

Apresentação

**OLGA
RI**

■ Grupo 09

Gabriel dos Santos Bispo - 14571592

Isabella Bertolini Inocêncio - 14579882

Kauã Henrique Cardoso Mariano - 14586111

Wanessa Hikaru Yamada - 14612270

Tópicos da apresentação:

1

Sobre a
empresa

2

Perfil dos
entrevistados

3

Padrão de
consumo

4

Avaliação dos
bowls quentes

5

Avaliação de
mudanças no cardápio

6

Conclusões

Olga Ri

A Olga Ri é uma **startup** do ramo alimentício que comercializa **saladas e bowls**, alimentos saudáveis servidos em tigelas, podendo conter diferentes tipos de proteínas, vegetais, folhas, castanhas, temperos e molhos, os quais são majoritariamente preparados em **cloud kitchens**, sendo, portanto, um modelo de negócio com **foco na entrega de refeições via delivery**.

A empresa possui quatro unidades na cidade de São Paulo, sendo **dois restaurantes**, onde os pedidos podem ser retirados, por pedidos do aplicativo e pelo site, mas também podem ser **consumidos no próprio local**.



História Olga Ri:

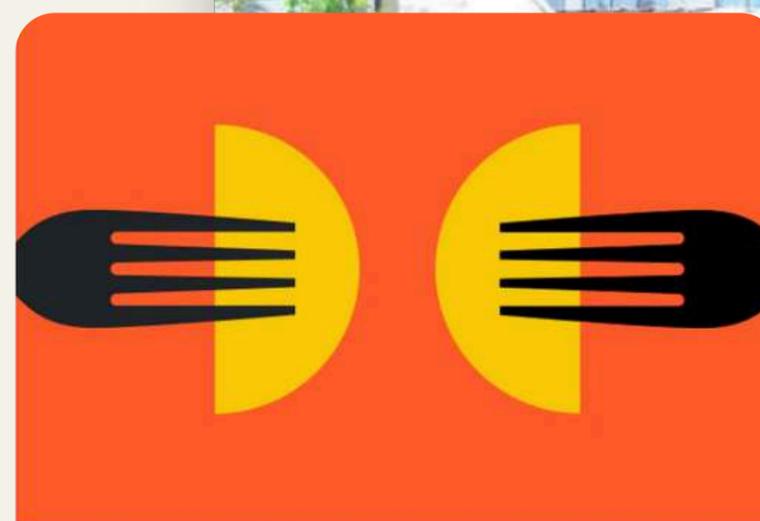


A pesquisa:

A pesquisa foi realizada na unidade da **Haddock Lobo** (Rua Haddock Lobo, 586)

Entrevistamos ao todo **108 pessoas**, dessas 108, **100 pessoas** estavam dentro do filtro.

Os entrevistados em sua maioria **consumiram no restaurante**, ou fizeram o pedido no restaurante e **levaram para viagem**.



RESTAURANTE

Haddock Lobo

Rua Haddock Lobo, 586

segunda a sexta 11h30 às 21h
sábado e domingo 12h às 18h



Restaurante:

Maior movimento

11:30 - 13:00

Tempo de espera

10 minutos

Ticket médio

R\$ 65

Público

Perfil

Homens e mulheres
entre 18 a 54 anos.

Frequentam a região
da Avenida Paulista.

Moram na região
metropolitana de São
Paulo.

Características

Preferem

Comidas saudáveis

Estilo de vida

Fitness e business

Preocupados com

Qualidade e rapidez

Problema de Marketing

A Olga RI deve incluir novos ingredientes para os bowls quentes?

Problema de Pesquisa

Quais ingredientes, presentes no cardápio da Olga Ri, precisam ser alterados para que o consumidor passe a consumir mais os bowls quentes?

Método

- **Pesquisa quantitativa**
- **Pesquisa descritiva transversal única**
- **Amostragem não probabilística por julgamento**
- **Amostra: 100 respondentes**

Padrão de Ação

Caso mais de 50% dos respondentes afirmarem que optarão pelos bowls quentes, em dias mais frios, dada a inclusão dos novos ingredientes, o estabelecimento irá investir na ampliação do cardápio existente.



E aí,
vamo de salada?

FAÇA SEU PEDIDO

O cardápio

Opções quentes existentes:



Bowl Grego



Bowl Porteño



**Churrasco de
Legumes com
Cogumelos**



**Churrasco de
Legumes com
Frango**



Fusilli Caprese

Opções quentes existentes:



**Gratinado e
Salmão**



Kale Guac



**Missô Bowl com
Frango Crispy**



**Missô Bowl com
Tofu**



Salmão Shroom

PERFIL DOS ENTREVISTADOS



PERFIL DOS ENTREVISTADOS

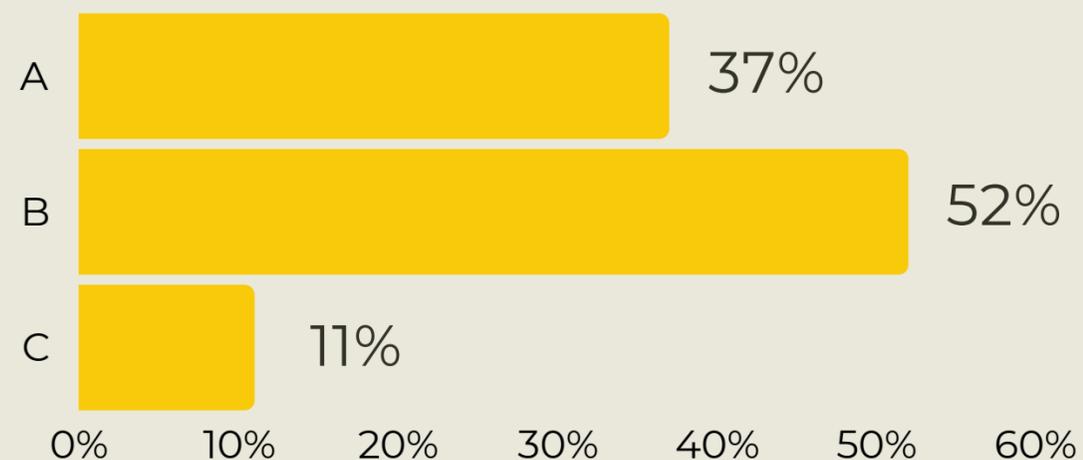


100% Mora na região metropolitana de São Paulo

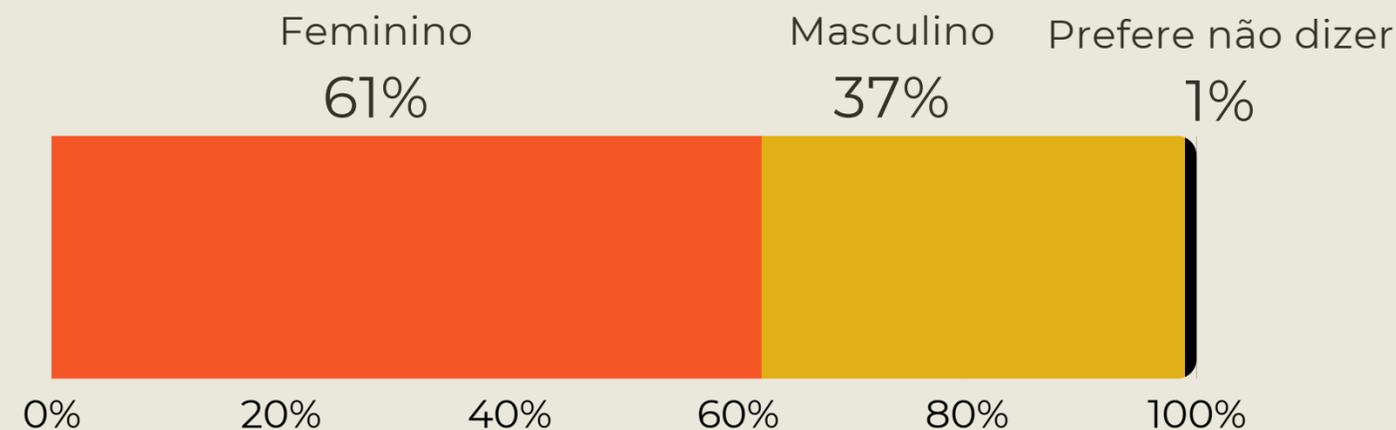
100% Frequenta a região da Av. Paulista

100% Consumiu os produtos da Olga Ri nos últimos 6 meses

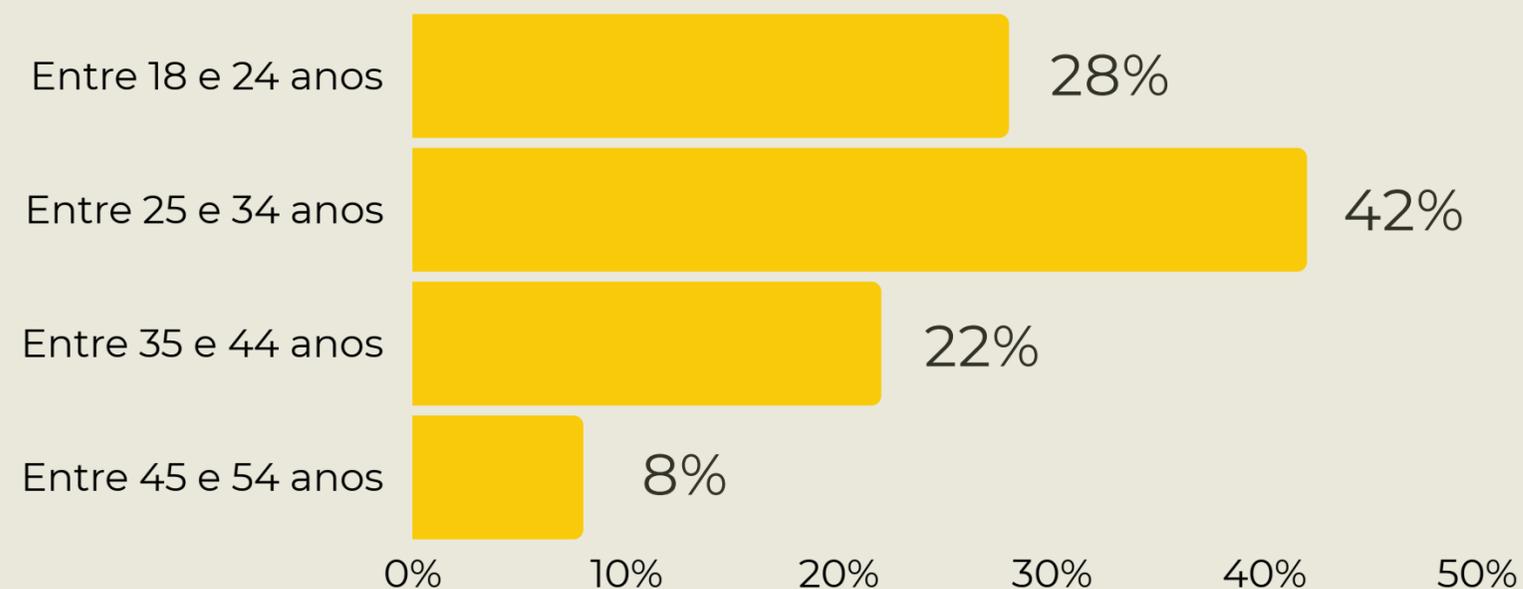
Classes social



Gênero



Faixa etária

