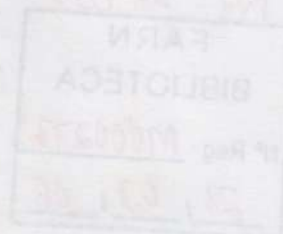


SILVIO AUGUSTO BEZERRA DE MEDEIROS



PROJETO ESTRATÉGICO PARA EMPRESA DE VIDEO GAMES

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à coordenação do curso de pós-graduação em design estratégico da Faculdade Natalense para o Desenvolvimento do Rio Grande do Norte em parceria com o Instituto Euvaldo Lodi do Rio Grande do Norte e o Serviço de Apoio a Micro e Pequenas Empresas do Rio Grande do Norte, como requisito parcial para obtenção do título de Especialista em Design Estratégico

Orientador: Eduardo Barroso Neto, MSc.

Natal/RN

2005



M
65.012.2
M438p
2005

Catálogo na Publicação – Biblioteca da FARN
Setor de Processos Técnicos

Medeiros, Sílvia Augusto Bezerra de

Projeto Estratégico para empresa de vídeo games / Sílvia Augusto Bezerra de
Medeiros. – Natal: FARN, 2004.

31 f.

Orientador: Eduardo Barroso Neto (M.Sc.)

Monografia (Especialização em Design Estratégico) – Faculdade
Natalense para o Desenvolvimento do Rio Grande do Norte; Instituto Euvaldo
Lodi/RN; Serviço Brasileiro de Apoio a pequenas e Médias Empresas/RN

1. Planejamento Estratégico – monografia 2. Estratégias de Mercado – jogos
eletrônicos – monografia I. Título

RN/FARN/BC

CDU 65.012.2

LIGA DE ENSINO DO RIO GRANDE DO NORTE FACULDADE NATALENSE PARA
O DESENVOLVIMENTO DO RIO GRANDE DO NORTE

PROJETO ESTRATÉGICO PARA EMPRESA DE DESIGN

SILVIO AUGUSTO BEZERRA DE MEDEIROS

Trabalho de conclusão de curso apresentado e aprovado em 15 de março de 2005,
pela banca de qualificação composta pelos seguintes membros:

Eduardo Barroso Neto, MSc
Orientador

Membro Examinador

Dedico este trabalho a minha família que
Natal, ____ de ____ de ____ meu lado apoiando e
incentivando o meu trabalho.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a todos que de maneira direta ou indireta contribuíram para a realização do curso de design estratégico.

Agradeço a minha esposa e filho.

Dedico este trabalho a minha família que
está sempre do meu lado apoiando e
incentivando o meu trabalho.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a todos que de maneira direta ou indireta contribuíram para a realização do curso de design estratégico.

Agradeço a minha esposa e filho.

RESUMO

Através de um estudo sobre a empresa de vídeo games Magic Games Entretenimentos, podemos observar um caso de como o design é cada vez mais importante na vida das empresas. Como ele interfere nas situações do dia a dia e como é fator responsável pelo sucesso de uma empresa no mercado atual caracterizado por fortes concorrências.

Da marca à um simples display com número colado na TV do play game, o design estará agregando valor e interagindo com as pessoas, causando sensações positivas. Agindo de maneira funcional e, neste caso relatado, seduzindo, cativando e organizando uma estrutura que satisfaça plenamente as necessidades dos clientes, através de uma prestação de serviços responsável e eficiente.

Esse trabalho falará sobre um planejamento de design estratégico para uma empresa de vídeo games e acessórios que sentiu uma necessidade de inovar e organizar sua estrutura para acompanhar o público exigente do segmento criando diferenciais e se tornando empresa referência no ramo do entretenimento.

