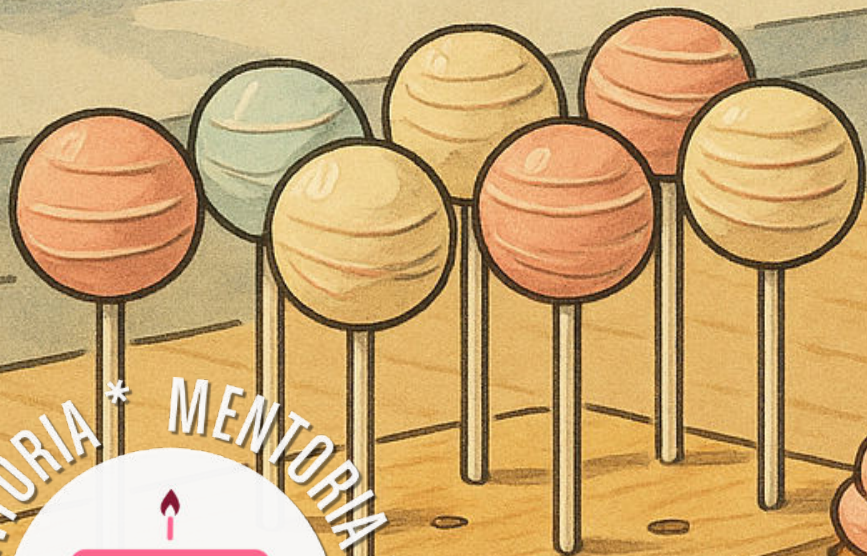


MARKETING PARA VENDER BOLOS



Objetivo MVB

Ajudar pessoas que fazem bolos a transformarem essa paixão num pequeno negócio lucrativo



Cronograma

Aula I

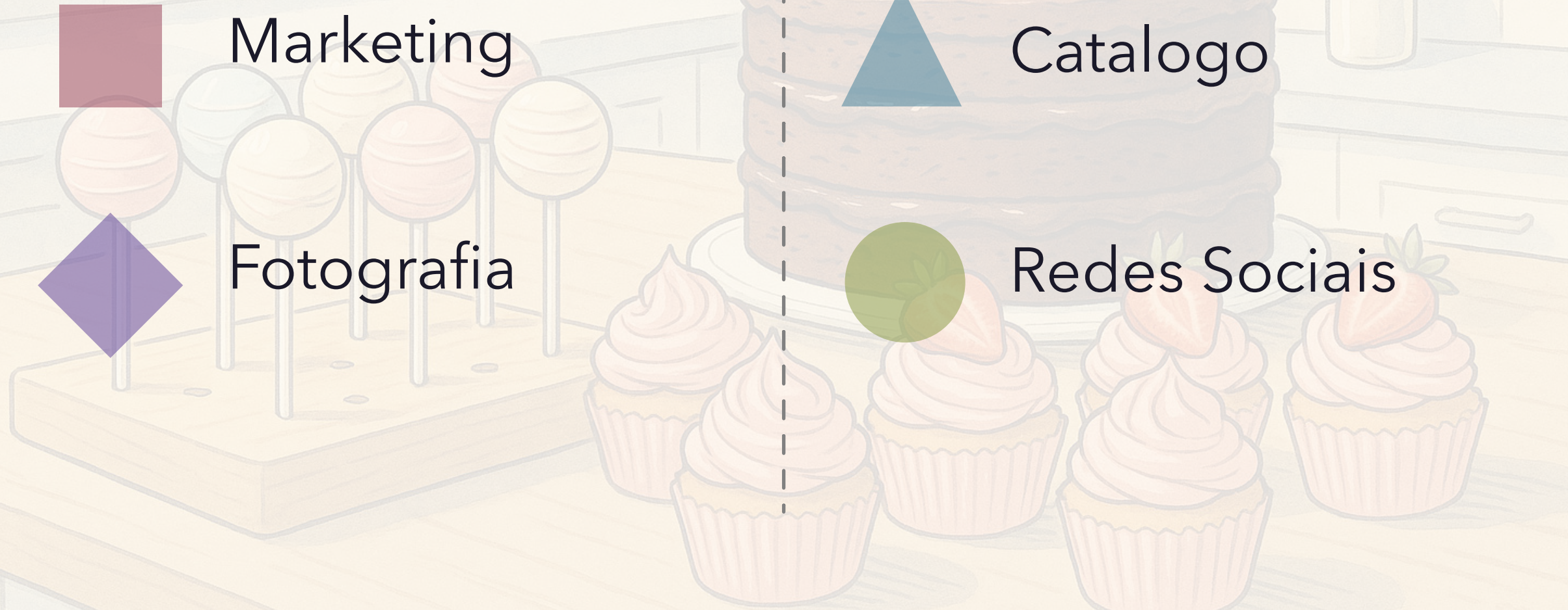
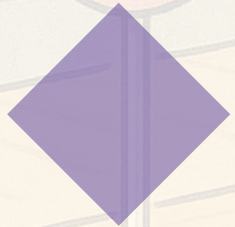
Aula II

