



BEBIDIS

Relatório do Pitch Promoção Digital da Empresa BEBIDIS

PROMOÇÃO DIGITAL

O PROBLEMA

O sr. Joaquim Silva que é proprietário de uma pastelaria e o Sr. Manuel Nunes que é dono de um restaurante, ambos têm dificuldade em encontrar um fornecedor de bebidas que não falhe nas entregas e lhes dê confiança, que conheça as novas normas sobre as garrafas de plástico e tenha um catálogo de produtos com marcas com notoriedade.

A SOLUÇÃO

Sendo uma das empresas com mais experiência no sector da distribuição de bebidas, a BEBIDIS acumula know how de mais de 60 anos por ser uma das empresas do grupo Arieiro que para além da distribuição tem produção e marcas próprias de bebidas, como é o caso da Água Do Fastio uma marca muito ligada à sustentabilidade e que tem ganho prémios de inovação, a Água do Arieiro, os refrigerantes Frutol e Frutol Zero tal como a Gasosa Trevo.

Para além das marcas próprias, a BEBIDIS conta com parcerias de representação de marcas prestigiadas como a Scheeweps, Trina, JOI, parcerias de exclusividade como da Estrella Galicia e a 1906 e tudo o tipo de produtos para o canal HORECA.

Na organização, a estrutura comercial actua em formato presencial e não presencial para que o foco no cliente seja total e a distribuição de bebidas é realizada por meios próprios e parcerias para cobrir a totalidade do território nacional.

Dentro do sector, diferencia-se por ser a única empresa que centra o seu negócio da sazonalidade e "pensa água" o ano inteiro.

MERCADO ALVO

O mercado de actuação é o canal HORECA que se segmenta da seguinte forma:

HORECA DOCE ex. pastelaria

HORECA SALGADO ex. rest, snacks, cafes

CONCORRÊNCIA

A concorrência principal são as grandes distribuidoras de bebidas:

HORECA SALGADO > Central Cervejas, SUPER BOCK GROUP

HORECA DOCE > Sumol Compal

A EQUIPA

A equipa responsável pela estratégia digital é composta pelo coordenador do contact center em parceria com a directora de marketing com aprovação da direcção geral e administração.

SUMÁRIO FINANCEIRO

SUMÁRIO FINANCEIRO

Rubrica	Custos	Valor Anual
Custo	Criação site	0,00 €
Custo	Alojamento e domínio	-50,00 €
Custo	Post pagos nas redes sociais (plafond anual)	-100,00 €
Custo	Tempo de planeamento, implementação e acompanhamento de 46 posts (1 post = 1h) -> custo hora Coord. Direcção X tempo tratamento	-2760,00 €
Custo	Ocupação/tempo de RH para tratamento ~60 Leads = 6 horas X custo hora	Já existente no plano (tempos ociosidade)
Custo	Comunicações para tratamento ~60 Leads = 5 horas X 0,05€	Já existente no plano
Facturação	6 vendas (obj. 5 cx/ cliente)	750,00 €
Facturação	3 clientes com compras 12 meses (obj 10 caixas/sem)	2600,00 €
	Total	440,00 €

MILESTONES

PLANEAMENTO

GERAL

Metas	Data limite
Criação de website	30 março
Publicação website Artigo#1	30 março
Publicação website Artigo#2	15 abril
Planeamento 16 posts -> época alta nº1	5 maio
Planeamento 4 posts -> época baixa nº1	5 setembro
Planeamento 4 posts -> época alta nº2	5 novembro
Planeamento 10 posts -> época baixa nº2	5 dezembro

PLANEAMENTO E OBJECTIVOS POSTS

Sazonalidade	Periodo	Meses	Frequência posts (semana)	Total Post	LEADS (obj)	VENDAS (Obj 10%)	FIDELIZAÇÃO (Obj 50%)
época alta #nº1	15 maio a 15 setembro	4	1 posts / 1semana	16	20	2	1,0
época baixa #nº1	16 setembro a 14 novembro	2	1 posts / 2semana	4	10	1	0,5
época alta #nº2	15 novembro a 15 dezembro	1	1 posts / 1semana	4	5	0,5	0,3
época baixa #nº2	16 dezembro a 15 maio	5	1 posts / 2semana	10	25	2,5	1,3
Total				34	60	6	3