

BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO
IADM228 ESTÁGIO I 7°

Mr. quiche

Grupo 1:

**Andressa
Bruno
Carlos Eduardo
Davidson
Felipe Fernandes
Rosimere**

**UBÁ
MINAS GERAIS
2022**



Mr. quiche



ANÁLISE SWOT – AMB. EXTERNO

• AMEAÇA

1. Dificuldade de matéria prima de qualidade;(produtos produzidos em apenas uma estação do ano, ex: alho poró)
2. Produtos similares (empadas, pizza, esfirra, etc...)
3. Fatores climáticos;(entregas distantes com dificuldades em zonas rurais devido as chuvas)
4. Limitação internet;

• OPORTUNIDADE

1. Produto com grande potencial de crescimento;
2. Aumento no numero de pessoas que consomem delivery;
3. Poucos concorrentes;

ANÁLISE SWOT – AMB. INTERNO

• PONTOS FORTES

1. Diversificação de sabores;
2. Preços competitivos;
3. Produto diversificado;
4. Comprometimento com o cliente;
5. Bons fornecedores;
6. Preço acessível;
7. Promoções de vendas;

• PONTOS FRACOS

1. Tempo de vida dos produtos são relativamente curtos;
2. Possibilidade de desperdício de alimentos, por demandar sempre produtos frescos;
3. Ausência de loja física;
4. Falta de mão de obra qualificada;

DEFINIÇÃO DA PERSONA

Persona: Alice é uma mulher de 27 anos formada em História e mora sozinha em um apartamento no centro da cidade.

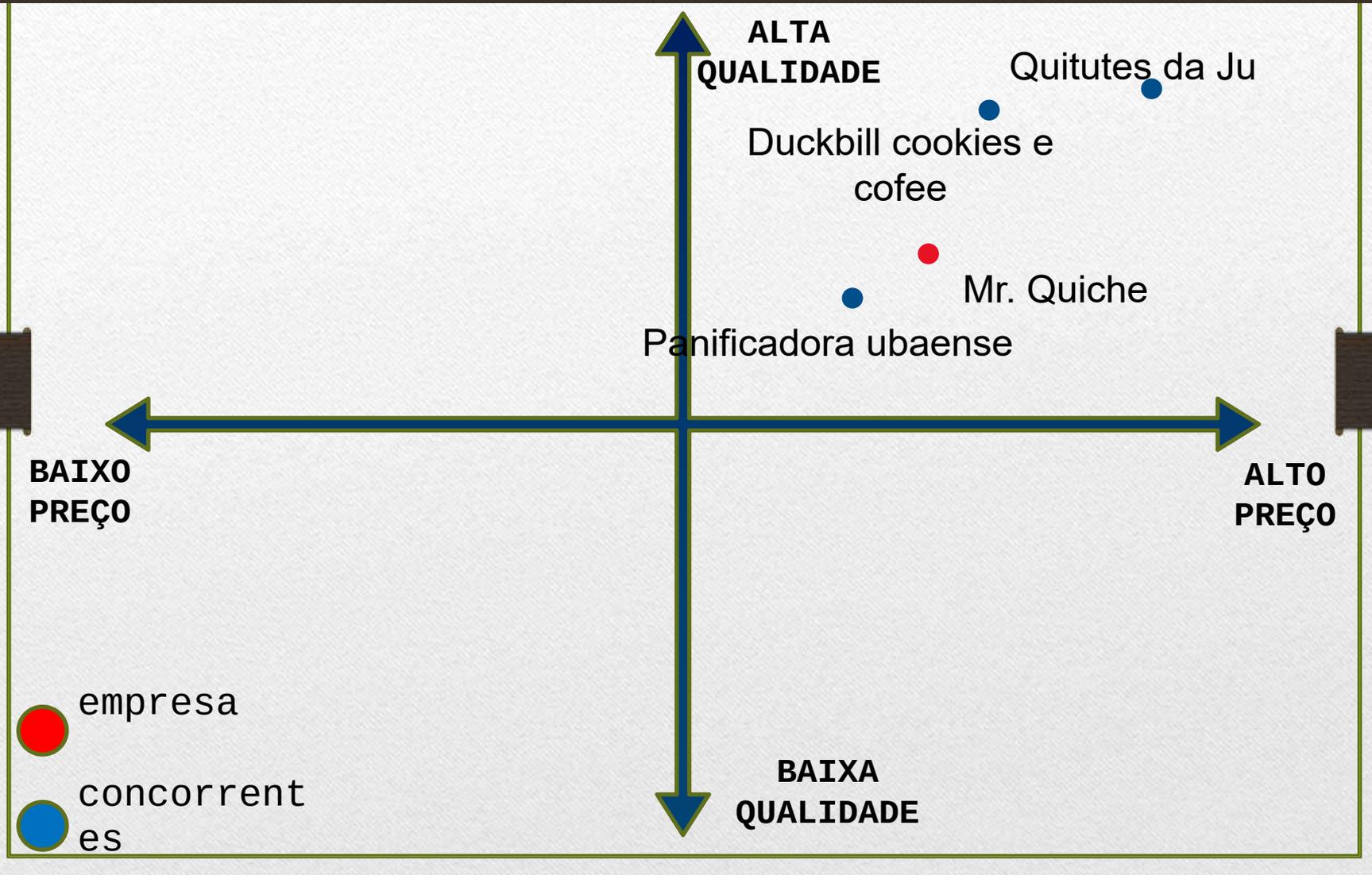
Tem dois turnos de aula em duas instituições de Ensino diferentes e seu horário de trabalho vai de 7:00hr às 19:50hr, retorna geralmente as 20:20hr para casa.