SUMÁRIO

1 - INTRODUÇÃO	13
1.1 - OBJETIVOS	14
1.1.1 - Objetivo Geral	14
1.1.2 - Objetivos específicos	14
2 - DESENVOLVIMENTO	15
2.1 - DESCRIÇÃO DA EMPRESA	15
2.2.1 - VISÃO DE FUTURO PARA A EMPRESA	15
2.2.2 - IDENTIFICAÇÃO DA DEMANDA	17
2.2.3 - ANÁLISE DA OFERTA EXTERNA CONCORRENTES	17
2.2.4 - ANÁLISE DA OFERTA INTERNA	18
2.2.5 - ESCOLHAS DE NICHOS DE MERCADO E FOCALIZAÇÃO	20
2.2.6 - DEFINIÇÃO DO EMPREENDIMENTO E SERVIÇOS A SEREM OFERECIDOS	20
2.2.7 - METAS EMPRESARIAIS	21
2.2.8 - PRINCIPAIS MUDANÇAS NOS MÉTODOS E PROCESSOS DE TRABALHO	21
2.2.9 - VALOR AGREGADO	22
2.2.9.1 - MISSÃO	22
2.2.9.2 - ESTUDO DA MARCA PARA A EMPRESA	22
2.2.10 - ESTRATÉGIA PROMOCIONAL	26
2.2.11 - ESTRATÉGIA COMERCIAL	26
3 - CONSIDERAÇÕES FINAIS	27
REFERÊNCIAS	28
ANEXOS	29

1 - INTRODUÇÃO

O segmento de entretenimento, especificamente dos jogos eletrônicos, ganharam um grande impulso nos últimos oito anos com o surgimento de aparelhos avançados e jogos em CD e DVD. A interação entre máquinas, iniciada pelos computadores, está em fase inicial nos vídeo games, mas já vem com força total competindo de igual para igual com as "Lan Houses" de forma ainda mais satisfatória com uma tecnologia mais simples e mais rápida. A interação uniu ainda mais os "game maníacos" que se tornaram mais apaixonados pelo segmento.

O público dos games vem, cada vez mais, sendo exigentes na hora de escolher um lugar para jogar e para comprar. É indispensável ter um padrão de qualidade criando diferenciais, inovando em serviços, produtos e comunicação visual do empreendimento.

A proposta deste trabalho é apresentar um projeto estratégico para uma empresa de entretenimento voltada ao ramo dos jogos eletrônicos, interessada na melhoria de seus serviços e ofertas de produtos, bem como a organização interna e externa (distribuição de setores e comunicação visual) da empresa.

Para a elaboração do projeto, foram levados em consideração alguns fatores primordiais como: Análise de Empresas concorrentes, satisfação do público, carência de mercado, nichos de mercado, metas empresariais, estratégia promocional e estratégia comercial.

1.1 OBJETIVOS

1.1.1 Objetivo geral

Elaborar um projeto estratégico para uma empresa do segmento de entretenimento com ênfase em jogos eletrônicos, abrangendo todos os outros serviços disponibilizados pela mesma. Apresentar sugestões viáveis e funcionais que somem qualidade e prestígio ao estabelecimento para com seu público.

1.1.2 Objetivos específicos

- Estabelecer uma visão de futuro da empresa para 5 e 10 anos.
- Identificar a demanda.
- Analisar a oferta interna e externa.
- Escolher nicho de mercado.
- Definir características do empreendimento.
- Definir identidade visual da empresa.
- Estabelecer estratégias comerciais.
- Estabelecer estratégia promocional.

2.2.1 - VISÃO DE FUTURO PARA A EMPRESA

Distribuímos a visão de futuro em partes que constituirão metas anuais até o objetivo principal dentro de 5 e 10 anos.

2 - DESENVOLVIMENTO

2.1 – DESCRIÇÃO DA EMPRESA

A Magic Games é uma empresa de entretenimento, especificamente do segmento de vídeo games e outros jogos eletrônicos. Sua estrutura está localizada na Rua Olinto Meira, 1018 – Barro Vermelho. A empresa trabalha com vendas de vídeo games e acessórios, assistência técnica, playgame (local para locação de horas de jogo na própria empresa) e festas de aniversário (no playgame em parceria com empresas de eventos).

