1ª MOSTRA DE TALENTOS DA GRADUAÇÃO

Inovação, criatividade e excelência da produção de TCC da PUC-Campinas.

Centro de Linguagem e Comunicação (CLC)
Pró-Reitoria de Graduação (PROGRAD)

PUC CAMPINAS
PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA

PROJETO EXPERIMENTAL DE RELAÇÕES PÚBLICAS: PIZZARIA CAPRICHOSA

Autoras e contato:

Ana Elisa Bertolo Ventura Pupo
Ana Paula Siqueira Franco de Souza
Bruna Sturion de Barros
Camila Rossi Cintra Elias
Thayná Ferreira Alves
Vanessa Ferreira Dias de Jesus

Contato:vanessa_ferreira20@outlook.com

Orientadora e Contatos:

Profa. Dra. Maria Rosana Ferrari Nassar
contato:r.nassar@puc-campinas.edu.br

Faculdade/ Curso:

Faculdade de Relações Públicas

Instituições de vinculação

Pizzaria Caprichosa
Piracicaba- SP

Introdução/ justificativa:

A proposta deste trabalho foi desenvolver um Projeto Experimental de Relações Públicas com o objetivo de atender à Pizzaria Caprichosa. Através de análises embasadas em teorias, estudo de cenários, entendimento da necessidade do cliente, dados obtidos através de pesquisas com concorrentes, clientes e colaboradores, foi desenvolvido um plano de comunicação com foco mercadológico, já que o principal aspecto identificado era fidelizar e prospectar novos clientes. Com a implantação das estratégias, a Invictus Assessoria de Comunicação acredita que será possível tornar a Pizzaria Caprichosa ainda mais conhecida pela qualidade de seus produtos e sua tradição, fortalecendo seu relacionamento com os públicos de interesse e reforçar a sua imagem no mercado.

Objetivos:

A partir de estudo aprofundado, elaborar um plano de comunicação condizente à realidade da Pizzaria Caprichosa, atendendo às suas expectativas e necessidades.

Material e métodos:

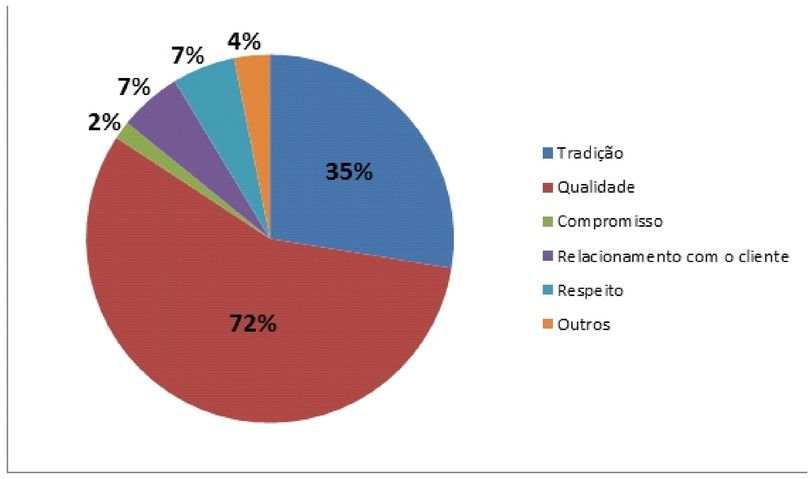
Pesquisa bibliográfica e documental. Pesquisa se satisfação com os colaboradores e de mercado com os clientes da Pizzaria.

Principais Resultados e Discussão:

A partir das pesquisas realizadas, a Invictus Assessoria de Comunicação identificou aspectos positivos e oportunidades de melhorias para a organização.

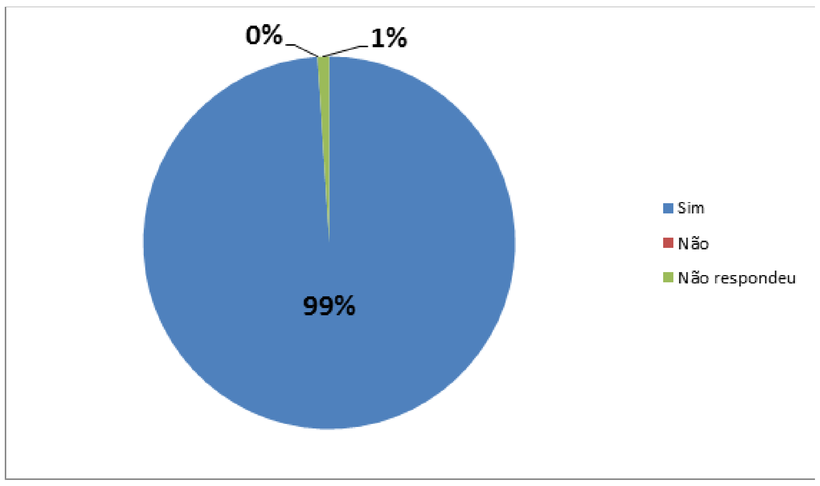
- A partir da pesquisa de satisfação, foi identificado que a relação entre os funcionários e a chefia é amigável, os colaboradores possuem liberdade para conversar com seus superiores.

- De acordo com seus clientes, a primeira lembrança da Pizzaria Caprichosa é: qualidade (72%) e tradição (35%).



- O comprometimento da marca com a qualidade de seus produtos é perceptível, já que, mesmo com a crise, ela mantém o seu padrão de qualidade, prezando sempre pela massa fina e crocante e sem alterar nenhum dos produtos utilizados em suas pizzas.

- Grande parcela do público da Pizzaria é fiel e frequenta o estabelecimento há muitos anos. 99% dos entrevistados indicariam a Pizzaria aos seus amigos e familiares.



- Recentemente a Caprichosa incluiu em seu cardápio uma nova massa de pizza, sem glúten e sem lactose, porém a divulgação é pouca.

- No tópico de sugestões, os clientes citaram a criação de um espaço kids.

- A Caprichosa possui um site oficial e está presente no Facebook e Instagram. Porém nota-se certa dificuldade no relacionamento com os públicos devido à falta de interatividade por parte da empresa.

- Nota-se dificuldade por parte dos clientes em identificar o estacionamento da Caprichosa.

Conclusões:

A partir das pesquisas, a Assessoria propôs a criação de um plano de comunicação que engloba quatro campanhas, com foco mercadológico, que visam solucionar as necessidades da Pizzaria Caprichosa. A primeira tem como objetivo a divulgação da nova massa de pizza da Caprichosa, sem glúten e sem lactose, já a segunda pretende aumentar o movimento de clientes. Na terceira campanha, encontra-se a solução para três aspectos identificados nas pesquisas com clientes. Por fim, a quarta campanha visa maior interação da Pizzaria nas redes sociais.

Referências:

GRUNIG, James E. Relações públicas: teoria, contexto e relacionamentos / James E. Grunig, Maria Aparecida Ferrari, Fábio França. -- 2. ed. -- São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2011.

KUNSCH, Margarida M. Krohling. Planejamento e gestão estratégica de relações públicas nas organizações contemporâneas. Escola de Comunicações e Artes. Universidade de São Paulo (ECA-USP). 2006. Disponível em: < http://ddd.uab.cat/pub/analisi/02112175n34/02112175n34p125.pdf> Acesso em: 04 de maio de 2016.