



ADVB-SC 2024 CASE TOP DE MARKETING

Sinopse

A Gran Mestri apresenta uma breve história sobre os valores e a missão, desde a fundação da empresa, que foram determinantes para tornar a fábrica no maior complexo industrial de Queijos Especiais da América Latina. Tendo seu trabalho reconhecido em rede nacional pela Rede Globo, onde foi escolhida para representar a produção nacional de queijos.

Foram anos de muito trabalho, superação diante de todas as turbulências econômicas e políticas que assombraram o país. Seguimos com o foco na gestão otimizada de todos os recursos e processos internos.

Índice

Somos Agro de Gente pra Gente (Arquivo nº 1) _____ 03

PROBLEMÁTICA

Conceito _____ 04

1. DESENVOLVIMENTO

1.0 - A quarta maior bacia leiteira do Brasil _____ 06

1.1 - Tecnologia e sustentabilidade

1.2 - A Maior Fábrica de Queijos Especiais da América Latina _____ 07

1.3 - Produtos _____ 08

2. A ADAPTAÇÃO NO MERCADO PARA NOVOS RESULTADOS _____ 10

2.1 - Estratégias e Soluções

2.2 - Globo Rural _____ 11

2.3 - História da Indústria

2.4 - Degustação Comentada _____ 12

2.5 - Degustação dos Pontos de Vendas

2.6 - Apresentação nos Pontos de Vendas _____ 13

2.7 - Gestão com Líderes de Sucesso

2.8 - Tapete Vermelho no Varejo

2.9 - O AGRO DE GENTE PRA GENTE _____ 14

3.0 - Site

Somos Agro de Gente pra Gente

A história de Acari Menestrina, que esta a frente da Gran Mestri... começou lá no interior de Rio dos Cedros.

Eram tempos difíceis. Poucos carros nas estradas e tigelas feitas de barro decorando as prateleiras.

Sobre a mesa do café da manhã: pão e leite, manteiga e queijo. O que no passado era chamado de cultura da subsistência, hoje é a essência da agricultura familiar e cooperativada.

Perdeu o pai quando só tinha 4 anos de idade e morava na casa dos avós com a irmã e mais 12 tios. Na estrebaria, todos os dias, mesmo uma criança, era o seu trabalho acompanhar a Nona na tarefa de ordenhar o leite das vacas, cabia ao menino segurar o rabo do animal.

–“Tá na hora de comer” gritava a Nona, chamando todos para o almoço.

Era o avô quem servia à todos, para que não faltasse alimento a ninguém. Partia a polenta em fatias e acrescentava um pedaço pequeno de queijo, seguido de um conselho que o menino jamais esqueceu:

–“Come bastante polenta e cheira o queijo” dizia o avô.

O aroma do queijo, para aquele menino, se tornaria uma espécie de DNA da sua própria existência.



“Um dia vou fazer bastante queijo!” respondeu para o avô.

Mesmo sem saber, naquele momento as palavras eram uma espécie de profecia. Nascia em Acari Menestrina, aquele menino pobre, de Rio dos Cedros, um sonho que viria a ser a sua grande missão de vida.

Jovem, decidiu estudar e de imediato se formou em técnico agrícola. Era a chance de estreitar ainda mais a sua relação com o setor leiteiro e entender as virtudes, nuances e armadilhas. Em 1976 e ingressou na EPAGRI e passou a trabalhar através do órgão no desenvolvimento da bacia leiteira do Oeste de Santa Catarina.

A produção de leite aos poucos foi criando uma base sólida na região. Aquele primeiro desafio profissional de Acari foi concluído com sucesso. Tanto que foi condecorado pelo Governador do Estado em 2004 como o “Pai da Bacia Leiteira na Região Oeste Catarinense”.

Com a certeza de que não faltaria matéria prima para qualquer sonho e empreendimento, Acari decidiu montar uma fábrica de leite, a Cedrense, que chegou a ser líder no setor da região sul do Brasil, empresa que tinha no leite a base para um extenso mix de industrialização de produtos. Aos poucos a empresa passou a fazer parte da vida de uma boa parcela de consumidores brasileiros.

O negócio estava crescendo e abriu fronteiras por outros estados. A quantidade e a qualidade dos produtos também evoluíram com o passar dos anos.

Foram décadas de muito trabalho, dedicação e incontáveis aprendizados. Aquele menino de Rio dos Cedros estava voando alto.

