



Smell Me

MBA Marketing Digital

Conceitos de Marketing
Docente: Prof. João Farinha

Judite Gil 21909541

Maria Sofia Santos 21907136

Octávia Silva 21909558

Índice

SUMÁRIO EXECUTIVO:	3
OBJETIVOS DE MARKETING:	4
PRODUTO ENVOLVENTE:	4
ANÁLISE DE MARKETING:	6
ESTRATÉGIA DE MARKETING:	6
IMPLEMENTAÇÃO:	7
TIMING, CUSTOS E ORÇAMENTOS	8
CONTROLO E AVALIAÇÃO:	8
CONSIDERAÇÕES OPERACIONAIS:	9
BIBLIOGRAFIA:	10



SUMÁRIO EXECUTIVO:

“O perfume é algo que penetra no âmago do ser”

Aristóteles

A *Smell Me* é uma empresa de perfumes customizados. Perfumes que expressam a essência de cada um de nós. Essências únicas e personalizadas, criadas por perfumistas qualificados em escolas como o prestigiado Institut Supérieur International du Parfum de la Cosmétique et de l’Aromatique Alimentaire.

Entre eles temos António Sousa e Silva, que trabalhou em parceria com Francis Kurkdjian na conceção de fragrâncias para marcas como Burberry, Jean Paul Gaultier e Narciso Rodriguez.

Oferecemos um produto único, a um preço customizado, que será estabelecido de acordo com as características do perfume de o seu grau de personalização.

A sua comercialização será efetuada em pontos estratégicos.

O atelier/laboratório fica sediado no Parque das Nações, num edifício exclusivo, como uma vista privilegiada no qual os nossos clientes estarão em contacto direto com os nossos perfumistas para elaborar o seu próprio perfume, dando o verdadeiro significado à nossa marca, *Smell Me*.

O único contacto direto com o cliente fora da nossa sede será efetuado através duma *boutique*, estrategicamente implementada na Avenida da Liberdade, em Lisboa, onde os clientes serão recebidos e direcionados para a sede por forma a iniciar a sua “experiência olfativa”.

A personalização e experiência única, começa nesse primeiro contato.. Teremos à disposição dos nossos clientes um sistema de transporte em que os nossos colaboradores encaminharão os clientes para o nosso edifício através de chauffeur particular.

A *boutique* estará disponível de segunda-feira a domingo das 9h às 20h. Em paralelo com a *boutique* temos disponível o *website* www.smellme.com no qual o cliente tem a possibilidade de fazer a marcação *online*.



OBJETIVOS DE MARKETING:

A nossa empresa tem como objetivo colocar Portugal no mapa dos aromas da alta perfumaria nacional e internacionalmente reconhecida, criando um produto exclusivo e único num mercado com um poder de compra elevado e cujo objetivo é a criação de uma peça e aroma personalizado feito por especialistas de renome internacional que elevem o nome da cosmética portuguesa.

