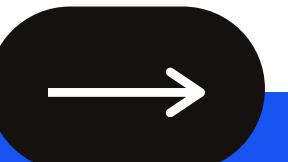




Wave Link

PROJ INTEG I - GPI - 20251

SPRINT 1
GRUPO 6



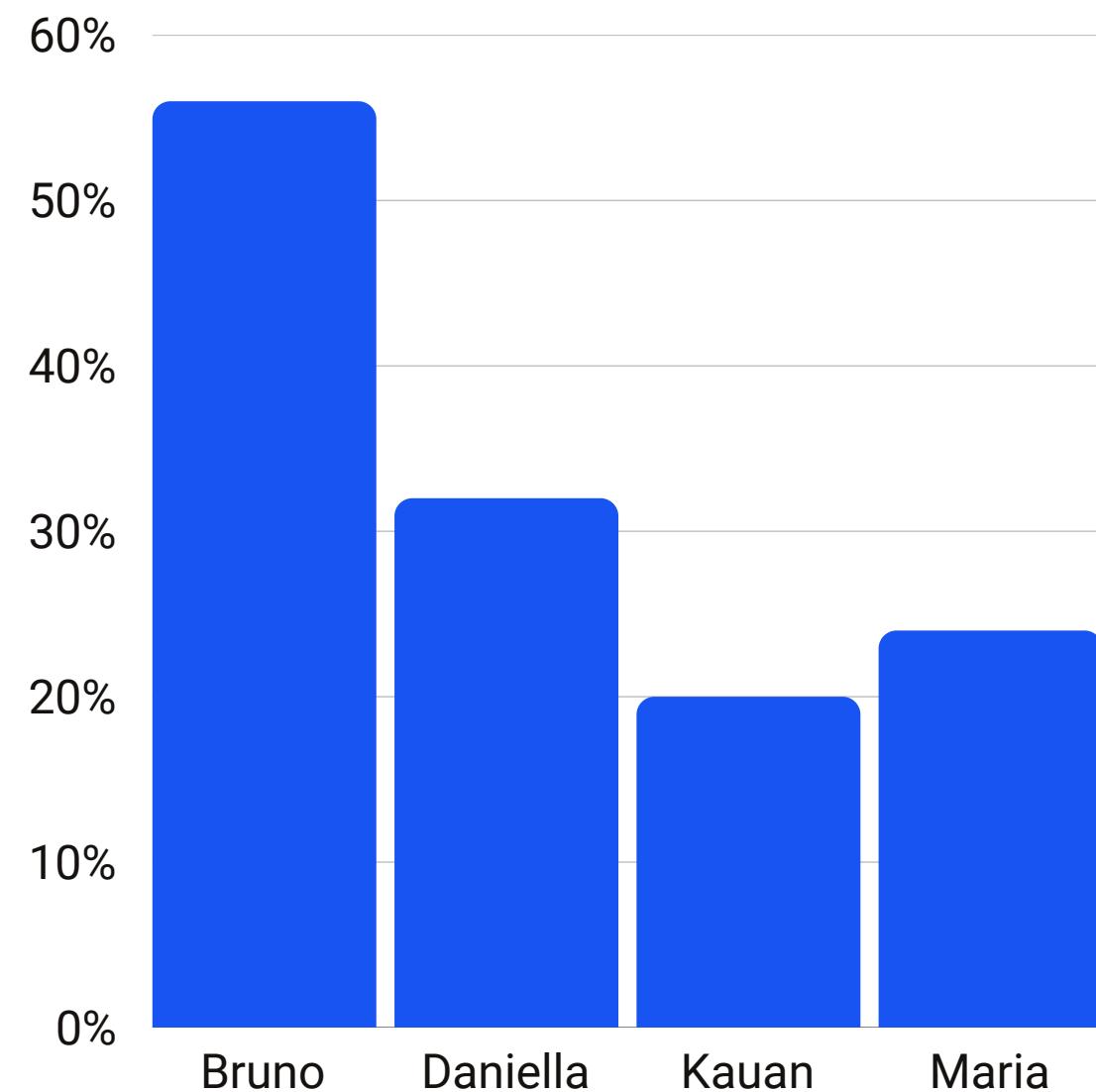


Sumário

-
- Parte 1** ANÁLISE DA ATIVIDADES 1 E 2
-
- Parte 2** PESQUISA INICIAL
-
- Parte 3** ANÁLISE SWOT DA EMPRESA
-
- Parte 4** CANVAS DA EMPRESA
-
- Parte 5** MARKET SHARE

Análise das Atividades 1

Conforme análise da atividade “Teste de Conhecimento”, constatou-se que, individualmente, os resultados variaram entre 20% e 56% de acertos na atividade. Tendo uma média de 37% de acerto ao todo individualmente.



