

> AGRUPAMENTO DE  
ESCOLAS DO  
BONFIM

> ESCOLA  
SECUNDÁRIA  
MOUZINHO DA  
SILVEIRA

> PORTALEGRE

(341) Comércio  
(341346) CURSO PROFISSIONAL  
TÉCNICO DE COMUNICAÇÃO E SERVIÇO DIGITAL  
(2017/2020)

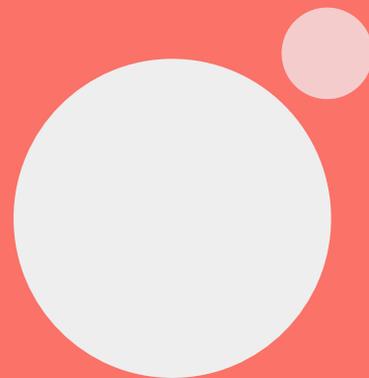
DEFESA PÚBLICA

# Prova de Aptidão Profissional

Cátia Margarida Alves Severiano  
12.ª

 Bonfim  
agrupamento de escolas do Bonfim  
PORTALEGRE

 coord.  
cursos.  
prof.  
AGRUPAMENTO DE ESCOLAS DO BONFIM



# 1.

# Introdução

**Cátia Margarida Alves Severiano**

19 anos

Portalegre

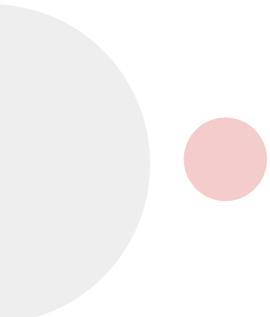
Escola Básica 2,3 José Régio (5º até ao 9º ano)



4 QUARTOS DO TEU MUNDO

Este plano demonstra a **pertinência do negócio de arrendamento temporário**, preferencialmente destinado a **estudantes deslocados** a frequentar o ensino superior.

## 1. INTRODUÇÃO: OBJETIVOS



O objetivo desta apresentação é perceber que existe um problema no alojamento para estudantes, problema esse que cada vez está difícil de se resolver. Este projeto pretende ser a resolução desse mesmo problema.

# 2.

# Desenvolvimento

<b>Área Social (CAE)</b>	68311 Atividades de mediação imobiliária
<b>Nome</b>	IMÓ - 4 Quartos do teu Mundo
<b>Endereço</b>	Estrada do Bonfim
<b>Telefone</b>	966886180
<b>Website</b>	<a href="https://catialves311.wixsite.com/immo">https://catialves311.wixsite.com/immo</a>
<b>Email</b>	<a href="mailto:imo.oficial.geral@gmail.com">imo.oficial.geral@gmail.com</a>
<b>Redes Sociais</b>	<a href="https://www.facebook.com/imo.geral.71">https://www.facebook.com/imo.geral.71</a>
<b>Redes Sociais</b>	<a href="https://www.instagram.com/imo.oficial.geral/?hl=pt">https://www.instagram.com/imo.oficial.geral/?hl=pt</a>



### **Arrendamento e Gestão dos Quartos**

- Proporcionar aos clientes todo o apoio de que necessitam na pesquisa ou divulgação do quarto que os estudantes procuram e os proprietários pretendem arrendar.

Merecer a preferência natural dos nossos clientes é para nós o reconhecimento do que melhor fazemos - **servir o cliente.**



