



## PLANO DE MARKETING, CASA PERINI

### **Autor(res)**

Nei Mendes Brisotti  
Denise Martins Lopes  
Grazielle Rodrigues Dos Santos  
Ramiro Manoel De Oliveira Neto

### **Categoria do Trabalho**

Trabalho Acadêmico

### **Instituição**

FACULDADE ANHANGUERA

### **Resumo**

Oportunidades: vendas feita pela internet, novas técnicas de produção permitem maior qualidade do vinho.

- Ameaças: A existência de concorrentes fortes, e o surgimento de novas regiões produtoras de vinho, dependência de fatores climáticos para a produção da principal matéria-prima (uvas)

-Forças: A existência do site na internet, grande capacidade produtiva, o grande conhecimento de vinhos e do processo, criatividade no desenvolvimento de soluções para o processo.

-Fraquezas: Pouca participação de vendas em supermercados, falta de método formal para conseguir o feedback a respeito dos produtos.