



★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★  
*Cacau Show*

CARINHO EM CADA PEDACINHO



# NOSSA HISTÓRIA

1988

NASCE A CACAU SHOW.



2001

PRIMEIRA LOJA.

2004

CACAU SHOW ATINGE DE

**230 LOJAS**

E É A MAIOR REDE DE LOJAS  
DE CHOCOLATE FINOS DO BRASIL.



# NOSSA HISTÓRIA



2005

PRÊMIO *MELHOR FRANQUIA DO ANO* CONCEDIDO PELA EDITORA GLOBO.



2010

EM TODO O BRASIL.



2013

ANIVERSÁRIO DE **25 ANOS**  
COM MAIS DE 1.400 LOJAS  
PELO BRASIL

2011

TRUFA CACAU SHOW É CONSIDERADA A MELHOR DO BRASIL.

**Cacau Show**  
CARINHO EM CADA PEDACINHO

# COMUNICAÇÃO

CACAU SHOW



SITE

FALE CONOSCO

CANAL 0800



# SITE



cacaushow.com.br



EXISTEM VÁRIAS FORMAS DE DIZER EU TE AMO. NA CACAU SHOW, VOCÊ ENCONTRA AS MAIS GOSTOSAS.

12 de Junho.  
Dia dos Namorados.

**Cacau Show**  
Alimentos/bebidas

Curtiu Mensagem



**Cacau Show**  
Página curtida · 11 de junho

Pra gente, carinho é dar chocolate a quem faz seu coração bater mais rápido. Já sabe como surpreender amanhã?

5.8 mil Principais comentários

335 compartilhamentos 87 comentários

**Ariane Figueiredo** Pq a loja da Cacau Show no TopShopping , está sem mercadoria ?!?! A loja esta vazia , com no minimo 20 coisas na loja. 😞  
Curtir · Responder · 11 de junho às 13:41

**Cacau Show** Oi, Arianel Boa tarde. Este é um dos períodos que a nossa fábrica trabalha a todo vapor. A loja faz um planejamento antecipado, buscando satisfazer a necessidade de todos os clientes. No entanto, a procura superou a expectativa prevista. Sempre que possível, ocorre a reposição dos produtos, tudo bem? Qualquer dúvida, estamos aqui.  
Curtir · Responder · 1 · 13 de junho às 16:43  
[Ver mais respostas](#)

**Karla Lubia** Acabei de ganhar uma linda cesta de chocolates do meu marido amo esses chocolates vcs estão de parabéns CACAU SHOW  
Curtir · Responder · Ontem às 00:27 · Editado

**Cacau Show** Que delícia, Kal Conta pra gente, o que tinha na cesta? 😊



8.486.181 curtidas



cacaushow

Seguindo

Cacau Show Somos a Cacau Show. Para nós, cada chocolate é um momento de felicidade, uma expressão de cuidado e carinho. Carinho em cada pedacinho.  
www.cacaushow.com.br

587 publicações 387mil seguidores seguindo 89



387 mil seguidores



cacaushow

Seguindo

7.910 curtidas

1 sem

cacaushow Isso aí é só para deixar todo mundo com vontade, né @marcellatamura? #chocolate #waffle #nham

ver todos os 125 comentários

julianagilrocha @tatygil novidadeeee

tatygil @julianagilrocha huum, a cara é ótima!

fabimachado Yummy @ornellaello @melinahara

jusanches\_\_\_silva @cacaushow é show de chocolate...

mamisdoedu @bruno\_diaaas queria tanto um chocolatinho 😊😊

niiineneves @henrique\_nevesneves

brenoborges07 @nayaragoomes\_

leh.a @taipasmarton

taipasmarton D!ç 😊❤️👍

Adicione um comentário...





619 Seguindo

 **Cacau Show**   
@cacaushow

TWEETS  
18,1 mil

SEGUINDO  
619

SEGUIDORES  
223 mil

CURTIDAS  
764

Tweets   Tweets e respostas   Multimídia

**Cacau Show** 

@cacaushow

Somos a Cacau Show. Para nós, cada chocolate é um momento de felicidade, uma expressão de cuidado e carinho. Carinho em cada pedacinho.