Aprecia bons momentos e sabores únicos e também gosta de coisas práticas e flexíveis para aproveitar melhor o seu tempo, com bom gosto e qualidade.

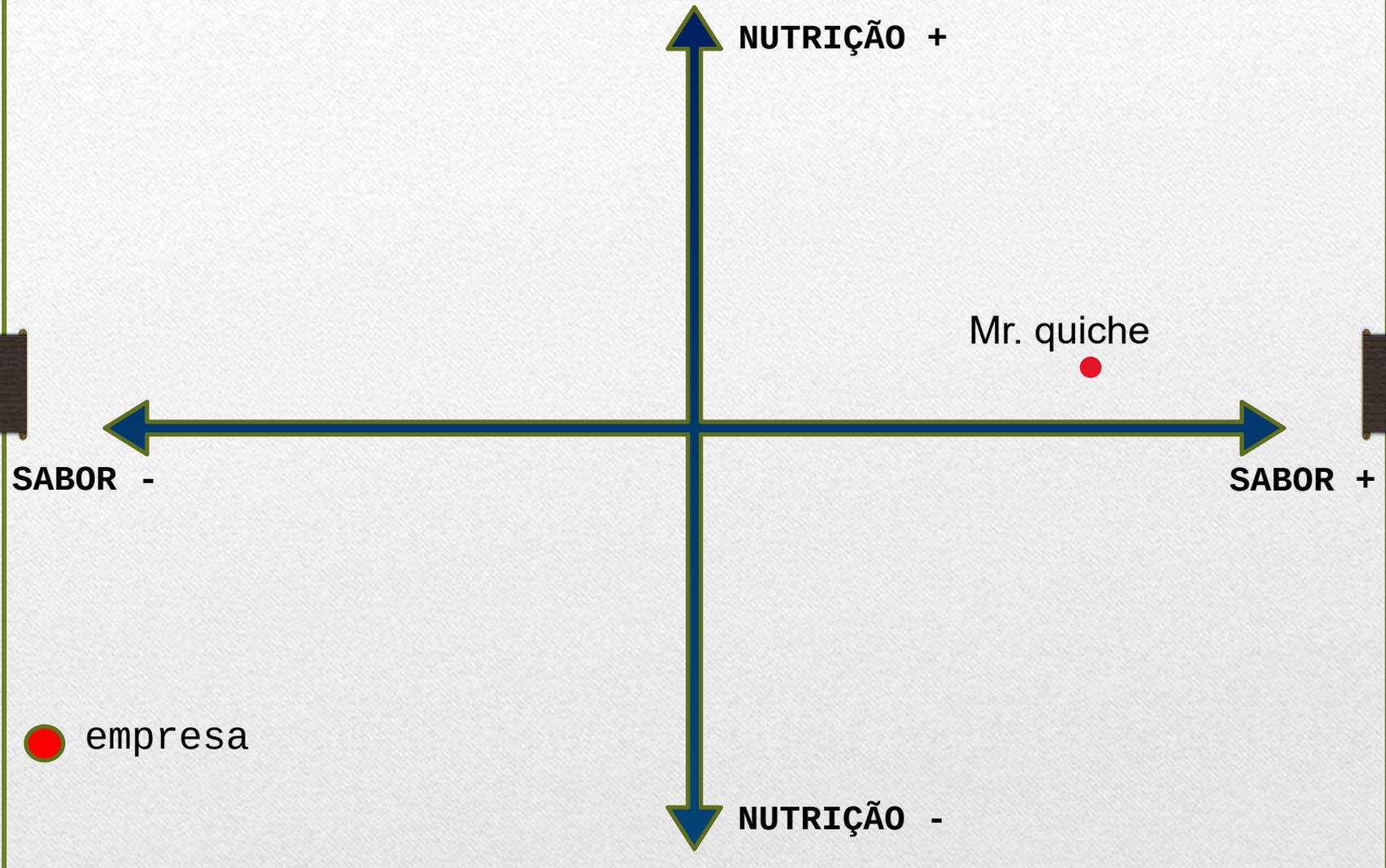
DEFINIÇÃO DO PÚBLICO-ALVO

Público-alvo: Homens e Mulheres de 25 à 40 anos pertencentes a classe C que buscam praticidade, agilidade e qualidade.

DEFINIÇÃO DO POSICIONAMENTO ESTRATÉGICO SEGUNDO O PREÇO E A QUALIDADE



DEFINIÇÃO DO POSICIONAMENTO SEGUNDO ASPECTOS NUTRITIVOS E DE SABOR



DEFINIÇÃO DO POSICIONAMENTO NO MERCADO: COMO O CLIENTE VÊ O SEU NEGÓCIO

Descreva agora qual será o seu posicionamento (imagem que deseja transmitir para seu mercado).

Temos como objetivo trazer para o dia a dia dos nossos clientes um produto com qualidade, diferenciado e com sabor irresistível. Buscamos proporcionar um atendimento personalizado em cada pedido, mesclando ingredientes selecionados e visando atender as necessidades e desejos dos clientes através da praticidade, agilidade e requinte.



DEFINIÇÃO DA ESTRATÉGIA DE MERCADO

Produtos existentes

1.
Penetração de Mercado

2.
Desenvolvimento de Mercado

Novos produtos

3.
Desenvolvimento de Produto

4.
Diversificação de Produto

Mercados Existentes

Mercados Novos

JUSTIFICATIVA PELA ESCOLHA DA ESTRATÉGIA DE MERCADO

Penetração de Mercado

