

PROJETO DE GESTÃO DO PRODUTO, PREÇO E MARCA PARA A EMPRESA MÖBEL HAUS

EDERSON ZAGOTO¹

GUILHERME SCHMAUCH²

RAFAEL GATTO³

SIMONE BATISTA TOMASULO⁴

RESUMO

O projeto aqui apresentado visou auxiliar a Möbel Haus desenvolvendo a proposta de um produto capaz de colaborar com o processo de transição da imagem da marca agregando valor a mesma, utilizando de estratégias adequadas para o seu desenvolvimento e implementação pela empresa no mercado. Para isso, foram utilizadas ferramentas de análise de mercado, sendo estas, “VRIO”, “SWOT” e “PESTEL” para compreender oportunidades a serem exploradas e ameaças encontradas no setor. Com as análises, pode-se notar diversos pontos passíveis de exploração pela Möbel Haus no que diz respeito a proposta de posicionamento da marca, desenvolvimento de produtos e estratégias de marketing. Estas propostas exploradas no trabalho englobam a sugestão de introdução de um novo produto ao mercado e o desenvolvimento de um manual de marca capaz de auxiliar os gestores na utilização de sua identidade visual. Este produto foi desenvolvido embasado nas análises realizadas com relação à empresa e ao mercado em que se encontra inserida explorando uma oportunidade de mercado capaz de gerar bons resultados à Möbel Haus

Palavras-chave: Marketing. Produto. Marca. Möbel Haus.

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

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

³ Acadêmico (a) do Curso de Marketing, UNIVALI – Campus Balneário Camboriú/SC.
rafaelgatto77@outlook.com

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