Na busca pela qualidade e inovação, em uma de suas viagens, para o Norte da Itália, Acari se apaixonou pelo Grana Padano. Descobriu o que os monges da Província de Padania haviam descoberto há mil anos: o queijo grana.

Com massa dura e uma cura de 12 meses, o queijo durante esse período adquire um sabor inconfundível, famoso em todo mundo. Foi amor à primeira vista.

Lá ele lembrou daquela promessa antiga que fizera para o avô e resolveu dar uma melhorada nela:

“Um dia, eu vou fazer o melhor fazer o melhor queijo do mundo!” disse para si.

No retorno ao Brasil, começou o plano para fazer “O melhor queijo do Mundo”. Para produzir esse queijo ele precisava ter:

- 1. Leite de qualidade**
- 2. Uma fábrica de ponta**
- 3. A receita certa**
- 4. Mão de obra qualificada**

Na sequência, a Cedrense, sua primeira empresa foi vendida para um grande grupo. Só que aroma e o sabor do queijo estavam na sua vida desde os primeiros passos, então chegara a hora de se envolver de corpo e alma com a sua paixão.

O sonho daquele menino estava quase se concretizando quando ele criou a Gran Mestri. Tudo foi acontecendo aos poucos. O leite estava garantido com a Fazenda Agro Sopramonte e a tecnologia da Nova Zelândia. Sem contar com o auxílio dos produtores de leite locais, que fizeram parte da história lá no início da jornada de Acari.

Os equipamentos para a fábrica foram chegando da Itália. A receita, super importante nesse processo, foi feita pelo mestre queijeiro italiano, que passara algumas temporadas com visitas técnicas e testes, até chegar na excelência. A experiência, a paciência e a técnica, foram fundamentais para Gran Mestri crescer forte. No total, quatro anos de maturação para a empresa dar os primeiros passos no mercado de queijos duros no Brasil. Em pouco tempo, a indústria se tornou a maior fábrica de queijos duros da América Latina, em relação ao volume de produção e ao parque industrial.

Os últimos anos foram muito desafiadores para a indústria alimentícia como um todo no Brasil. A economia não reagiu como o esperado. Mesmo assim, a Gran Mestri não parou. Cresceu. Ampliou o mix de produtos, aumentou exponencialmente o número de pontos de vendas. Estava de norte à sul, de leste à oeste, em todas as principais redes supermercadista do país. Acari trabalha obcecado pela alta qualidade e inovação constante, seu lema é:

No retorno ao Brasil, começou o plano para fazer “O melhor queijo do Mundo”. Para produzir esse queijo ele precisava ter:

“Precisamos ser o número 1, do 2 ao 10 é tudo igual!” diz Acari.

Conceito

Em uma década de evolução e mudanças nos hábitos dos consumidores da indústria alimentícia do Brasil, o consumo de queijos passou de uma média de 7,3kg consumo per capita para 8,6 kg. Significa um incremento de mais de meio quilo de queijo por ano por pessoa. Segundo os dados da empresa inglesa de pesquisa de mercados THEODORE¹, desde 2006, o consumo brasileiro para os queijos se mantém em crescimento, uma média de 8,3% por ano.

Esta evolução já é maior do que no México, país ao qual o Brasil é comparado, avaliando o tamanho territorial e perfil dos consumidores. No entanto, o consumo de queijo do brasileiro ainda é tímido, a metade, se comparado aos países vizinhos, como a Argentina.

Foram esses números que motivaram a presidência da Gran Mestri, a maior fábrica de queijos especiais da América Latina, a iniciar uma grande expansão. A empresa fabrica diariamente 13 linhas de produtos laticínios no mesmo parque industrial

Em 2015 a Gran Mestri passou por um processo semelhante de ampliação, quando incrementou na cartela produtos totalmente novos, a primeira Linha Zero Lactose dos queijos tipo grana do Brasil. O que promoveu um salto de 40% nas vendas da Gran Mestri. Na época, os desafios eram grandiosos, como a conquista de novos consumidores e mercados, mão de obra qualificada, aumento do parque industrial e o investimento pesado em novas tecnologias.

¹.THEODORE, Sarah, BRASIL-MINTEL, Julho de 2018.

Nos últimos tempos os obstáculos estão ainda maiores. A instabilidade política, a recessão econômica, alta do dólar, do euro, a falta de crédito, a desconfiança e todo o cenário turbulento enfrentado pelos empresários brasileiros nos últimos dois anos.