 Brasil

 [cacaushow.com.br](http://cacaushow.com.br)

 Participa desde março de 2010

 911 Fotos e vídeos



 **Cacau Show** @cacaushow · 19 h

Tudo na vida passa. Menos a vontade de comer chocolate, é claro!



  21  71 



223 mil seguidores



## Cacau Show

- [Início](#)
- [Vídeos](#)
- [Playlists](#)
- [Canais](#)
- [Discussão](#)
- [Sobre](#)
- [🔍](#)



8.749 mil inscritos

*Já imaginou um cubo de gelo falante no meio da Avenida Paulista?!*

**Gelo fala?**

Cacau Show

[Inscrever-se](#) 9.449

1.261.334 visualizações

+ Adicionar a    ➦ Compartilhar    ⋮ Mais

👍 60    🗨️ 14

# GELATERIA

CACAU SHOW



Gelateria Cacau Show **recria** os itens de **sucesso** da marca em forma de sorvete

**2015** ampliou seus negócios para o segmento de **sorvetes**

Investidos **R\$ 5 milhões**, entre maquinário e mão de obra

# SABORES



# CONCORRENTES

## DIRETOS



## INDIRETOS



# PREÇOS NO BRASIL



R\$ 5,50  
R\$ 7,00



R\$ 7,50

Häagen-Dazs



R\$ 9,00

Kopenhagen  
★★★★★

R\$ 10,00



R\$ 10,00  
R\$ 14,00



R\$ 5,90  
R\$ 6,90

\*R\$

# MERCADO

## SORVETE

O Brasil é o **10º** em produção mundial e **11º** em consumo mundial.

Sorvetes premium: matérias-primas mais **nobres** e mais **caras**.

Sorvete é considerado um produto de **ocasião**

**23%** do mercado é picolé

**alta** de **33%** últimos 5 anos



# MERCADO

SORVETE

**5** grandes  
marcas detém  
a maioria de  
**consumo** no  
Brasil

Baixo  
consumo =  
**valor**

KIBON  
LA BASQUE  
NESTLÉ DILETTO  
HAAGEN-DAZS  
JUNDIÁ

2015 =  
**R\$25,7**  
**bilhões**

2016  
previsão  
**queda**  
de **6,7%**



# PESQUISA

QUANTITATIVA

## DEFINIÇÃO DO PROBLEMA

Não possui pesquisa

## COLETA DE DADOS

Online

## QUESTÕES ESPECÍFICAS

Hábitos de Consumo;  
Consumidores da marca e seus concorrentes;  
Fatores que influenciam a compra;  
Preferência por marcas.

## OBJETIVOS

Conhecimento do Produto;  
Percepção da marca;  
Concorrentes;  
Compra.



# DIAGNÓSTICO DA PESQUISA

QUANTITATIVA

**373 PESSOAS**

373 pessoas foram entrevistadas.

## CONSUMO

86% dos entrevistados consomem algum produto da marca.

## 18 A 38 ANOS

A maioria dos entrevistados estão dentro da faixa etária de **18 a 38 anos**.

## CLASSE A E B

De acordo com o critério Brasil, a **classe A e B** totaliza maioria entre os entrevistados.

## UNILEVER E NESTLÉ

Os principais fabricantes citados foram: Unilever (**Kibon**) e **Nestlé**. Outras marcas foram citadas, como **Häagen-Dazs**, **Ben&Jerry's** e **Diletto**.

## SABOR E PREÇO

O consumo do sorve é feito esporadicamente, e a maioria dos entrevistados levam em consideração ao consumi-lo, o **sabor** e o **preço**.

## KOPENHAGEN

Kopenhagen é concorrente mais artilosa, tendo as melhores notas nos segmentos: **sabor, aroma, embalagem, textura e preço**.