Marketing

Catalogo

Fotografia

Redes Sociais



Conceitos de Marketing

Alguns conceitos de Marketing aplicados a um negócio de bolos

- O que é Marketing
- Planejamento Estratégico
- Posicionamento
- Branding

objetivo:

Dar clareza ao negócio de forma a potenciar o sucesso.

Estruturar uma oferta

Comunicar um negócio de bolos.

- Fotografia de bolos (c/ telefone)
- Catálogo (c/ canva)
- Redes Sociais (c/ Meta)

objetivo:

produzir materiais de comunicação, físicos e digitais, para facilitar vendas .

MARKETING

- O que é o Marketing?
- Os 4 P's do Marketing
- Objectivo
- Planeamento Estratégico
- Mercado
- Posicionamento
- Marca (Branding)



O que é MARKETING?



Mar.Ke.Ting

ou

Mai.Xi.Ping

*Se Marketing = Chines!
não desesperes, daqui por uma
hora já vais saber dizer*

市场营销

O que é MARKETING?

Marketing é tudo o que **fazes** para atrair clientes e **vender** o teu produto, desde a forma como te **posicionas**, como **comunicas** e até como **entregas**.

A palavra Marketing resulta da união de **market** (mercado) e **ing** (sufixo inglês que designa ação / fazer). Assim, Marketing, poderia literalmente traduzir-se como: **fazer mercado ou mercantilizar**.



Os 4 P's do MARKETING

Conceito criado por Jerome McCarthy,
professor de marketing norte-americano, (1960)

Product - **Produto**

Price - **Preço**

Place - **Praça / Distribuição**

Promotion - **Promoção**

Todos estes pontos devem ser **adequados** ao
produto/serviço que se que mercantilar



Os 4 P's do MARKETING

Produto - deve satisfazer uma necessidade de um determinado **público**, é necessário entender bem a **necessidade** que o cliente procura **satisfazer**.

Exemplos:

Bolo de Aniversário

Filhoses



Os 4 P's do MARKETING

características

Bolo de Aniversário

- Fresco
- Saboroso / Delicioso
- Stand / Memorável
- Temático

características

Fritos de Natal

- Fofo / Crocante
- Reconfortante
- Travessa / acessório
- Rústico



Os 4 P's do MARKETING

Preço - O Preço que um cliente está disposto a pagar está diretamente ligado com a percepção de valor que é atribuída ao produto/serviço.

Exemplos:

Bolo de Casamento

Cake Pops



Os 4 P's do MARKETING

preço / exemplo

Bolo de Casamento

- 100 pax
- 200€ a 600€
- Exclusividade / Design
- Execução Complexa

preço / exemplo

Cake Pops

- 25 pax
- 25€ a 50€
- Complemento
- Execução simples



Os 4 P's do MARKETING

Distribuição - A forma como colocamos o nosso produto/ serviço no mercado deve responder de forma inteligente e pragmática as **necessidades dos clientes**.