A Gran Mestri nasceu com o objetivo de produzir no Brasil um queijo tão nobre quanto aqueles feitos no Velho Mundo. A missão da empresa é levar para a mesa do consumidor um produto de alta qualidade. Entre os principais valores estão o bem estar animal e o cuidado com as pessoas.

Seria possível então, diante de todas as dificuldades do cenário político e econômico do Brasil, com base nos valores, objetivo e missão da empresa, construir uma nova fábrica para produtos totalmente diferentes em pouco tempo?

O parque industrial da Gran Mestri está localizado em Guaraciaba, Extremo Oeste Catarinense.

Somente no complexo industrial da Gran Mestri, a empresa passou a empregar 240 empregos diretos. Além dessas vagas, considerando também empregos indiretos, com os insumos, logística, promoção e reposição, foram mais mil postos de trabalho.

O faturamento, de R\$ 160 milhões em 2022 passou para R\$ 200 milhões em 2023, com projeção de aumento em 25% neste ano com a consolidação no mercado nacional.

Hoje, todo o mix de produtos já está à venda nos melhores pontos de vendas do Brasil e chegando na mesa de novos consumidores em todo o país. A saudabilidade é um dos grande diferenciais da Gran Mestri, pois em nenhum dos produtos é adicionado conservantes. A empresa utiliza ingredientes vindos da Itália, que garantem uma excelência e diferencial no processo.



Para que o queijo tenha excelência, a matéria prima precisa ter em média proteína de 3,5 e de gordura na faixa de 4,3 a 4,4. No Brasil, o leite tem 3,2 de proteína e 3,8 de gordura. O que significa na prática que é necessário melhorar os sólidos do leite que são a proteína, a caseína e a gordura.

Na produção do queijo o ponto vital é questão bacteriológica. Na Europa exige-se menos de 200 de células somáticas e menos de 10 de contagem bacteriológica. O leite brasileiro tem, em média, mais de 600 de células somáticas e cerca de 400 de contagem bacteriológica.

Por esse motivo, o trabalho com o produtor de leite, para a indústria laticínios, é fundamental e interfere diretamente no crescimento da cadeia como um todo. O padrão mantido pelos produtos Gran Mestri exigiu uma série de procedimentos durante o processo de fabricação. Um deles é o envio frequente de amostras de leite para análise da qualidade da matéria prima.

A empresa utiliza como base os parâmetros europeus e mantém uma equipe de técnicos e engenheiros em permanente monitoramento na higienização ao longo de todo o processo de fabricação, na fiscalização constante da qualidade, com exames laboratoriais.

Na fábrica da Gran Mestri as análises envolvem também a superfície dos equipamentos e dos utensílios manipulados. Os colaboradores precisam higienizar todos os ambientes, verificar continuamente os ingredientes, a salmoura, temperatura dos processos, tempo e o desempenho do produto até o seu estágio final.

O complexo industrial da empresa também foi construído propositalmente no centro de uma bacia leiteira, na Região Oeste de Santa Catarina. Assim, o principal ingrediente para elaboração dos produtos chega mais rápido na fábrica, diminuindo o risco com contaminações, reduzindo custos na logística e valorizando os 350 produtores de leite locais que fornecem a matéria prima para os queijos da empresa.



1.0 A quarta maior bacia leiteira do Brasil

O Oeste Catarinense é mais conhecido no setor agropecuário pela produção de aves e suínos. Mas a produção de leite na região já é o terceiro item mais importante na composição do Valor Bruto de Produção (VBP) – o total pago aos agricultores – da agropecuária estadual, de acordo com dados da Federação da Agricultura e Pecuária (Faesc)³.

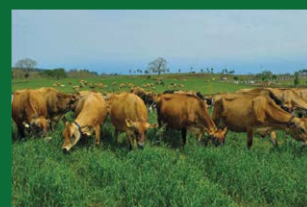
O leite catarinense não tem só peso na pauta econômica da agropecuária local, mas também nacional. Em 2016, Santa Catarina se tornou o quarto maior produtor do país ao ultrapassar Goiás, segundo do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE⁴.

O Estado também tem bons indicativos para o aumento da quantidade de produção de leite no Brasil. Mas a qualidade ainda é o principal desafio.

