

**; ESTRATÉGIAS DE MARKETING E DE COMUNICAÇÃO: O POSICIONAMENTO DA
MARCA CHILLI BEANS**

Pesquisador(es): LUCKNER, Mitchel A.; SANTOS, Silvia S. Simi dos

Curso: Publicidade e Propaganda

Área: Área das Ciências das Humanidades

Resumo: O presente trabalho aborda estratégias de marketing e comunicação e sua aplicação na marca Chilli Beans com o objetivo de investigar o posicionamento da marca Chilli Beans. É um estudo qualitativo, centrado no entendimento do processo de gestão da marca e do seu fortalecimento. Para a coleta de dados, foram realizadas entrevistas com os franqueados da Chilli Beans das cidades de Concórdia e Joaçaba e com os responsáveis pelo marketing da empresa. Concluiu-se que preservar as características do DNA da marca é algo imprescindível para seu sucesso. O posicionamento da marca é o resultado das estratégias de comunicação alicerçadas na cultura da marca. Para atender as expectativas de seus shoppers, a Chilli Beans aposta na inovação e na exclusividade.

Palavras-chave: Posicionamento. Estratégias de Marketing e Comunicação. Chilli Beans. Branding.

E-mails: silvia.simi@unoesc.edu.br; miluckner@gmail.com