**Cacau Show**

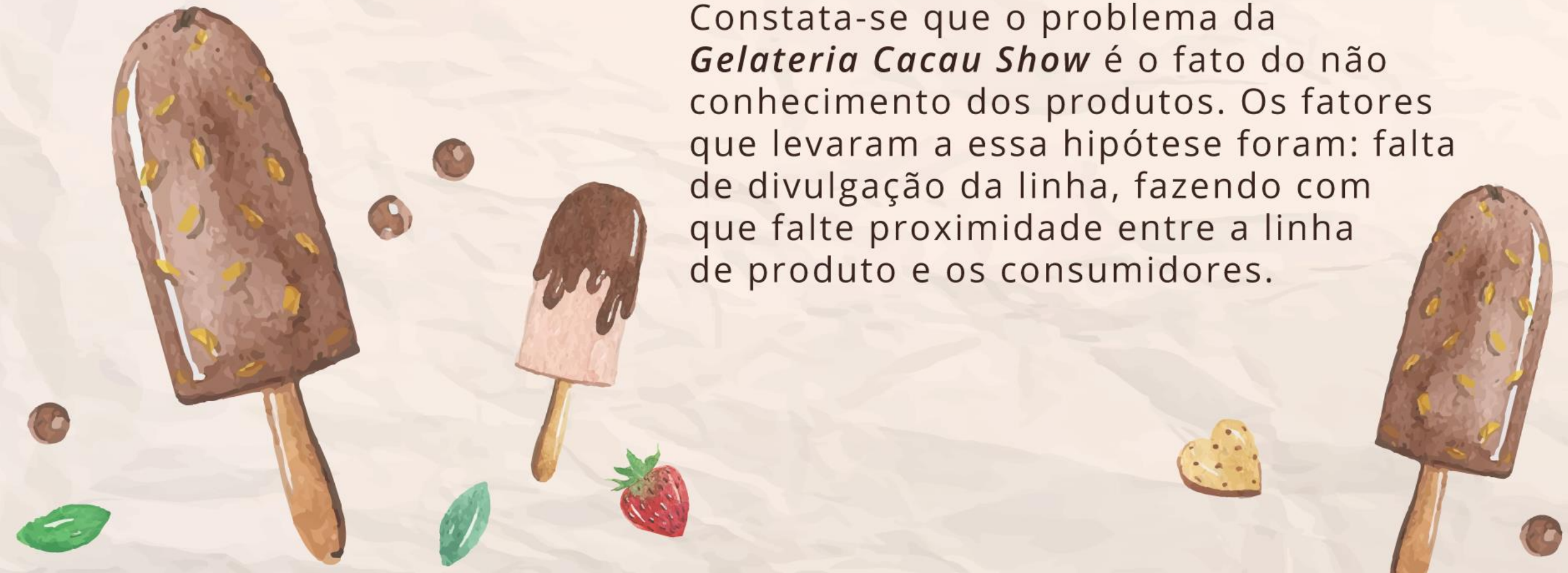
CARINHO EM CADA PEDACINHO



# DIAGNÓSTICO DA PESQUISA

QUANTITATIVA

Constata-se que o problema da *Gelateria Cacau Show* é o fato do não conhecimento dos produtos. Os fatores que levaram a essa hipótese foram: falta de divulgação da linha, fazendo com que falte proximidade entre a linha de produto e os consumidores.



# PESQUISA

## QUALITATIVA

APÓS O RESULTADO DA PESQUISA QUANTITATIVA SOBRE A CACAU SHOW E SUA LINHA DE PRODUTOS, CONSTATA-SE QUE O PROBLEMA DA LINHA **GELATERIA CACAU SHOW** É O FATO DO NÃO CONHECIMENTO DOS PRODUTOS.



### OBJETIVO

- Identificar qual o segmento criativo a ser desenvolvido para a campanha publicitária da linha de produtos **Gelateria Cacau Show**.
- Avaliação de Produto: Embalagem e degustação.



### METODOLOGIA

Entrevista em profundidade com 12 respondentes. As entrevistas ocorreram na Cafeteria Guta Café, localizada na Rua Augusta, 980 – São Paulo, com uso de um roteiro de perguntas.



### UNIVERSO

Homens e mulheres pertencentes à **Classe A, B1 e B2**, com idade entre 18 a 38anos, residentes da cidade de São Paulo.



**AMOSTRA**  
12 entrevistados.



# PESQUISA

## QUALITATIVA



A ALIMENTAÇÃO DEPENDE MUITO DO **HORÁRIO DE ALMOÇO, DO EMPREGO**, E QUE SEMPRE TEM ESPAÇO PARA UM LANCHINHO ENTRE AS REFEIÇÕES: “ACORDO CEDO, VOU AO TRABALHO E DEPOIS VENHO PARA FACULDADE.”