Na Nova Zelândia, principal referência, os produtores se modernizaram e se uniram para criar sistemas inteligentes e fazer até hoje o melhor leite do mundo. Para conseguir competir com neozelandeses, europeus e norte-americanos, que detêm 90% da produção de leite no mundo, a cadeia catarinense precisou se aprimorar.

Conforme a Empresa de Pesquisa Agropecuária e Extensão Rural de Santa Catarina (Epagri), em grande parte, esse trabalho tem relação com o melhoramento genético dos animais.

A fábrica da Gran Mestri exerce forte impacto no projeto de desenvolvimento da qualidade do leite em Santa Catarina. Todas as propriedades que fornecem leite para a Gran Mestri tem Certificação de Status livre de brucelose e tuberculose, uma grande conquista.



3.Revista Guia Lat, janeiro de 2018. <https://www.guialat.com.br> 4.Estatística da Produção Pecuária, abril de 2018.

1.1 Tecnologia e sustentabilidade

Para a Gran Mestri, a geração de valor no produto começa na relação com os fornecedores, que vai além do comercial. São 250 produtores de leite de toda a região Oeste de Santa Catarina e também parte do Rio Grande do Sul que cooperam com as atividades da empresa.

Tanto os colaboradores, quanto os fornecedores respeitam a sustentabilidade, o bem estar animal, o cuidado com a saúde do consumidor final, ao manter os padrões e as qualidades exigidas pela Gran Mestri.

No intuito de incentivar os produtores colaboradores a empresa promove uma premiação através da “Poupança do Leite”, um projeto interno que entrega recursos financeiros aos agricultores que mantiveram os padrões de leite exigidos durante um ano na participação do programa. Nos anos de 2020 a 2021, 2022, 2023 foram entregues mais de R\$ 2.000.000,00 para os fornecedores participantes.

Para que o Brasil alcance o padrão conquistado pelos produtores de leite da Nova Zelândia e Estados Unidos, de acordo com o anuário editado pela SELECTUS, é necessário seguir todos os cuidados em relação à alimentação dos animais. Os principais países na produção de leite no mundo já adotaram o modelo do animal livre no pasto.

Em 2009 o presidente da Gran Mestri, Acari Menestrina, criou uma fazenda modelo, a Agro Sopramonte.

Na Agro Sopramonte, há alguns anos as 400 vacas da raça Jersey são criadas em liberdade, sem confinamento, com uma dieta especial, à base de pasto, feno e uma mistura de cereais. A partir desta metodologia aplicada na fazenda modelo, o leite obtém 20% a mais de proteínas e 15% a mais de cálcio do que o leite de outras raças.

Os animais da fazenda são de raça pura e com altos padrões zootécnicos. Todos os dias a produção chega na média de 6 mil litros de leite. Seguindo todas as normativas internacionais de produção, estando apta a auditoria e certificada pelo Mapa - Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento.

Com isso, os processos padronizados tornaram a Agro Sopramonte uma fazenda sustentável e ecologicamente correta. Mas o modelo para a produção de leite não é a única área em que a Gran Mestri investe para o cuidado com o meio ambiente. O parque industrial também possui uma área de tratamento de efluentes. Isso sem contar o projeto implementado pela empresa de reflorestamento próprio, para suprir a demanda energética de toda a produção.

Todos os processos de fabricação dos laticínios da Gran Mestri não seriam viáveis, ecologicamente corretos e sustentáveis se não houvesse uma administração moderna, com sistemas automatizados, mão de obra qualificada e a implementação de controle adequados.



1.2 Maior Fábrica de Queijos Especiais da América Latina

Foram mais de quinhentas visitas técnicas em fábricas de laticínios, durante quatro anos, em oito países só da Oceania, além da Europa, todos líderes mundiais na produção de leite e derivados. Com base no estudo técnico dos cases de sucesso mundo a fora e o auxílio de uma equipe altamente qualificada, em 2002 a Gran Mestri começara a dar os primeiros passos na construção do primeiro complexo industrial.

O maquinário foi importado da Itália, o berço dos queijos de altíssima qualidade no mundo. Nos primeiros anos de funcionamento, foram desenvolvidos os processos de trabalho, aprimoramento dos resultados com base em amostras dos alimentos, capacitação da equipe para cada etapa da produção ficar em funcionamento total.

