**PLANO DE MARKETING**

**01 - Formatação do Negócio**

**01.01 - Característica da Empresa**

Rei Supimpa é uma produtora de jogos interativos ao ar livre.

Sua atividade consiste em criar, desenvolver, terceirizar a produção e vender os jogos.

A linha principal é a de jogos montados em estrutura metálica com pintura eletrostática e componentes fixos na estrutura.

Os jogos são de desafios de habilidade, pontaria e estratégia, como aos jogos de um parque de diversões tradicional.

Trata-se de um produto inédito com grande potencial de aceitação em função de suas características de atratividade:

* Para o público – diversão gratuita para pessoas de todas as idades;
* Para os patrocinadores – oportunidade para conceituação da marca;
* Para o poder público – oportunidade para projeção política.

Os jogos podem ser vendidos separadamente ou em módulos de 4 ou 6 jogos acoplados num parque, com iluminação e placa superior para adesivação da marca do patrocinador.

Além dos jogos também serão oferecidos equipamentos urbanos complementares para parques, como mesas com bancos, lixeiras, cobertura de lona, quiosques etc.

Cultura & Experiência

O Rei Supimpa é uma empresa inovadora que deve abrir e liderar um novo segmento de equipamentos urbanos de diversão e interatividade.

Estamos embasados numa pesquisa de conceito aplicada por quatro anos em vários Países, com mais de 95% de aprovação.

Focamos na atratividade, segurança e qualidade máxima dos nossos produtos, para

manter sempre a liderança do nosso segmento.

Nossos parceiros fornecedores de serviços (projetos técnicos, produção, instalação e vendas) são criteriosamente selecionados.

Imagem

Nossa empresa atua no ramo de diversão e entretenimento. Nosso público-alvo são prefeituras municipais e empresas físicas com áreas públicas. Devemos passar uma imagem de empresa séria que fornece diversão para seus públicos.

O nome escolhido “Rei Supimpa” passa um conceito de um líder bacana que quer ver seu povo se divertir. Nossa comunicação é limpa, forte e descontraída.

**01.02 - Característica da Empresa**

O modelo de negócio do Rei Supimpa tem como base a garantia de atratividade, excelência e a segurança dos seus produtos. Optamos por produzir qualidade a todo preço.

- Comunicação Visual

Optamos por cores fortes e alegres, logomarca simpática com fonte limpa.

Vide “Manual de comunicação visual”

- Forma de interação com clientes/fornecedores

Atenção máxima, cordialidade e descontração, são preceitos fundamentais de toda equipe do Rei Supimpa na interação com clientes, parceiros e fornecedores. Queremos fazer amigos ao invés de atendermos clientes.

- Perfil ideal do cliente

Prefeituras: Todo político atua no sentido de obter o máximo de projeção política. Nosso parque ao ar livre tem uma atratividade 6 vezes maior que uma academia ao ar livre, que já saturou o mercado.

Patrocinadores: Empresas terão nos parques a oportunidade de aplicar o Marketing Experiencial, para proporcionar uma experiência positiva entre seus clientes e a sua marca, gerando aumento e fidelização da clientela.

Empresas: Toda empresa com espaço público pode montar um parque nesse espaço para atrair e divertir sua clientela. Supermercados, hotéis, shoppings, restaurantes etc.

- Simplicidade de operação

A operação do Rei Supimpa é bem enxuta e consiste em coordenar os trabalhos dos fornecedores de serviços: engenheiro, fabricante e vendedores.

Deve ser feita, a princípio, numa sala comercial simples com duas mesas de trabalho e uma de reuniões.

- Adaptação às características do cliente

Os parques ser caracterizados com o nome, as cores e o logotipo do cliente ou da administração municipal atual.

Como os jogos têm um padrão de altura e fixação, o cliente poderá escolher a composição de jogos de cada parque. Também poderá trocar os jogos de forma simples e rápida.

- Serviços

O Rei Supimpa oferece serviços opcionais de transporte, instalação e manutenção programada. Oferece também projeto de implantação gratuito.

- Concorrência

A abertura desse novo seguimento de parques ao ar livre, certamente trará uma queda na demanda do segmento de academias ao ar livre.

Muitos produtores de academias deverão lanças seus parques juntamente com outros aventureiros. Provavelmente com produtos mais baratos de qualidade inferior.

No entanto, estaremos sempre a frente com nossa criatividade e qualidade.

- Modelo de negócio

O negócio opera como uma grife de roupas, que cria uma coleção, terceiriza a produção e vende seus produtos com a sua marca.