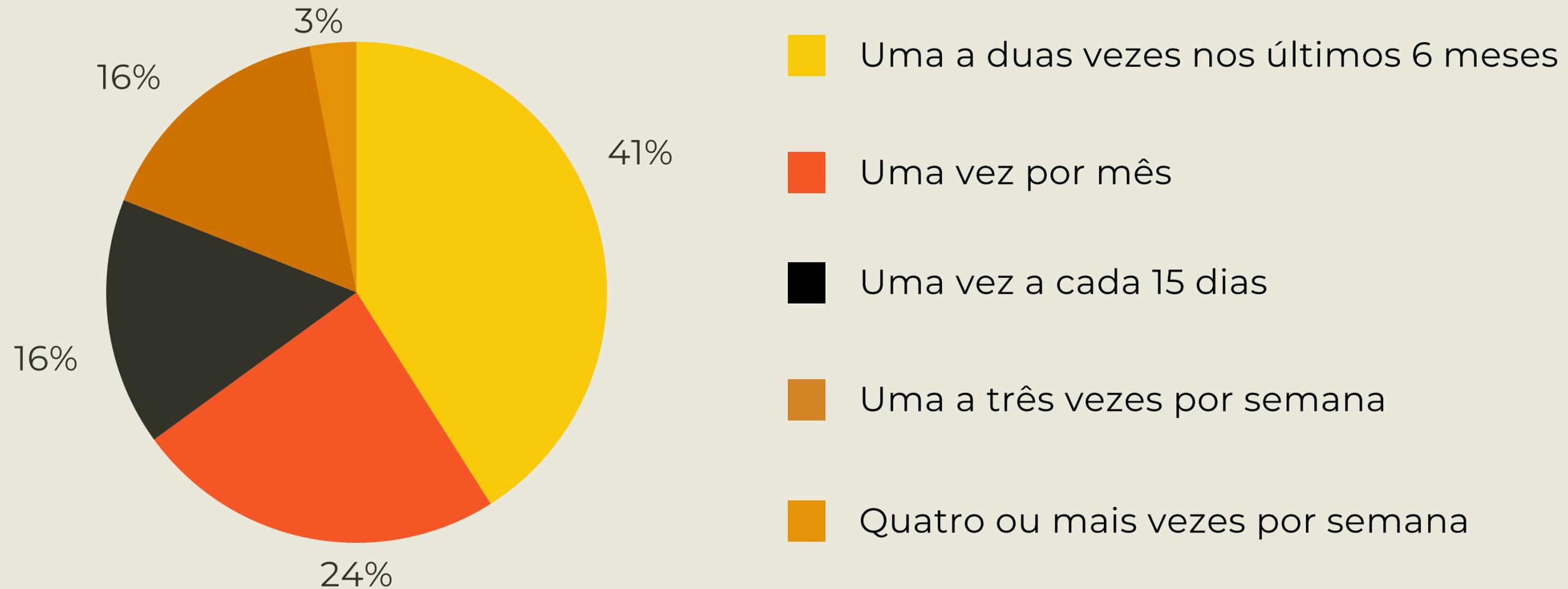


Q1. Em qual das faixas etárias abaixo o(a) senhor(a) se encontra? | Q2. O(a) senhor(a) mora na região metropolitana de São Paulo? | Q3. O(a) senhor(a) costuma frequentar a região da Avenida Paulista, em São Paulo? | Q4. O(a) senhor(a) consumiu os produtos da Olga RI, nos últimos 6 meses? | Base: 100 respostas

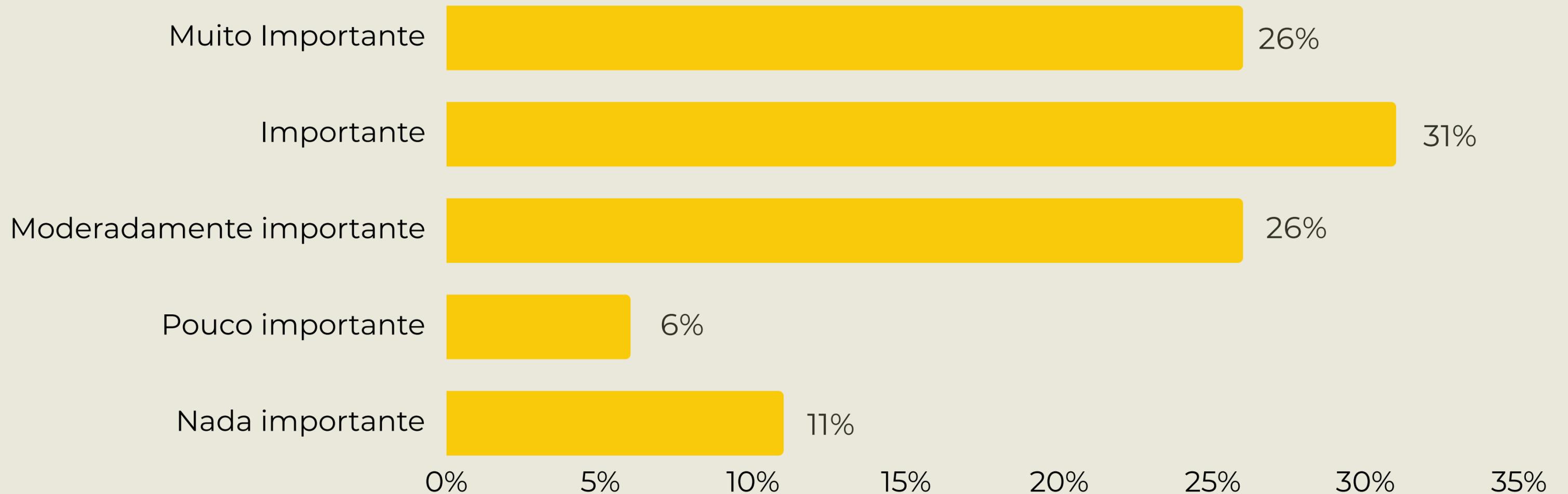
PADRÃO DE CONSUMO



A maior parte dos consumidores (41%) consumiu saladas, na Olga Ri, de uma a duas vezes nos últimos 6 meses

