

RESPOSTA ESPERADA FINAL DA PROVA DISCURSIVA

Processo Seletivo SEBRAE/GO – nº 11/2024 para provimento de vagas existentes de Trainee, bem como para formação de cadastro de reserva

CARGO: Trainee

Questão 01

Para realizar uma análise de mercado eficaz para o Empório da V. M., começaria realizando uma pesquisa detalhada que abrangesse tanto a concorrência quanto as preferências dos clientes. Isso incluiria uma mistura de métodos de coleta de dados, como visitas aos concorrentes locais para observar seus produtos, preços e estratégias de marketing, além de conversas diretas com os clientes atuais e potenciais por meio de entrevistas e questionários.

Além disso, analisaria dados secundários disponíveis publicamente, como estudos de mercado, relatórios do setor e dados demográficos da região. Isso forneceria uma compreensão abrangente do ambiente competitivo e das tendências de mercado relevantes para o Empório da V. M.

Ao identificar os principais desafios e obstáculos enfrentados pelo empreendimento, destacaria a concorrência crescente de supermercados e lojas de conveniência, as mudanças no comportamento do consumidor devido à pandemia e os impactos negativos resultantes da diminuição do fluxo de clientes.

Para diferenciar o Empório da V. M. e agregar valor aos seus produtos, sugeriria estratégias como destacar a história e a tradição por trás dos produtos caseiros, enfatizar a qualidade e o artesanato dos itens oferecidos e melhorar a experiência do cliente no empreendimento.

Além disso, identificaria oportunidades de inovação, como a introdução de novos produtos que atendam às demandas dos consumidores por opções saudáveis, naturais e sustentáveis, explorando canais de distribuição alternativos, como vendas online e entregas ao domicílio, e utilizando o marketing digital para aumentar a visibilidade do Empório e atrair novos clientes.

Essas estratégias combinadas podem ajudar o Empório da V. M. a se revitalizar e a se destacar no mercado local, mantendo sua autenticidade e tradição enquanto se adapta às mudanças nas preferências e comportamentos dos consumidores.

Goiânia, 12 de setembro de 2024.