- Manuais

Os manuais dos jogos, com todas as informações técnicas e de segurança, estão disponíveis em PDF para download no site do Rei Supimpa

- Parque piloto

O parque piloto do Rei Supimpa operou por 3 meses no Parque dos Ipês em Santa Bárbara d’Oeste para realização de testes de segurança, resistência e conceito.
O local ainda está disponível para os testes com os novos jogos.

Com os dados colhidos no nosso parque piloto, selecionamos os 6 jogos preferidos do público e fizemos alterações estruturais nos projetos para aumentar a resistência e a segurança dos jogos.

- Planejamento de expansão

Iniciaremos as atividades com 6 opções de jogos e pretendemos chegar a 15 jogos dessa linha em menos de 1 ano.

Também temos planos de abrir novos segmentos: jogos indoor, jogos de mesa de bar,

Jogos eletrônicos, equipamentos urbanos de lazer etc.

- Análise de riscos

O maior risco desse seguimento é o de a acontecer um acidente como um usuário.

Por isso a segurança é o principal tópico que norteia nossos projetos. Seguimos rigorosamente todas as normas de segurança da ABNT.

Também incluímos um sistema de sinalização eficiente em todos os nossos parques.

Nenhum de nossos jogos é mais perigoso do que uma gangorra. Porém, por ser uma novidade para o Público, todo cuidado é pouco.

A concorrência nunca deve ser encarada como um risco e sim como um desafio motivador, já que nossa criatividade e a qualidade dos nossos produtos são imbatíveis.

**02 - Modelagem Financeira da Empresa**

Rei Supimpa é um negócio que abre um seguimento gigantesco de mercado. Assim que nosso público-alvo tomar conhecimento da inovação, os pedidos começarão a chegar de todos os cantos do Brasil e do exterior.

Estrutura de Receitas

A receita do Rei Supimpa será da venda direta de jogos, módulos de parques e complementos para prefeituras + patrocinadores, empresas e particulares.

- Forma de geração de receita

O vendedor negocia preço e condições com o cliente e a Rei Supimpa.

Com a venda aprovada, cliente para 1/3 do valor no pedido, 1/3 no embarque e 1/3 após 30 dias da entrega.

- Evolução das receitas

Oferecemos alguns produtos e serviços complementares para o parque:

* Mesas com bancos.
* Lixeiras.
* Churrasqueiras.
* Cercas.
* Sinalização etc.
* Serviço de instalação
* Serviço de manutenção programada

- Cenários de mercado

A projeção de vendas x tempo, nos leva a um gráfico com uma parábola de crescimento em progressão geométrica nos primeiros meses de implantação, pela inovação do negócio. Este é um período que deve ser muito bem aproveitado, através da excelência no atendimento e da comunicação, gerando uma clientela cativa, que determinará o nível do patamar posterior no gráfico de consumo x tempo.

O final do período de inovação e o surgimento da concorrência, com certeza causarão um declínio de consumo e a manutenção elevada do patamar de vendas dependerá de ações de marketing já previstas: promoções, inovações, abertura do mix, etc.

-Visão de sazonalidade

Devemos estar preparados para o período que antecede as eleições municipais, quando os prefeitos, candidatos a reeleição, costumam investir em equipamentos urbanos para ganharem projeção política.

Modelo Tributário

A empresa será aberta no sistema Simples Nacional, que tem uma margem de contribuição de até 10,7% para um faturamento de até R$ 1.800.000,00.

Estrutura de Custos

Custos variáveis

* Produção
* Comissão de venda
* Impostos e contribuições
* Gastos financeiros
* Gastos com terceirização de atividades (ligadas a receita)

\* Receita – Curtos variáveis = Margem de Contribuição

Custos fixos

- Salários

- Ocupação (aluguel, condomínio, manutenção, seguro)