O parque industrial está localizado no município de Guaraciaba, Extremo Oeste Catarinense. Com pouco mais de dez mil habitantes, a cidade fica a 140 quilômetros de Chapecó, um dos pólos do agronegócio em Santa Catarina. A fábrica foi construída com uma localização estratégica, às margens da BR-163 e em um dos pontos excepcionais para a fabricação de produtos derivados do leite, sendo a região a quarta maior bacia leiteira do país.

A Gran Mestri iniciou a produção pelos queijos Tipo Grana, uma linha gourmet, foco principal da empresa até hoje. Em 2012, o complexo industrial passou por uma grande ampliação para produzir uma linha de “entrada”, que seriam: o queijo parmesão (fracionado ou ralado), manteigas, requeijão, além da primeira linha zero lactose e light de queijos duros do Brasil.

Passando a capacidade de produção em 2016 para quase dois milhões de toneladas por ano de oito tipos de queijos finos.

Em 2018, a fábrica passou por mais uma ampliação. Desta vez para a implementação de duas novas linhas: o queijo gorgonzola e o queijo provolone. O novo complexo foi inaugurado no fim de 2018, aumentando a capacidade de 8 linhas de produção para 13, dentro do mesmo parque industrial. Em 2021 a empresa lançou o primeiro Mascarpone legítimo do Brasil, produzido na Itália para a Marca Gran Mestri.

Hoje a Gran Mestri produz 30 toneladas diárias de queijos e laticínios, com uma capacidade de 1.500.000 kg de estocagem.

1.3 Produtos

Dos produtores rurais, passando pelo transporte da matéria prima, da indústria até a rede de varejo e aos consumidores finais, a missão da empresa é levar para a mesa das famílias um produto de excelência. Para desenvolver a segurança alimentar, o bem estar e a saúde dos clientes, a Gran Mestri não utiliza conservantes em todas as linhas de produção. Priorizando o controle dos processos e o cuidado de utilizar nos mais de 60 produtos um leite rico e de qualidade excepcional.





QUEIJO TIPO GRANA



QUEIJO PARMESÃO



QUEIJO MONTANHÊS



QUEIJO PECORINO



QUEIJO PROVOLONE



GORGONZOLA



MANTEIGAS



REQUEIJÕES



ZERO LACTOSE



SEMIDUROS



LINHA GOURMET



DOCE
DE LEITE



MASCARPONE



QUEIJO BRIE



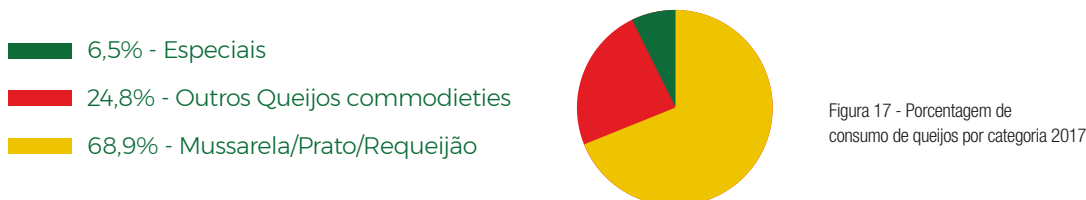
KITS PARA
PRESENTES

2. A adaptação no mercado para novos resultados

A indústria de alimentos no Brasil passou por uma grande transformação nos últimos quatro anos, principalmente com instabilidade econômica e política, agravada por uma recessão. Desde 2017, os consumidores passaram a incorporar novos hábitos alimentares. O mercado de queijos, considerado a ponta final da cadeia produtiva do leite, também amargou naquele ano dificuldades e retração nas vendas.

Conforme o Ministério da Fazenda, a cada 1% no aumento do Produto Interno Bruto (PIB) do País, o consumo de queijo teve um acréscimo de 1,2% em 2018. Ou seja, mesmo com a recessão, o setor cresceu 2,6%. Ao todo, a estimativa é que este mercado movimentará cerca de R\$ 18 bilhões por ano em todo o Brasil. Segundo a Associação Brasileira das Indústrias de Queijos - ABIQ, apesar do pessimismo na indústria de alimentos brasileira, os números em 2018 também apontaram para um crescimento exponencial no segmento nos próximos 4 anos, com um enorme potencial para os produtores. Isso porque, as pesquisas que englobam o perfil de consumo queijos pelos brasileiros é baseado em produtos convencionais, como a mussarela, o queijo prato e o requeijão, deixando de fora os denominados “queijos especiais”.

