



RESUMO DO PLANO DE COMUNICAÇÃO INTEGRADA DA EMPRESA ALMEIDA FLORES

Eduardo Romanetto Villa
Natasha Nunes Ricardo Lourenço
Fabiana Todeschini Placidino dos Santos
Maria Paula Maeder (Orientadora)

Resumo

Este trabalho tem por objetivo desenvolver um planejamento de comunicação integrada de marketing para a Distribuidora Almeida Flores, localizada no bairro Roça Grande, em Colombo, na Região Metropolitana de Curitiba. A empresa comercializa flores de vaso, folhagens, plantas ornamentais, elementos decorativos e produtos para jardinagem. Sua única sede tem 2.500m² de área construída com espaços específicos para cada produto. Após nos aprofundarmos nos principais teóricos da área de comunicação e marketing, análises do microambiente e macroambiente, nas pesquisas de mercado, na verificação do posicionamento atual do cliente, realização de pesquisas sobre o produto comercializado, informações sobre o público alvo e a concorrência, além de pesquisas de campo, geramos um diagnóstico das dificuldades e objetivos da comunicação e do marketing da empresa para o ano de 2020. Mesmo com tantos anos nesse mercado e sendo uma empresa de porte grande, notamos que a Almeida Flores tem dificuldade nos setores de marketing, comunicação e na definição dos seus objetivos futuros, mantendo uma falha nos seus serviços e produtos por falta de orientação e cuidado com a imagem ofertada ao consumidor final. Em vista todas as informações adquiridas até esse momento, busca-se a consolidação da marca na mente do consumidor final, com o mix de ferramentas de comunicação integrada de marketing, como promoção de vendas, publicidade e propaganda, marketing digital, marketing direto, relações públicas e live marketing, buscando assim, mostrar os principais diferenciais, vantagens e benefícios da empresa em relação a concorrência como a sua ampla gama de pontos de venda, variedade e qualidade de produtos, rapidez na entrega e preço baixo.

Palavras-chave: flores; plantas; distribuidora; marketing; comunicação.