

# **PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO LOLLA LINGERIE**



## **QUEM É A Lolla LINGERIE?**

**A Lolla está em estado embrionário, inicialmente será uma loja on-line e em breve loja física.**

## **QUAIS SÃO SEUS OBJETIVOS?**

**Vencer obstáculos, se tornar um negócio em expansão. Marca conhecida mundialmente. Ter clientela, abrir lojas físicas e gerar oportunidades de trabalho principalmente para família.**

## **O QUE ELA OFERECE?**

**Lingerie e acessórios**

## **ATRIBUTOS DA MARCA**

**Os atributos são aspectos que fazem uma marca ser quem ela é. É um conjunto de conceitos e sensações que ela deseja transmitir para seu público.**

**É a sua personalidade que a faz ser única e especial.**



# **PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO LOLLA LINGERIE**



## **LOLLA LINGERIE É ?**

**CRIATIVA- SENSÍVEL- SEX  
OUSADA-DIVERTIDA- SONHADORA  
EXTROVERTIDA. ELA É UM CONJUNTO DE  
SENSAÇÕES QUE DESEJA TRANSMITIR PARA SEU  
PÚBLICO.**

### **ATRIBUTOS DA MARCA**

## **O PRESTATIVO COMPAIXÃO E GENEROSIDADE**

**O PRESTATIVO É UM ALTRUÍSTA, MOVIDO PELA  
COMPAIXÃO, PELA GENEROSIDADE E PELO DESEJO  
DE AJUDAR OS OUTROS. ELE TEME A  
INSTABILIDADE E A DIFICULDADE, NÃO TANTO  
PARA SI MESMO, MAS PELO IMPACTO PELAS  
PESSOAS MENOS OFORTUNADAS OU MENOS  
RESISTENTES AOS CHOQUES. DENTRO DA MARCA,  
ESSE ARQUÉTIPO SIMBOLIZA A PREOCUPAÇÃO EM  
MANTER UM BOM RELACIONAMENTO COM O  
CLIENTE E A EXCELÊNCIA NO ATENDIMENTO ,  
RESULTANDO EM UM SERVIÇO IMPECÁVEL DO  
COMEÇO AO FIM.**



# **PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO LOLLA LINGERIE**

## **ATRIBUTOS DA MARCA**

### **INOCENTE BONDAD E PUREZA**

**O INOCENTE ENVOLVE CONCEITOS DE BONDAD E, SIMPLICIDADE E PUREZA. O INOCENTE BUSCA ADEQUAR SEU ESTILO DE VIDA A UM MODO MAIS NATURAL E SIMPLES. ELA QUER SER LIVRE PARA SER ELA MESMA, SEM AS CONVENÇÕES DA SOCIEDADE E NEM RÓTULOS.**

**PLANEJAMENTO BASEADO EM UMA EMPRESA FICTÍCIA, EM ESTADO EMBRIONÁRIO COMÉRCIO NO SEGMENTO DE ROUPAS FEMININAS COM DESTAQUE ESPECIAL NO RAMO LINGERIE. HAVENDO VARIEDADE DE PRODUTOS PARA A MELHOR ESCOLHA DO CLIENTE, TANTO NO PREÇO OU NOS LOOKS DESEJADOS.**

**O MERCADO DA MODA ESTÁ EM CONSTANTE CRESCIMENTO, E PARA PERMANECER NESSE CONTEXTO POPULAR E COMPETITIVO SÃO NECESSÁRIAS ESTRATÉGIAS DE MARKETING, ESSA ATIVIDADE COMEÇA ANTES DA FABRICAÇÃO DO PRODUTO E CONTINUA DEPOIS DE SUA VENDA ENVOLVE O PROCESSO DE CRIAÇÃO, PLANEJAMENTO E DESENVOLVIMENTO DA EMPRESA, ASSIM SATISFAZENDO AS NECESSIDADES DO CONSUMIDOR.**

# PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO LOLLA LINGERIE



**DE ACORDO COM KOTLER (1998, P. 27):**

**“MARKETING É A CIÊNCIA E A ARTE DE EXPLORAR, CRIAR E ENTREGAR VALOR PARA SATISFAZER AS NECESSIDADES DE UM MERCADO-ALVO COM LUCRO. MARKETING IDENTIFICA NECESSIDADES E DESEJOS NÃO REALIZADOS. ELE DEFINE, MEDE E QUANTIFICA O TAMANHO DO MERCADO IDENTIFICADO E O POTENCIAL DE LUCRO. ELE APONTA QUAIS OS SEGMENTOS QUE A EMPRESA É CAPAZ DE SERVIR MELHOR E QUE PROJETA E PROMOVE OS PRODUTOS E SERVIÇOS ADEQUADAMENTE”.**