Sua Marca é bem resolvida e passa muito carisma ao público. A empresa desenvolveu um projeto de identidade visual no início, mas não manteve a preocupação durante os anos subseqüentes de continuar, criteriosamente, a valorizar e modernizar, quando necessário, os padrões visuais do projeto.

Está a 15 anos no mercado e o proprietário afirma - *"Esta é a fase mais exigente por parte do público. Eles elogiam quando se faz algo diferente, criticam detalhes e exigem, o que é o certo, a qualidade máxima dos produtos e serviços oferecidos. Os mínimos detalhes eles analisam, desde a placa de fachada até o tipo de TV utilizada no play game"*.

Para propor soluções viáveis partimos dos seguintes itens para o desenvolvimento deste projeto: visão do futuro, identificação da demanda, análise da oferta externa e interna, escolhas dos nichos de mercado e focalização, definição do empreendimento e serviços a serem oferecidos, metas empresariais, principais mudanças nos métodos e processos de trabalho, valor agregado, estratégia promocional e estratégia comercial.

2.2.1 - VISÃO DE FUTURO PARA A EMPRESA

Distribuímos a visão de futuro em partes que constituirão metas anuais até o objetivo principal dentro de 5 e 10 anos.

5 anos - A Magic Games almeja estar com o prédio estruturado para receber clientes individualmente nos seus 3 setores (Vendas, Assistência Técnica e Play game com espaço para festas).

10 anos - O proprietário almeja estar com duas lojas bem estruturadas além da matriz em localizações estratégicas, os melhores fornecedores, serviços de entrega, um site com comercio eletrônico interagindo de maneira funcional e uma comunicação visual perfeita que dê margem para abrir franquias em estados mais próximos ao RN.

“Arrumando a casa de dentro para fora teremos”:

2006 ao final de 2008 – Reorganização das salas do prédio matriz por setores bem definidos e remodelados de acordo com o que é oferecido por cada um, se preocupando sempre com a circulação e bem estar dos clientes.

2009 ao final de 2011 - Programação visual estrutura interna e externa da loja (fachada, placas, sinalização interna, painéis, gôndolas, displays promocionais, fardamento funcionários, estantes, capas para caixas de cds, dvds e cartuchos para locação e quadros de jogos);

Elaboração de software aperfeiçoado atualizado de locação e vendas de produtos. Com seu prédio estruturado e todos os serviços já bem distribuídos estará realizada a primeira parte do projeto.

Aqui a empresa já estará visualmente e funcionalmente organizada para atender o seu público alvo.

2012 ao final de 2013 – Criação de Site interativo que divulgue promoções, compartilhe dicas de jogos, que faça pré-inscrições em campeonatos, mural de fotos, lançamentos de CDS e DVDS, enfim, que interaja e seja funcional agregando mais valor a empresa e facilite algumas ações;

Pesquisa de campo para compra ou aluguel de lojas em pontos estratégicos; Divulgação da empresa, sua estrutura, serviços oferecidos e novos diferenciais no meio comercial.

2014 ao final de 2016 - Programação visual estrutura interna e externa das lojas 1 e 2 (fachada, placas, sinalização interna, painéis, gôndolas, displays

promocionais, estantes, capas para caixas de CDS, DVDS e cartuchos para locação e quadros de jogos). O cliente é referência Nacional em se tratando de serviços e produtos relacionados a vídeo games, aberto a liberação de franquias em outros estados. Estará concluída a segunda parte do planejamento.

Estas são as metas para atingir os objetivos em 10 anos. Propostas inicialmente, mas que devem ser analisadas ano a ano de modo a adequá-las a realidade da empresa, as mudanças no mercado e às variações do mesmo durante cada ano.

2.2.2 – IDENTIFICAÇÃO DA DEMANDA

Seu público alvo são consumidores apaixonados pelos jogos eletrônicos, em sua maioria crianças, adolescentes e adultos na faixa de 10 a 35anos.

