




# **ΩMEGA**

## PLANO DE MARKETING

RITA DE CÁSSIA SALVAJOLI, 5º, S.I.  
NOME DA EMPRESA: ÔMEGA  
RUA RIO BRANCO, 241, LINS - SP



## SUMÁRIO

1. Sumário Executivo.....	2
2. Análise de Ambiente.....	3
3. Definição do Público-Alvo.....	4
4. Definição da Marca.....	4
5. Definição de Objetivos e Metas.....	5
6. Definição das Estratégias de Marketing.....	5
7. Plano de Ação.....	7
8. Avaliação e Controle.....	7

## SUMÁRIO EXECUTIVO

O negócio refere-se à Loja Ômega, instalada há 8 anos, no bairro central comercial da cidade de Lins, situado estrategicamente ao local com maior movimentação do chamado “calçadão”. A referida conta com produtos eletrônicos, bem como utilidades domésticas e tecnológicas, é válido ressaltar que a loja, além de ponto de venda é, também, uma assistência técnica para aparelhos e periféricos eletrônicos.

Devido a intensificação da pandemia de Covid-19, bem como a abertura de duas grandes lojas atacadistas próximas ao local, houve considerável perda de clientes, fator que ocasionou uma queda acentuada de faturamento ao final de 2020. Todavia, houve uma instensa pesquisa através da atual assistente administrativo, Rita de Cássia, em conjunto ao proprietário, Marcos Paulo, para uma detalhada análise de mercado e estudo de tendências e oportunidades para o seu negócio. É interessante ressaltar que, durante a pandemia, a assistência não funcionava.

Após a realização do estudo, decidiu-se reabrir a assistência técnica, bem como a fábrica de caixas de som artesanais da Ômega, explorando recursos digitais como Whatsapp Business e Mercado Livre para realizar as vendas que antes eram feitas apenas presencialmente, inovou-se, também, nas entregas, nas quais agregou-se o sistema de delivery.

A Loja Ômega tem seu funcionamento semanal de segunda a sexta no período de 9h às 18h, e aos finais de semana no período das 9h30 às 12h, é interessante ressaltar que, aos domingos, concentram-se majoritariamente as atividades relacionadas à assistência técnica e à produção das caixas de som artesanais.

Nesse sentido, é válido comentar a respeito das caixas de som, pois as referidas passaram por uma renovação completa em seu design a fim de neutralizar a ação da concorrência, aumentar o seu faturamento, oferecer algo inédito na região. Com as mudanças supracitadas, a Ômega tem a pretensão de ser referência em vendas de eletrônicos e assistência técnica; ter o melhor atendimento especializado e garantir a constante satisfação do cliente.

## ANÁLISE DE AMBIENTE

Nos últimos meses, a Ômega vem percebendo uma redução significativa no seu faturamento acredita-se que a ocorrência desse fato se deve ao aumento dos concorrentes, bem como à intensificação do Covid-19. Há cerca de um ano, duas lojas atacadistas foram abertas próximos ao seu, com estruturas mais modernas, e preços reduzidos o que vem resultando na perda de clientes.

- *Fatores Econômicos:* a partir de pesquisas Diante da crise em que o país se encontra a situação econômica acaba afetando a Ômega, no âmbito de vendas, uma vez que a empresa comercializa produtos considerados supérfluos. Os consumidores estão mais sensíveis a preços e, por isso, estão exigindo uma maior valorização do seu dinheiro, o que se traduz em um desejo por produtos e serviços que contenham cada vez mais benefícios.
- *Fatores Socioculturais:* A empresa sempre busca estar envolvida, participando de campanhas propostas pela comunidade. Participa também de promoções com o propósito de ajudar ao próximo, como rifas, ação entre amigos e doações. A Loja Ômega promove campanhas, promoções, decora loja, conforme as datas comemorativas, assim como, carnaval, páscoa, dia das mães, dias dos pais, dia dos namorados, São João, Natal, entre outras datas.
- *Fatores Políticos, Legais e Tecnológicos:* Obseva-se que as condições legais, políticas e tecnológicas tem pouco impacto sobre o tipo de negócio.
- *Concorrência:* aumento da concorrência e agressividade nas promoções utilizadas. Esses aspectos foram visualizados a partir de conversas informais com clientes e da queda de seu faturamento.
- *Fatores Internos:* o Centro Esportivo possui infraestrutura menor que o ideal, todavia muito bem repartida entre assistência técnica e loja, propriamente dita, ressalta-se que banco de dados de clientes é incompleto e desatualizado.
- *Análise de Oportunidades e Ameaças, Forças e Fraquezas:* A partir de algumas observações verificou-se:

Fatores Externos	
Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none"><li>• Aumenta da demanda de</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Muitos concorrentes na região</li></ul>


- consertos, principalmente de controles remotos;
  - Demanda por serviços de alta qualidade;
  - Aumento da procura por vendas remotas devido o intensificamento do isolamento social;
  - Aumento da procura por delivery, devido o intensificamento do isolamento social.
- (lojas com o mesmo segmento);
- Concorrência: preços menores.