## 2. DESENVOLVIMENTO: VALORES



## 2. DESENVOLVIMENTO: LOGÓTIPO



## 2. DESENVOLVIMENTO: PORTFÓLIO DE PRODUTOS E SERVIÇOS



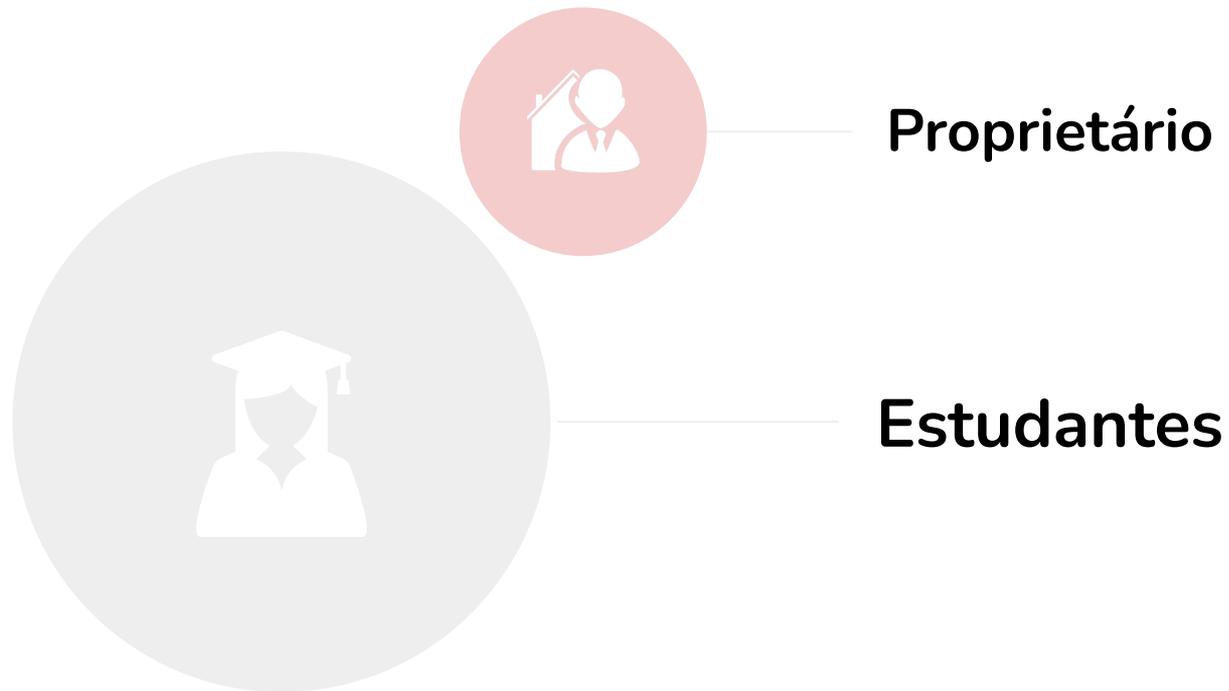
**Aluguer de quartos (Imó Estudante)\***

**Aluguer e venda de habitações (Imó Habita)**

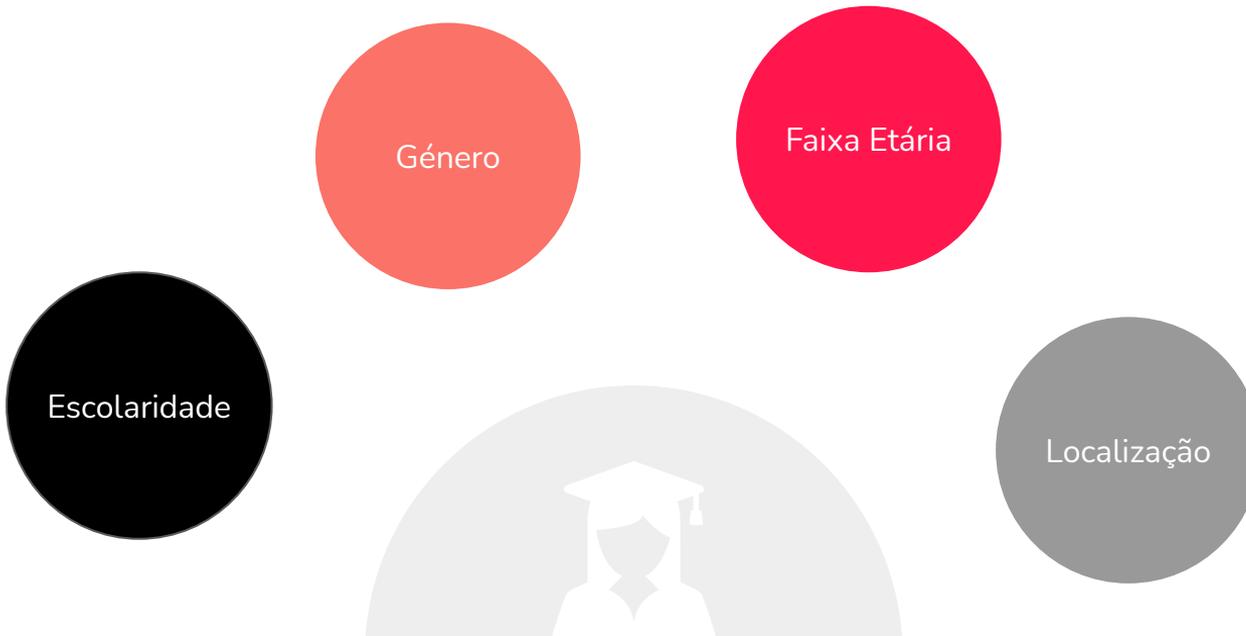
**Cartão Imó (serviços complementares de apoio ao arrendatário e ao proprietário)**