O mercado do games atualmente é carente de uma estrutura organizada e segura. Os clientes exigem cada vez mais variedade e qualidade nos produtos e serviços. Então é uma ótima oportunidade para se destacar como loja especializada no segmento aqui no estado. Sua concorrência deixa muito a desejar e não tem o carisma e a competência dos empresários da Magic Games. O perfil do público é variado e dá margem a criação de novos serviços, no caso, já em execução como é o projeto das festas infantis. A procura não só como empresa, mas também como ponto de encontro de turmas para troca de informações, competições é de grande importância para esse setor. Outros públicos que gostam de outros tipos de jogos como RPGs já procuram a magic para reuniões então cremos que toda a estratégia utilizada será objetivando a "interação".

2.2.3 – ANÁLISE DA OFERTA EXTERNA – CONCORRENTES

O mercado local não oferece concorrentes com tão variado número de serviços e produtos. As empresas em sua maioria são pequenas e desorganizadas, não divulgam com frequência e são conhecidas mais em seus próprios bairros. Não possuem assistência Técnica especializada para as novas máquinas que surgiram.

2.2.4 – ANÁLISE DA OFERTA INTERNA

A empresa estudada apresenta características que devem ser valorizadas e aperfeiçoadas, defeitos a serem eliminados, para que esta consiga atingir os objetivos para o seu desenvolvimento.

Pontos positivos:

Alta direção:

- Experiência em decisões na hora da compra de equipamentos que realmente vendam bem e bom relacionamento com os seus fornecedores.

Cultura organizacional:

- Possui equipamentos e tecnologia de última geração;
- Possui atendimento (balcão) altamente eficiente para o seu público
- Possui contatos estratégicos com os principais fornecedores.
- A Empresa mantém um bom relacionamento com seus concorrentes servindo de empresa terceirizada para serviços os quais eles não possuem.

Design:

- Marca bem resolvida e funcional transmite carisma e agrega valor desde a fundação da loja.

Pontos Negativos:

Informações e Comunicações:

- A Empresa não faz divulgação de forma correta;
- Sinalização interna é falha;
- Não possui profissional para levantar, armazenar e analisar informações;
- A Empresa não explora outros meios de comunicação com os clientes apenas telefone e contato direto no balcão

Planejamento:

- Não possui um plano de cargos e salários;
- Não estuda datas sazonais para explorar planos de comunicação

Mensuração de Resultados:

- A Empresa ainda está implantando algumas normas de controle de qualidade

Satisfação do público:

- Não possui nenhum sistema de aferição do grau de satisfação do público;
- A Empresa não possui um site.
- Recebe e-mails dos clientes mas falta atenção almejada pelos clientes.

Quando analisamos a empresa e seus funcionários pelo lado pessoal, verificamos que possui mais qualidades que defeitos. Dentre as qualidades podemos destacar: iniciativa, simpatia, respeito, profissionalismo, ética, e responsabilidade. Mas também existem defeitos como falta de entusiasmo, sedução na hora das vendas e visão.

Visando potencializar estas qualidades e amenizar os defeitos, serão tomadas as seguintes iniciativas:

- Tomar iniciativas que visem a inovação da empresa;
- Pesquisar mais sobre o que está vendendo e passar ao cliente mais segurança do produto que está comprando.
- Mais atenção aos anseios dos clientes a novos produtos.
- Investir na capacitação profissional dos funcionários da empresa;
- Tomar decisões de risco, que possam levar ao crescimento da empresa;
- Buscar sempre novos desafios que estimulem as atividades produtivas da empresa.

- Criar diferenciais de acordo com a necessidade do seu cliente
- Procurar atender da melhor forma possível em todos os meios de comunicação utilizados pela empresa

2.2.5 - ESCOLHAS DE NICHOS DE MERCADO E FOCALIZAÇÃO

A empresa estudada terá uma reestruturação visando melhoria dos seus serviços no que diz respeito à vendas, assistência técnica, aluguel e festas. Tudo baseado no contexto atual da "interação" e eficiência com os seus clientes.