A empresa optou por essa estratégia pois investe no aprimoramento de um produto pouco explorado na região. Com esse intuito o Mr. quiche colocará no mercado um produto que se difere dos similares encontrados, tendo como norte o crescimento constante dos deliveries e assim atraindo consumidores de todas as vertentes devido ser uma curiosidade com preço acessível, de prático consumo e qualidade.

DEFINIÇÃO DA MARCA



PRODUTO

Variável	Atividades
Produto	Diferentes tipos de Design Características Diferenciais com a concorrência Marca Especificações Política de Garantia Embalagem
Preço	Financiamentos Condições de Pagamento Prazo médio Número de Prestações Descontos Crediário
Promoção	Propaganda Publicidade Relações Públicas Promoções
Praça (Ponto-deVenda)	Lojas Canais de distribuição Logística Armazenamento Distribuição

PRODUTO

Ingredientes (Massa/ Recheio)

Produto	Unidade de medida	Quantidade
Farinha de trigo	Xícara de chá	2
Manteiga	Colher de sopa	4
Creme de leite	Caixa de 300 ml	1
Sal	Colher de chá	1
Fermento em pó	Colher de chá	1
Bacon	Xícara de chá	1
Alho poró	Xícara de chá	2
Ovo	Unidade	3
Queijo parmesão Ralado	Xícara de chá	1\2

MODO DE PREPARO

Em uma tigela coloque todos os ingredientes da massa amasse bem até que vire uma massa consistente, deixe descansar na geladeira por cerca de 20 minutos, enquanto a massa descansa unte com manteiga o fundo e as laterais da forma de alumínio. Leve para assar por cerca de 20 minutos, em forno à 180°C.

