

## CASE DE SUCESSO

---

*Oliv*

Inteligência de Mercado

 **LEAS**  
INDUSTRIAL

CHOPEIRA  
**CRIO** 

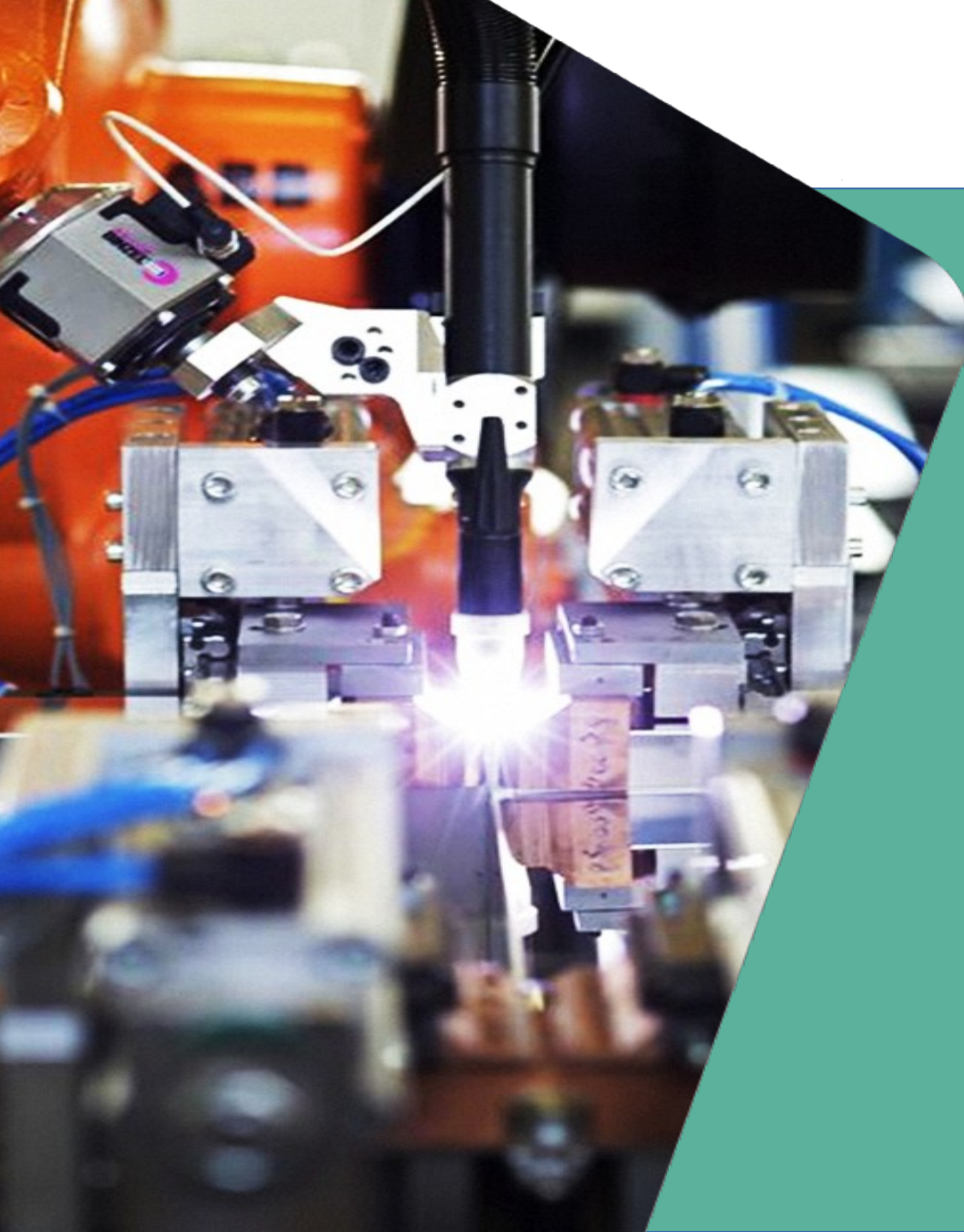
# UMA NOVA VISÃO

De INTELIGÊNCIA DE MERCADO



**NOVOS PRODUTOS**

**NOVOS MERCADOS**



## CASE DE SUCESSO

### Pontos principais

**COM SEU CORE BUSINESS DE “ESPECIALISTA EM SOLUÇÕES PARA A INDÚSTRIA DE REFRIGERAÇÃO”, A LEAS TINHA OPORTUNIDADE DE CONQUISTAR NOVOS MERCADOS DESENVOLVENDO PRODUTOS PRÓPRIOS NESTA ÁREA.**

