

RESUMO

O presente estudo tem como objetivo o desenvolvimento de um Plano de Marketing para a categoria de mochilas do Retalhista Munique. Esta é uma empresa orientada para o mercado da eletrónica, sendo que em 2019 o seu CEO lançou o desafio de expandir o seu negócio para todas as categorias de produto que não alimentares. Face a um mercado de comércio eletrónico em crescimento, com empresas como a Amazon e Ebay a invadir o mercado português, torna-se difícil concorrer neste canal. Assim, e tendo em conta a grande vantagem competitiva do Retalhista Munique no que concerne à sua presença física no mercado, pois possui 150 lojas face a um segundo posicionado com cerca de 50 lojas, o foco do trabalho passará por reforçar a sua posição neste canal. Enquanto o mercado apresenta um crescimento a rondar os 6% face ao ano transato, o Retalhista Munique apresenta uma queda de 1,5%. Para entender-se a lacuna incorrida nas medidas de gestão tomadas, passou-se à análise situacional do negócio. Envergou-se por uma metodologia exploratória de pesquisa mista, recorrendo-se a dados quantitativos e qualitativos. Como colaborador da empresa em estudo, o investigador teve a oportunidade de conversar com os gestores da unidade de negócio e de aceder a informações privilegiadas sobre a categoria das mochilas. Posteriormente, foi realizada uma entrevista para conhecer o consumidor e as suas motivações, e um questionário no sentido de aprofundarem-se os conhecimentos inicialmente obtidos. No decorrer da Action Research, constatou-se que as atuais medidas de gestão não eram coerentes com a visão e objetivos empresariais definidos. Tanto a nível do produto, pois o Retalhista não disponibiliza a diversidade de mochilas procurada pelo mercado, como a nível de promoção, que não estando a atingir todos os segmentos identificados, acaba por nunca assumir-se como o retalhista “top of mind” dos consumidores. Por conseguinte, passou-se à formulação de estratégias e táticas que contrariassem esta desarmonia e que promovessem ainda mais crescimento.