Exemplos:

Casa

Atelier/Loja



Os 4 P's do MARKETING

Casa

- Entregas ao Domicilio
- Levantamento em Casa
- Zona de Recepção
- Catálogo online
- Redes Sociais
- Feiras / Mercados
- Parcerias / Floristas

Atelier / Loja

- Possibilidade de Mostruário Físico
- Espaço de atendimento
- Facilidade de Vender complementos
- Capacidade de produção +
- Parcerias / Restaurantes



Os 4 P's do MARKETING

Promoção - A forma como comunicamos, onde comunicamos, **para quem** falamos e **qual a mensagem** que queremos transmitir.

Aqui devemos pensar na forma (meio) e no conteúdo (copy)

Exemplos:

Material Impresso

Página Web

Redes Sociais



Os 4 P's do MARKETING

Impressões

- Flyers mão / correio
- Catálogo
- Cartão Visita
- Autocolantes
- Embalagens
- Montra

Página Web

- Catálogo Virtual
- Referencia c/
visualização dos
trabalhos realizados
- SEO - Pesquisas

Redes Sociais

- Prova Social
- Mostruário trabalhos
realizados
- Bastidores
- Anúncios
segmentados



MARKETING MIX

Conjunto de ferramentas usadas para levar o produto até ao cliente. Combinando os 4 Ps do marketing:

- ✓ Produto → o que vendes (qualidade, características, embalagem, diferenciação)
- ✓ Preço → quanto custa (estratégia de preços, descontos, valor percebido)
- ✓ Praça → onde vendes (canais de distribuição, localização, pontos de venda)
- ✓ Promoção → como comunicas (publicidade, redes sociais, promoções, eventos).



MARKETING MIX

🌟 Em resumo: o marketing mix ajuda-te a encontrar o equilíbrio certo entre **produto**, **preço**, **distribuição** e **comunicação**, para satisfazer os clientes e alcançar os **objetivos** do teu negócio.



OBJETIVOS

**"Se não sabes para onde queres ir,
qualquer estrada te leva lá"**

Alice no País das Maravilhas - Lewis Carroll

Sem objetivos claros, qualquer direção
serve – mas provavelmente não vais chegar
a lugar nenhum específico.