Frite o bacon (não há necessidade de colocar óleo), acrescente o alho poró e deixe refogar cerca de 4 min. Desligue o fogo e acrescente os demais ingredientes, após isso coloque todo o recheio sobre a massa e leve ao forno novamente por cerca de 30 minutos para gratinar. Sirva quente.

EMBALAGEM

Nossos produtos são embalados com uma bandeja de alumínio para manter a temperatura adequada para o consumo.

O pacote externo é de papel krafite personalizado com nossa logo e uma mensagem criativa a cada pedido, levando para o cliente não somente o quiche mas a conexão e a empatia para cada um.



PREÇO

SERÁ LEVADO EM CONSIDERAÇÃO NO PREÇO OS PRODUTOS:

- FARINHA DE TRIGO
- MANTEIGA
- CREME DE LEITE
- SAL
- FERMENTO EM PÓ
- BACON PICADO
- ALHO PORÓ FATIADO
- CREME DE LEITE
- OVOS
- QUEIJO PARMESÃO RALADO
- SAL
- BANDEJA MARMITINHA COM TAMPA
- EMBALAGEM KRAFT PERSONALIZADA
- GRAMPO 26/6
- GARFINHO DESCARTAVEL
- BOTIJÃO GÁS

PREÇO

MASSA					
Ingrediente	Medida por fornada (04 UNIDADES)	Valor por fornada (04 unidades)		Valor unitário	
Farinha de trigo	2 xícaras (chá) - 400 gramas	R\$	1,4000	R\$	0,3500
Manteiga	4 colheres (sopa) - 480 gramas	R\$	0,4320	R\$	0,1080
Creme de leite	1/2 lata - 100 gramas	R\$	1,2500	R\$	0,3125
Sal	1/2 colher (chá) - 10 gramas	R\$	0,0200	R\$	0,0050
Fermento em pó	1 colher (chá) - 15 gramas	R\$	0,3600	R\$	0,0900
Ovos	3 unidades	R\$	1,4400	R\$	0,3600
	Valor total	R\$	4,9020	R\$	1,2255

PREÇO

RECHEIO			
Ingrediente	Medida por fornada (04 UNIDADES)	Valor por fornada (04 unidades)	Valor unitário
Bacon picado	1 Xícara (chá) - 200 gramas	R\$ 4,5700	R\$ 1,1425
Alho poró fatiado	2 xícaras (chá) - 400 gramas	R\$ 5,0000	R\$ 1,2500
Creme de leite	1/2 lata - 100 gramas	R\$ 1,2500	R\$ 0,3125
Queijo parmesão ralado	1/2 xícara (chá) - 100 gramas	R\$ 2,7500	R\$ 0,6875
Sal	05 gramas	R\$ 0,0100	R\$ 0,0025
valor total		R\$ 13,5800	R\$ 3,3950
VALOR TOTAL MATERIA PRIMA		R\$ 18,4820	R\$ 4,6205

PREÇO

GÁS DE COZINHA

Produto	Unidade de medida	Valor por fornada (04 unidades) 40 min	Valor unitário
Botijão de gás	1 botijão de Gás 13 kg- duração media 250 horas - R\$ 120,00	R\$ 0,3200	R\$ 0,0800
VALOR TOTAL GÁS DE COZINHA		R\$ 0,3200	R\$ 0,0800

EMBALAGEM

Produto	Unidade de medida	Valor por fornada (04 unidades)	Valor unitário
Bandeja marmitinha com tampa	Pacote com 100 unidades - R\$ 36,00	R\$ 1,4400	R\$ 0,3600
Embalagem Kraft personalizada	Pacote com 500 unidades - R\$ 279,00	R\$ 1,9920	R\$ 0,4980
Grampo 26/6	Caixa com 5000 unidades - R\$ 7,50	R\$ 0,0060	R\$ 0,0015
Garfinho descartável	Pacote com 50 unidades - R\$ 6,90	R\$ 0,5520	R\$ 0,1380
VALOR TOTAL EMBALAGEM		R\$ 3,9900	R\$ 0,9975

PREÇO

Valor total do produto por fornada (04 unidades)

