Ao realizarmos a pesquisa de mercado podemos perceber que existe um número bem elevado de concorrentes na região que a empresa pretende estar atuando, mais de 30 empresas, incluindo cafeterias, docerias e empórios, todos com diferentes cardápios.

Alguns produtos são comuns em todos as empresas, e em algumas notamos que possuem um enfoque maior em determinados produtos, como na parte dos doces, pães, cafés. Notamos que existe um grande consumo de café e bebidas nesse seguimento na região, pois todos as empresas que realizamos a pesquisa oferece esse produto em seu menu, é de estrema importância que a empresa forneça estes produtos, para que ela consiga se estabelecer nesse nova localidade.

Seus preços são bem variados entre as empresas, mas bem elevados também, devido ao público que existe na região, então pesquisamos e montamos uma média de preços para as seguintes categorias: Cafés – 6 a 16; Chas – 9 a 11; Sucos – 9 a 14; Lanches/salgados – 7 a 28; Bolos/sobremesas – 11 a 22. Pegamos a média de cada seguimento escolhido para ajudar a empresa a se habituar aos preços da região.

Realizamos uma pesquisa também em relação a petshops e clínicas veterinárias na região, para avaliar o público “pet frendly”, e notamos um número bem elevado dessas empresas na região. Ao analisarmos os concorrentes vimos que cerca de 10 empresas são “pet frendly”. Uma possibilidade a se pensar na hora de abrir o novo negócio, para assim atrair esse tipo de público.

Verificamos também a classificação dos concorrentes online, e em média eles possuem uma avaliação de 4,6 estrelas, e a Maria e Maria possui uma avaliação de 4,8 estrelas com mais de 1,1 mil avaliações, isso é um indicativo positivo de que a empresa está indo bem em termos de satisfação do cliente e qualidade percebida. Isso pode ser usado como um ponto forte nas estratégias de marketing e diferenciação em relação à concorrência.

Na sua maioria os concorrentes pesquisados não possuem espaço próprios para Instagram, espaço “instagramavel”, isso seria um grande diferencial para a empresa, atraindo um público mais jovem, que gosta de interagir nas redes sociais, ajudando também no marketing da empresa.

Verificamos também quais dessas empresas realizam entregas, e quase 100% das empresas pesquisadas possuem delivery de produtos, vemos que o delivery deve ser implantado assim que a mudança acontecer, para que empresa consiga atender esses cliente que já estão acostumados com entregas.

O menu

Ao analisarmos os concorrentes na região pretendida pela empresa montamos um menu que possa atender as necessidades dos clientes que estão acostumados com alguns produtos encontrados na região, mas também itens novos que não são oferecidos pelos concorrentes, assim ajudaram a chamar a atenção de novos clientes em potencial.

Nessa linha de pensamento, sugerimos a criação de um menu rotativo, onde alguns produtos serão trocados semanalmente, com o intuito de aumentar a incidência de clientes na loja, e também evitando a sobrecarga dos empregados, com um menu rotativo semanal você consegue se planejar para a semana e prevenir contratempos, ajudando também na economia de insumos.

Para o novo menu da empresa pensamos em dividi-lo em:

Bebidas

Cafés

Chas

Sucos

Smoothies

Doces

Bolos

Tortas

Cookies

Pães

Pudins

Biscoitos/Bolachas

Salgados

Tortas

Empadas

Sanduiches

Pães

Lanches

Em todas as categorias pensamos em disponibilizar opções veganas para os clientes, pois nessa região existe um número mais elevado de pessoas que optam por opções veganas

Cafés – 4,5 a 17

Chas – 7

Sucos – 7 a 15

Lanches e salgados – 7,5 a 24,5

Bolos e sobremesas – 11 a 20

Cafés – 6 a 12,5

Chas – 8,5 a 11

Sucos – 7,5 a 10,5

Lanches e salgados – 6,5 a 25,9

Bolos e sobremesas – 8,5 a 19,5

Cafés – 7 a 22

Chas – 9 a 16

Sucos – 8 a 16

Lanches e salgados – 8 a 17

Bolos e sobremesas – 12 a 19

Cafés – 4,4 a 18,7

Chas – 6,05

Sucos – 9,95

Lanches e salgados – 4,95 a 29,9

Bolos e sobremesas – 9,9 a 19,5

Cafés – 4,5 a 13

Chas – 13

Sucos – 9 a 16

Lanches e salgados – 3,5 a 38

Bolos e sobremesas – 9 a 16

Cafés – 7 a 12

Chas – 7 a 12

Sucos – 8 a 15

Lanches e salgados – 5 a 40

Bolos e sobremesas – 10 a 25

Cafés – 5,5 a 9,9

Chas – 5,5 a 9,9

Sucos – 9 a 12

Lanches e salgados – 8,9 a 28,9

Bolos e sobremesas – 11 a 25,9

Cafés – 10 a 20

Chas – 10

Sucos – 16

Lanches e salgados – 8 a 16,5

Bolos e sobremesas – 16 a 19

Cafés – 6 a 16

Chas – 9 a 11

Sucos – 9 a 14

Lanches e salgados – 7 a 28

Bolos e sobremesas – 11 a 22

Aqui estão algumas vantagens de incluir smoothies no menu:

Opções saudáveis: Os smoothies podem ser feitos com ingredientes frescos, como frutas, vegetais, iogurte sem açúcar e leite vegetal, proporcionando aos clientes uma opção de lanche saudável e nutritiva.

Adequação às restrições dietéticas: Ao oferecer smoothies sem açúcar e sem glúten, você atenderá às necessidades de clientes com restrições dietéticas específicas, como diabéticos e pessoas com sensibilidade ao glúten.

Ingredientes orgânicos: Se você utilizar ingredientes orgânicos nos smoothies, isso pode atrair ainda mais clientes preocupados com a qualidade dos produtos que consomem.

Personalização: Permitir que os clientes personalizem seus próprios smoothies com uma variedade de ingredientes pode ser um grande diferencial. Isso permite que eles escolham os ingredientes que atendam às suas preferências e restrições dietéticas.

Variedade: Oferecer uma variedade de sabores e combinações de smoothies pode manter os clientes interessados e incentivá-los a experimentar diferentes opções em várias visitas.

Bebida refrescante: Os smoothies são uma opção refrescante, especialmente em climas quentes, o que pode atrair um público mais amplo.