# PESQUISA

## QUALITATIVA

● ● ● ●

A DECISÃO DA SOBREMESA VARIA DE ACORDO COM O RESTAURANTE OU DA VONTADE DO ENTREVISTADO. "NÃO COMO TODO DIA SOBREMESA. QUANDO COMO É ALEATÓRIO, O QUE ME AGRADAR NA HORA."

O **CONSUMO** DE SORVETE DE PALITO OCORRE OCASIONALMENTE.

A **TEMPERATURA CLIMÁTICA** INFLUENCIA NA COMPRA.



## AROMA DO SORVETE

RESULTADO POSITIVO,  
LEMBRANÇAS DE INFÂNCIA.



## SABOR E TEXTURA

CREMOSIDADE DO SORVETE CHAMOU A ATENÇÃO.  
TEXTURA AVELUDADA E COMBINAÇÃO DOS CHOCOLATES.  
NOS SORVETES DE FRUTAS, A SEMELHANÇA COMA  
LEMBRANÇA DE MOUSSE FEZ A DIFERENÇA.



## PONTO NEGATIVO

IDENTIFICARAM IMEDIATAMENTE  
QUE SE TRATAVA DE UM PRODUTO  
INDUSTRIALIZADO E NÃO CASEIRO.



# PESQUISA

## QUALITATIVA

### AVALIAÇÃO DE RESULTADO

## PREÇO

SATISFAÇÃO EM SABER OS VALORES.  
IDENTIFICARAM SEMELHANÇA COM OS  
CONCORRENTES.



## ALTERAÇÃO

A EMBALAGEM DO SORVETE  
TRUFA E MEZZO FORAM AS  
COMENTADAS PARA ALTERAÇÕES.



## AÇUCAR

ALTA CONCENTRAÇÃO  
DE AÇUCAR.



## EMBALAGENS

A MAIS COMENTADA FOI A  
EMBALAGEM FOSCA.



## PREFERÊNCIA

SORVETE NÃO DEIXOU GOSTO  
DESAGRADÁVEL AO PALADAR.



# PESQUISA

## QUALITATIVA



SE A MARCA FOSSE UMA PESSOA,  
SEGUNDO OS CONSUMIDORES,  
SERIA DA SEGUINTE FORMA.

**EXPERIENTE**



**30 A 40 ANOS**



**SOFISTICADO**



**BEM SUCEDIDO**



**REFERÊNCIAS**

GEORGE CLOONEY. WAGNER  
MOURA. GISELE BUNDCHEN.  
MERYL STREEP.



## Forças

- Empresa sólida no mercado;
- Maior rede de chocolates do mundo;
- Principais redes de franquia no Brasil;
- Pontos de distribuição espalhados pelas diversas regiões brasileiras,
- Qualidade dos produtos.

S

W

## Fraquezas

- Venda de produtos apenas por trabalhar com franquia;
- Produto inserido sem lançamento;
- Negatividade ligada diretamente à marca e não a franquia,
- Falha na climatização da loja.

## Oportunidades

- Setor de sorvetes vem crescendo, em média, 33% nos últimos cinco anos;
- Mercado de sorvetes tem projeção de crescimento até 2020 de 80%,
- Oportunidade para inovar.

O

T

## Ameaças

- Concorrência: direta e indireta,
- Queda de 6,7% no setor em 2016.
- Aumento dos Impostos para 2017.



# PLANEJAMENTO

## MARKETING

### META

Aumentar 1% do  
Share de mercado  
até 2017

### ESTRATEGIA

Comunicação  
efetiva no PDV;

Estratégias para o  
consumidor final,  
através de  
propaganda.

Investir R\$500 mil em  
publicidade com  
campanha de  
lançamento, promoção  
e pdv por 3 meses.

### PRINCIPAL OBJETIVO

Aumentar  
o volume de  
vendas da linha  
e sorvetes  
Cacau Show



# PLANEJAMENTO

## COMUNICAÇÃO

### PRINCIPAIS OBJETIVOS

Despertar atenção e curiosidade do público para o consumo do sorvete;

Apresentar e tornar a linha Gelateria Cacau Show conhecida.

