

PLANO DE MARKETING PARA A CERVEJARIA ATLÂNTICA

Juan William Kreuz¹
Aloisio Vicente Salomon²

RESUMO

A globalização contribui muito para com que o consumidor tenha à sua disposição diferentes produtos. O cliente portanto torna-se mais exigente, pois reconhece o que há de melhor no mercado. No setor cervejeiro isto se dá na mesma forma. Hoje muitas cervejas e chopes artesanais estão à disposição no mercado. O marketing vem com a missão de atender as necessidades dos clientes. Este trabalho objetiva a elaboração de um plano de marketing para a Cervejaria Atlântica, empresa esta que já está de forma competitiva no mercado, porém não executa nenhuma ação de marketing que venha a fortalecer a sua marca. Foi realizada pesquisa com o sócio proprietário, bem como bares e restaurantes. A proposta é um plano de marketing com ações que fortaleçam e divulguem a marca.

Palavras-chave: Composto mercadológico – Mercado Cervejeiro – Marketing.

¹ Acadêmico (a) do Curso de Administração, UNIVALI – Campus Balneário Camboriú/SC.
juankreuz@gmail.com

² Prof. MSc. Orientador, UNIVALI – Campus Balneário Camboriú/SC. salomon@sc.sebrae.com.br