O modelo de consumo de queijos dos brasileiros está baseado na influência da cultura europeia dos colonizadores, com leve influência americana, com o aumento no consumo ano a ano dos queijos cheddar, cream cheese e cottage, além dos queijos artesanais, tipicamente brasileiros como o minas frescal, coalho e o requeijão, segundo dados da ABIQ.



De acordo com o gráfico anterior, extraído da REVISTA LATICÍNIOS7, os queijos considerados como produtos de entrada para o consumidor brasileiro, representam cerca de 70% do consumo total. A categoria determinada como “especiais”, inclui os queijos tipo grana, gorgonzola, pecorino, provolone, mozzarella de búfala e outros, representam apenas 6,3% dessa fatia.

Para a diretoria da Gran Mestri, os números projetados para 2018 e 2019 representaram o momento ideal para o investimento em novas linhas de produtos dos chamados “queijos especiais”, uma vez que não se tem com exatidão os números reais do crescimento do consumo brasileiro para essa linha especial.

Por esse motivo, com enorme otimismo na retomada do crescimento em 2019, a Gran Mestri planejou a introdução rápida de duas novas linhas, queijo provolone e queijo gorgonzola, como uma estratégia para aumentar as vendas. Com muito sucesso, hoje já fabrica e distribui o novo mix de produtos em todos os pontos de vendas já conquistados pela área comercial da empresa, apresentando os novos queijos para consumidores de todos os Estados brasileiros.

2.1 Estratégias e Soluções

A Gran Mestri implementou como planejamento de marketing a estratégia de educar e conquistar novos consumidores e mercados, com práticas que consolidam o relacionamento com os clientes, criando oportunidades de apresentar os novos produtos. Com isso, realizou uma série de ações, tais como: degustações promovidas nos pontos de vendas; modificações importantes do ponto de vista do marketing e para as vendas da empresa na montagem dos PDV's, a inclusão de mais informações sobre os ingredientes, com dicas de receitas e um novo design nos rótulos dos produtos, capacitação de toda a equipe de vendedores internos, além de promover a qualificação dos reposidores e representantes em todo o Brasil.

A introdução da nova linha de queijos da fábrica também só teve sucesso devido a base de clientes já cativos conquistados pela marca. E para que a empresa conseguisse aumentar o número de consumidores dos anos anteriores, a estratégia desde 2015, é estabelecer o reconhecimento da marca através da linha de entrada, ou seja, produtos com maior demanda de mercado e melhor aceitação do público consumidor.

O trabalho de consolidação da identidade da marca nos pontos de vendas inicia com as Linhas: Manteiga, Requeijão e Queijo Ralado. Na sequência, a empresa coloca em destaque as linhas Light e Zero Lactose.

Hoje no Brasil, mais de 70% das pessoas adultas têm algum tipo de intolerância a lactose, sendo que pelo menos 25% da população adulta, tem uma intolerância mais acentuada. Somente com a Linha Zero Lactose da Gran Mestri, a primeira a ser lançada no país, a empresa aumentou o faturamento anual em R\$ 4 milhões.

Outro destaque para a melhor aceitação dos produtos da Gran Mestri é a embalagem. A Linha de Requeijão foi desenvolvida em copo de vidro, biodegradável, bem como a Linha de Manteigas que é envasada em lata reciclável. O que gera um maior interesse por parte dos consumidores mais exigentes com a procedência do produto e cuidados com o meio ambiente.

2.2 Globo Rural

O crescimento exponencial dos últimos anos da Gran Mestri na área do marketing e comercial se deve também ao reconhecimento da empresa após a divulgação nacional no Globo Rural. A marca ficou conhecida em todo o país após a reportagem em 2016.

A matéria do Globo Rural trouxe a história de vida do fundador da Gran Mestri, Acari Menestrina, que deu ênfase para agronegócio. Além de mostrar todo o cuidado da empresa com a produção do leite, o apoio aos produtores rurais da Bacia Leiteira do Oeste Catarinense, toda a produção dos queijos com maquinário italiano e o crescimento notável da fábrica naquele ano.

