1. **4 P’S DO MARKETING: OPERAÇÃO TAPA-BURACO**
   1. **PRODUTO**

O sistema idealizado pela equipe segue a ideia de uma “Operação Tapa-Buraco” e consiste em uma aplicação mobile com a função de registrar a ocorrência de buracos e problemas em estradas e vias da cidade de Salgueiro, PE - em tempo real - através de uma denúncia feita pelo usuário. Exige conexão com a internet para acesso e GPS para denuncias. Existe a possibilidade de que o mesmo seja aberto a outras prefeituras. Basicamente conterá dois tipos de cadastro: autoridades responsáveis e cidadãos. Também haverá o acesso ao sistema em web, porém unicamente para visualização do mapa. Denuncias são feitas apenas pela aplicação mobile, devido à necessidade de GPS.

É possível, também, utilizar-se de imagens para o registro. As denuncias serão organizadas em um mapa virtual. A mesma será enviada diretamente para prefeitura, que poderá notificar quando o problema for resolvido. Os usuários poderão ver no mapa: se o problema registrado já foi resolvido, onde existe ocorrência de denúncias, quais as melhores rotas a se tomar e a localização de estabelecimentos da cidade.

A função real do aplicativo é funcionar como um canal entre a prefeitura e os cidadãos para a resolução de um problema especifico. A cidade não dispõe de nenhum aplicativo com essas funções, o que o torna um projeto inovador. O primeiro problema cogitado relaciona-se aos buracos nas estradas e demais rotas da cidade. Outros aplicativos de mesma ideia e voltados para outra especie de problemas poderão ser criados futuramente. O objetivo inicial da empresa refere-se apenas as estradas.

Será um ambiente de fiscalização da prefeitura e de analise das rotas da cidade (no que tange ao cidadão), podendo funcionar como ambiente de promoção para as autoridades competentes (a prefeitura poderá demonstrar seus feitos através do aplicativo) e canal de anuncio para estabelecimentos regionais que serão anunciados periodicamente e terão sua localização demonstrada no mapa.

O nome do aplicativo é S-Vias, pertencente à empresa S-Dea.

* 1. **PREÇO**

O aplicativo lucrará a partir dos anúncios dos estabelecimentos da região. O valor, escolhido através de uma tabela de preços ainda em discussão, determinará a frequência em que o anúncio será feito no aplicativo. Quanto maior o valor, maior a frequência nos anúncios. O endereço do estabelecimento será inserido no mapa. Os planos são oferecidos em três tipos de pacotes: 1 mês, 3 meses e 6 meses. Quanto maior o período do pacote, maior o desconto.

Tais anúncios serão feitos numa proporção que não interfira no objetivo principal do projeto. A tabela de preços será gerada após uma pesquisa de mercado feita na cidade, para que os preços sejam razoáveis para os clientes e, em paralelo, supram as necessidades financeiras da empresa e gerem lucro.

* 1. **PRAÇA**

A aplicação será disponibilizada em serviços de distribuição digital. Os cadastros são feitos pelo próprio aplicativo. A solicitação de compra de pacotes para anúncios é feita através dos contatos da empresa descritos no aplicativo. A partir dai, tanto denuncias quanto notificações de resolução do problema (no caso das autoridades competentes) são feitas pelo usuário através do seu próprio cadastro.

* 1. **PROMOÇÃO**

O foco de promoção será o marketing direto. Ir diretamente ao público-alvo e dialogar, oferecendo um prazo para convertê-los em clientes. O primeiro alvo seria a própria prefeitura da cidade. Ao adotar o aplicativo, a prefeitura se encarregaria em parte de anunciar o projeto para população como estratégia de promoção pessoal. Segundo ponto seriam os estabelecimentos com contrato de anúncios no aplicativo. Os mesmos receberiam um desconto no primeiro mês caso ajudem na divulgação. Essa divulgação pode ser feita através de cupons, panfletos e cartazes que a equipe ofertará ao estabelecimento para que seja distribuído a clientes. Outra estratégia será utilizar: canais de rádio da região, espaços públicos para anuncio e as mídias sociais.

1. **MATRIZ SWOT DO APLICATIVO DE OPERAÇÃO TAPA-BURACO**

Tabela 1: Matriz SWOT – Fonte Própria.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **FORÇAS** | **FRAQUEZAS** | **OPORTUNIDADES** | **AMEAÇAS** |
| Ausência de um aplicativo com a mesma função especifica na região. | Meios de promover o aplicativo na região. | Impacto politico causado pelo aplicativo, que funciona como um ambiente de fiscalização das ações da prefeitura em uma região que super valoriza a discussão e a analise politica. | Dependência da aceitação e da ação da autoridade responsável para redução, de fato, do problema. |
| Baixa concorrência voltada para a área tecnológica no mercado interno. | Competição com Aplicativos que, embora não tenham o mesmo objetivo, tragam funções semelhantes e já estão há mais tempo no mercado. | Ausência de variados canais de anúncios para estabelecimentos da região. O aplicativo pode lucrar através de anúncios sobre esses estabelecimentos e suas localizações. | Restrições para o usuário quanto ao ambiente e ao meio de utilização do aplicativo, visto que é necessário utilizar o celular conectado a internet e envolve locomoção em estradas. |
| Estradas da região em condições justificáveis para necessidade do aplicativo. |  |  |  |
| **Ambiente Interno** | | **Ambiente Externo** | |

1. **REFERÊNCIAS**

PAULILO, G. **Matriz SWOT: Como Fazer a Análise Estratégica de Sua Empresa.** Disponivel em: <https://www.agendor.com.br/blog/matriz-swot-como-fazer/>. Acessado em 15 de Março de 2018.

ENDEAVOR BRASIL. **4 Ps: As Bases Seguras Para a Marca Sólida Que Você Quer Construir.** Disponivel em: <https://endeavor.org.br/4-ps/>. Acessado em 15 de Março de 2018.