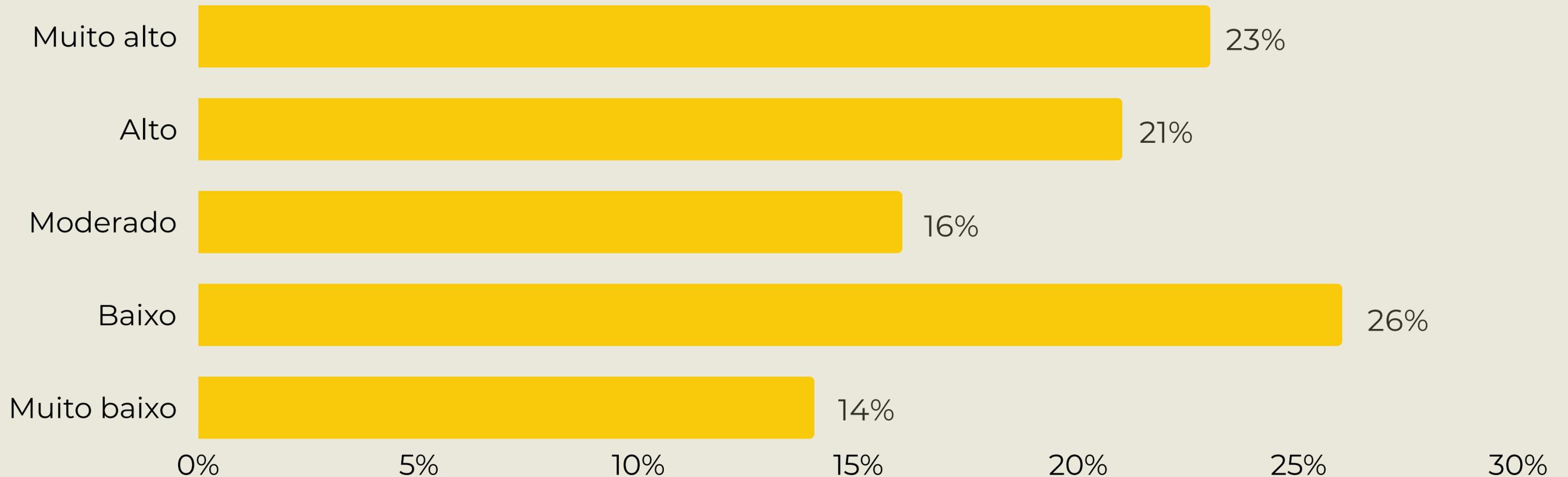


Para **57%** dos entrevistados, o clima é importante na escolha das refeições



Q6. Como o(a) senhor(a) avalia o seu grau de importância do clima na escolha das refeições que o senhor(a) costuma adquirir? | Base: 100 respostas

44% dos consumidores apresentam interesse em comprar bowls quentes, enquanto 40% dos consumidores apresentavam baixo interesse.



Q7. Como o(a) senhor(a) avalia o seu grau interesse em comprar bowls quentes? | Base: 100 respostas

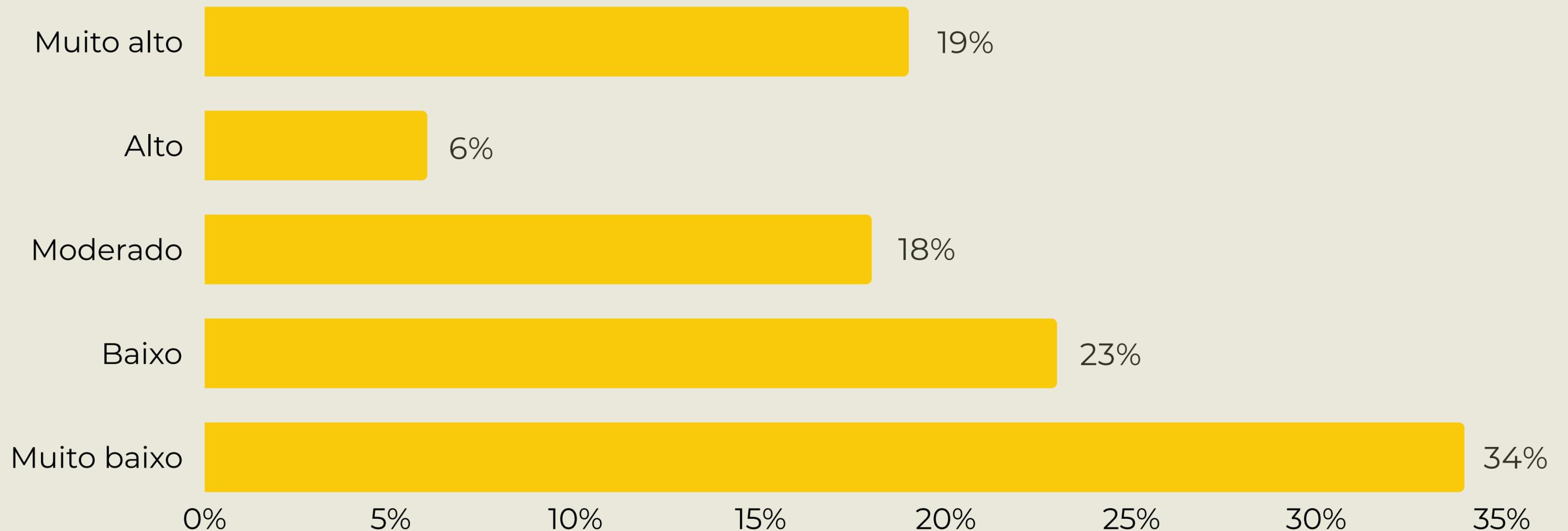
TAKEWAYS

- 1** Sempre há novas pessoas conhecendo a marca, e muitas delas consideram o clima um fator decisivo na escolha de onde comer.
- 2** No entanto, esse público tende a ter estar divididos no interesse nos bowls, as opções quentes oferecidas no cardápio da Olga Ri.