- Serviços públicos

- Operacional

- Terceiros

- Pró-labore

Estimativa de Investimentos

Investimento para início de operação de vendas: R$ 150.000,00

1. **50 mil** – PROTÓTIPOS
Produção, acabamento, transporte e instalação do PARQUE PILOTO no Parque dos Ipês em Sta. Bárbara d’Oeste.
2. **20 mil** – EMPRESA/ESCRITÓRIO
\* Custo de locação – seguro franquia.
\* Reforma/adequação – iluminação, ar-condicionado, distribuição etc.
\* Móveis – 2 mesas de trabalho c cadeiras / mesa de reunião c cadeiras / armários
\* Computadores – 2 laptops + software de gerenciamento
\* Apetrechos – lixeiras, material de escritório etc.
\* Custos de alteração contratual (endereço e sócios).
\* Ligações: Internet, telefone, água e luz.
3. **30 mil** – MARKETING
\* Site – finalização / alimentação.
\* Criação das campanhas de lançamento e divulgação.
\* Captação de fotos e vídeos no Parque Piloto.
\* Edição e finalização dos vídeos.
\* Montagem das páginas e canais nas Redes Sociais.
\* Gestor de Tráfego - projeto e acompanhamento das postagens.
\* Mídia – verba para pagamento do Tráfego.
\* Criação e produção dos materiais de venda.
\* Press release – montagem do material de imprensa.
\* Assessoria de Imprensa – contratação.
4. **50 mil** – CAPITAL DE GIRO

Análise Financeira

Planilha de viabilidade econômica em anexo,

**03 - Sumário Executivo**

Rei Supimpa é uma startup produtora de jogos ao ar livre que traz uma inovação disruptiva ao mercado de equipamentos urbanos, criando um segmento completamente novo, inédito no Brasil e no mundo.
Seu objetivo é suprir a necessidade de atrativos para praças e espaços públicos, oferecendo diversão e interatividade para pessoas de todas as idades.

**04 - Análise de Ambiente**

Fatores Econômicos

O Brasil costuma estar sempre em crise econômica. No entanto, as empresas nunca param de investir na captação de clientes e na conceituação de suas marcas.
Os políticos também nunca param de agradar o povo para se promoverem.

Sendo assim, nosso segmento está protegido das crises econômicas.

Fatores Socioculturais

Diversão é um desejo humano que independe da condição sociocultural das pessoas.
Todos gostam de se divertir num parque, especialmente se esse parque for gratuito.

Fatores Políticos/legais

A segurança é a maior preocupação de um parque de diversões. Um acidente com um usuário pode trazer sérias consequências legais.
Para se evitar tais problemas legais, focamos na necessidade da instalação de uma boa sinalização e de um cercamento dos jogos.

Fatores Tecnológicos

Nossos jogos são todos propositalmente mecânicos. Primeiro, porque queremos apresentar às novas gerações a maneira antiga de se divertir, sem o celular. Segundo, porque queremos reviver os bons tempos das antigas gerações.
Nossa tecnologia está no desenvolvimento, materiais e no processo de fabricação.

Concorrência

É lógico que, com o sucesso do Rei Supimpa, devem surgir várias empresas para atuar nesse segmento.

Quando os prefeitos ficarem sabendo que os parques agradam dez vezes mais eleitores do que as academias, a demanda vai mudar de seguimento. Então, certamente, vão surgir concorrentes oferecendo produtos mais baratos é de baixa qualidade para ganhar às licitações.

Fatores Internos

O Rei Supimpa deve adotar um sistema moderno de comunicação entre todos os colaboradores, além de um software com fluxograma de todo o processo, além de uma rotina de reuniões semanais e confraternização mensal.

Análise SWOT

* Forças – Know-how já adquirido.
* Fraquezas – Custo e desfio de abrir um novo segmento.
* Oportunidades – Mercado gigante / Pioneirismo.
* Ameaças – Concorrência barata Acidentes.

Procedimentos: Aplicar uma campanha massiva de lançamento, enfatizando as características de inovação, segurança e qualidade superior dos produtos.

**05 - Definição do Público-alvo**

O Rei Supimpa tem dois públicos-alvo:

1. Prefeituras + Patrocinadores:

Consiste na instalação de parques em áreas públicas do Município.
A compra pode vir da Prefeitura, que pode caracterizar o parque com a marca da administração atual ou de patrocinadores prospectados pela prefeitura.
A compra pode vir de uma grande empresa, que deseja promover a sua marca em várias praças.

A compra pode vir de uma empresa local.

1. Empresas com espaço público.

Empresas que tem uma área propícia para a instalação do parque e querem gerar atratividade presenteando seus clientes.

A compra pode vir da própria empresa, que pode colocar seu nome no parque ou pode negociar com seus fornecedores.

A compra pode vir dos fornecedores, que oferecem o parque, com sua marca, para as empresas.

Segmentação

A negociação com prefeituras é um processo deveras complicado que envolve licitação e “negociatas”. Por isso, essas vendas serão feitas por vendedores especialistas em licitações.

A negociação com grandes empresas é demorada e começa no departamento de marketing, que deve ser convencido dos benefícios da inovação.

**06 - Definição do Posicionamento de Mercado**

O Rei Supimpa deve se posicionar no mercado como empresa inovadora de alto padrão de qualidade e segurança.