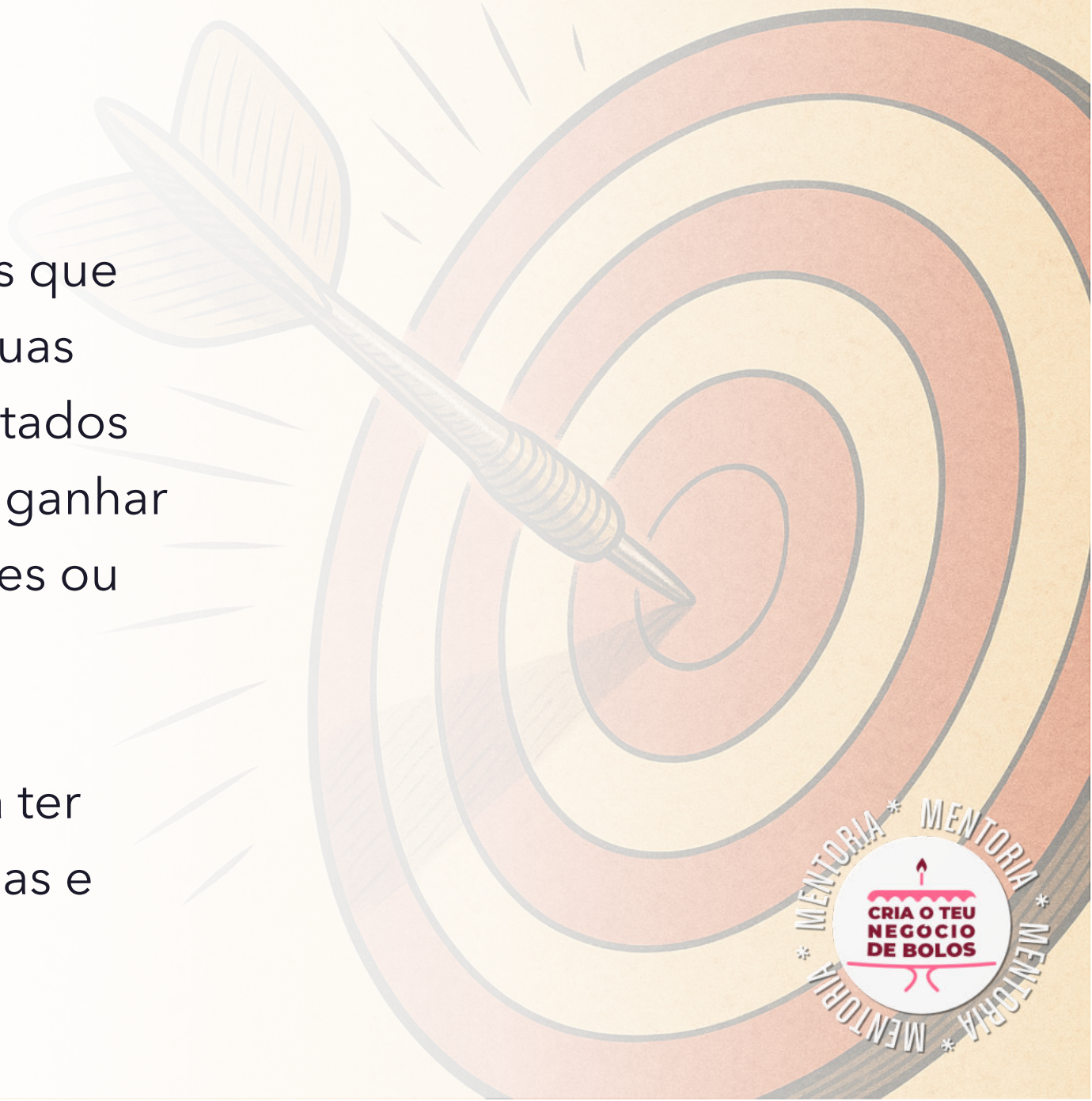


OBJETIVOS definição

Objetivos de marketing

são metas específicas e mensuráveis que uma empresa define para orientar suas ações de marketing e alcançar resultados desejados, como aumentar vendas, ganhar visibilidade, conquistar novos clientes ou fortalecer a marca.

Esses objetivos ajudam a empresa a ter foco, escolher as melhores estratégias e medir se está no caminho certo.



OBJETIVOS S.M.A.R.T

Specific

Específicos - *devem ser claros e precisos*

Measurable

Mensuráveis - *é possível acompanhar o progresso*

Achivable

Alcançáveis - *realistas para o tamanho e recursos da empresa.*

Relevant

Relevantes - *alinhados com os objetivos gerais do negócio*

Time Bound

Tempo definido - *Com prazo de execução especificado*



EXEMPLOS S.M.A.R.T

Atelier de Cake Design - Mercado dos Casamentos

Objetivo:

Aumentar em 30% o número de encomendas de bolos de casamento personalizados, passando de 5 para 7 encomendas por mês, até dezembro deste ano, usando campanhas no Instagram e parcerias com espaços de casamento.