Analise Coletivo da Atividade 2

Ambiente Interno e Externo

Desempenho Coletivo Interno

Posteriormente, com o trabalho de pesquisas de aprofundamento em equipe e a troca de conhecimentos por meio de discussões, foi possível elevar esse percentual para 72%.

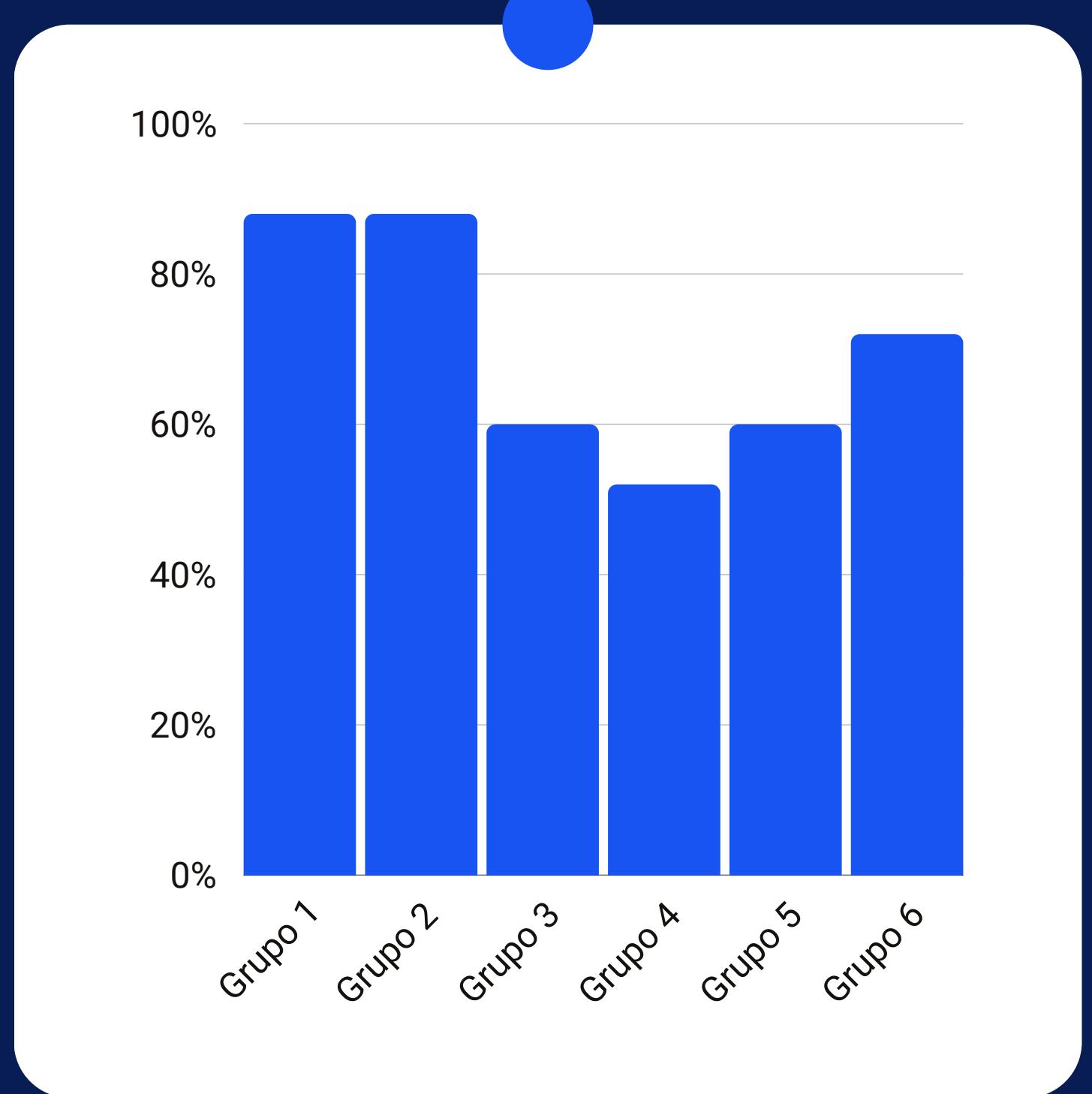
Sendo nossos principais fraquezas Brand Valuation, Lealdade, Giro de Estoque e Posicionamento de Mercado

Desempenho Coletivo Externo

Analisando com os nosso ambiente externo estamos em 3º lugar. Nossas fraquezas principais fraquezas foram:

- Brand Valuation (27% de erro)
- Giro de Estoque (40% de erro)

Gráfico da Atividade 2



S**FORÇAS**

- Acertos em temas estratégicos como posicionamento, gestão de logística e análise SWOT.
- Boa leitura sobre mercado e ações competitivas.