**07 – Marca**



O nome “Rei Supimpa” passa um conceito de poder e humanismo – uma empresa poderosa e bacana.

**08 – Missão, Visão, Valores e Objetivos**

Missão:

Levar diversão e interação para todas as pessoas do Mundo.

Visão:

"Ser líder e referência no segmento de jogos ao ar livre e ser reconhecido pela sua inovação e compromisso com a qualidade".

Valores

"Integridade, respeito, inovação, qualidade e sustentabilidade".

Objetivos

Abrir e liderar o segmento de jogos ao ar livre, vender 200 parques até o final de 2025.

**09 - Composto de MKT: 5Ps**

**Produto:**

**01 - O Ciclo de Vida do Produto:**

Germinação

É a fase em que o conceito e a marca serão apresentados ao mercado. As vendas iniciais devem ser lentas, pois os clientes potenciais passam por um estágio de conscientização do novo produto e de seus benefícios antes de comprá-lo.

O lançamento da inovação deve ser impactante e bem criativo, para despertar a curiosidade e o interesse tanto do nossos públicos-alvo quanto da população, que deve cobrar das autoridades a instalação dos parques em suas praças.

Crescimento

Essa é a fase de rápido crescimento da demanda e da entrada da concorrência. Aqui, o relacionamento com os clientes e a atenção com a concorrência devem ser redobradas para não perder mercado. Também é necessária uma ação de divulgação do sucesso do Rei Supimpa através de vídeos com depoimentos de clientes e público satisfeitos.

Maturidade

Nessa fase, em que a demanda se estabiliza, iniciamos o preparo para a retomada do crescimento com uma inovação - novos produtos, novos serviços, novo segmento.

Declínio

Essa é a hora de lançar a inovação. Este procedimento requer um investimento extra que será aplicado na reestruturação e na comunicação, para a retomada do crescimento.

**02 - Oportunidades de Crescimento**

As estratégias e táticas do Rei Supimpa para retomada do crescimento são as seguintes:

02.01 - Produtos Existentes:

Aumentar a penetração de mercado através de campanhas agressivas de promoção e descontos nos preços.

02.02 - Desenvolvimento de Mercado:

Abertura de um novo segmento de mercado como o de Jogos Indoor, Jogos Eletrônicos etc.

02.03 - Produtos Novos:

Criação e lançamento constante de novos jogos no segmento original.

02.04 - Diversificação:

Um dos projetos é a criação e produção de Parques para Autistas.

**Preço**

Quanto vale um jogo ou um parque para o nosso consumidor?

Fatores determinantes do Preço:

Posicionamento:

O Rei Supimpa adota uma política de preço justo, de acordo com a excelência de seus produtos.
Temos um custo alto de produção em função do peso e da qualidade de nossa matéria prima e do nosso acabamento.

Nossa preocupação não está focada no concorrente que vende mais barato, mas sim naquele que vende mais caro.

Objetivos:

Nosso objetivo é de atingir um público que preza pela qualidade dos nossos equipamentos e a segurança dos nossos parques.
A Rei Supimpa não tem planos de montar uma segunda linha mais barata, pois prezamos pela segurança do público.

Definição de preços de novos produtos:

Produtos novos também seguem a política de preço justo. Não praticamos a tática de preços mais altos para novos produtos, para baixá-los conforme a concorrência copia. Baixar preços passa uma imagem desonesta de exploração.

Flexibilização de preços:

O Rei Supimpa só irá aplicar desconto por quantidade.

**Praça**

O Rei Supimpa poderá ter representantes comerciais para cada região do Brasil.

Nossos fornecedores:

Nossos produtos serão produzidos em Santa Bárbara d’Oeste SP. Essa é uma região forte no segmento metalúrgico, capaz de atender todas as nossas necessidades.

**Promoção**

Podemos fazer algumas promoções pontuais de lançamento ou para fechar alguma venda que possa nos promover.

**Publicidade**

As campanhas publicitárias do Rei Supimpa serão criadas e produzidas na nossa empresa. Nossa base de mídia é 100% digital.

Teremos apenas um gestor de tráfego terceirizado.

Comunicação digital:

O domínio e o site já foram criados e devemos abrir contas nas redes sociais.

Devemos implantar o sistema de atendimento aos clientes pelo WhasApp.

**Pessoas**

Somos uma empresa que produz diversão e formamos um grupo que se diverte com nosso trabalho, com todo profissionalismo e respeito.
Esse é o astral que queremos passar para os nossos clientes.