AVALIAÇÃO DOS BOWLS QUENTES

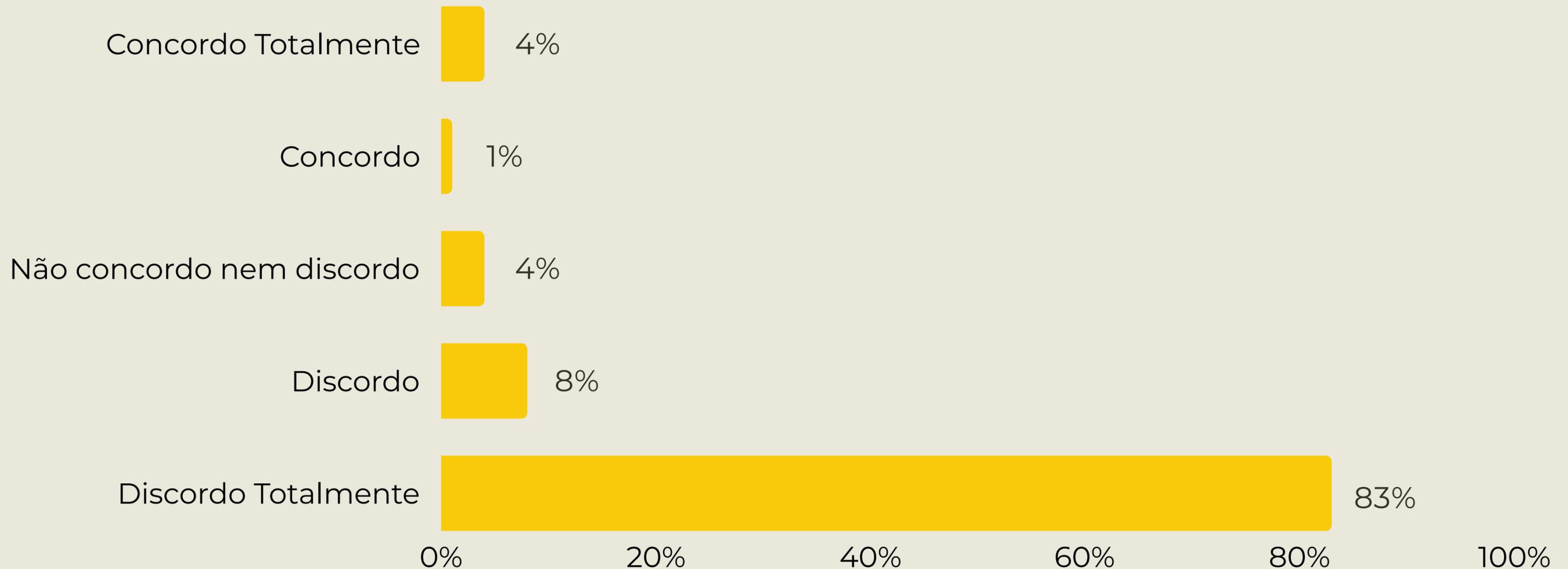


57% dos consumidores têm pouco conhecimento a respeito das opções quentes oferecidas pela Olga Ri



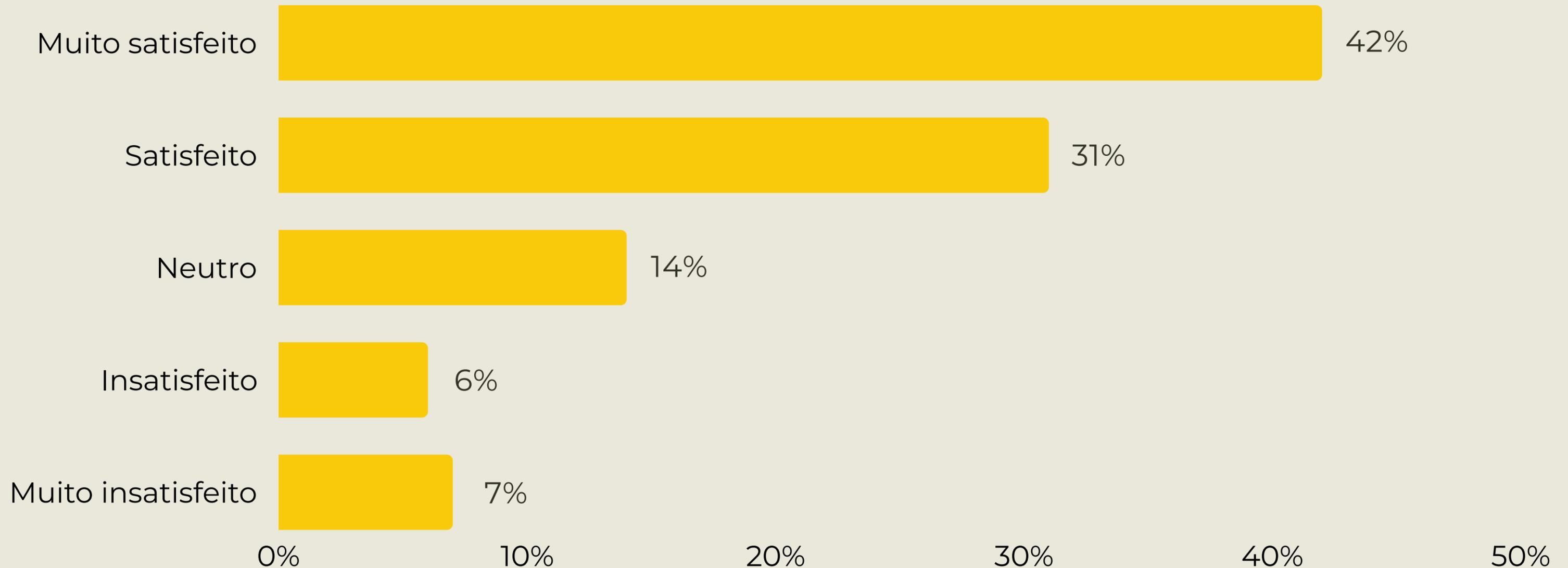
Q8. Como o(a) senhor(a) avalia o seu grau de conhecimento sobre as opções de pratos quentes oferecidos pela Olga Ri? | Base: 100 respostas

