**Pautas últimas reuniões Ellui:**

**3 de setembro:**

**Anotações do plano de marketing.**

**- Metas:**

* Definir o número de vendas (de peças, não tratar por bolsas) por coleção (no Brasil tem duas coleções anuais - Outono/Inverno, Primavera/Verão).

800 bolsas por coleção – produção mensal 200 (inicial)

**- Composto de marketing**

**- Produto:**

* Caracteristicas atrativas - Preço e qualidade - artigos de couro (acabamento fino) - couro fino, pelica, caprino e bovino.
* Preço - Média de preço U$ 200,00
* Couro Caprino e Bovino (pelica)
* Praça - Entrega global, momento local = Brasil
* Referência - Site da richards.
* Ações de acordo com abertura e fechamento de coleções.
* Pensar maior nos eventos - segurar a marca para impedir popularização da marca.
* Trabalhar embalagem.

**6 de setembro:**

**Referência:** Ado - marca de bolsas BH

Resgatar anotações da reunião passada.

Modelos por coleção.

Personalização.

Economia criativa - ecológica - produto que movimenta a economia local (trabalhar ideia de consumir a marca é uma contribuição à economia local).

Promoção não é necessariamente de acordo com o custo.

José seria a "cara" da comunicação da marca, representante da marca.

Bolsa - cinto - carteira - porta níqueis

Desconto promocional - discutir opções para as ações do calendário. Brindes, etc...

Vender pelo facebook, analisar custo de venda.

Clara Gouveia - cuidar para que as fotos valorizem os produtos, proporção e angulação das fotos.

Embaixador(es) da marca.

Pesquisar interesse de coleções.

Reunião para o dia 14 – 09 pela manhã na Itaúna com a equipe completa.