PROJETO INTEGRADO - 4º SEMESTRE -PLANO DE MARKETING - CASA PERINI

Autor(res)

Nei Mendes Brisotti
Ramiro Manoel De Oliveira Neto

Categoria do Trabalho

Trabalho Acadêmico

Instituição

CENTRO UNIVERSITÁRIO ANHANGUERA

Resumo

DENISE MARTINS RA 384911912452
GRAZIELE RODRIGUES DOS SANTOS RA 382948512452
RAMIRO MANOEL DE OLIVEIRA NETO RA 392135012452

Através deste projeto iremos desenvolver um plano de marketing para a empresa Casa Perini, localizada na cidade de Farroupilha, Rio Grande do Sul. Iremos observar as ferramentas de marketing já utilizados pela empresa e realizar uma análise com foco em melhorias de estratégias de marketing para que a empresa seja uma referência entre as vinícolas de sua região.
2.1. HISTÓRICO
Em 1929 o filho de imigrantes italianos João Perini começou a elaborar seus primeiros vinhos de forma artesanal no porão de sua casa, quando os fornecia para cerimônias festivas da comunidade local, no Vale Trentino, em Farroupilha.
Quatro décadas após o início da sua produção, os negócios foram ampliados com a fundação da Casa Perini. A principal motivação foi aperfeiçoar a vinícola.
Hoje a empresa conta em seu portifólio de produtos mais de 70 itens, entre vinhos, espumantes, sucos e cervejas artesanais.
As vendas são realizadas na própria vinícola, e-commerce, adegas e distribuidoras.
Há também o enoturismo, onde foi investido em experiência do consumidor.