Marketing. Estratégia de Marketing. Bares e Restaurantes.