

**PLANO DE MARKETING PARA A EMPRESA COMIDA DO BEM**

Pesquisador(es): RECH, Jociani; ZANIN, Elis Regina Mulinari

Curso: Administração

Área: Ciências Sociais

Resumo: Este trabalho tem como objetivo desenvolver um plano de marketing para a empresa Comida do Bem de São Miguel do Oeste. Visto que o plano de marketing é uma ferramenta muito utilizada no momento para projetar os rumos da empresa e auxiliar a gestão na tomada de decisão. Para tanto, a pesquisa foi desenvolvida de forma descritiva e o método utilizado foi por meio de um estudo de caso, sendo elaborado um roteiro de entrevista com o intuito de obter informações mais detalhadas do negócio e propor sugestões que possam contribuir para o crescimento da empresa. Os dados foram apresentados por meio da matriz SWOT (Forças - Strengths, Fraquezas - Weaknesses, Oportunidades - Opportunities e Ameaças - Threats), para avaliar os pontos fortes e fracos, ameaças e oportunidades do negócio, sendo possível traçar ações para aprimorar o negócio. Como ações estratégicas de marketing, o estudo propôs: a) Divulgar em outdoor, rádio, jornal, redes sociais, revista SOS Saúde; b) Promover a fidelização de clientes; c) Promover marketing cooperado: parcerias com nutricionistas e academias. d) Criar campanha Semana do Bem; e) Patrocinar eventos esportivos; f) Realizar campanhas de sensibilização sobre alimentação saudável; g) Fornecer adesivos infantis; h) Buscar parcerias com indústrias e hospitais para fornecer um almoço mensal/semanal para os colaboradores como forma de sensibilização; e, i) Buscar parcerias com escolas particulares para fornecer lanches. O estudo foi de extrema importância para os proprietários do negócio, visto que pretendem ampliar a rede em formato de franquia.

Palavras-chave: Plano de Marketing, Matriz Swot, Comida do Bem.

E-mails: [elis.zanin@unoesc.edu.br](mailto:elis.zanin@unoesc.edu.br)