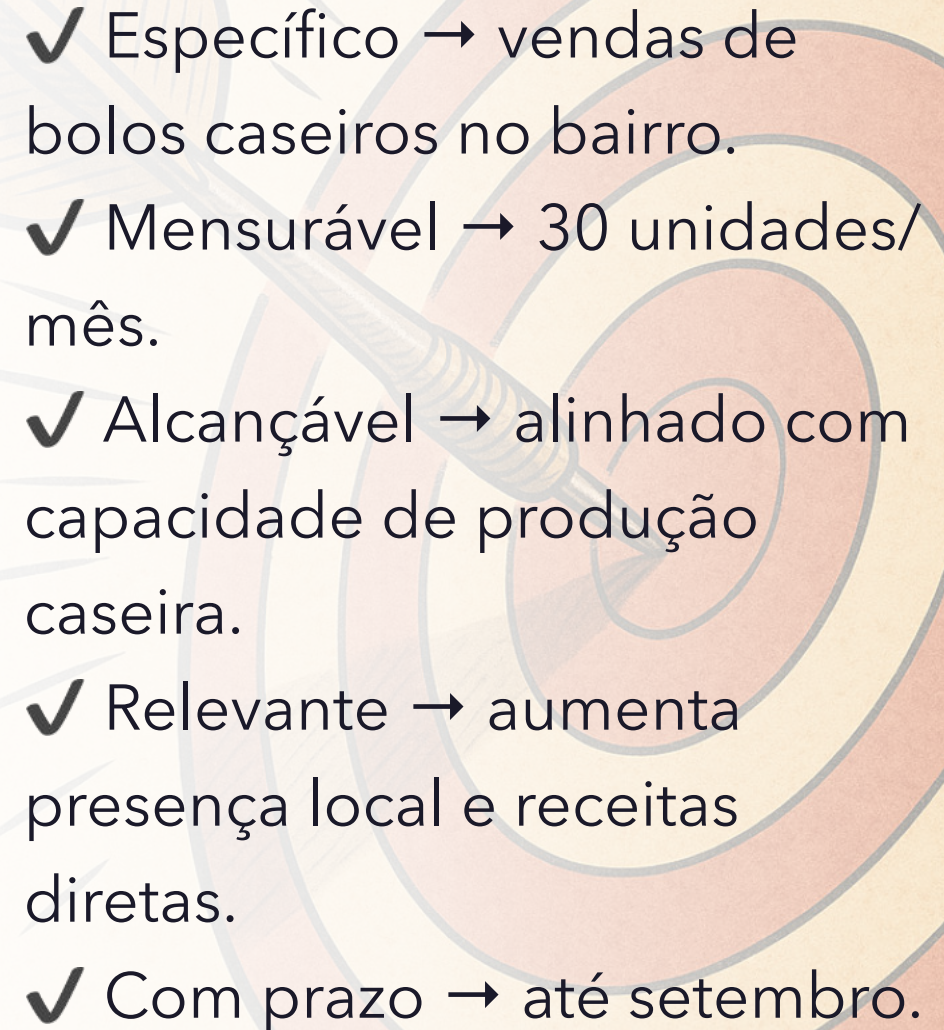
- ✓ Específico → focado em bolos de casamento.
- ✓ Mensurável → de 5 para 7 encomendas/mês.
- ✓ Alcançável → aumento de 30%, considerando capacidade de produção.
- ✓ Relevante → foca no mercado principal e gera receita.
- ✓ Com prazo → até dezembro.

EXEMPLOS S.M.A.R.T

Bolos Caseiros - Mercado Local

Objetivo:

Vender 30 bolos caseiros por mês no mercado local, incluindo bolos inteiros e fatias, até setembro, através de redes sociais, grupos de bairro no WhatsApp e presença em feirinhas semanais.

- 
- ✓ Específico → vendas de bolos caseiros no bairro.
 - ✓ Mensurável → 30 unidades/mês.
 - ✓ Alcançável → alinhado com capacidade de produção caseira.
 - ✓ Relevante → aumenta presença local e receitas diretas.
 - ✓ Com prazo → até setembro.