2.2.6 - DEFINIÇÃO DO EMPREENDIMENTO E SERVIÇOS A SEREM OFERECIDOS

O objetivo da Magic Games será oferecer uma infra-estrutura o mais completa possível para o cliente exigente. Para isso selecionamos os principais serviços a serem oferecidos

- Atendimento personalizado em balcão ou internet.
- Assistência técnica especializada, eficiente e cumpridora de prazos.
- Alugar CDs e fitas de qualidade.
- Vendas de máquinas e acessórios garantidos.
- Playgame com 20 telas e vídeos games variados, sala climatizados, cadeiras ortopédicas e joysticks novos e semanalmente revisados.
- Área privilegiada para encontros de turmas troca de idéias
- Espaço para jogar RPG.
- Moto-entrega
- Lojas totalmente climatizadas e bem sinalizadas
- Profissional de Segurança fardado em guarita na parte externa

2.2.7 – METAS EMPRESARIAIS

2.2.7.1 – Ideia

A meta da empresa é se destacar como a melhor empresa do ramo primeiramente no estado e depois expandir seu comércio com franquias. Oferecendo os melhores serviços e lançamentos em vídeo games e acessórios.

2.2.8 – PRINCIPAIS MUDANÇAS NOS MÉTODOS E PROCESSOS DE TRABALHO

2.2.8.1 – Estado da empresa para a empresa

Serão relacionados alguns métodos e processos de trabalho que guiarão o funcionamento desta empresa, são estes:

- Avaliação semanal sobre o desempenho de cada setor da empresa;
- Avaliação de preços de produto de diferentes fornecedores;
- Realização de cronograma mensal relativo as datas de aniversários de clientes para possível comunicação via e-mail;
- Estabelecimento de metas anuais e reavaliação destas sempre que houver alteração da realidade considerada;
- Compartilhamento de informações técnicas entre todos os funcionários da empresa;
- Implantar um sistema captação de informações que sirvam de base para se analisar o grau de satisfação dos clientes;
- Criação de um site com todos os serviços oferecidos pela empresa, bate papo semanal com técnico da assistência, espaço para cadastro de clientes.
- Criar um sistema de comunicação com o cliente: mala-direta, cartões em datas sazonais, brindes.

2.2.9 – VALOR AGREGADO

2.2.9.1 - Missão

A missão da Magic Games é proporcionar os melhores serviços e produtos aos seus clientes além de promover interação entre os apaixonados pelo segmento.

2.2.9.2 - Estudo da marca para a empresa

A marca da empresa (Figura 1) já é bem reconhecida e está bem associada ao vídeo game. Ela possui um mascote que remete muito carisma a empresa. O que precisamos trabalhar mais no momento é a personalidade do mesmo para atender ao público mais jovem e adulto que passou a gostar mais dos jogos. Então caracteriza-lo com atitudes mais dinâmicas e radicais é uma boa saída para expandir mais ainda público alvo da loja.