91% dos consumidores não associam a Olga Ri a uma marca de pratos quentes



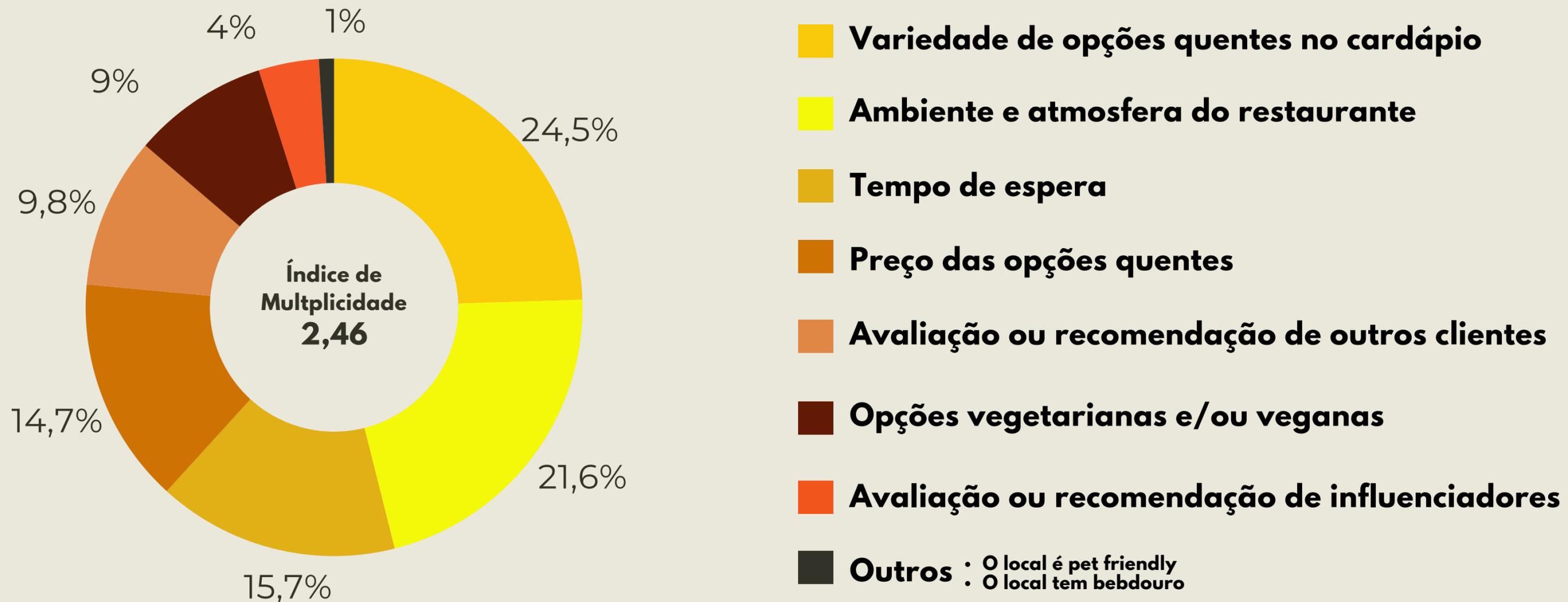
Q9. "A Olga Ri é a primeira marca que vem à mente quando penso em comprar opções quentes." O quanto o senhor(a) concorda com essa afirmação? | Base: 100 respostas

42% dos consumidores estão muito satisfeitos com as opções quentes presentes no cardápio da Olga Ri



Q10. Considerando as opções de ingredientes quentes disponíveis para montar os bowls no Olga Ri. Qual é o seu grau de satisfação com esses ingredientes? | Base: 100 respostas

Os fatores mais importantes na escolha de pratos quentes no Olga Ri são a variedade de opções no cardápio (25%), o ambiente e a atmosfera do restaurante (22%), e o tempo de espera (16%).



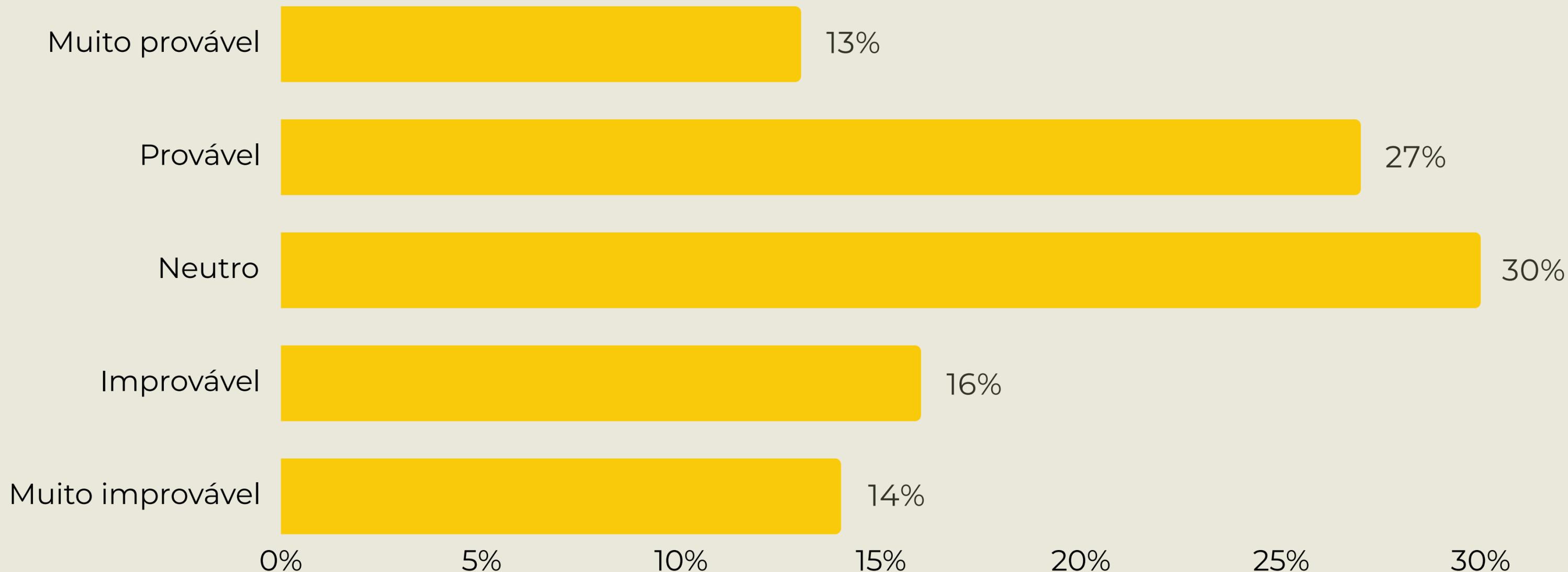
TAKEWAYS

- 1** Existe um conhecimento baixo e uma fraca associação às opções quentes disponíveis no cardápio. No entanto, os clientes estão parcialmente satisfeitos com os ingredientes atualmente oferecidos.
- 2** A variedade, o ambiente e o tempo de espera são aspectos relevantes na decisão de consumir as opções quentes.