O veículo é a marca líder no segmento agropecuário com tradição de 30 anos. Além do principal meio de veiculação do Globo Rural, que é a televisão, a Gran Mestri teve ainda a cobertura digital, com mais de 1 milhão de PageViews por mês no portal do Globo.com. E nas redes sociais, somando as 4 plataformas impactadas, foram mais de 2 milhões de usuários. Foi a divulgação em âmbito nacional a porta de entrada para que a Gran Mestri pudesse abrir novos mercados em todos os territórios brasileiros.



Clique no link e assista a reportagem na íntegra:
bitly/GloboRuralGranMestri

2.3 Histórias da Indústria

A Gran Mestri foi escolhida como um dos cases de sucesso pela Federação das Indústrias de Santa Catarina (FIESC), no projeto “Histórias da Indústria”, que trata sobre 30 empresas que integraram a inovação e competitividade da indústria catarinense que impulsionaram a região como uma potência industrial no país.

O livro “Histórias da Indústria”, lançado no mesmo ano do projeto, conta a trajetória do fundador da Gran Mestri, Acari Menestrina, além de trazer todos os principais pontos de virada da indústria. Glauco José Côrte, presidente da FIESC, destacou na publicação:

As histórias contadas neste livro sublinham valores muito bem assentados em Santa Catarina, que foram determinantes para tornar o Estado um dos mais prósperos do País. Nestas histórias de vida e superação sobressaem-se o apreço pelo trabalho, a visão empreendedora e a vontade de realizar algo relevante. (HISTÓRIAS DA INDÚSTRIA: 30 trajetórias empreendedoras que ajudaram a tornar Santa Catarina uma potência industrial. Junho de 2018).

O case abordado na publicação traz como diferencial para a história da Gran Mestri o tempo de consolidação da indústria no contexto econômico e social. Uma vez que a fábrica é citada como a mais nova entre as 30 empresas abordadas, algumas com mais de 90 anos de fundação. A presença da fábrica é associada como um grande agente de transformação para toda a região em menos de dez anos.



Clique no link e assista o vídeo na íntegra:
<https://bit.ly/3RIrGW>

2.4 Degustação Comentada

O programa de treinamento contínuo da Gran Mestri visa levar conhecimento sobre os produtos, tanto para consumidores, quanto para os clientes do varejo e representantes. Por essa razão, a empresa criou um modelo de apresentação do mix de produtos com uma degustação guiada sobre os atributos, aromas, sabores e harmonizações, que visam fazer toda a diferença na escolha de compra.

Uma vez que, de acordo com o Instituto de Pesquisa Capegemini8, em um grupo de dez pessoas, oito estariam dispostos a pagar mais por uma experiência e produtos de melhor qualidade na hora da compra. A ferramenta de marketing criada com a experiência da Degustação Comentada, atende à necessidade dos consumidores de saber mais sobre a história do produto, bem como propriedades nutricionais e origem. Também são treinados os clientes, supermercadistas e seus colaboradores e a equipe de vendas da própria empresa.

A equipe de marketing desenvolveu um disco, conforme a imagem a seguir, que visa apresentar, de forma orientada, todas as Linhas de Produtos da Gran Mestri. Por ser em forma de disco, a degustação segue em círculo, com a introdução dos produtos em ordem de evolução do paladar. Testando assim todos os sentidos: o visual, o olfato e o paladar.



Figura 18 - Degustação Comentada



Com uma explicação passo a passo dos produtos e com os testes sensoriais, o cliente tende a assimilar melhor os produtos da Gran Mestri, criando simpatia e autenticidade para aqueles com mais aceitação do paladar, que sem dúvida, varia de cliente para cliente.

A Degustação Comentada é agendada e realizada em todo o Brasil, atendendo todos os mais variados mercados e públicos do país.

2.5 Degustação nos Pontos de Vendas

Uma das estratégias de merchandising da Gran Mestri é o aumento de degustações nos pontos de vendas. A importância da estratégia nos PDV's é tão clara que, de acordo com a Point of Purchase Advertising Institute9, 85% dos consumidores brasileiros vão definir o que irão comprar apenas quando estão nos respectivos pontos de vendas.




Um dos grandes diferenciais nos pontos de venda é a degustação dos produtos Gran Mestri feita pelas promotoras vestidas com trajes típicos italianos.



Ao realizar frequentemente degustações com promotoras nos PDV's em todo o país, a Gran Mestri também implementou novas estratégias para chamar a atenção do consumidor, promovendo o espaço com uma identidade italiana, utilizando nas cores dos elementos, como toalhas, guardanapos, e principalmente nas roupas das promotoras, que passaram a utilizar trajes típicos da região norte da Itália.



