



ABIGAIL ALMEIDA

LARISSA JUNQUEIRA HAMUY

PHILIFE ZIRNBERGER DE CASTRO PACHECO

CAMPANHA DE COMUNICAÇÃO:

OLINTO CAFÉ

FRANCA

2014

ABIGAIL ALMEIDA
LARISSA JUNQUEIRA HAMUY
PHILIPPE ZIRNBERGER DE CASTRO PACHECO

CAMPANHA DE COMUNICAÇÃO:
OLINTO CAFÉ

Trabalho de Conclusão de curso apresentado para obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda do Uni-FACEF sob a orientação do Prof. Dr. Silvio de Carvalho Neto.

FRANCA

2014

ABIGAIL ALMEIDA
LARISSA JUNQUEIRA HAMUY
PHILIPPE ZIRNBERGER DE CASTRO PACHECO

CAMPANHA DE COMUNICAÇÃO:
OLINTO CAFÉ

Franca, _____ de Novembro de 20 _____ .

Banca de Avaliação

Orientador(a): _____
Nome: Prof. Dr. Silvio de Carvalho Neto.

Examinador(a) 1: _____
Nome: Prof. Ms. Paulo Anderson Cinti.

Examinador(a) 2: _____
Nome: Prof. Ms. Donaldo de Assis Borges.

Dedico este trabalho a minha amada mãe Margarida Almeida e aos meus filhos pelo apoio, incentivo e paciência.

Dedico também a todas as pessoas que de algum modo, nos momentos serenos e ou apreensivos, fizeram ou fazem parte da minha vida.

Abigail Almeida

Nos dias de hoje, dedicar algo há alguém é raro. Dedico este trabalho aos meus heróis. Heróis estes, que não possuem superpoderes, porém, protagonizam atitudes dignas de heróis. Sem eles, a minha formação profissional não poderia ter sido concretizada. Dedico este trabalho aos meus pais Paulo Henrique Junqueira Hamuy e Raquel de Fátima Andrade, que, com determinação, paciência e genialidade enfrentaram todos os obstáculos que encontraram no caminho. Pais que um milhão garotas dariam a vida pra ter. Ao meus irmãos Júnior e Thaíssa, que apesar das diferenças, sempre estiveram do meu lado, me apoiando em todas as decisões.

Eu amo vocês.

Larissa Junqueira Hamuy

Dedico ao meu avô Joaquim, a minha mãe Andréa e a minha avó Egle por todo apoio e persistência em seguir os meus estudos. Aos meus tios Paulo e Rosa e meu irmão Luiz Paulo por estarem presentes.

Philippe Zirnberger

AGRADECIMENTOS

Agradecemos:

- ao nosso orientador Prof. Dr. Silvio de Carvalho Neto;
- aos professores Sheila F. Pimenta e Oliveira, Paulo Anderson Cinti e Donaldo de Assis Borges, pelo acompanhamento, sugestões e apoio em nosso projeto;
- aos proprietários, Tadeu Oliveira e Bruna Malta pela confiança cedida a nós para desenvolver o projeto da *Olinto Café*;

“O poder da mente do homem é diretamente proporcional à quantidade de café que ele bebe”

James Mackintosh

RESUMO

O Projeto Experimental aqui apresentado tem como objeto de estudo a cafeteria *Olinto Café*. A Empresa foi fundada em dezembro de 2011, pelos proprietários Tadeu Oliveira e Bruna Malta. Tem um propósito pessoal, a fim de realizar um sonho dos proprietários e, além disso, oferecer um serviço de cafeteria, com qualidade e com a paixão que têm pelo café. Nesse sentido, a *Agência ZAL* elaborou um *briefing*, junto ao cliente, a fim de explorar dados e informações que conduzissem a uma análise real das questões de marketing e comunicação. Em seguida, foi realizada uma pesquisa quantitativa, com cidadãos francanos, por meio de questionário, constatando que não há cultura de consumo do café preto, especialmente no período matinal, em locais especializados no ramo – cafeterias. Assim, observou-se a necessidade de realização de uma análise a fim de promover esse tipo de prestação de serviço. Para o crescimento da *Olinto Café*, problema a ser resolvido nas ações de marketing e comunicação da *Agência ZAL*, foi realizada uma análise de mercado e planejamentos, conforme discussão seguinte. É proposta uma comunicação que enfatize o serviço de qualidade prestado pelo cliente. Para isso, foi trabalhado o estado de prontidão de simpatia pela marca, redirecionada para o público potencial que já tem o hábito de tomar café, fazendo com que o crescimento de novos consumidores chegue a 3%. O trabalho foi enriquecido, por fontes bibliográficas, apresentando conceitos, definições e assuntos congruentes às teorias de administração, pesquisa de marketing, comportamento do consumidor, e, planejamento de marketing e de comunicação. A partir destes, foram traçados planejamentos, táticas e estratégias que atingissem o público potencial, fazendo com que a implantação da campanha institucional fosse viável e apresentasse formas para atingir o sucesso, potencializando, assim, a comunicação da empresa e aumentando o seu *market share*, levando à atitude favorável de compra.

Palavras-chaves: Café e Cafeteria. Campanha de Marketing e Comunicação. Prestação de serviços em cafeterias. *Olinto Café*.