R\$ 22,7920

Valor total unitário do produto

R\$ 5,6980

Margem de lucro (%) unitário	Margem de lucro (R\$) unitário	Preço de venda unitária
23,00%	R\$ 1,30	R\$ 6,99

Margem de lucro (%) atacado (10 unidades)	Margem de lucro (R\$) atacado (10 unidades)	Preço de venda atacado
15%	R\$ 0,84	R\$ 6,54

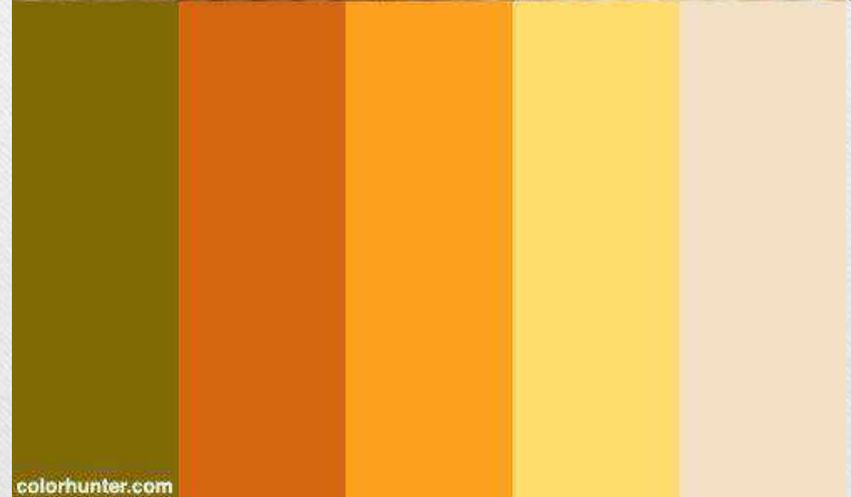
CORES DA MARCA

Nossas cores foram desenvolvidas pensando na conexão com a marca, proporcionando uma clareza, satisfação e leveza.

O laranja dará ênfase no sabor, pois é uma cor que abre o apetite e estimula a alimentação, aumenta a autoestima transmitindo coragem e bem-estar.

O verde desenvolve o sentido saúde e frescor reduzindo as tensões do dia-a-dia ajudando a manifestar a tranquilidade e a satisfação.

O amarelo libera o gatilhos mentais, ajudando transmitir alegria e turbinar o humor de quem está consumindo.



POLITICA DE GARANTIA

A qualidade dos nossos alimentos é monitorada e avaliada diretamente pelos nossos clientes, no Mr.quiche adotamos um meio de gestão transparente que mesmo sendo uma loja de deliverys a diretoria da empresa desenvolve vídeos, lives e publica fotos do processo produtivo. Com o intuito de mostrar para o público que nosso ambiente de trabalho segue a risca todas as regras sanitárias e nutricionais.

Também é enfatizado propositalmente o foco das câmeras nos rótulos de nossos produtos, para desenvolver a confiabilidade da marca com produtos seguro e com validades em dia.

PRAÇA/DISTRIBUIÇÃO

Delivery



O canal de distribuição será feito através de moto própria e parceria com serviço terceirizado em caso de alta demanda, de modo que o cliente possa receber no endereço solicitado (residência, local de trabalho até mesmo entregas especiais) assim tendo seu pedido entregue de forma ágil.

LOJA

A estrutura da loja conta com o espaço físico para realizar as encomendas e retirar os produtos, mas não para o consumo do mesmo no local e está em conformidade com a vigilância sanitária e com padrões consideráveis de higiene, de modo a proporcionar aos clientes produtos frescos e com entrega rápida.