Divulgar em canais segmentando o interesse e idade;

Utilização de mídias alternativas para melhor distribuição do budgets.

### ESTRATEGIA

Divulgar em meios de comunicação, aumentando a visibilidade e criar vínculo entre empresa e as pessoas;

### METAS

\* Posicionar a Gelateria Cacau Show como sorvete Premium;

\* Associar a imagem da marca ao produto;



# CONCEITO



Com base nos resultados da pesquisa qualitativa, foi detectado que o principal diferencial do produto foi a textura leve, suave e cremosa.



# CONCEITO



O conceito irá explorar a mudança emocional que o produto provoca nas pessoas.

PROVOCAR REAÇÕES POSITIVAS



# MÍDIA



## Objetivo

Obter uma alta frequência de exposição para fixar o novo conceito e gerar experimentação do produto.



## Público-alvo

Homens e Mulheres. Classes A/B.  
Entre 18 a 39 anos com nível superior, que gostam de curtir a vida e tem suas responsabilidades.

# MÍDIA



**Cobertura**  
São Paulo, Capital.



**Período**  
3 meses de campanha.  
Nov • 2016 a Jan • 2017.

**R\$ 500.000,00**

# MEIOS E ÍNDICE DE AFINIDADE



**Internet**  
164%



**OOH (entretenimento)**  
130%



**Metro**  
82%



**PDV**  
81%

# CRONOGRAMA

	NOVEMBRO	DEZEMBRO	JANEIRO
INTERNET			
METRO			
OOH			
PDV			

# VEÍCULOS

ONLINE



- E o **2º** maior buscador do Brasil, **73 Milhões** de brasileiros/mês;
- **44%** dos acessos são por jovens de 15-34 anos

ALCANCE ESTIMADO

**1.217.391**

pessoas.

# VEÍCULOS

ONLINE

# facebook

- a rede social com maior número de **usuários** atualmente
- **102** milhões de usuários brasileiros ativos mensais
- **27,15%** jovens de 25 e 34 anos

ALCANCE ESTIMADO

**1.217.391**

pessoas.

# VEÍCULOS

ONLINE

# Google

- serviço de busca **mais** usado
- **97%** dos clientes de pesquisam para saber o que há nas proximidades.
- A rede de sites parceiros **95 %** do alcance da população online

ALCANCE ESTIMADO

**56.097.000**

pessoas.

# VEÍCULOS

METRO



METRÔ

- Mais de **4 milhões** de consumidores por dia;
- **47%** dos usuários do utilizam, no mínimo, cinco vezes por semana;
- **84%** dos passageiros dizem que as propagandas chamam atenção;
- **82%** dos passageiros afirmam que as propagandas no metro têm muita credibilidade.

ALCANCE ESTIMADO

**6.480.000**

pessoas.

# VEÍCULOS

OOH

Abrigo de ônibus

**otima**

**2º** média de maior penetração entre a população brasileira

ALCANCE ESTIMADO

**12.000.000**

pessoas.

# VEÍCULOS

## ELEVADOR



Possui um público economicamente ativo e influenciadores com **77%** das classes **AB.**

Presente em edifícios comerciais com aproximadamente **45 mil** empresas

índice de atenção de **96%** do público

ALCANCE ESTIMADO

**3.214.550**

pessoas.