PLANEAMENTO ESTRATÉGICO

Estratégia

define às grandes escolhas que determinam como pretendemos **atingir o objetivo**. É o apontar de uma direção.

Plano

é a forma como vamos **alocar e organizar os recursos** nessa direção, da maneira mais eficiente possível.



Exemplo PLANEAMENTO ESTRATÉGICO

Objetivo

aumentar as vendas do negócio de bolos caseiros este trimestre, de forma a pagar a KitchenAid ❤️ (600€)

O objetivo está claro: vender mais 30 bolos nos próximos três meses.

A estratégia é o **COMO...**

- Vou focar nas redes sociais para ganhar mais clientes do bairro.
- Vou trabalhar com promoções para quem já é cliente indicar novos.
- Vou entrar em parceria com uma cafeteria local para expor os bolos lá.

👉 Essas são escolhas estratégicas. Você ainda não está nos detalhes, mas já decidiu qual caminho vai seguir.



Exemplo PLANEAMENTO ESTRATÉGICO

Agora vem o PLANO.

Escolhida a estratégia, é preciso definir exatamente, **quando** e **como**:

- Quais posts vai publicar no Instagram?
- Quantas vezes por semana?
- Que promoção vai oferecer para indicação? Como vai comunicar isso?
- Quando vai falar com a cafeteria? Que bolos vai levar para degustação?
- Quem vai fazer o quê, e em que prazos?

O plano é essa lista prática de ações organizadas. Ele só faz sentido porque já tens uma estratégia decidida.



Exemplo PLANEAMENTO ESTRATÉGICO

Resumo:

Objetivo → vender mais 30 bolos em 3 meses

Estratégia → qual caminho escolho para isso
(por ex.: redes sociais, promoções, parcerias).

Plano → as ações detalhadas no dia a dia para
colocar a estratégia em prática.



MERCADO

Mercado é o conjunto de pessoas ou empresas que têm **necessidade, interesse e capacidade** de comprar um produto ou serviço. Ou seja, é o grupo de **potenciais clientes** que você quer **alcançar e satisfazer** com aquilo que vende.

Exemplos:

O *mercado de bolos caseiros no bairro* → são os moradores locais que gostam e podem comprar bolos.

O *mercado de casamentos* → são os casais que procuram serviços como bolos personalizados para a festa.



NICHO de MERCADO

Nicho de mercado **é um segmento específico** dentro de um mercado maior, formado por um grupo de pessoas com **necessidades, gostos ou características bem particulares.**

Exemplos:

Bolos sem glúten → nicho para pessoas com restrições alimentares.

Bolos veganos → nicho para quem não consome produtos de origem animal.

Bolos infantis personalizados → nicho para festas de crianças.

Bolos de Casamento → nicho para quem está a organizar uma boda.