W**FRAQUEZAS**

- Erros conceituais em temas de marketing como Share of Mind, fidelidade, valor e Brand Valuation.

O**OPORTUNIDADES**

- Reforçar temas com vídeos, estudos de caso e exemplos práticos.

T**AMEAÇAS**

- Dificuldade em interpretar corretamente frases filosóficas aplicadas ao ambiente de negócios pode gerar ruídos em decisões.

Pesquisa Inicial

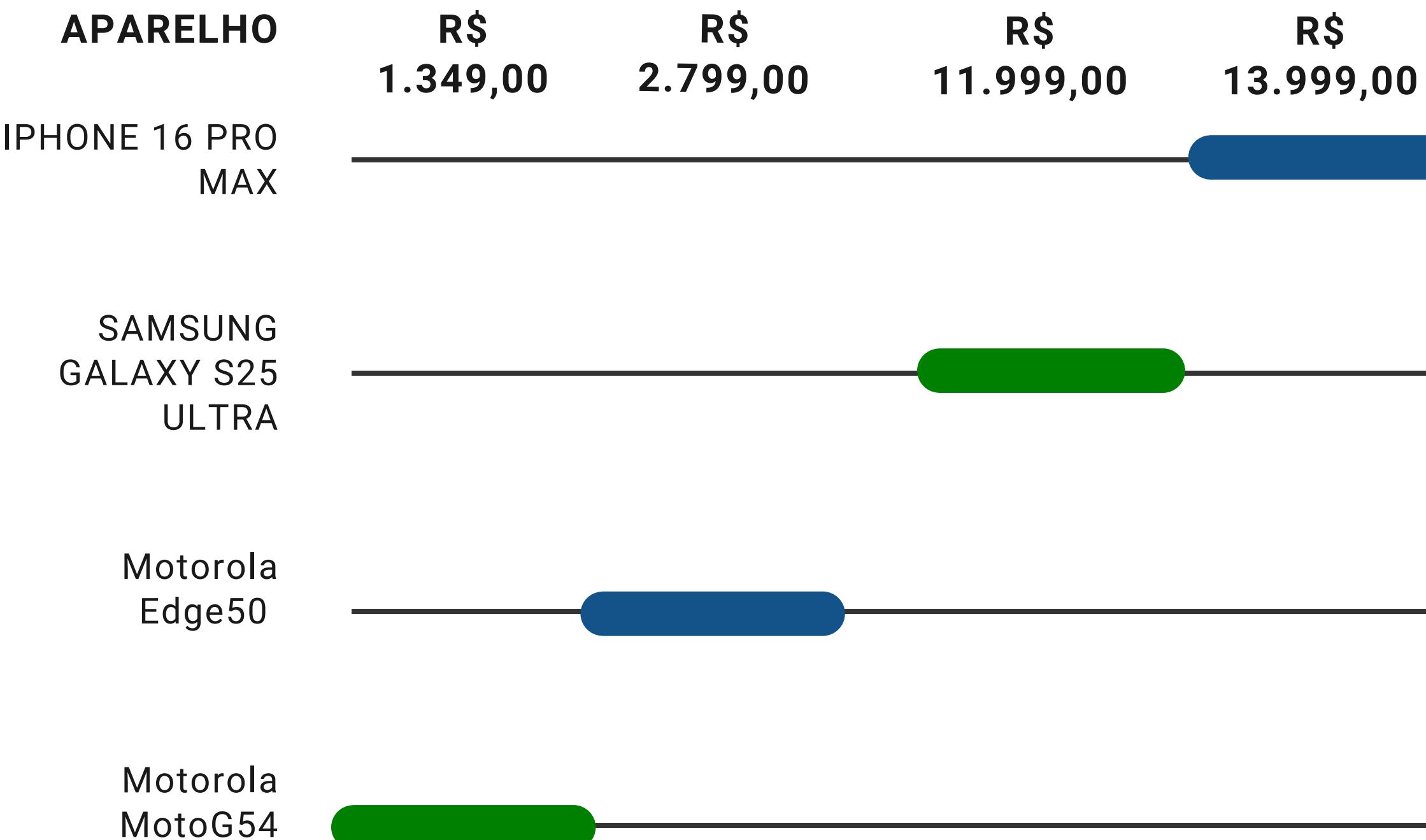


Previsão do número total de celulares em unidade a serem comercializados no país neste ano corrente.