AVALIAÇÃO DE MUDANÇAS NO CARDÁPIO

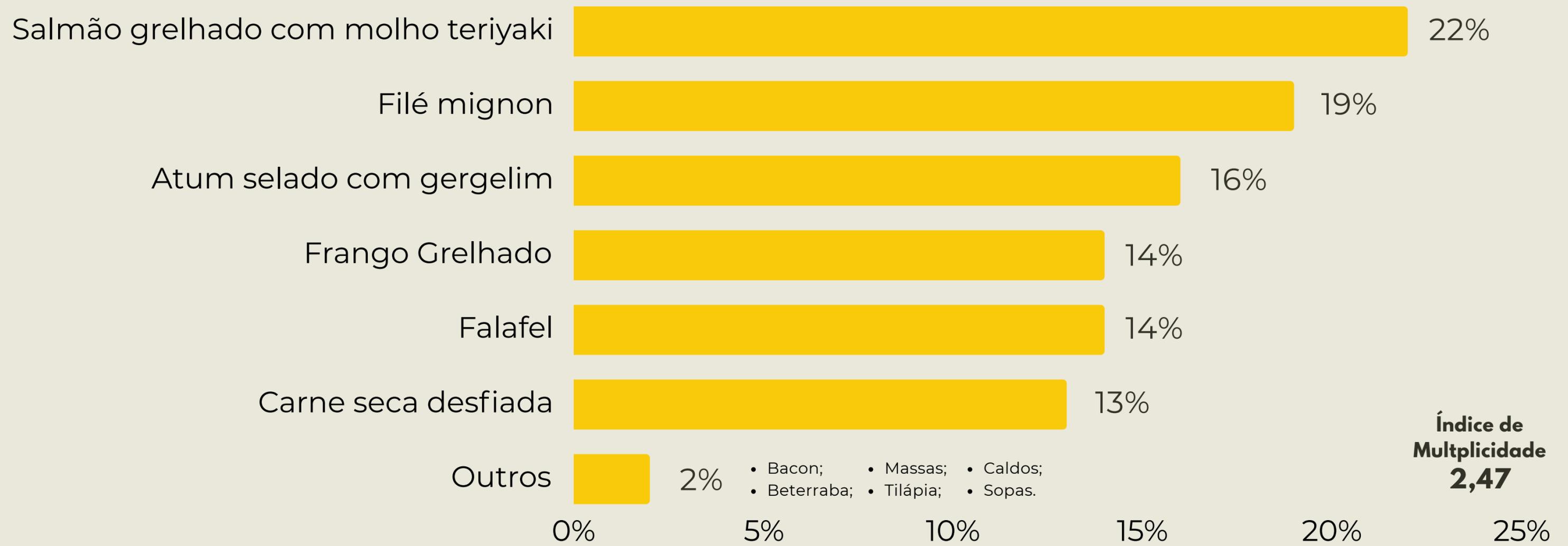


30% dos consumidores se sentem neutros quanto às mudanças no cardápio de opções quentes influenciar a decisão de compra deles



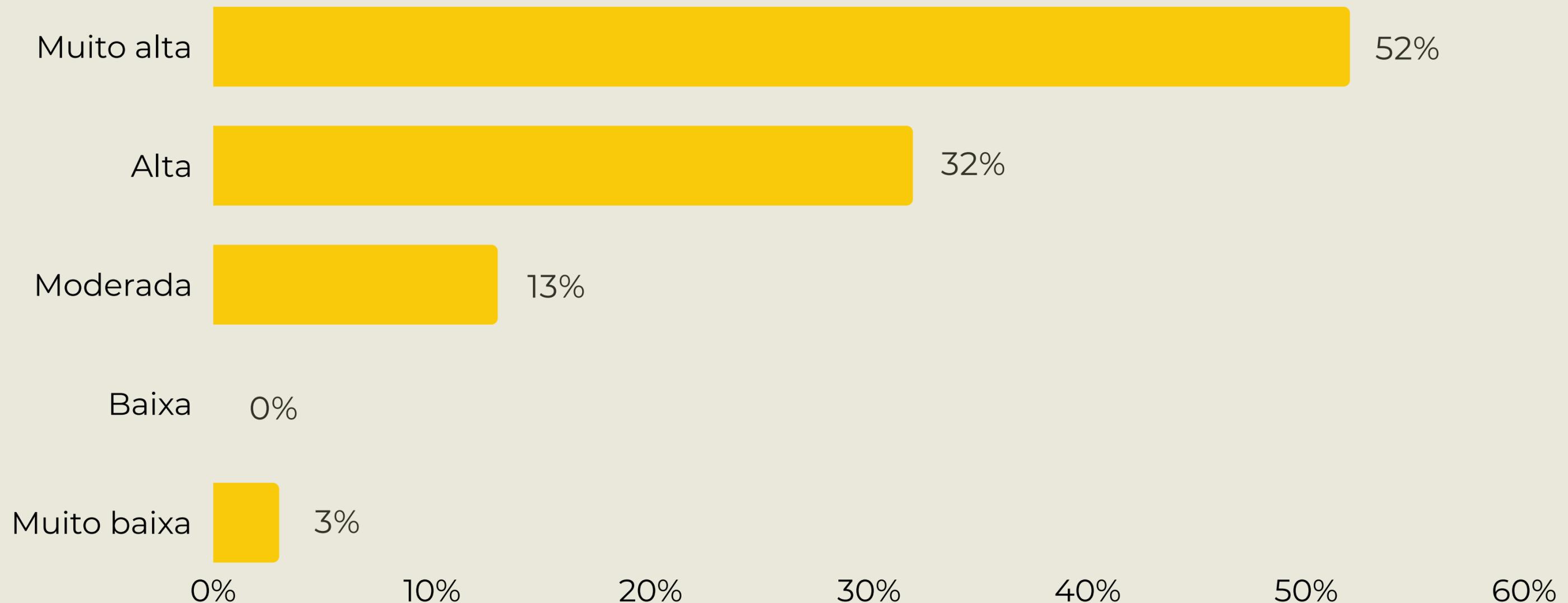
Q12. Qual a probabilidade de mudanças realizadas no cardápio de opções quentes influenciarem a sua decisão de compra dos bowls quentes? | Base: 100 respostas