PROMOÇÃO/COMUNICAÇÃO

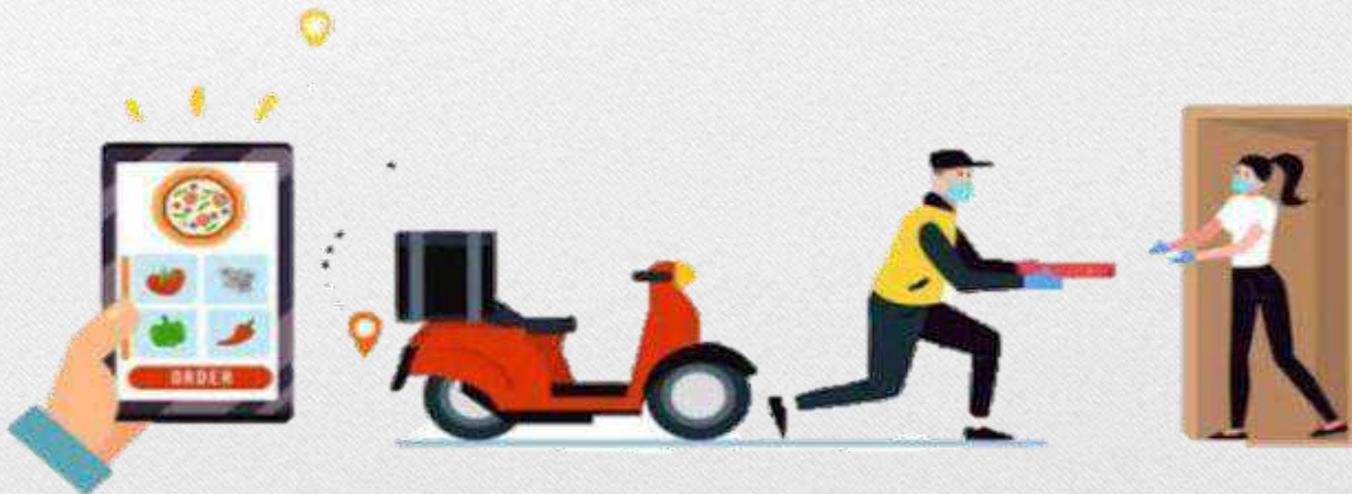
A Quicheria focará em comunicar-se e interagir com os potenciais clientes, sempre considerando que há pouco orçamento disponível. Por conta disso, a boa relação pessoal com familiares e amigos são fundamentais, de maneira que serão desenvolvidas ações de relacionamento e interação com o público, visando garantir a fidelidade e a indicação dos serviços.



PROMOÇÃO/COMUNICAÇÃO

Em relação à captação de novos clientes serão desenvolvidas ações que divulguem e valorizem nossos produtos, os períodos e turnos de menor demanda receberão ações específicas para desenvolver a experiência e a conectividade, tais como enquetes, contagem regressiva, interação com o conteúdo e reação aos stories.

O uso de ferramenta nas mídias sociais, a realização de parcerias, e o incentivo à indicação também serão estratégias adotadas para a retenção e a captação de novos clientes.



PROMOÇÃO/COMUNICAÇÃO

Teremos como foco principal o atendimento pós venda, a fim de fidelizar a clientela. Por conta disso contará com um aperfeiçoado software(CRM) para ter uma ampla rede de banco de dados dos clientes, conforme citado anteriormente. A fim de, que possua informações atualizadas e relevantes para a realização de promoções.



PANFLETO DE MKT VIA CANVAS

PROVE E APAIXONE-SE

Peça pelo whatsapp
(32) 98413-9178



PESQUISA DE SATISFAÇÃO E DEGUSTAÇÃO

Defina agora suas vantagens competitivas, ou seja, os fatores que estimularão o cliente a comprar na sua empresa e pontue a partir de uma análise comparativa.

CONCEITO	EXCELENTE	ÓTIMO	BOM	REGULAR	RUIM	NÃO TEM
PONTUAÇÃO	5	4	3	2	1	0
Vantagens Competitivas (principais estímulos para os clientes)	Seu negócio	Concorrentes				
		Quitutes da Ju	Panificadora ubaense	Duckbill cookies e coffee		
Pontos de vendas estratégicos	0	0	4	4		
Qualidade dos produtos	4	5	3	5		
Preço acessível	4	2	3	4		
Tempo de entrega	4	3	3	4		

Vantagens Competitivas (principais estímulos para os clientes)	Seu negócio	Concorrentes		
		Quitutes da Ju	Panificado ra ubaense	Duckbill cookies e cofee
Sabor do produto	4	2	3	3
Atendimento ao cliente	5	3	4	3
Praticidade da embalagem e conservação do produto	4	4	3	2

OBRIIGADO ! ! !

Grupo 1:

Andressa
Bruno
Carlos Eduardo
Davidson
Felipe Fernandes
Rosimere