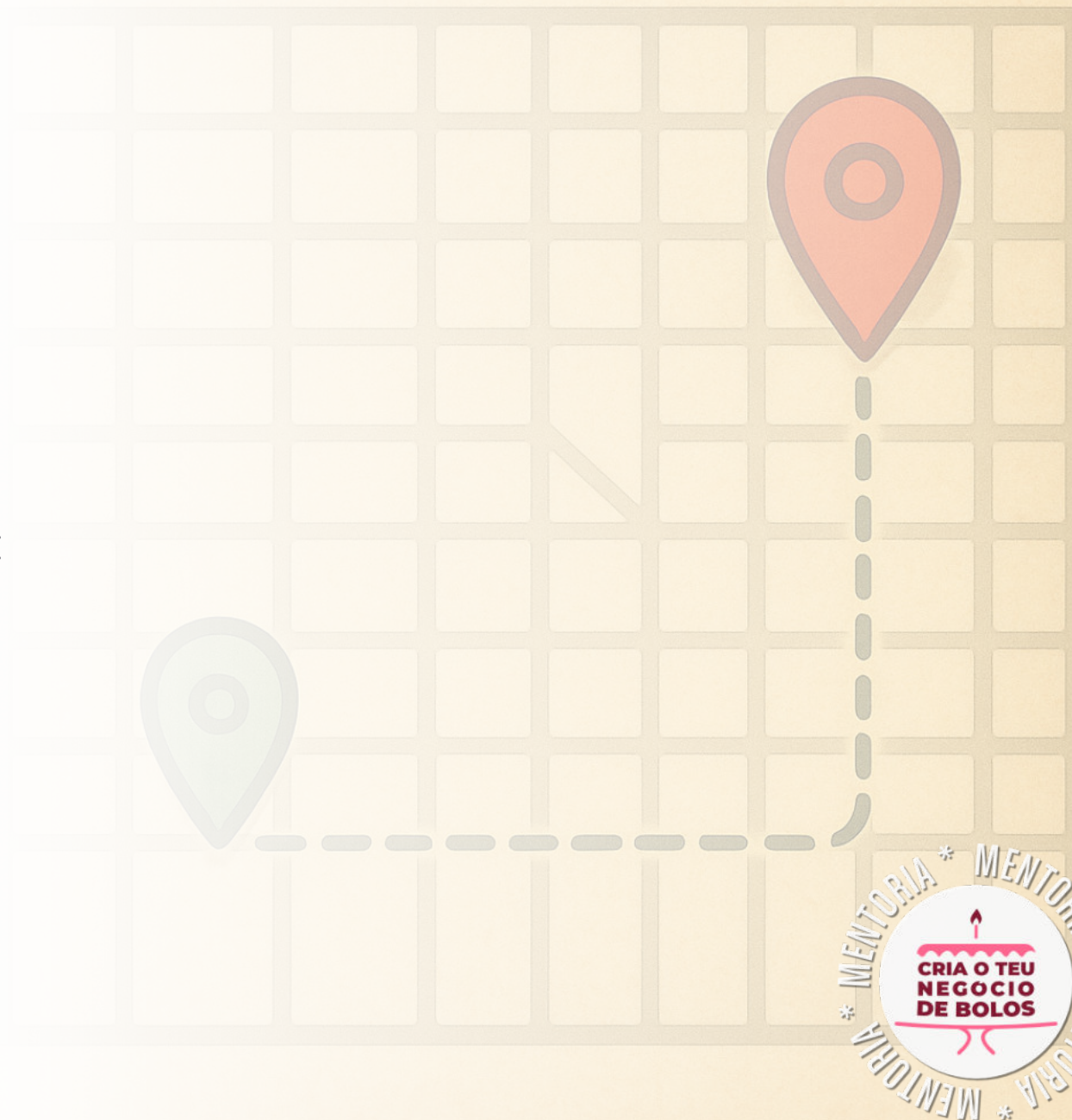


NICHO de MERCADO

Imaginando que já tem definido o nicho de mercado que tem mais potencial na área geográfica em que pretende atuar, levanta-se a questão:

Como é que eu chego às pessoas desse nicho?

Para vender os meus bolos.



POSICIONAMENTO

👉 Posicionamento

é a forma como uma empresa quer ser percebida na mente dos consumidores em relação aos seus concorrentes. Ou seja, é o lugar que a marca ocupa na cabeça do cliente, mostrando o que a torna única, diferente ou especial no mercado.

Por exemplo:

uma empresa pode querer ser vista como a mais barata, a mais sofisticada, a mais sustentável ou a mais inovadora – o importante é definir claramente essa posição e comunicar isso de forma consistente.



POSICIONAMENTO / CASAMENTOS

Posicionamento para:

Bolos Caseiros - Mercado Local

“Oferecemos bolos caseiros autênticos, feitos com carinho e ingredientes frescos, para trazer o sabor de casa às mesas do nosso bairro.”

✓ Palavras-chave: proximidade, autenticidade, sabor caseiro, tradição, comunidade.