**PORTANTO, É A ESTRATÉGIA QUE USAREMOS NA EMPRESA PARA AGREGAR VALOR EM NOSSA MARCA E NOS PRODUTOS QUE SE ENCONTRAMEM NA LOJA COM O FIM DE ATRIBUIR UMA REPUTAÇÃO POSITIVA PARA O ESTABELECIMENTO E ATINGIR SEU PÚBLICO ALVO.**

**1 DECLARAÇÃO DA MISSÃO VISÃO VALORES E PRINCÍPIOS EMPRESARIAIS**



# **PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO LOLLA LINGERIE**



## **MISSÃO:**

**A LOLLA LINGERIE BUSCARÁ RECONHECIMENTO NO SETOR DE VESTUÁRIOS, ATENDENDO AS NECESSIDADES DOS CLIENTES, INOVANDO E TRAZENDO MAIS VARIEDADES DE PRODUTOS NAS LINHAS DE LINGERIES .**

## **VISÃO:**

**ALMEJA-SE NOTORIEDADE E DESTAQUE NO MERCADO, COM CRESCIMENTO EXPONENCIAL, COM AMPLA CLIENTELA FORMADA. SENDO DESTAQUE E REFERÊNCIA PARA O COMERCIO DE LINGERIE E ACESÓRIOS SEX SHOP.**

## **VALORES:**

**PRINCÍPIOS ÉTICOS E MORAIS, BOM RELACIONAMENTO COM OS CLIENTES, CONSUMIDORES E FORNECEDORES, HONESTIDADE, INOVAÇÃO, CRIATIVIDADE, MELHORA CONTINUA E DEDICAÇÃO.**

## **PRINCÍPIOS:**

**RELAÇÕES AMIGÁVEIS COM CLIENTES, FORNECEDORES E CONSUMIDORES.**

**ÉTICA, RESPEITO E HONESTIDADE NAS RELAÇÕES.**

**BUSCAR QUALIDADE E MELHORIA CONTÍNUA DOS PRODUTOS E SERVIÇOS PARA SATISFAÇÃO DOS CONSUMIDORES.**



# ANÁLISE DE CENÁRIO: AMBIENTE INTERNO E EXTERNO DA ORGANIZAÇÃO

O AMBIENTE ORGANIZACIONAL É O CONJUNTO DE ELEMENTOS QUE INTEGRAM O CONTEXTO DE UMA ORGANIZAÇÃO, QUE PODEM INFLUENCIAR NO SEU FUNCIONAMENTO. A ANÁLISE DO CENÁRIO TEM COMO OBJETIVO ADAPTAR A ORGANIZAÇÃO AO SEU AMBIENTE, ATRAVÉS DE UM ESTUDO DO SEU AMBIENTE INTERNO E EXTERNO PARA IDENTIFICAR AS SUAS OPORTUNIDADES, AMEAÇAS, FORÇAS E FRAQUEZAS.

SEGUNDO MONTANA E CARNOT (1998, P. 53): O AMBIENTE INTERNO CONSISTE NOS FATORES DENTRO DE UMA ORGANIZAÇÃO QUE CONSTITUEM OS RECURSOS ORGANIZACIONAIS, PRINCIPALMENTE OS FATORES FINANCEIROS, FÍSICOS, HUMANOS E TECNOLÓGICOS.

O AMBIENTE INTERNO SE RESUME EM TUDO AQUILO QUE A EMPRESA TEM DOMÍNIO DIRETO, IDENTIFICAR PONTOS FORTES E FRACOS É MUITO IMPORTANTE DENTRO DE UMA EMPRESA PARA A FORMULAÇÃO DE UMA ESTRATÉGIA, ELES PODEM SER IDENTIFICADOS ATRAVÉS DE ESTUDOS FUNCIONAIS, ESTUDOS DO DESEMPENHO E BENCHMARKING (PROCESSO DE COMPARAÇÃO DE PRODUTOS, SERVIÇOS E PRÁTICAS EMPRESARIAIS).