ABSTRACT

The experimental project describe here, has the objective of study the cafeteria *Olinto Café*. Since dezembro 2011, the owners Tadeu Oliveira and Bruna Malta, have the pessoal purpose to realize a dream, and moreover, offer a service that have quality and show their her passion for de coffee. In that way, the *ZAL agency* prepared a briefing, with the cliente, for explore facts and infomations, that lead a real analytic questions about de *Olinto* marketing, and finally provide a true comunication campaign. Before that, the agency realize a quantitative research, with citizens of Franca, by a questionnaire, finding the response that the city don't have the coffee consumer culture in the morning cafeterias, in other words the consume in kind of branch. In the way. Observed than the necessity to offer that service. To *Olinto Café* growing, the problem to resolve it is a marketing actions, and comunication, discovery in Market and planning analysis. For that the work propose was a comunication that give emphasis in the quality of the servisse for the cliente, and was used the estate of Simpati with the brand, redirect for the pontecial public with already have the habit to consume coffee. That planning have the object to growing the consumers in 3%. The study was based on bibliographies fonts, with concept, and subjetc according administration theory, marketing search, consumer behavior, maketing and communications planning. Starting them, were plotted planning with tatics and strategies focused in the potential public, doing the implantation of the institutional camping will be viable and a put foward a lot of formats to achieve the right public with sucess, like this, increasing the comunication of the brand, growing the Market share, and leading the favorable attitude towards buying.

Key-Words: Coffee and Cafeteria. Campaign of Marketing and Communication. Service of cafeteria. *Olinto Café*.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	13
1 BRIEFING	16
1.1 A EMPRESA	16
1.1.1 Identificação	17
1.1.2 Missão, Visão e Valores	18
1.1.3 Logomarca	18
1.1.4 Layout do Site	20
1.1.5 Redes Sociais	21
1.1.6 Histórico de Comunicação	22
1.1.7 Produto/Serviço	22
1.1.8 Perfil do Ponto de Venda	23
1.1.9 Volume de Vendas	24
1.2 CONSUMIDORES	24
1.3 PERIODICIDADE DE COMPRA	24
1.4 PÚBLICO-ALVO	25
1.5 RAZÕES DE COMPRA DO PRODUTO	25
1.6 CONCORRÊNCIA	25
1.7 PREÇO	26
1.8 MERCADO	27
1.9 OBJETIVOS	28
1.10 VERBA	28
2 PESQUISA	29
2.1 INTRODUÇÃO	29
2.2 DEFINIÇÃO DO PROBLEMA	29
2.3 OBJETIVOS	30
2.4 MÉTODO	30
2.5 UNIVERSO, AMOSTRAGEM E MARGEM DE ERRO	32

2.6 ANÁLISE DOS RESULTADOS	33
2.7 CONCLUSÃO	42
3 ANÁLISES MERCADOLÓGICAS	44
3.1 CICLO DE VIDA DO PRODUTO	44
3.2 MATRIZ BCG	46
3.3 FORÇAS DE PORTER	47
4 ANÁLISE SWOT	51
5 PLANEJAMENTO DE MARKETING	55
5.1 MIX DE MARKETING	56
5.2 PONTO DE DISTRIBUIÇÃO (PRAÇA)	57
5.3 PREÇO	58
5.4 PROMOÇÃO	58
6 PLANEJAMENTO DE COMUNICAÇÃO	59
6.1 ESTATÍSTICA E RETORNO	60
6.2 META DE COMUNICAÇÃO	60
6.3 ESTRATÉGIAS	61
6.4 TÁTICAS	62
7 PLANEJAMENTO DE CAMPANHA	64
7.1 ENDOMARKETING	64
7.2 BRANDING	65
7.3 PROMOÇÃO DE VENDAS	66
7.4 PONTO DE VENDA	67
7.5 PROPAGANDA (ONLINE E MÍDIAS SOCIAIS)	68
8 PLANO DE MÍDIA	69
8.1 ESTRATÉGIAS DE MÍDIA	69
8.2 TÁTICAS DE MÍDIA	70
8.2.1 Internet	70

8.3 MAPAS DE MÍDIA	70
8.4 PLANO DE CUSTO	73
8.5 PROPOSTA CRIATIVA	74
8.6 DIAGRAMAÇÃO	75
8.7 PEÇAS PUBLICITÁRIAS	76
8.8 PROMOÇÃO DE VENDAS	76
8.8.1 Olinto Card	76
8.8.2 E-mail Marketing	77
8.8.3 Copo pequeno expresso	78
8.8.4 Copo pequeno expresso gourmet	79
8.8.5 Copo médio Café com Leite e Cappuccino	79
8.8.6 Fita copo médio Café com Leite e Cappuccino	80
8.8.7 Embalagem Papel Seda	81
8.8.8 Adesivos	82
8.8.9 Sacola Kraft	83
8.8.10 Caixa de Bolo	84
8.8.11 Display de teto	85
8.9 PROPAGANDA ONLINE E MÍDIAS SOCIAIS	87
8.9.1 Peças para Facebook	87
8.9.2 Facebook Ads	93
8.9.3 Layout Facebook	94
8.9.4 Layout Newsletter	95
8.9.5 Instagram	96
CONCLUSÃO	97
REFERÊNCIAS	99
ANEXOS	102