Fatores Internos	
Forças	Vulnerabilidades
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Facilidade de acesso;</li> <li>• Boa localização e visibilidade;</li> <li>• Estrutura bem conservada;</li> <li>• Imagem de empresa sólida (8 anos de mercado apenas na cidade de Lins).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Não há estacionamento para clientes;</li> <li>• Banco de dados incompleto e desatualizado;</li> <li>• Recursos financeiros limitados.</li> </ul>

#### DEFINIÇÃO DO PÚBLICO-ALVO

<p><b>GEOGRÁFICOS</b> (países, regiões, cidades, bairros)</p>	<p>Pessoas localizadas na cidade de Lins – SP.</p>
<p><b>DEMOGRÁFICOS</b> (sexo, idade, renda, educação)</p>	<p>Pessoas de variadas faixas etárias, pertencentes a todas as classes sociais.</p>

#### DEFINIÇÃO DA MARCA

- Nome: Ômega; O nome foi escolhido em homenagem às letras do alfabeto grego, o fundador Marcos Paulo, foi dono de uma anterior loja a qual levava o nome de Alpha, sua sucessora tornou-se a Ômega.
- Símbolo: O Símbolo da letra grega Ômega. 

- Slogan: “Levando a tecnologia à sua casa.”; Fazendo-se referência desde o começo ao projeto do delivery.

Figura 1: Representação do Cartão de Visitas Ômega



Fonte: Elaborado pelo Autor, 2021.

## DEFINIÇÃO DE OBJETIVOS E METAS

Período: 2021	
Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ser referência em vendas e em assistência técnica;</li> <li>• Fornecer o melhor atendimento;</li> <li>• Garantir a satisfação do cliente;</li> <li>• Ter uma campanha de divulgação eficaz.</li> </ul>
Metas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Obter 40% do faturamento projetado para o segundo semestre;</li> <li>• Aumentar a conscientização dos consumidores sobre o negócio em 50% nos 12 primeiros meses.</li> </ul>

## DEFINIÇÃO DAS ESTRATÉGIAS DE MARKETING

### Produto

Produto	A Ômega concentra suas vendas nos seguintes itens:
---------	--

- 
- Caixas de Som artesanais;
  - Controles remotos;
  - Periféricos para Televisões.

Assim, resolveu-se explorar esses itens da melhor forma possível. Nas caixas de som, foi providenciada uma caixa personalizada Ômega, como embalagem principal, bem como para os controles, os quais receberam uma caixinha que em seu interior integra o cartão da loja, bem como um cartão de agradecimento. Quanto aos periféricos, faz-se constantes promoções, as quais atraem os clientes.

---

### *Preço*

#### Preço

A Ômega a fim de atrair os clientes oferece:

- Descontos na indicação de amigos e parentes;
  - Descontos de 20% a partir de 150R\$ em compras;
  - Descontos nas compras a vista;
  - Semanas promocionais em que os descontos podem chegar a 50%.
- 

### *Praça*

#### Praça

A Ômega dispõe:

- Localização privilegiada;
  - Fornecedores semanais;
- 

### *Promoção*

#### Promoção

A Ômega dispõe:

- Divulgação em forma de post e story através da página do Facebook;
  - Divulgação através de mensagem no Whatsapp para os clientes;
  - Panfletos informativos;
  - Flyers de divulgação.
- 

### *Pessoas*

## Pessoas

A Ômega concentra seus funcionários em seu âmbito familiar, todavia, adota-se:

- Comunicação: Há reuniões semanais para que sejam tratados assuntos os quais permeiem ao melhor atendimento ao cliente.
- Avaliação e remuneração: A partir dos resultados gerados na semana, atribui-se uma bonificação ao salário, ao final do mês.

## PLANO DE AÇÃO

Ações	Responsável	Custo	Período						
			Maio	Jun.	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.
Realizar a montagem dos novos cartões da loja.	Rita de Cássia	80,00	80,00		80,00		80,00		80,00
Promoção Festa Junina "in Home"	Rita de Cássia	700,00		700,00					
Duivulgação Flyer	Rita de Cássia	150,00			150,00			150,00	
Semana da Caixa de Som	Marcos Paulo	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00
Semana de Reestruturação de embalagens	Marcos Paulo	850,00		850,00			850,00		
Custo de Ações por Período			200,00	1 670,00	350,00	120,00	1 050,00	270,00	200,00
Custo Total:									3 860,00R\$

## AVALIAÇÃO E CONTROLE

Para a Ômega, definiu-se os seguintes padrões de desempenho:

- Avaliação mensal do desempenho da equipe;



- Pesquisa do nível de satisfação de clientes (pesquisa mensal);
- Controle estimado dos custos;
- Faturamento projetado x realizado.