**PARA NÃO CONFLITAR COM ATUAIS CLIENTES ERA FUNDAMENTAL DESENVOLVER UMA MARCA DIFERENCIADA.**

# O PROCESSO DE INOVAÇÃO DA OLIV



- Estudo de Mercado / Análise de alternativas para Inovação
  - Benchmarking de Concorrentes
- Coordenação de equipe de Inovação e Desenvolvimento
  - Desenvolvimento da Marca / Branding
    - Estratégias de Mercado
    - Plano de Ações 2023
  - E-commerce e ações comerciais

# O PROCESSO DE INOVAÇÃO DA OLIV

## ALTERNATIVAS DETECTADAS

**Canudinhos de metal**

**Móveis  
industriais**

**Refrigeração  
Para injetoras**

**CHOPEIRAS**

**Refrigeração  
Para indústria de  
carnes**

**Terminais e conectores elétricos**

# O PROCESSO DE BRANDING DA OLIV

DEFINIU OS ATRIBUTOS NECESSÁRIOS

Refrigeração

Inovação

Eficiência

Exclusividade



Praticidade

Sucesso / Realização

Comunicando o Marketing de diversos produtos possíveis



A close-up photograph of an industrial robotic arm. The arm is primarily orange and black, with various mechanical components and cables visible. A bright blue laser beam is directed at a metal workpiece, creating a sharp point of light. The background is blurred, showing other parts of the factory environment.

# AÇÕES

- **NAMING** – registro de marca, domínio etc
- **BRANDING** – LOGO, papelaria, assinatura de Email etc
- **E-COMMERCE** – foco em todo o país (na fase 2 entraremos em marketplaces)
- **REDES SOCIAIS** – impulsionamento de campanhas
- **GOOGLE ADS**

# PLANEJAMENTO DA OLIV

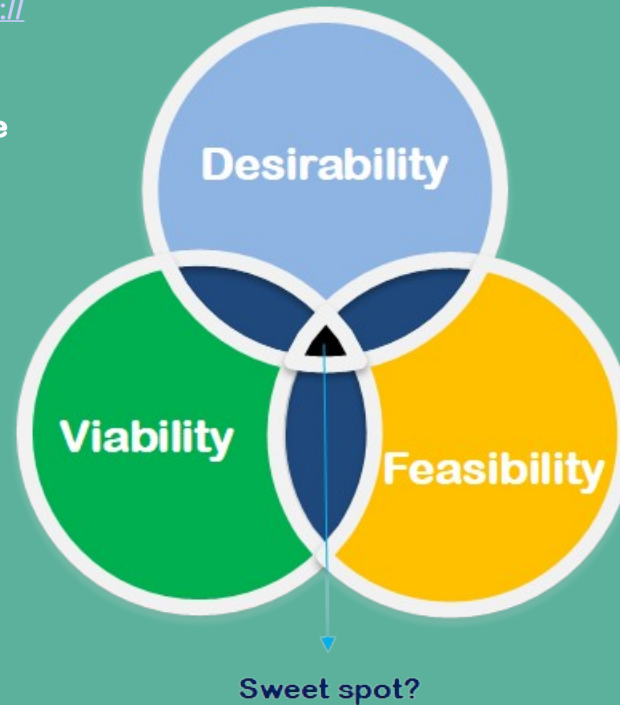
- Canais de distribuição: E-commerce, oferta do produto no Mercado Livre e marketplaces para o B2C.
- Custo por produto: quais seriam os fatores de custo do nosso produto?
- Receita por produto: qual seria o preço do nosso produto? Benchmarking.
- Lucro por produto: receita por produto menos custo por produto
- Concorrência: <https://www.zerograu.store> <https://www.chopeiracarmona.com.br>
- Que taxa de participação de mercado em volume poderíamos antecipar? Qual é a posição dos preços?