POSICIONAMENTO / CASAMENTOS

Posicionamento para:

Cake Design - Mercado de Casamentos

“Somos um atelier boutique especializado em bolos de casamento elegantes e personalizados, feitos à mão para tornar cada celebração única e inesquecível.”

✓ Palavras-chave: elegância, personalização, exclusividade, sofisticação, momentos únicos.



BRANDING

👉 **Branding** é o conjunto de ações e elementos que constroem a identidade e a imagem de uma **marca** na mente das pessoas.

Ou seja, é como a empresa se apresenta ao mundo – incluindo **nome, logotipo, cores, tom de voz, valores, história e experiências que oferece** – para transmitir o seu posicionamento e criar uma conexão emocional com os clientes.



BRANDING

O Branding é o processo que ajuda a construir uma Marca

A **Marca**, ajuda a mostrar quem você é, o que oferece e por que é diferente, reforçando o posicionamento que você quer ocupar no mercado e na mente do consumidor.



BRANDING

Mais que oferecer lógica o Branding procura **criar uma conexão emocional** entre a empresa e o seu publico/mercado

- ✓ **Identidade visual** 👉 Cores, Tipografia
- ✓ **Tom de voz** 👉 como fala com o público
- ✓ **História e valores** 👉 Copy
- ✓ **Experiência oferecida** 👉 visão para o cliente



BRANDING - PERSONALIDADE DA MARCA

Atelier de Cake Design - Casamentos

✓ **Identidade visual**

Cores: tons suaves, pastéis, dourado, branco, rosé.

Tipografia (letras): elegante, fina, clássica.

Logotipo: delicado, talvez com detalhes florais ou rendados.

✓ **Tom de voz** (como fala com o público)

Sofisticado, romântico, caloroso.

Usa palavras como: exclusivo, memorável, personalizado, requinte.



BRANDING - PERSONALIDADE DA MARCA

Atelier de Cake Design - Casamentos

✓ **História e valores**

“Criamos obras de arte doces que contam histórias de amor.”

Valores: personalização, atenção ao detalhe, perfeição, emoção.

✓ **Experiência oferecida**

Atendimento individualizado, reuniões personalizadas.

Entrega e montagem cuidadosa no local do casamento.



MINI GUIA VISUAL

Cores



Tipografia

Elegante



Atelier de Bolos
de Casamento

Personalizado
Sofisticado



Bolos Caseiros - Mercado Local

✓ **Identidade visual**

Cores: tons quentes, terra, creme, vermelho, azul claro.

Tipografia (letras): simples, acolhedora, talvez com toque artesanal.

Logotipo: caseiro, com toque familiar, talvez um forno, um bolo simples ou uma ilustração desenhada à mão.

✓ **Tom de voz** (como fala com o público)

Próximo, simpático, acolhedor.

Usa palavras como: sabor caseiro, feito com carinho, fresquinho, tradição, partilha.



Bolos Caseiros - Mercado Local

✓ **História e valores**

“Levamos o sabor autêntico dos bolos caseiros para a comunidade.”

Valores: autenticidade, ingredientes frescos, proximidade com o cliente.

✓ **Experiência oferecida**

Encomendas simples, entregas rápidas no bairro.

Participação em feirinhas e eventos locais.



MINI GUIA VISUAL

Cores



Tipografic

Simplificado



Bolos Caseiros

Autêntico • Feito
com Carinho



BOLOS CASEIROS DA MIRA



*Transformar a tua paixão em negócio
é mais do que vender bolos:
é **criar memórias, encantar pessoas**
e deixar uma **marca no coração da**
comunidade.*

*Começa pequeno, sonha grande, e
nunca te esqueças – **cada fatia**
conta*



*Podés perceber muito
pouco **de chinês!**
Mas lembra-te disto,
o mais importante no
negócio é deixar o
Mai.Xi.Ping
com esta cara quando
provar qualquer um dos
teus bolos 🤗*