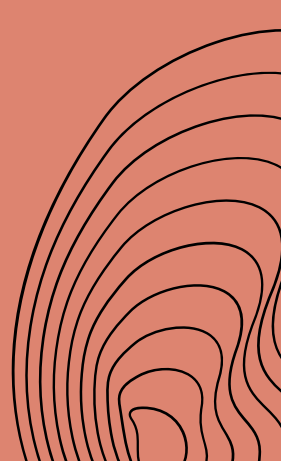
SEGUNDO MONTANA E CHARNOV (1998, P. 52): ALÉM DOS VÁRIOS FATORES AMBIENTAIS, EXISTEM OUTRAS FORÇAS ESPECÍFICAS NO AMBIENTE EXTERNO QUE EXERCEM IMPACTO IMEDIATO: OS ACIONISTAS, OS BANCOS, OS SINDICATOS, OS FORNECEDORES E OS CLIENTES. É TUDO AQUILO QUE A EMPRESA NÃO PODE CONTROLAR NA ANÁLISE EXTERNA SE IDENTIFICA AS OPORTUNIDADES E AMEAÇAS, TEM COMO OBJETIVO ESTUDAR A RELAÇÃO ENTRE A EMPRESA E SEU AMBIENTE, SUA POSIÇÃO PRODUTO-MERCADO E TAMBÉM SEUS OBJETIVOS PARA O FUTURO.



# SWOT

## Analysis

	Fatores Positivos	Fatores Negativos
Fatores Internos	<b>Força</b> <ul style="list-style-type: none"><li>1 - A empresa realizará semestralmente confraternizações com os colaboradores.</li><li>2 - Uso de tecnologias presentes no comércio, como o sistema e máquina de cartão de débito e crédito para parcelamento ao cliente.</li><li>3 - Preocupação com a Cliente (palestras e eventos ).</li><li>4 - Bons Fornecedores.</li><li>5- Descontos para funcionários em todas as compras.</li></ul>	<b>Fraquezas</b> <ul style="list-style-type: none"><li>1-Falta de conhecimento do mercado em que atua com relação à concorrência.</li><li>2 - Comércio ao lado que ameaça a chegada dos clientes.</li><li>3 - Espaço físico reduzido para o atendimento ao cliente.</li><li>4 - Falta de investimento em divulgação da empresa e produtos.</li></ul>
Fatores Externos	<b>Oportunidade</b> <ul style="list-style-type: none"><li>1 - Preço baixo na parte de lingerie perante aos concorrentes.</li><li>2 - Produtos complementares sendo Acessórios voltadas ao sex shop e lingerie.</li><li>3 - Possibilidades de aumentar o espaço.<ul style="list-style-type: none"><li>1. Exploração de novos mercados;</li></ul></li><li>5 - Boa localização.</li></ul>	<b>Ameaças</b> <ul style="list-style-type: none"><li>1 - Lojas de maior porte.</li><li>2 - Falha nas mercadorias fornecidas como costuras falhas por exemplo.</li><li>3 - Falha na publicidade da loja.</li><li>4-Altas taxas de impostos dos produtos obtidos fora do estado de origem. .</li></ul>

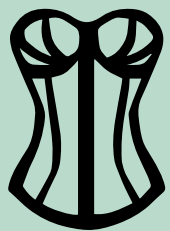


# PRODUTOS

Conjuntos  
sutiãs e calcinha



Espartilhos



Camisola



Meias Sensuais



body



Macacão / Macaquinho



# BENEFÍCIOS

## Conforto

Os conjuntos além de poder ser usado no dia-a-dia, também pode ser usados em momentos íntimos de prazer. Aqui você encontra varios modelos para inovar em seu relacionamento.

## Sensualidade

Os espartilhos são peças intimas que deixam a mulher ainda mais sexy, exaltando suas curvas e deixando ainda mais atraente para o parceiro.(a)

## Sex

Lindas e sexy camisolas ,erótica para Cliente ficar maravilhosa e deslumbrante . Introduza sensualidade de um modo discreto e provocativo em sua relação e divirta-se!

## Sensualidade

As meias sensuais compõem um look mais ousado e provocante para as mulheres e combinam com todos os tipos de peças intimas.