\*Principal área de negócio

## 2. DESENVOLVIMENTO: PÚBLICO-ALVO



## Perfil do Cliente



## 2. DESENVOLVIMENTO: PRINCIPAIS CONCORRENTES



BQUARTO

## Alentejo

Oferta é reduzida e de pouca qualidade

Contexto geográfico de atuação

## Portalegre

Muita procura, pouca oferta

Segundo imobiliárias, consultadas pela agência Lusa.

### Fatores Económicos

O aluguer de quartos legalizados  
(benefícios fiscais)

### Fatores Socioculturais

Existência de maior oferta de Ensino Superior no interior;

Crescente procura por parte de alunos internacionais;

Maior procura de quartos individuais (isolamento social);

Procura de serviços complementares (porta à porta).

### Fatores Tecnologias

Uso das tecnologias para o cliente: permite o contacto e interação com o estudante, aproximando-o do serviço e criando uma relação de confiança e fidelidade.

## 2. DESENVOLVIMENTO: ANÁLISE SWOT



## Objetivos

- Proporcionar o melhor atendimento especializado na área;
- Garantir a satisfação do cliente;
- Certificar as condições do quarto arrendado;
- Aumentar o conhecimento da marca;
- Aumentar a quantidade de vendas.

## Metas

- A IMÓ tem como ambição atingir, nos próximo 5 anos, 30% do mercado de arrendamento temporário a estudantes do ensino superior;
- Ter uma carteira fixa de clientes de serviços de suporte (cartão IMÓ).