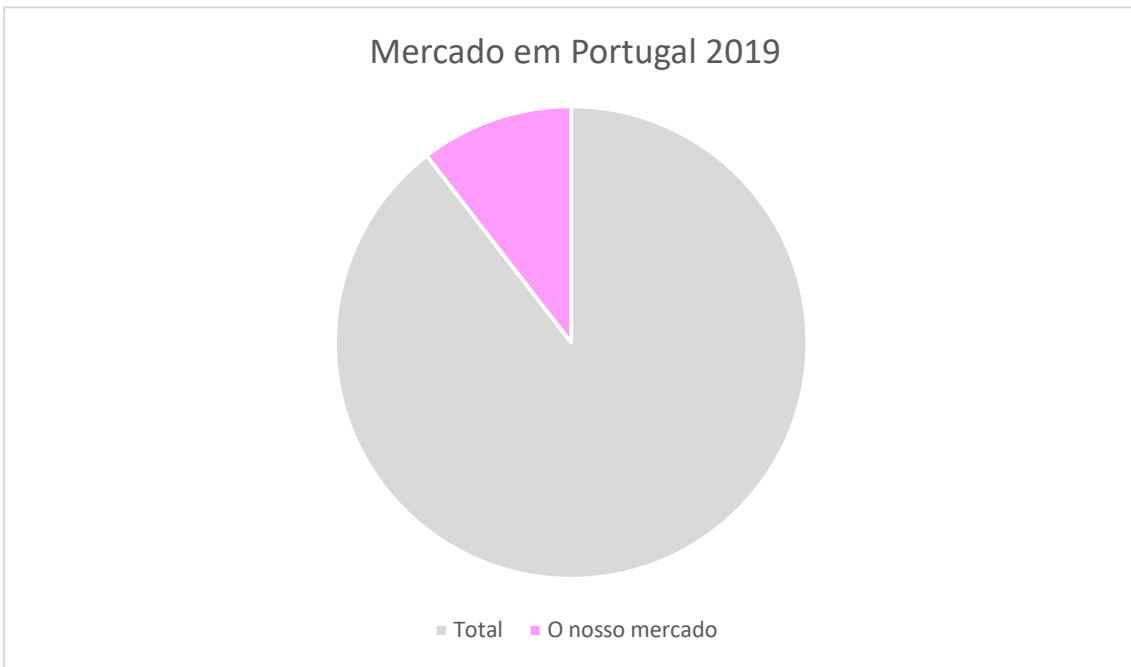
PRODUTO ENVOLVENTE:

O nosso produto é criado à medida do cliente, segundo padrões de qualidade e segurança muito elevados (que o próprio cliente pode comprovar ao visitar as nossas instalações).

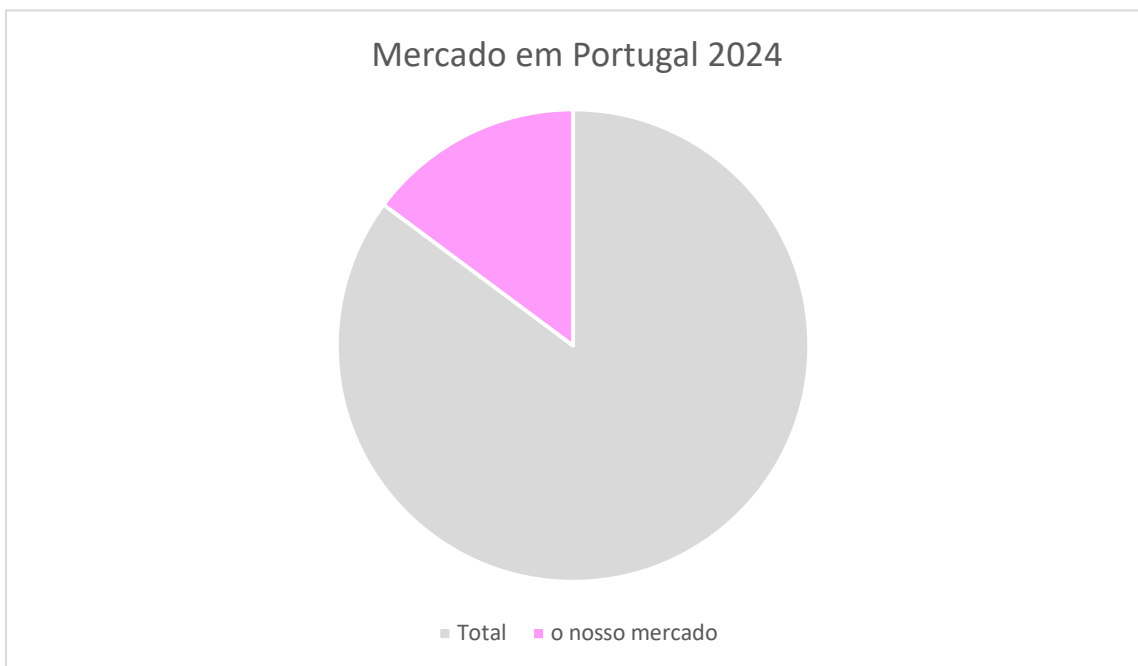
O produto é versátil, customizado à imagem do mesmo, logo, torna este único. Trata-se de um produto exclusivo elaborado por uma equipa sem precedentes que oferece um serviço de excelência em que a confidencialidade e a discrição são fatores chave e uma das nossas prioridades, não se conhecendo concorrência direta dado as suas características inovadoras. No entanto, existem produtos que nos podem fazer frente uma vez que oferecem produtos semelhantes, mas que não se enquadram em relação ao que queremos oferecer nem chegam ao nosso público alvo, visto que queremos alcançar o nosso próprio nicho de mercado.