132.930.000

Pesquisa de Preços

- 0 Importado mais caro
- 0 Nacional mais caro
- 0 Importado mais barato
- 0 Nacional mais barato



Demografia e Dados Sócio-Econômicos

1) Região Sul

População:
31.113.021

Classes sociais em %:

A: 3%
B: 27%
C: 50%
D: 9,5%
E: 9,5 %

2) Região Sudeste

População:
88.617.693

Classes sociais em %:

A: 4%
B: 27%
C: 50%
D: 9,5%
E: 9,5 %

3) Região Nordeste

População:
57.112.096

Classes sociais em %:

A: 1%
B: 12%
C: 41%
D: 23%
E: 23 %

4) Região Centro-Oeste

População:
17.071.595

Classes sociais em %:

A: 5%
B: 24%
C: 50%
D: 10,5%
E: 10,5%

5) Região Norte

População:
18.669.345

Classes sociais em %:

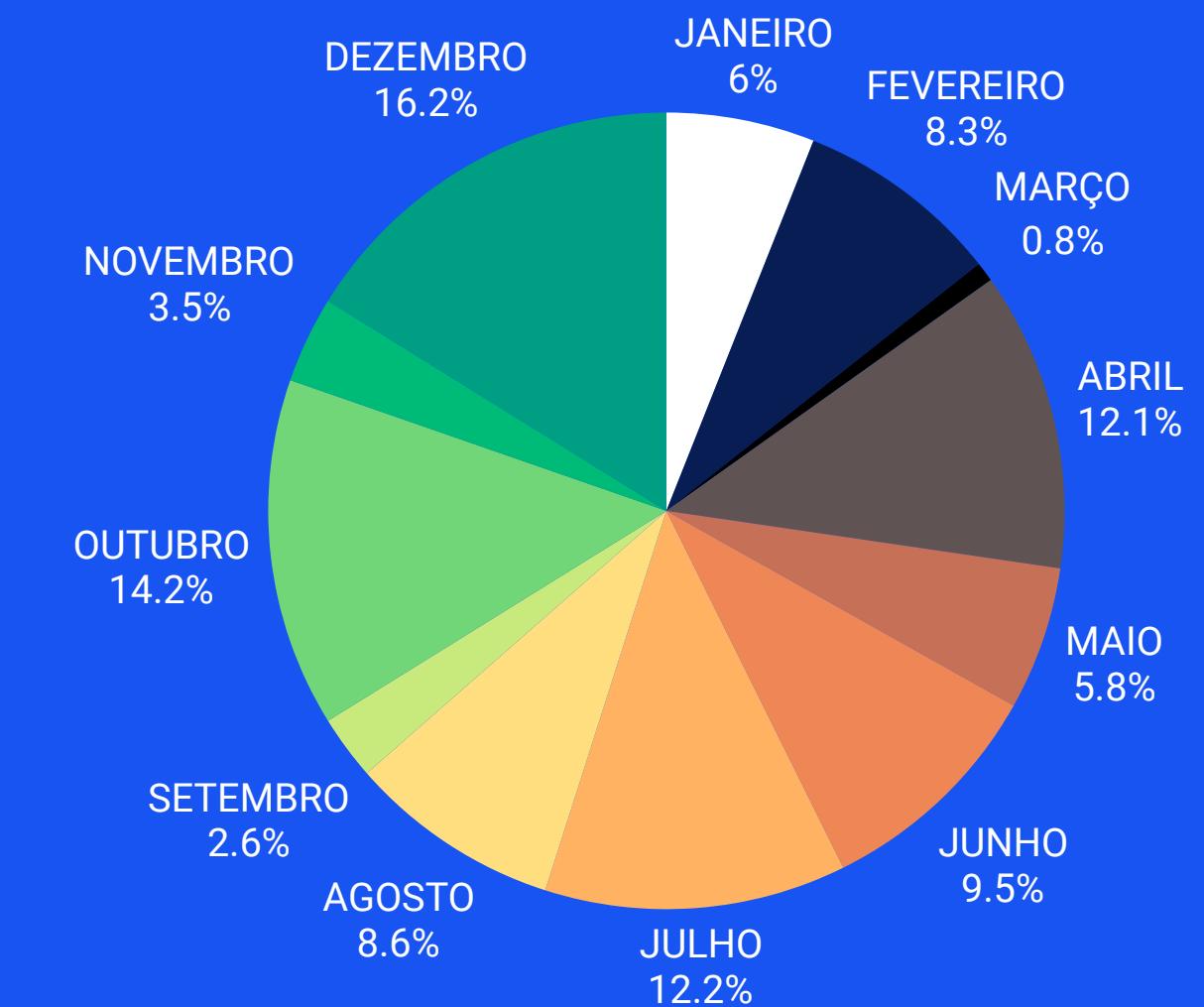
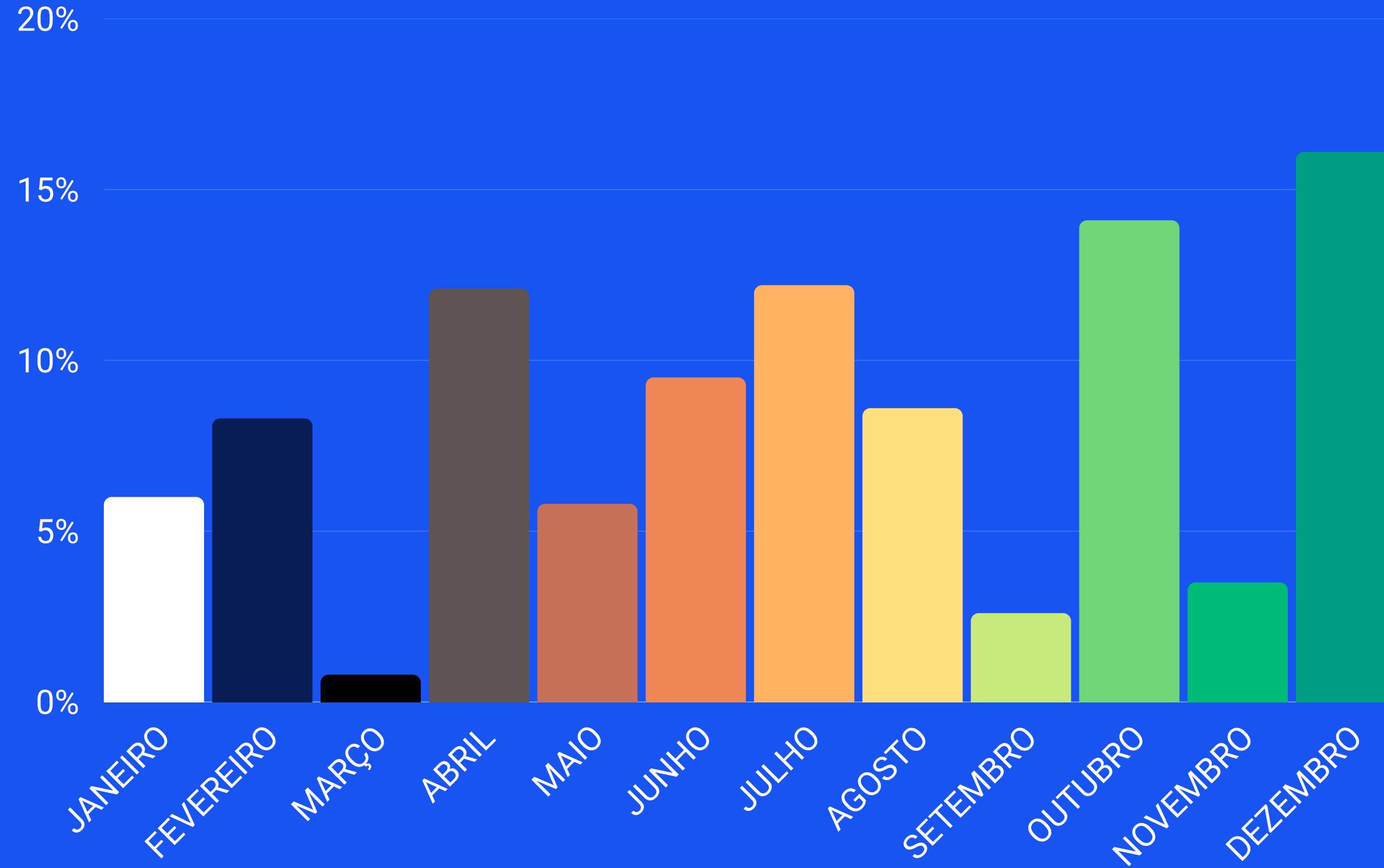
A: 1%
B: 12%
C: 43%
D: 22%
E: 22 %

SAZONALIDADE

**Comportamento de vendas
ao longo do ano no varejo.**

Considerando datas comemorativas e períodos específicos

Comportamento das vendas durante os meses do ano em %



Explorando Forças, Fraquezas, Oportunidades e Ameaças.