# 3.

## Resultados

### 3. RESULTADOS: SERVIÇO, PREÇO, DISTRIBUIÇÃO E PROMOÇÃO

## Serviços

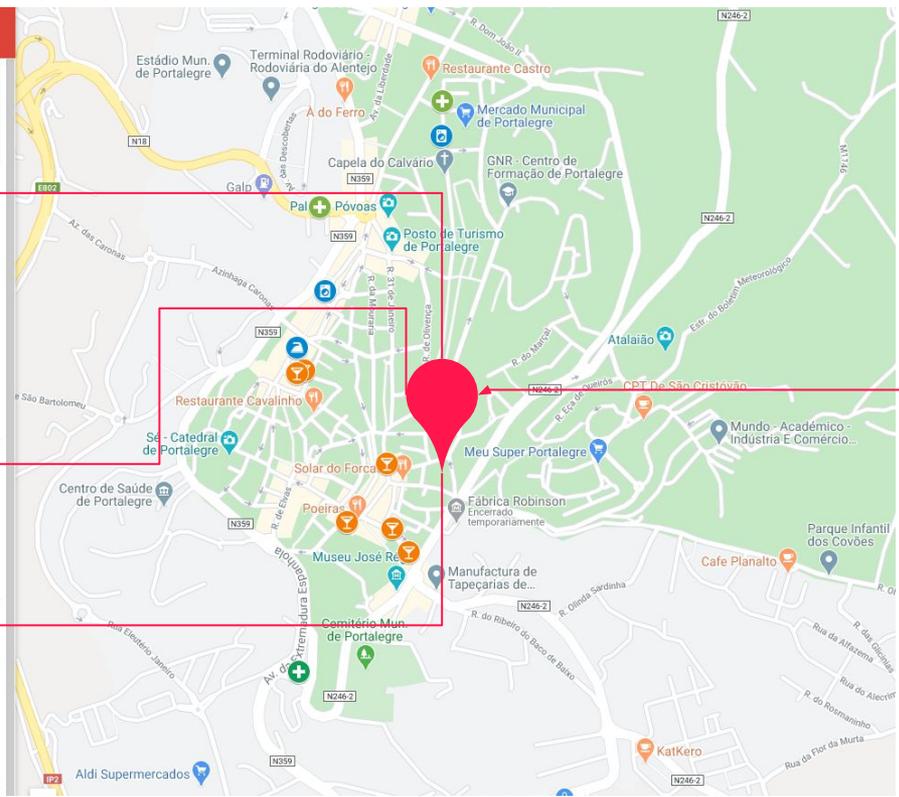


Mapa

Locais onde pode ter usufruir os serviços que a IMÓ disponibiliza.  
35 vistas

PARTILHAR EDITAR

- BARES E RESTAURANTES**
  - Gêmeos Bar
  - Porta aviões bar
  - KapaJota Bar
  - Imprevisto Bar
  - Bar Zero
  - Clube Lounge Bar
  - Alamo
- SAÚDE**
  - Clínica Santa Beatriz - Portalegre
  - Farmácia Elvas
  - Farmácia Nova
- LIMPEZAS**
  - Lavandaria Self Service de Portalegre - N...
  - Lavandarias Do Rosso, Lda.
  - Speed Queen - Lavandaria Self-Service P...
  - Cleanlimpa-serviços De Limpeza Lda



## Quartos

o cliente aluga

## Preço



Na fase de lançamento da IMÓ, os clientes que alugarem quartos têm desconto até **5% nos serviços complementares (cartão imó).**

### 3. RESULTADOS: SERVIÇO, PREÇO, DISTRIBUIÇÃO E PROMOÇÃO



### 3. RESULTADOS: ESTRATÉGIAS DO MIX DE MARKETING



#### Ação 05: Video Promocional

**Período:** 1 mês

**Atividades:**

Storyboard, planeamento, recolha de imagem, edição e publicação

**Responsáveis:** Equipe marketing ou empresa externa

**Projeção de custos:** 500€

### 3. RESULTADOS: ESTRATÉGIAS DO MIX DE MARKETING



#### Ação 01: Logotipo /Cartões

**Período:** 1 mês

**Atividades:**

Recolha de informação sobre o setor: pesquisa de logos, cores, estudo do consumidor.

**Responsáveis:**

Equipe marketing

**Projeção de custos:** 200€



### 3. RESULTADOS: ESTRATÉGIAS DO MIX DE MARKETING



Quartos

Educação

Eventos

Serviços

Contacto



Log In

Q Pesquisar



#### Ação 02: Site

**Período:** 2 meses

#### **Atividades:**

- Colocação de quartos
- Colocação de eventos
- Reservas dos quartos
- Compra do cartão IMÓ

**Responsáveis:** Equipe marketing ou empresa externa

**Projeção de custos:** 2100€

### 3. RESULTADOS: ESTRATÉGIAS DO MIX DE MARKETING



#### Ação 03: Redes Sociais

##### Período:

1 mês (manutenção)

##### Atividades:

- Dar a conhecer a empresa
- Informações existentes no site

##### Responsáveis:

Equipe marketing

##### Projeção de custos:

- 500€ (parametrização)
- 50 a 100€ a manutenção

### 3. RESULTADOS: ESTRATÉGIAS DO MIX DE MARKETING



Folhetos e flyers

### 3. RESULTADOS: ESTRATÉGIAS DO MIX DE MARKETING



### 3. RESULTADOS: CRONOGRAMA GERAL

Ações	20/ jan	20/ fev	20/ mar	20/ abr	20/ mai	20/ jun	20/ jul	20/ agst	20/ set
Planeamento									
Execução									
Análise dos resultados									
Relatório final									

### 3. RESULTADOS: AVALIAÇÃO E CONTROLE

O plano de marketing proposto deve ser **acompanhado continuamente**. No caso de se verificar mudanças a nível interno à organização devem ser efetuadas atualizações ao plano.

Devem também ser acompanhadas as tendências de mercado, verificando se as ações implementadas vão ao seu encontro.

**Volume de vendas**, comparativamente ao período anterior à execução do plano.

Verificação de **reclamações**

Dinâmica de **acessos e partilhas** nos meios de comunicação digital são outros indicadores que devem estar presentes no relatório a entregar ao cliente.



4 QUARTOS DO TEU MUNDO

**OBRIGADO**