ALCANCE ESTIMADO

**214.560.100**

DE PESSOAS

# PDV

PONTO DE VENDA



- ATRAIR ATENÇÃO
- EFEITO NA DECISÃO DE COMPRA
- AUMENTA A VISIBILIDADE
- CONTATO DIRETO COM O PRODUTO

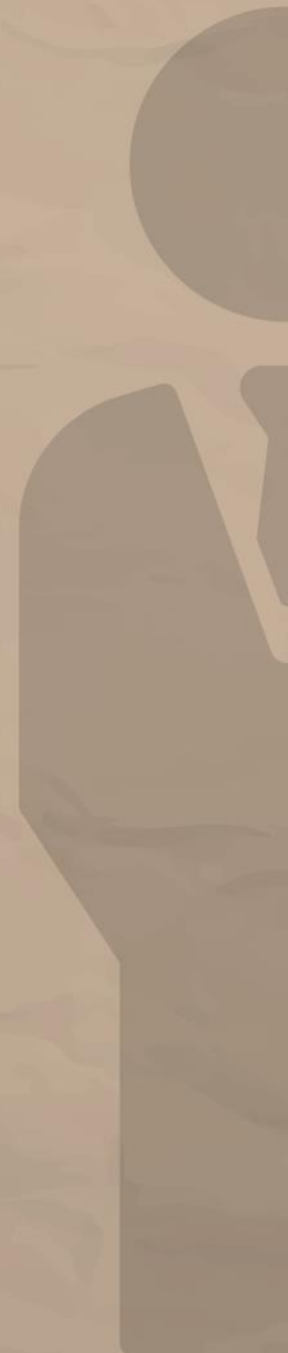


# AÇÕES

PROMOCIONAIS



- CUPONAGEM
- DISTRIBUIÇÃO DE AMOSTRA GRÁTIS
- GERAR EXPERIMENTAÇÃO
- CONTATO DIRETO COM O PRODUTO



# CRIAÇÃO

MATERIAL PUBLICITÁRIO





# facebook

## POST



Cacau Show

Patrocinado · 🌐

👍 Curtir Página

Cadastre e ganhe um delicioso picolé em massa sabor marcante, ideal para os apaixonados por sabores.



Gelato Amigo - Cacau Show

Você está a 2 minutos de presentear seus amigos.

[www.cacaushow.com.br](http://www.cacaushow.com.br)

Cadastrar-se

👍 Curtir

💬 Comentar

➦ Compartilhar

👍❤️😮 1,3 mil

Principais comentários ▾

# facebook

## HOT SITE



HOME COMO PARTICIPAR CADASTRE-SE PRODUTOS REGULAMENTO

Uma surpresa  
PARA O SEU AMIGO ESPECIAL

PROMOÇÃO  
*Gelato Amigo*

COMPARTILHE  
COM SEUS AMIGOS



Participação válida de 15/11 a 23/11/2016 (Horário de Brasília)  
ou enquanto durar o estoque, limitada a um CPF.  
Leia antes o Regulamento.

# Google



## Participe Promoção - Gelato Amigo Cacau Show

**Anúncio** [cacaushow.com.br/gelato/amigo](https://cacaushow.com.br/gelato/amigo)

Cadastre e Ganhe um delicioso picolé em masa sabor marcante, ideal para os apaixonados por sabores.