R\$ 2.099

R\$ 11.952,90

- Lucro: tamanho do mercado em volume X participação prevista no volume X lucro por produto

- Produto: Chopeira móvel, com design diferenciado, performance de uso profissional e residencial, objeto de desejo. Algum produto substituto em potencial? Embalagem? Ciclo de vida?
- Tamanho do mercado em volume: Cervejarias artesanais, Food trucks, Promotores de eventos, Clubes, Residências de alto padrão. Qual é o tamanho e a tendência da demanda do cliente? Estamos respondendo à necessidade de um cliente? Estamos criando uma nova necessidade do cliente?
- Preço disposto a pagar: quanto o cliente estaria disposto a investir?
- Tamanho do mercado em valor: Número de clientes X Preço do produto



- Requisito de capital: Temos capital suficiente para investir em um novo mercado sem prejudicar a estabilidade da empresa
- Requisito legal: podemos entrar legalmente nesse mercado?
- Risco: A situação política neste novo mercado é estável o suficiente?
- Capacidade: temos a capacidade certa para entrar neste mercado? Se não, podemos facilmente adquirir esse recurso?



# O MERCADO B2B - RESPOSTAS

Nosso mercado inicial são as cervejarias artesanais.

Ampliamos CANAIS DE VENDA para brewpubs/taprooms/tasting rooms – INDO ATÉ OS CONSUMIDORES.

Em 2019 eram 1209 no total.

Em um ritmo de crescimento com aberturas de quase uma empresa por dia, foram 320 entrantes no ano passado.

Em 2020 surgiram problemas: CONTAMINAÇÃO NA CERVEJARIA MINEIRA BACKER e PANDEMIA COVID 19.

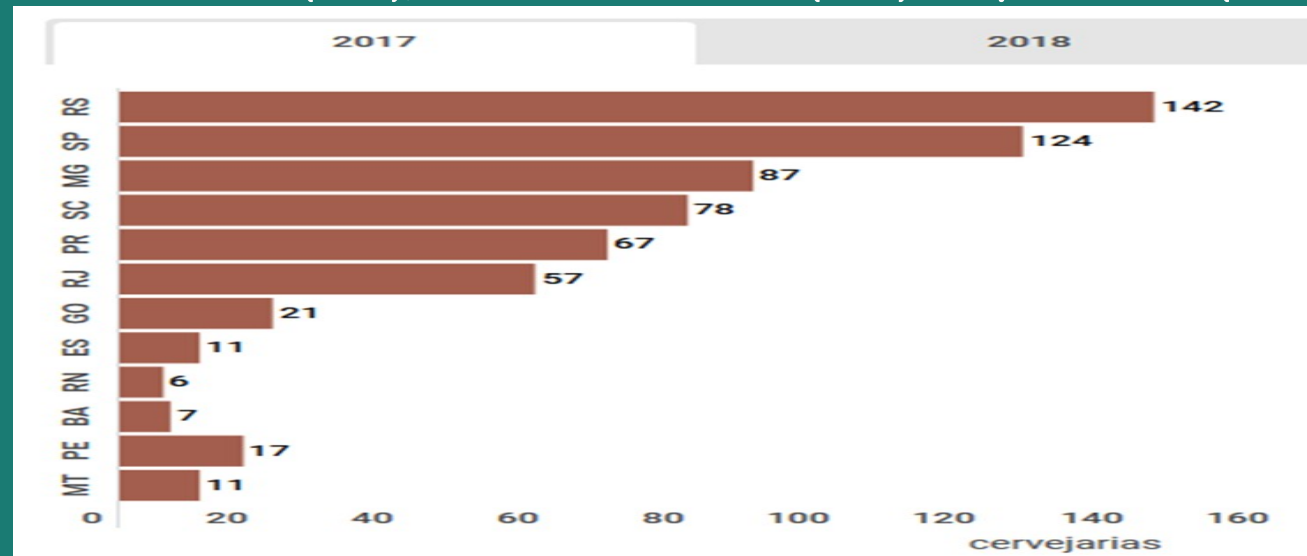
Podemos traçar 3 cenários: OTIMISTA, PESSIMISTA, CONSERVADOR.