Relativamente a embalagem/frasco também este será exclusivo, estando em desenvolvimento uma parceria com uma empresa de alta joalharia portuguesa que irá criar detalhes icónicos de acordo com cada cliente.





No primeiro ano de atividade, o nosso objetivo é alcançar 52% dos 117 mil milionários atualmente existentes em Portugal. Segundo o jornal *O Observador*, Portugal vai aumentar exponencialmente esse número, nos próximos quatro anos. Em 2024 prevê-se mais 49% de milionários, podendo chegar aos 174 mil – um número bem mais elevado do que a média mundial. Como tal, estamos a investir num mercado com potencial de crescimento superior a países a Alemanha e a Suécia.



Aproveitando esse potencial de crescimento, o plano da empresa é acompanhar a evolução do poder de compra desse nicho, que pretendemos que seja, o nosso nicho de mercado, ou seja, crescer os 49% acima mencionados.

Devido à especificidade do nosso produto e o foco que temos, a curto médio prazo não pretendemos enveredar em outros produtos. No entanto, a longo ponderamos investir em produtos complementares tais como cremes corporais. Um dos fatores fundamentais é a forte componente de investimento em IT.

ANÁLISE DE MARKETING:

Após várias pesquisas de mercado, concluímos que existia um *gap* no mercado português em relação a perfumes deste calibre. Detetámos uma lacuna de oferta face a uma crescente procura por produtos únicos e diferenciadores, em que cada cliente pode criar a sua imagem de marca.

<p><u>OPORTUNIDADES</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Crescente procura de produtos diferenciadores • Inexistência de concorrência direta 	<p><u>AMEAÇAS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Mercado demasiado restrito e de difícil entrada pela sua exclusividade • Dificil seleção de fornecedores
<p><u>PONTOS FORTES</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Equipa especializada e com renome a nível mundial 	<p><u>PONTOS FRACOS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Investimento elevado numa área pouco explorada no mercado português

ESTRATÉGIA DE MARKETING:

No nosso primeiro ano, e como já foi referido anteriormente, o nosso mercado pretende abranger os 52% dos 117 mil milionários existentes em território português, sendo este caracterizado por segmento *luxury*. O posicionamento desejado é o reconhecimento como produto de excelência com planos de crescimento, expansão e internacionalização a médio longo prazo.



IMPLEMENTAÇÃO:

Numa fase de lançamento, associação a duas figuras de renome do mundo empresarial português – Paula Amorim e Mário Ferreira – que por si só irão projetar a marca juntos dos pares (público alvo pretendido).

Promoção de eventos para a apresentação e divulgação da marca, assim como estabelecimento de presenças em vários acontecimentos e publicações de referência no mundo luxuoso e de prestígio a nível nacional – tais como a *Moda Lisboa* e *Portugal Fashion* e a revista *Vogue*.

Elaboração de um *website* através do qual é feito o estabelecimento do contacto e angariação de clientes, acompanhado de uma criação de uma *boutique* localizada numa zona estratégica de Lisboa que servirá como promoção e apresentação da marca.

Atendimento de excelência adequado ao mercado alvo, criando uma experiência sensorial começando por ir ao encontro do cliente com disponibilização de *chauffeur* que o irá encaminhar ao nosso *atelier* onde continuará a sua experiência única e exclusiva até à criação do seu perfume, da sua essência, de si mesmo!

A equipa é multidisciplinar, extremamente qualificada e com experiência reconhecida a nível internacional.

Não existem produtos em *stock* visto que a conceção depende exclusivamente do cliente e dos seus pedidos e funcionará apenas, através de reservas e encomendas.

O produto será disponibilizado ao cliente no atelier, onde será criado uma experiência sensorial exclusiva de acordo com as características olfativas do mesmo.