# Google

## REDE DE DISPLAY

**UOL 20 ANOS** UOL MAIL e-mail seguro   Entrar  🔍

Ainda não tem um e-mail UOL? Crie o seu

ASSINE SAC BATE-PAPO NOTÍCIAS CARROS ECONOMIA FOLHA ESPORTE ENTRETENIMENTO TV E FAMOSOS JOGOS ESTILO EDUCAÇÃO VÍDEOS +

**ACADEMIA DA CARNE** **PREPARE UMA COSTELA SABOROSA** **▶ APRENDA A FAZER AGORA**

Vitimas são policiais militares

### Polícia faz operação na Cidade de Deus após queda de helicóptero que matou 4

↳ PMs mortos eram considerados pilotos experientes

Preso desde quarta-feira

### Garotinho está em estado estável após cirurgia

Ex-governador foi submetido a procedimento para desobstruir artéria

Relator do pacote anticorrupção

### Onyx: Congresso está acuado e em desespero

Deputado vê grande risco da Câmara aprovar anistia aos alvos da Lava Jato

**Derrota no UFC São Paulo**

PROPOSTA Gelato Amigo **São Paulo, SP**



PAINES





# otima

## ABRIGO DE ONIBUS



*Estressado?*



## PDV - WOBBLER





# PDV - SACOLA





# PDV - VITRINE



# CUSTO

DEFINIÇÃO DE VALORES

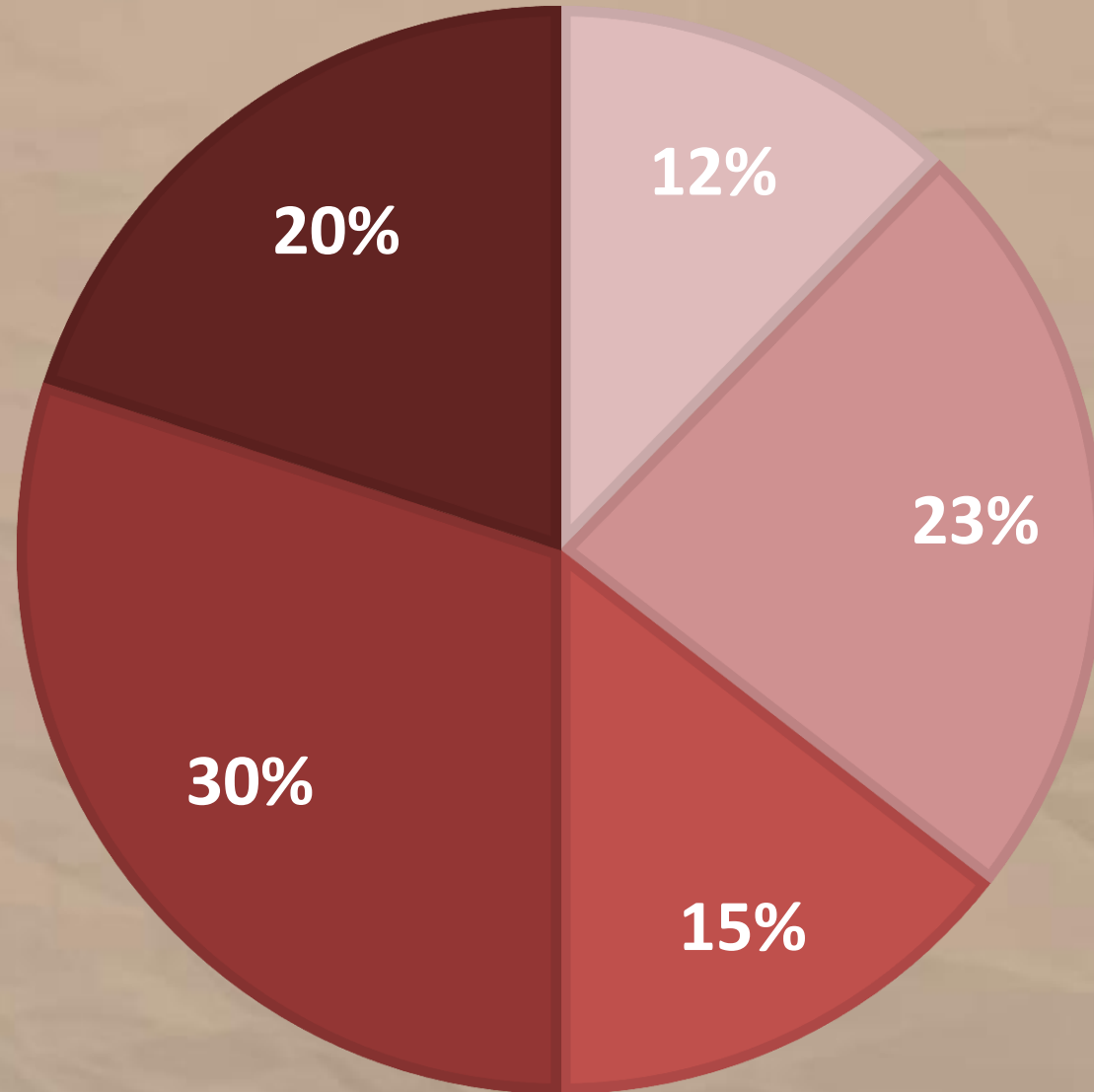


	INTERNET	METRO	OTIMA	ELEMIDIA	PDV	TOTAL
NOVEMBRO	R\$ 5.285,34	R\$ 17.468,00		R\$ 21.120,00	R\$ 42.240,00	R\$ 86.113,34
DEZEMBRO	R\$ 5.285,34	R\$ 81.279,30				R\$ 86.564,64
JANEIRO	R\$ 5.285,34	R\$ 17.468,00	R\$ 150.000,00	R\$ 21.120,00		R\$ 193.873,34

**R\$ 399.993,50**

# DISTRIBUIÇÃO DA VERBA

INTERNET METRO PDV OOH AGENCIA





**OBRIGADA**

AGÊNCIA OK

