



## CASO MÁQUINA CAFÉ PORTÁTIL

A empresa Café Bom tem projeto de lançamento de um novo produto no mercado: máquina de café portátil. A empresa desenvolveu as seguintes etapas:

### Etapa 1: Análise do mercado

Antes de lançar o produto, a empresa Café Bom, fez uma análise detalhada do mercado para entender as tendências, a concorrência e as necessidades dos consumidores. A análise mostrou que havia uma demanda crescente por máquinas de café portáteis, pois muitas pessoas gostavam de tomar café ao ar livre enquanto estavam fora de casa.

### Etapa 2: Desenvolvimento do produto

Com base nas informações da análise do mercado, a equipe de pesquisa e desenvolvimento da Café Bom desenvolveu uma máquina de café portátil que era fácil de usar, compacta e produzia café de alta qualidade. Eles testaram o produto com um grupo de consumidores e fizeram ajustes com base no feedback recebido.

### Etapa 3: Estratégia de marketing

Para promover o produto, a Café Bom criou uma estratégia de marketing abrangente. Eles realizaram pesquisas para identificar os canais de mídia mais eficazes para alcançar o público-alvo, que incluiu viajantes, estudantes, profissionais e pessoas que gostavam de atividades ao ar livre. A estratégia de marketing incluía:

- Lançamento de um vídeo promocional no YouTube e outras redes sociais para gerar buzz e despertar o interesse dos consumidores;
- Anúncios em revistas especializadas em viagens e atividades ao ar livre, bem como contratação de influencers gastronomia e lazer do insta e tiktok;
- Participação em feiras e eventos para mostrar o produto e oferecer degustações;
- Criação de uma página de destino no site da empresa com informações registradas sobre o produto e onde os consumidores poderiam comprá-lo.

### Etapa 4: Lançamento do produto

Com uma estratégia de marketing definida, a Café Bom lançou o produto em uma data específica, com um grande evento de lançamento para a imprensa e os consumidores. Eles distribuíram uma amostra do produto para influenciadores e criaram uma hashtag para incentivar os consumidores a compartilhar suas experiências com a máquina de café nas redes sociais.



Resultados:

O lançamento da máquina de café portátil da Café Bom, foi um sucesso. A empresa conseguiu gerar um grande buzz nas redes sociais, e a demanda pelo produto superou as expectativas. Eles também obtiveram expectativas positivas dos consumidores, o que ajudou a aumentar a confiança na marca. Foi capaz de ganhar uma parcela significativa do mercado de máquinas de café portáteis e alcançar um crescimento significativo em suas vendas.

1. Quais foram as etapas que a empresa Café Bom seguiu para lançar com sucesso sua máquina de café portátil no mercado?
2. Como a análise do mercado ajudou a empresa a desenvolver um produto que atendesse às necessidades dos consumidores?
3. Quais foram os principais canais de marketing que a Café Bom utilizou para promover a máquina de café portátil?
4. Como a empresa conseguiu gerar buzz nas redes sociais para promover o produto?