Os três ingredientes que os consumidores mais gostariam de ver no cardápio são salmão grelhado com molho teriyaki (22%), filé mignon (19%) e atum selado com gergelim (16%)



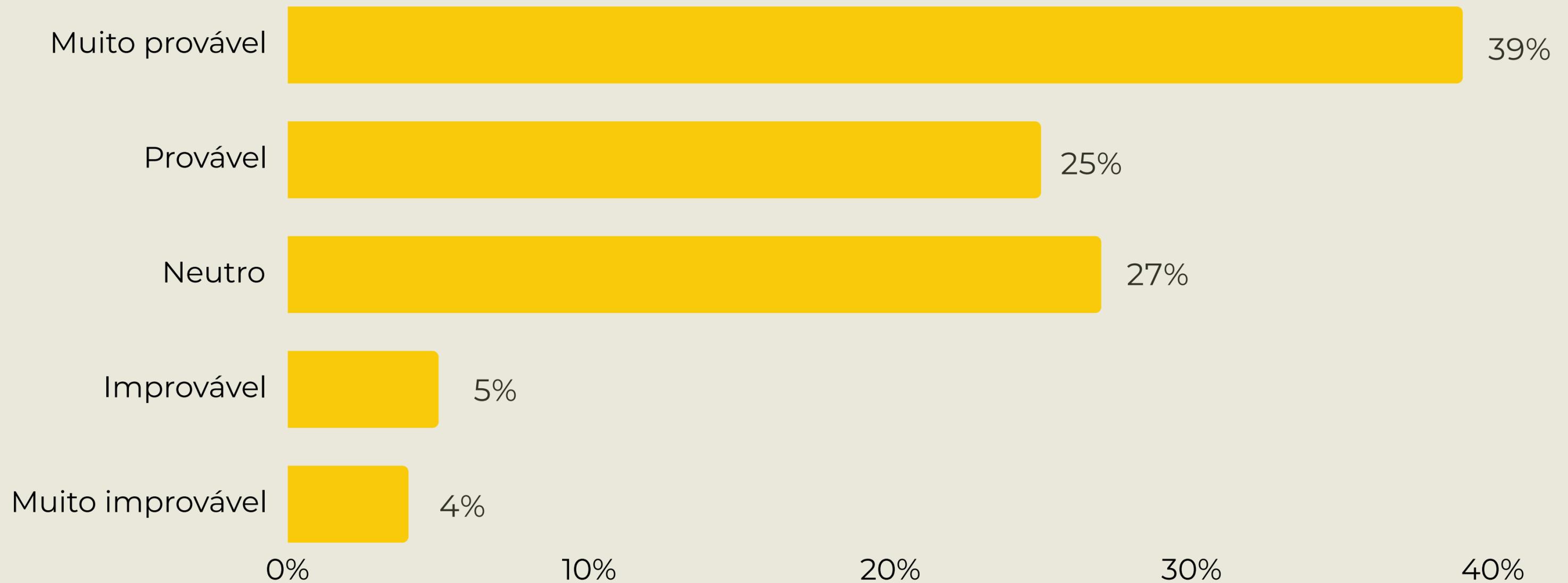
Q13. Que tipo de ingredientes quentes você mais gostaria de ver nos bowls quentes da Olga RI no futuro? | Base: 100 respostas

52% dos consumidores afirmaram que há uma alta chance de comprarem um bowl quente se os ingredientes que escolheram estiverem disponíveis na próxima mudança de cardápio da Olga RI.



Q14. Levando em consideração que os ingredientes escolhidos por você estivessem disponíveis na próxima virada de cardápio da Olga RI, qual é a chance de você comprar esse bowl quente? | Base: 100 respostas

64% dos consumidores afirmaram que é provável optarem pelas novas opções de bowls quentes da Olga RI em dias mais frios.



Q15. Com a inclusão das novas opções de bowls quentes, qual é a probabilidade do(a) senhor(a) optar por essas opções da Olga RI em dias mais frios? | Base: 100 respostas

CONCLUSÕES



Opções quentes

- 01-** A Marca deve **trabalhar melhor a comunicação das opções quentes**, mais da metade público não associa fortemente a Olga Ri como uma marca de pratos quentes e muitos desconhecem as opções disponíveis no cardápio.
- 02-** A Olga Ri **deve incluir novos ingredientes quentes em seu cardápio**, como salmão grelhado com molho teriyaki, filé mignon e atum selado com gergelim, pois, apesar de haver uma satisfação com os pratos existentes, o público gostaria de mais opções.
- Observações dos entrevistados:
 - Os pratos quentes são na verdade **mornos**, por isso muitos não conheciam a opções quentes;
 - Gostariam de mais opções de **proteínas veganas**, além de uma **maior variedade de proteínas animais** (como bacon e peixes).



Sazonalidade

- 01-** O clima é um fator crucial para grande parte público na hora de decidir suas refeições. Embora a maioria tenha pouco interesse em consumir bowls quentes, a **adição dos ingredientes mencionados aumentaria a disposição dos consumidores a comprá-los, especialmente em dias mais frios.**
- 02-** Grande parte dos entrevistados **não possuíam conhecimento** do cardápio sazonal de inverno da Olga Ri. A menção das opções de pratos quentes presentes no cardápio despertaram o seu interesse, havendo a necessidade de **reforço de comunicação sobre essas opções quentes.**



Obrigado!



OLGA
RI