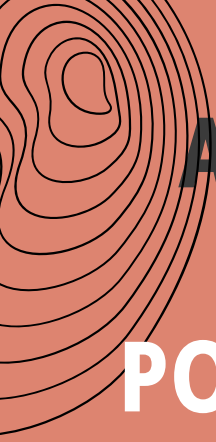
## Confiança

A lingerie sensual faz total diferença nas relações sexuais, traz mais confiança e um causando impacto interessante que reflete no desempenho sexual. lindos bodys sexys.

## Sex

Sexy e eróticos macacões/macaquinhos com transparência e texturas diferenciadas para você manter a máxima sensualidade!





# **ANÁLISE SITUACIONAL DA ORGANIZAÇÃO**

## **POTENCIALIDADE**

**1 - CONFECÇÃO PRÓPRIA**

**2 - FORMAS DE PAGAMENTOS VARIADAS COM CARTÕES DE CRÉDITO , DÉBITO, PIX E BOLETO BANCÁRIO.**

## **FRAGILIDADES**

**1 - FALTA DE PESSOAS ADEQUADAS PARA A VENDA EXTERNA.**

**2 - CONCORRÊNCIA DE ALTO POTENCIAL DAS LOJAS VIZINHAS.**

## **DESENVOLVIMENTO DE METAS E OBJETIVOS METAS: RESOLVER PROBLEMAS DIAGNOSTICADOS**

**A EMPRESA BUSCARÁ AMPLIAÇÃO DE SEU ESPAÇO FÍSICO, PARA PROPORCIONAR AOS CLIENTES UM AMBIENTE AGRADÁVEL E ACONCHEGANTE, PARA QUE SE SINTO MAIS A VONTADE NA HORA DAS COMPRAS. COM ESPAÇO MAIOR É POSSÍVEL AUMENTAR SEU ESTOQUE, POSSIBILITANDO MAIOR VARIEDADE DE PRODUTOS E DIVERSIDADE. TENDO COMO FOCO O CRESCIMENTO DO ESPAÇO DEMOGRÁFICO E DE VENDAS PARA TAMBÉM CONCORRER COM AS DEMAIS LOJAS QUE ESTÃO AO SEU REDOR COM MAIOR ENFOQUE NO MERCADO.**



## **OBJETIVOS: INOVAÇÕES E MELHORIAS**

**PARA MELHOR ATENDER NOSSOS CLIENTES VAMOS ADAPTAR EM INOVAÇÕES EM NOSSO COMERCIO TANTO NA PARTE TECNOLÓGICA, ECONÔMICA E CULTURAL. SENDO IMPORTANTE QUE O NEGÓCIO DE VESTUÁRIO ACOMPANHE O CRESCIMENTO DAS MODALIDADES, COM O OBJETIVO DE ATENDER, A DEMANDA DAS PEÇAS, COM PREÇOS E FORMAS DE PAGAMENTOS ACESSÍVEIS PARA DIVERSAS CLASSES SOCIAIS.**

## **DESENVOLVIMENTO DAS ESTRATÉGIAS**

**OPORTUNIDADE DA COMPRA DE UM IMÓVEL, PARA CONFECÇÃO DE LINGERIE (FÁBRICA) UM EXCELENTE ESPAÇO PARA O COLABORADOR, UM LUGAR BEM ACONCHEGANTE E TRANQUILO.**

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

**A EMPRESA TEM POR META ALCANÇAR TODOS SEUS OBJETIVOS DESEJADOS. ISTO POR GRANDE OPORTUNIDADE DE CRESCER, E POR TER UM DIFERENCIAL NO PRODUTO CONFECCIONADO, COM QUALIDADE E CUSTOMIZAÇÃO DOS ITENS AO GOSTO E NECESSIDADE DO CLIENTE. COM A COMPRA DO IMÓVEL ALMEJADO SERÁ POSSÍVEL FAZER TODAS AS MUDANÇAS NECESSÁRIAS PARA OBTER MAIOR ALCANCE AOS POSSÍVEIS CLIENTES. TAMBÉM, COM MAIOR ESPAÇO PODERÁ AUMENTAR A PRODUTIVIDADE E AS VENDAS, ALÉM DE CRIAR CONDIÇÕES DE TER VENDEDORES EXTERNOS QUALIFICADOS, O QUE TORNARÁ O PRODUTO CONHECIDO EM MAIOR ESPAÇO DEMOGRÁFICO GERANDO MAIOR RENTABILIDADE PARA A EMPRESA, CRESCENDO E SENDO RECONHECIDA A MÉDIO E LONGO PRAZO.**