Com muita simpatia as nossas "italianas" transformam e contagiam o ambiente, abordando os clientes de uma maneira diferenciada e personalizada.




2.6 Apresentação nos Pontos de Vendas

Diante das mudanças no comportamento e nos hábitos culturais dos consumidores nos últimos anos, a empresa adotou um novo modelo de exposição dos produtos nas gôndolas em todo o Brasil. Atendendo à nova demanda de clientes, especialmente aqueles com restrições alimentares, a Gran Mestri se posiciona nos pontos de venda com a linha zero lactose. A padronização do trabalho nos pontos de vendas por se tratar de queijos especiais, faz grande diferença na venda, a empresa busca através dos diferenciais de exposição, despertar o interesse dos consumidores que procuram produtos diferenciados.

Sempre mantendo o destaque para a marca e o mix de produtos que a compõem à disposição do cliente.



2.7 Gestão com Líderes de Sucesso

A eficiência e o sucesso para atingir as metas mensais, trimestrais e semestrais dos vendedores internos e representantes comerciais da Gran Mestri só é possível com uma gestão eficiente no acompanhamento das performances em grupos e nos processos de crescimento individual dos líderes de vendas da empresa. Pensando no crescimento de mercado com a nova linha de queijo gorgonzola e o queijo provolone, a empresa implementou uma ampla capacitação dos colaboradores através do Instituto Falconi, líder em consultoria de gestão, a instituição é reconhecida nacionalmente pela capacidade em ajudar as organizações a construir resultados excepcionais pelo aperfeiçoamento da equipe de vendas e gestão.

Na Gran Mestri, os treinamentos constantes dos líderes visam utilizar o método PDCA - um sistema interativo de gestão de quatro passos: Planejar, Fazer, Verificar e Agir. Uma ferramenta poderosa que permitiu aos colaboradores alcançarem uma performance excepcional nos últimos 24 meses de aplicação do método. Com a equipe treinada, a liderança em harmonia com a gestão da fábrica, a Gran Mestri atingiu as metas traçadas para 2023. Com o faturamento da empresa em ascensão desde a fundação da empresa.

2.8 Tapete Vermelho no Varejo

A Gran Mestri participa anualmente da APAS, reconhecida mundialmente como a Maior Feira de Supermercados, promovida pela Associação Paulista de Supermercados - APAS, em São Paulo.

Onde expoe todo o mix de produtos, e inovações, para o mercado varejista, a empresa apresenta seu DNA, com identidade visual da câmara de maturação dos queijos da Gran Mestri. Promotoras de vendas, com o traje típico italiano, são colocadas em pontos estratégicos da feira para a degustação de toda a linha de produtos.

A equipe de líderes de vendas da empresa está presente na feira para o fechamento de novas frentes de mercado e consolidação da marca com novos consumidores.



2.9 O Agro, de Gente pra gente

Tamanho foi o destaque obtido nas ações e em todo o trabalho de todo o time Gran Mestri realizado, que a empresa colheu resultados impressionantes. A Gran Mestri, que além da tradição carrega uma grande história na produção de queijos finos, foi escolhida através da figura de seu Presidente Acari Menestrina pela Rede Globo, para representar o Queijo no Cenário Nacional.

Na série, Agro é Tech, Agro é Pop, Agro é tudo, serão coroados os 49 anos de experiência e dedicação de Acari Menestrina na produção de queijos e no setor leiteiro e também os 22 anos da Gran Mestri. Sendo um marco e um diferencial para o setor e também para o estado e o Brasil. Somos Agro de Gente pra Gente. Foi ao ar por um mês na Globo e na Globo News.



Clique no link e assista a reportagem na íntegra:

<http://glo.bo/3fsGrAR>

3.0 Site: Uma nova e exclusiva experiência



Sempre inovando e sendo pioneira no setor de queijos, a Gran Mestri lançou seu novo site no ano de 2023, e o grande destaque que fez aumentar os acessos consideravelmente, foi a **roda de sabores**, onde o consumidor com apenas um clique pode escolher seu queijo preferido e verificar dicas de harmonizações e combinações. O site anda alinhado com as redes sociais, onde através do trabalho com blogueiras o consumidor pode conferir uma gama de receitas, desde as mais praticas para o dia a dia até as mais sofisticadas.





O mais nobre dos queijos.