FIGURA 1 – IMAGEM DA MARCA



FIGURA 2 – PAPELARIA

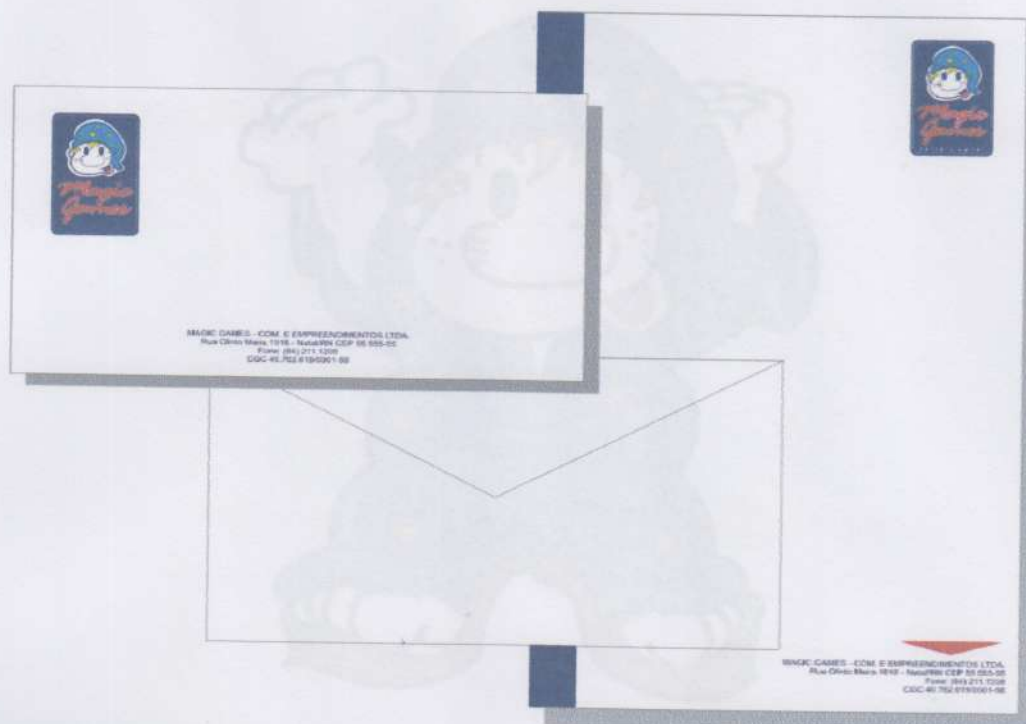


FIGURA 3 – MASCOTE



FIGURA 4– ALGUMAS APLICAÇÃO EM MATERIAL DE MERCHANDISING





2.2.10 – ESTRATÉGIA PROMOCIONAL

A estratégia promocional para a empresa no período indicado no cronograma dos 10 anos obedecerá os seguinte itens:

- Panfletagem próximo a escolas e faculdades
- Envio de mala direta eletrônica para clientes cadastrados com link para site
- Envio de E-mails com promoções;
- Cadastramento de clientes antigos para manter correspondência em datas comemorativas;
- Distribuição de brindes a cada compra;
- Promoções no site da Magic Games

2.2.11 - ESTRATÉGIA COMERCIAL

- Promoções baseadas em análises de mercado (concorrência);
- Promoções envolvendo os outros setores (Assistência técnica, Play Game, festas)
- Descontos para outras lojas na quantidade de serviços trazidos

3 – CONSIDERAÇÕES FINAIS

PADILHA, Érico. 3 Minutos de Marketing. 1. ed. Palmas: O Cambalão-SC, 2000.

O projeto estratégico para a empresa MAGIC GAMES, tem embasamento nos valores assimilados no Curso de Design Estratégico, referentes a importância do design para o desenvolvimento e sucesso de uma empresa.

SOUTO Na atual situação do comércio, crescendo de forma assustadora com novidades e soluções que surgem a cada hora, a vida e sucesso de uma empresa depende do empreendedorismo do seu proprietário e da capacidade de inovação dos profissionais contratados para propor meios funcionais com flexibilidade em sua estrutura que possibilite uma constante mudança para acompanhar as evoluções tecnológicas e culturais da sociedade.

REFERÊNCIAS

PADILHA, Ênio. **3 Minutos de Marketing**. 1. ed. Balneário Camboriú-SC: 2000.

_____. **Plano de marketing para micro e pequena empresa**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2001.

SEBRAE. Manual do EMPRETEC. Natal, 2001.

SOUTO, Álvaro Guillermo G. **Design : virtual ao digital**. São Paulo: Demais Editora, 2002

ANEXOS

1. Fachada Magic Games



2. Recepção



3. Parte das estantes de jogos para aluguel



4. Playgame

Imagem 1



Imagem 2



5. Equipamentos e em exposição

Imagem 1



Imagem 2

