

*O emprego de todas as logomarcas possui caráter estritamente ilustrativo, não indicando parceria, promoção ou qualquer vínculo entre as organizações citadas e a BTC. Nenhuma das partes deste documento pode ser veiculada, transcrita ou reproduzida sob qualquer forma ou por quaisquer meios — eletrônico, fotocópia, gravação ou outros — sem prévio consentimento por escrito da BTC.*

## ChocoDuJour

### 1. O início

Fundada em 1928, a ChocoDuJour fabrica e comercializa chocolates e confeitos finos, destinados para as classes A e B.

Atualmente a empresa tem 200 pontos de venda espalhados pelo Brasil em locais nobres (lojas de rua e shoppings de classe alta).

### 2. Oportunidade

Em uma reunião de análise de mercado, foi levantado que o consumo de doces e chocolates das classes C e D estava aumentando consistentemente, representando, em termos de volume de vendas, mais de 20 vezes o tamanho de mercado que as classes A e B representam.

Com esses dados em mãos e entendendo que atuar nesse segmento criaria uma oportunidade de expandir ainda mais as vendas, ficou decidido que seria desenvolvido um produto da ChocoDuJour para atender esse público.

### 3. Definindo a estrutura da operação

Fator relevante para o lançamento do produto é a estrutura já estabelecida de lojas e franquias que a ChocoDuJour já tinha (200 pontos de venda). Esse fator já facilitaria a introdução do produto no mercado, ajudando a acelerar a curva de vendas e diminuindo o período inicial de retornos negativos, algo comum para qualquer novo produto.

O produto escolhido foi baseado em um doce que fazia muito sucesso em pequenos mercados de bairro e atacadistas, o DaniTop, um doce de marshmallow, com base de biscoito e coberto por chocolate. Nos atacadistas a caixa com 50 unidades de 20 gramas era vendida por R\$ 25,00, e nos mercados a unidade tinha o preço médio de R\$ 1,00.

Obviamente o produto da ChocoDuJour seria produzido com ingredientes com altíssima qualidade, o que inviabilizaria trabalhar com preços tão baixos. Ficou decidido também trabalhar com um produto de 40 gramas, maior que dos concorrentes.

Outro fator importante era a precificação. Dado que o preço médio dos produtos vendidos nas lojas da ChocoDuJour era elevado, não seria prudente entrar com um produto com preço muito baixo. Ficou decidido que o preço praticado seria de R\$ 15,00 a unidade.

Para a divulgação do novo produto, como se tratava de um produto de massa, a ideia seria utilizar canais de massa também, como propagandas em TV, Jornais, Revistas e Mobiliário Urbano. Para dar uma personalidade mais popular ao produto, decidiu-se contratar para as campanhas publicitárias um famoso cantor de música sertaneja, que tem bastante identificação com o público B e C.

### 4. Pré-lançamento

Faltando um mês para o lançamento, o CEO do ChocoDuJour ainda não estava seguro e decidiu contratar uma consultoria estratégica para avaliar o planejamento desenvolvido pela empresa para o lançamento do produto.

Após reuniões com diversas consultorias, decidiu contratar a Brain & Company.

### 5. Projeto ChocoDuJur

Você é o Partner da Brain & Company responsável pela prática de marketing e tem larga experiência em projetos de lançamento de produtos para o consumidor final.

Sua missão é avaliar o plano desenhado e dar suas recomendações para o CEO da ChocoDuJour.

O emprego de todas as logomarcas possui caráter estritamente ilustrativo, não indicando parceria, promoção ou qualquer vínculo entre as organizações citadas e a BTC.

Nenhuma das partes deste documento pode ser veiculada, transcrita ou reproduzida sob qualquer forma ou por quaisquer meios — eletrônico, fotocópia, gravação ou outros — sem prévio consentimento por escrito da BTC.

### Informações adicionais:












- Imagens das lojas da ChocoDuJour



- Foto do produto de lançamento



- Fotos do portfólio atual da ChocoDuJour (alguns exemplos)

<p>Cacau do Pratigi Ao Leite</p> <p>Lata / 210 g</p> <p>RS 111,00</p> 	<p>Cacau do Pratigi 70%</p> <p>Lata / 210 g</p> <p>RS 113,00</p> 	<p>Cacau do Pratigi 80%</p> <p>Lata / 210 g</p> <p>RS 117,00</p> 	<p>Letras I Love You</p> <p>Letras e cartões de chocolate / 520 g</p> <p>RS 248,00</p> 	<p>Embalagem M Marzipan</p> <p>6 unidades / 70 g</p> <p>RS 42,50</p> 	<p>Choco Snack</p> <p>220 g</p> <p>RS 89,00</p> 
<p>Letras de Chocolate – Monte sua Frase</p> <p>RS 25,00</p> 	<p>Embalagem M Nougat</p> <p>6 unidades / 50 g</p> <p>RS 40,50</p> 	<p>Cartão de Chocolate</p> <p>Barra / 55 g</p> <p>RS 29,00</p> 	<p>6 Truffles du Jour – Café</p> <p>6 unidades / 72 g</p> <p>RS 42,00</p> 	<p>6 Truffles du Jour – Sortidas</p> <p>6 unidades / 80 g</p> <p>RS 42,00</p> 	<p>6 Truffles du Jour</p> <p>6 unidades / 80 g</p> <p>RS 42,00</p> 