

PLANO DE MARKETING PARA A EMPRESA ÚLTIMA HORA BAR MUSEU

ALICE WOLLINGER¹

BIANKA PAULA BENTO DE ALMEIDA²

PEDRO HENRIQUE CABRAL LISBOA³

FRANCIANE REINERT LIRA⁴

RESUMO

O presente projeto foi desenvolvido para a empresa Última Hora Bar Museu com o objetivo de construir um Plano de Marketing. Através de diagnósticos internos e externos é possível reconhecer as forças, fraquezas, ameaças e oportunidades, proporcionando um maior entendimento mercadológico completo da organização. Sendo assim, após as análises foram sugeridas estratégias de branding, endobranding e visibilidade, visando posicionar a marca na região através de ações que contemplem esses fatores. As ações propostas foram a redefinição do posicionamento, nova proposta de marca, criação de uma nova festa na casa, programa de fidelidade, capacitação de funcionários, pesquisa de satisfação, padronização nas mídias sociais, feira de troca e readequação do cardápio e itens de papelaria.

Palavras-chave: Análise, Última Hora, Estratégias

¹ Acadêmico (a) do Curso de Marketing UNIVALI – Campus Balneário Camboriú/SC.
alicewollinger@gmail.com

² Acadêmico (a) do Curso de Marketing, UNIVALI – Campus Balneário Camboriú/SC.
biankapaulo449@gmail.com

³ Acadêmico (a) do Curso de Marketing, UNIVALI – Campus Balneário Camboriú/SC.
pedrolisboa674@gmail.com

⁴ Prof^a. Dra. Orientadora, UNIVALI – Campus Balneário Camboriú/SC. francianel@univali.br