Análise SWOT: Estratégias e Oportunidades para o Crescimento Empresarial

S

FORÇAS

- Portfólio diversificado de produtos;
- Presença em regiões estratégicas;
- Rede de produção e distribuição em larga escala.

W

FRAQUEZAS

- Dependência excessiva do mercado de smartphones;
- Sazonalidade das vendas;
- Concorrência direta com marcas consolidadas.

O

OPORTUNIDADES

- Mercado/segmento de serviços em expansão na classe social C;
- Datas comemorativas;

T

AMEAÇAS

- Mudanças nos padrões de consumo/queda no poder aquisitivo;
- Ameaças regulatórias e legais;
- Vulnerabilidade na cadeia de abastecimentos.



Como seu negócio pode se destacar no mercado?

Canvas Estratégico: Planejando o Futuro da Empresa

Parcerias chave

- Parcerias com fornecedores.
- Equipe de vendas.
- Plataforma de e-commerce.
- Armazenamento e logística.
- Plataformas de pagamento.
- Influenciadores e parceiros de mídia.

Atividades chave

- Gestão de estoque.
- Marketing e publicidade.
- Gestão de fornecedores.
- Atendimento ao cliente.

Recursos Chaves

- Fornecedores confiáveis: Parcerias com fabricantes de celulares, tanto nacionais quanto internacionais.
- Plataforma de E-commerce: Website funcional e com uma experiência de compra otimizada.
- Equipe de suporte: Profissionais para atendimento e pós-venda.
- Estoque de produtos: Diversidade de modelos e categorias de celulares.

Proposta de Valor

- Importado Premium: Marcas internacionais de renome, com tecnologia de ponta, desempenho excepcional e garantia de qualidade superior para uma experiência de uso incomparável.
- Nacional Premium: Celulares nacionais de alta qualidade, com um suporte ao cliente excepcional e inovações criadas especialmente para atender às necessidades do mercado brasileiro.
- Importado Econômico: Marcas internacionais com preços acessíveis, mantendo a qualidade e performance esperadas, com tecnologia de ponta por um custo menor.
- Nacional Econômico: Celulares de marcas nacionais acessíveis, mas com excelente desempenho, qualidade e um suporte local eficiente.

Relacionamento com o consumidor

- Atendimento personalizado: Suporte via chat online, WhatsApp e redes sociais.
- Pós-venda de qualidade: Garantia, troca fácil e suporte técnico.
- Programas de fidelidade: Descontos exclusivos, cupons e ofertas especiais para clientes frequentes.
- Marketing de Influência: Utilização de influenciadores para engajamento e confiança.

Canais

- Loja Física;
- E-commerce;
- Marketplaces Parceiros;
- Redes Sociais e WhatsApp.

Segmentos dos clientes

- Consumidores que buscam smartphones de diferentes faixas de preço e qualidade.
- Profissionais exigentes que querem o melhor desempenho (Importado Premium).
- Clientes que preferem valorizar marcas nacionais e o suporte local (Nacional Premium).
- Jovens e adultos em busca de celulares com bom custo-benefício (Importado Econômico e Nacional Econômico).

Custos

- Custo de Aquisição de Produtos: Compras dos celulares de fornecedores.
- Custo de Logística e Armazenamento: Transporte e manutenção de estoque.
- Custos de Marketing e Publicidade: Investimento em campanhas online, influenciadores, e promoções.
- Despesas Operacionais: Custos de equipe, plataforma de e-commerce, e suporte ao cliente.

Fonte de receitas

- Venda de Produtos: Margem de lucro obtida em cada celular vendido.
- Acessórios: Venda de acessórios como capinhas, fones, carregadores, etc.
- Serviços de Garantia Estendida: Oferecer planos de garantia e assistência técnica.
- Publicidade: Parcerias publicitárias em plataformas digitais e marketplaces.



Wave Link
surf this wave.

Market Share

8.00%



Obrigado!