Vamos para abordagem mais segura, PESSIMISTA.

Pesquisas (bastante questionáveis) apontam para o FECHAMENTO DE 50% DOS NEGÓCIOS EXISTENTES.

Em 2020 teríamos então 604 cervejarias no total. RS, SP, MG, SC, PR prioritariamente.

COM CRESCIMENTO em estados como Bahia (69%), Rio Grande do Norte (86%) e Espírito Santo (77%)



SE VENDERMOS PARA 50% DESTE MERCADO (1 UNIDADE/CLIENTE)  
TERÍAMOS = **302 UNIDADES VENDIDAS.**

## POTENCIAL TOTAL DOS NOVOS MERCADOS – CHOPEIRAS PORTÁTEIS (ANÁLISE DE 2020):

### 1. As CERVEJARIAS ARTESANAIS:

SE VENDERMOS PARA 50% DESTE MERCADO (1 UNIDADE/CLIENTE) TERÍAMOS = 302 UNIDADES.

### 2. Os FOODTRUCKS:

SE CONSIDERARMOS QUE 50% REDUZIU TERÍAMOS = 1500 UNIDADES.

SE VENDERMOS PARA OS 25 % DESTE MERCADO (COM MELHOR FATURAMENTO) TERÍAMOS = 375 UNIDADES.

3. Se a ENTRADA NESTES 2 SEGMENTOS INFLUENCIAR OS MERCADOS DOMICILIAR E CORPORATIVO (site e fone nos produtos como “propaganda”, somados ao nosso MARKETING DIGITAL), PODEMOS PROJETAR MAIS 288 UNIDADES (cada 2 chopeiras vendidas influenciando um consumidor final com perfil ideal).

PORTANTO, EM UMA PERSPECTIVA “PESSIMISTA” TERÍAMOS UM POTENCIAL DE 965 UNIDADES / no primeiro ano \*.

\* Desconsiderando qualquer percentual de crescimento destes mercados.

**META MÉDIA DE 80 CHOPEIRAS/MÊS. Quanto conseguiríamos produzir?**

## DADOS DE MERCADO ADICIONAIS:

16 de novembro de 2021

Apesar das dificuldades impostas pela pandemia, **o mercado cervejeiro cresceu em 2020**. De acordo com o Anuário da Cerveja 2020, elaborado pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, 204 cervejarias brasileiras solicitaram registro no período, enquanto 30 fizeram seu cancelamento, totalizando 1.383 estabelecimentos catalogados – **alta de 14,4% em relação ao ano anterior**. Pela primeira vez na história, todos os estados do país contam com pelo menos uma cervejaria – o último a abrir uma fábrica foi o Acre.

**A maior concentração de cervejarias brasileiras ocorre nas regiões Sul e Sudeste, onde estão 85,6% delas. O estado de São Paulo é o que tem mais cervejarias registradas: 285 estabelecimentos.**

O Anuário não traz dados específicos sobre cervejarias artesanais, mas especialistas do setor confirmam a tendência de crescimento. Mais do que isso: entendem que o trabalho educativo que vem sendo realizado há alguns anos começa a dar resultado. **“A cerveja artesanal passou a ser a protagonista da gastronomia moderna. Há valorização do sabor e percepção dos seus diferenciais”**, explica Marco Falcone, presidente da Febracerva - Federação Brasileira das Cervejarias Artesanais.

Falcone acredita que 2022 será o ano do renascimento deste segmento, mas salienta a importância de as pequenas cervejarias brasileiras terem paciência e muito proatividade até conseguirem um maior espaço no mercado.

<https://ultragazempresas.com.br/cervejarias>

# Design de Produto / Benchmarking



**Atributos  
Valorizados**



2022



## Lançamento Plano de Comunicação

– festival CRAFT BEER em Joinville







Ainda com a marca inicial Brewin -  
**TESTE DE MVP**





# Design de Produto / Benchmarking



- Sem ajuste de temperatura – vem ajustada para o padrão ideal de temperatura do chopp (sem riscos de congelamento) – pode evoluir para pressostato ajustável
- Alças para transporte e formato que facilitam armazenagem
- Slim, a mais “fina” do mercado – 21cm
- Em duas cores (preta e inox).

