PLANO DE MARKETING, CASA PERINI

Autor(res)

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

Categoria do Trabalho

Trabalho Acadêmico

Instituição

CENTRO UNIVERSITÁRIO 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.