TIMING, CUSTOS E ORÇAMENTOS

Plano de implementação imediato através de um evento de promoção da marca e disponibilização de um *website* previamente desenvolvido, encontrando-se em fase de disponibilização nas redes sociais (*Instagram, facebook e twitter*).

Relativamente aos custos, uma das sócias fundadoras já detinha o edifício do atelier e da boutique, tirando este peso financeiro da estrutura da Smell Me, sendo o custo mais relevante desta estrutura, os colaboradores, pela sua formação elevada e pela constante continuidade da mesma.

Sendo a equipa experiente no mundo da cosmética, já tinham contacto com fornecedores e estabelecido uma rede de contactos. Os custos iniciais envolvem a promoção e divulgação da marca, compra da matéria prima e adequações necessárias das infraestruturas existentes.

CONTROLO E AVALIAÇÃO:

Sendo a *Smell Me* certificada pela ISO 9001, garantimos a constante gestão da qualidade de todas as áreas da empresa, conseguindo assim a monitorização do desempenho da mesma.



CONSIDERAÇÕES OPERACIONAIS:

No que concerne à implementação operacional da estratégia de Marketing, a mesma ficará a cargo das sócias fundadoras, que já estabeleceram e controlam o site da empresa e que numa fase posterior lançá-lo-ão através das redes sociais (Instagram, Facebook, twitter...).

A contratação recente de um Diretor Laboratorial experiente, vindo da 1ª fabrica de perfumes de Portugal Nortempresa Perfume Lab, irá garantir a qualidade e exclusividade do nosso produto e dos equipamentos de tecnologia de ponta que estão instalados no laboratório.

Relativamente a calendarização das várias atividades planeadas, o previsto será:

1ª semana de Março de 2020 – Pré-lançamento – A equipa de marketing irá enviar press releases á imprensa destinada ao nosso nicho, onde se comunicará a inovação e exclusividade do nosso produto e a associação a Paula Amorim e Mário Ferreira. E apresentação da Smell me na Revista Vogue, onde será anunciada a parceria coma empresa de Joalheria Portuguesa.

2ª semana de Março de 2020 – Lançamento – O Evento lançamento será no nosso atelier onde os convidados, figuras importantes do nosso mundo empresarial, bem como algumas figuras relevantes do desporto nacional, como sendo Cristiano Ronaldo. E uma das atrizes portuguesas de renome internacional que fará parte da nossa imagem de marca - Daniela Ruah.

Neste mesmo dia será apresentado o nosso site e o perfume exclusivo preparado pelos nossos profissionais para este evento. Bem como as restantes ferramentas digitais.

No decorrer deste evento temos como expectativa recrutar clientes para os primeiros perfumes Smell me. Todos estes eventos são programados e executados pela equipa de marketing e monitorizado pelas sócias fundadoras da Smell me, que com a sua vasta experiência na área irão assegurar o seu sucesso.

No seguimento deste mês de lançamento estaremos presentes nos eventos de moda mais relevantes do país – Portugal Fashion Week e Moda Lisboa – Lisboa Fashion Week.

No final do mês de Março, a Smell me irá trabalhar os contatos estabelecidos do decorrer de lançamento e começar a produzir os primeiros perfumes com a confidencialidade e discrição que fazem parte dos valores da marca.

Este plano será avaliado após os primeiros 6 meses de implementação da marca.



BIBLIOGRAFIA:

(2019, Outubro 21). Sabes quantos milionários existem em Portugal? Daqui a 5 anos haverá mais 49%. *Jornal i*. Disponível em <https://ionline.sapo.pt/artigo/674876/sabes-quantos-milionarios-existem-em-portugal-daqui-a-cinco-anos-havera-mais-49-?seccao=Dinheiro>

Nobrega, H. (2014, Abril 21). Perfumes e Essências. *Administradores*. Disponível em: <https://administradores.com.br/artigos/perfumes-e-essencias>

Kirkwood, M. 3 Talented Perfumers That Are Revolutionizing The Industry. *Best Health*. Disponível em: <https://www.besthealthmag.ca/best-looks/beauty/perfumers/>