# Design de Produto / Benchmarking



- **Especificações Técnicas**– Sistema de refrigeração livre de Glicol, não oferecendo riscos à saúde
- Capacidade de 50 Litros/hora (Entrada do Chopp 24°C) – Gás refrigerante ecológico R134a
- Atende eventos com 30 pessoas - Voltagem 220v, sendo possível utilizar com transformador 110-220v de 1100w
- Fácil Instalação com Conexões Rápidas, que se encaixam também nos barris convencionais do mercado nacional
- Ideal para Área Gourmet, condomínios, comércios, restaurantes, food trucks, barcos, espaços reduzidos, eventos



**P**RESSÃO  
**A**RTICIDADE  
**P**URA ALEGRIA



**CHEGOU A  
CHOPEIRA CRIO.  
PARA QUEM GOSTA  
DE CHOPPP COM 3P<sub>5</sub>**

CHOPEIRA  
**CRIO**

**CHOPEIRA CRIO.**  
A MAIS ALEMÃ DO BRASIL.

Como posso te ajudar?





Ao escolher a Chopeira CRIO, você está investindo em muito mais do que um equipamento de refrigeração. Está levando para casa um pedacinho da tradição alemã de Santa Catarina, aliado à confiança de um produto desenvolvido por um time de especialistas com mais de 20 anos de experiência na indústria de refrigeração.

COMPRAR AGORA



## O DEUS DO FRIO

CRIO vem do grego significa "carneiro". Intimamente relacionado com a constelação de Áries (carneiro), Crio era o titã das constelações e sua função na cosmogonia grega era o de organizar os ciclos estelares, Crio também era visto como Deus do frio, das nevascas e das criaturas abissais não conhecidas pela humanidade.

Como posso te ajudar?



COMPRAR AGORA



Endereço: Rua Rudolfo Schramm, 95. Galpão A. Bairro Pirabeiraba CEP: 89239-283 Joinville - SC

contato@chopeiracrio.com.br

(47) 99111-3788

Aceitamos todas as bandeiras de cartões



Entre em contato conosco e faça seu pedido agora mesmo!

Nome

Telefone

Email

Mensagem

ENVIAR

Como posso te ajudar?

# TRÊS MOTIVOS

---

- PARA INVESTIR EM INTELIGÊNCIA DE MERCADO
- PARA OTIMIZAR O DESEMPENHO DE MARKETING E VENDAS
- PARA CONSTRUIR UMA PARCERIA ESTRATÉGICA COM A OLIV

# UM

Desenvolver visão estratégica, com base na **busca e análises de dados relevantes do mercado, dos clientes e dos concorrentes**, permitindo tomar decisões mais eficazes nas áreas de marketing e vendas

---

# DOIS

Identificação de **novas oportunidades antes da concorrência, ou com implementação mais rápida**. Para entrar em novos mercados e expandir suas operações com mais eficiência, orientando com precisão o desenvolvimento de novos produtos e serviços

---

# TRÊS

Posicionamento sólido da marca: criando a **correta percepção junto aos decisores e influenciadores em relação à sua empresa**, ajustando a estratégia de marketing, para construir os melhores resultados no mercado

---



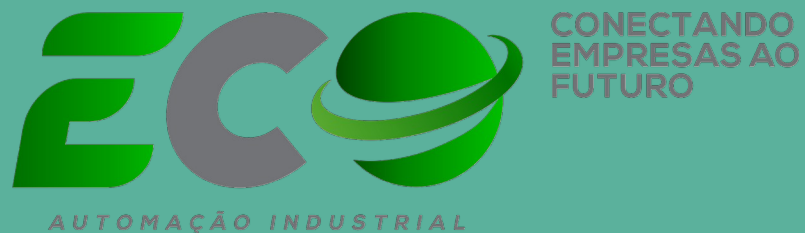
FOI O QUE FIZEMOS NA

---

 **LEAS**  
INDUSTRIAL

E TAMBÉM NOS CLIENTES:

---



*Sua Empresa Mais Forte*





## Converse com nossa equipe

---

[joseluz@olivconsultoria.com.br](mailto:joseluz@olivconsultoria.com.br)

47 99942 8985

Obrigado!

