



BANANAS BIANCHI

ADM RAFAEL BIANCHI

A EMPRESA

- A empresa esta atuando no mercado no setor de fruticultura, mais especificamente na produção de bananas. Começou sua plantação com uma pequena área de aproximadamente um hectare, atuando assim de modo pioneiro na produção de banana no município de Sinop no ano de 1995.

ANALISE DO RAMO

- Quando começamos na atividade, tivemos grandes dificuldades, mas com o passar dos tempos ela foi sendo superada, demorou alguns anos para conseguir atingir confiança dos clientes, devido ao acesso no mercado ser muito complicado por falta de interesse dos encarregados do mercado, que preferiam comprar os produtos de fora do estado ao invés de comprar o produto local.

ESTRATEGIAS ADOTADAS

- Para a empresa os clientes são os fatores mais importantes na cadeia da produção, pois são eles que direcionam o crescimento da empresa, de acordo com a demanda do produto, a empresa busca sempre se superar para alcançar a plena satisfação dos clientes.

- 
- Hoje a fácil comercialização da banana por ser uma fruta tropical que toda população consome desde a classe alta como a classe baixa.
 - A localização e a qualidade do produto que são excelentes para a empresa competir no mercado.

PRODUTOS E SERVIÇOS

- A agricultura sempre foi uma atividade destacada dentro do cenário nacional, desde os tempos do extrativismo até o momento atual.
- Com o crescimento da população e melhoria da sua capacidade aquisitiva, houve aumento de consumo desse alimento(BANANA) ``barato``, em todos os mercados consumidores, que é o caso de nossa região. Ex:(ESTUDANTES, PROFISSIONAIS, PESQUISADORES, OUTROS)

CLIENTES

- O perfil dos clientes são de empresas que possuem um mercado ou um atacado e comercializam esse produto com uma margem de lucro, com relação ao posicionamento do produto (banana), trata-se de uma fruta de qualidade que eles adquirem para satisfazer as necessidades dos clientes finais pois está incorporada à alimentação de milhões de brasileiros.

POSICIONAMENTO DO PRODUTO

- “O Posicionamento é o lugar que o produto ocupa na mente do consumidor em relação aos produtos concorrentes” (Cobra, 1995).
- A empresa posiciona a banana como sendo uma fruta de grande importância para o ser humano e também por ser uma fruta mais barata de fácil aquisição por parte de pessoas carentes. Mas a estratégia busca abordar os seguintes posicionamentos:

- POSICIONAMENTO POR ATRIBUTO - entrega da banana na hora solicitada.
- POSICIONAMENTO POR PREÇO/QUALIDADE – a produção é local, a qualidade é superior aos demais, o preço é compatível.
- POSICIONAMENTO POR USO OU APLICAÇÃO – alimento altamente nutritivo.
- POSICIONAMENTO POR USUÁRIO DO PRODUTO - é utilizado principalmente por pessoas que tem crianças pequenas e por atletas.

- 
- POSICIONAMENTO POR BENEFICIO –
solução de problemas como câimbra e
deficiência de potássio.
 - POSICIONAMENTO POR CONCORRENTE
– o slogan “produzido com qualidade, é
fruto de nossa terra”.

SERVIÇOS

- A empresa procura estabelecer as suas estratégias de serviços com um pessoal competente, com cortesia, credibilidade, confiabilidade, responsabilidade, para melhor atender seus clientes.

- 
- ENTREGA – rapidez, precisão para os clientes;
 - INSTALAÇÃO – trabalho de colocar as frutas em condições adequadas para o consumo dos consumidores finais.
 - SERVIÇOS DE CONSULTORIA – informações e orientações fornecidas para os clientes de qual a melhor maneira de arrumar as frutas na banca a onde serão comercializadas.
 - SUBSTITUIÇÃO – reposições de frutas estragadas que a empresa faz aos seus clientes.

MISSÃO

- - Manter a empresa em permanente atualização, evolução e modernidade, visando oferecer ao cliente um produto de melhor qualidade e pelo menor custo possível.
- Tudo faremos para que o relacionamento "empresa/cliente" seja cordial, amigo e permanente.



OBRIGADO