

ESAMC

ALINE MACEDO
EYSHELA VITORIA
MARIA LUIZA MARTINS

TRABALHO FINAL
Plataformas Digitais de Comunicação

Uberlândia

2023

Cliente:

Loja de roupas femininas - **Florenbrand**

Montar o Planejamento de Comunicação

- Briefing
- Pensar no objetivo de comunicação que pode ser trabalhado
- Quais as estratégias e as ferramentas que vocês vão usar para atingir os objetivos?
- Plano de ações. Régua de ações. Semana / mês e as ações específicas pra esta fase.
- Qual a verba? Orçamento completo da minha campanha. Incluso o Plano de mídia.
- Tempo da campanha?

Briefing:

1. Qual é o objetivo principal das férias? Aumentar as vendas, promover a marca, expandir a base de clientes ou outra meta específica?

R.: O objetivo é fazer com que nossos clientes fixos comprem mais durante este período

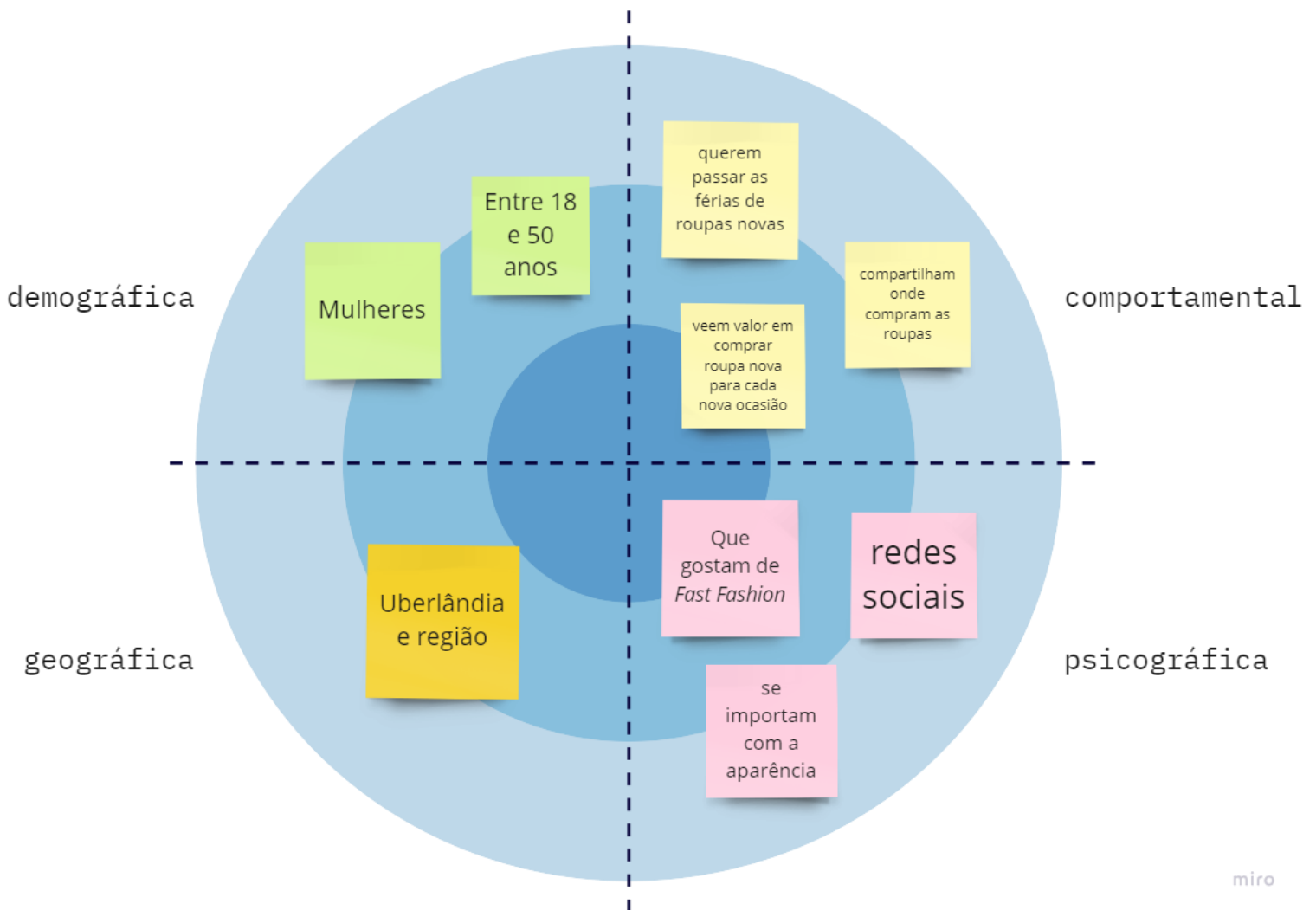
2. Quais são as datas específicas das férias? Elas se alinham a alguma ocasião especial, como feriados, festivais ou eventos locais?

R.: Do dia 03 a 28 de julho, onde entra a alta temporada de compras novamente

3. Qual é o público-alvo principal da loja de roupas femininas? Quais são as características demográficas desse público (idade, localização, interesses, estilo de vida)?

R.:

SEGMENTAÇÕES



4. Quais são os produtos ou categorias de produtos que você deseja destacar durante as férias? Há alguma coleção temática ou promoções especiais planejadas?

R. Roupas femininas para as férias de meio de ano, para viagens, eventos e feriados que ocorrem nesse período

5. Quais canais de marketing a loja de roupas femininas pretende utilizar durante a campanha e as férias?

R.: Como carro chefe vamos usar o Instagram, pois é por lá onde sempre ocorreu 100% da nossa comunicação com o cliente, mas vamos aderir nessa campanha ao e-mail marketing também

6. Existe algum orçamento específico designado para as atividades de marketing durante as férias? Se sim, qual é o valor?

R.: Sim, o valor que vamos investir no começo será de R\$10.000,00

7. A loja tem uma presença online? Se sim, como ela será integrada à estratégia de férias?

R.: Sim, nossa presença está nas redes sociais e nas nossas parcerias (influencers) que temos, queremos explorar e aumentar nossa presença, com o uso do Instagram Ads, e buscar novos parceiros (influencers)

8. Quais são os concorrentes diretos da loja? Quais estratégias de marketing eles adotaram em férias anteriores?

R.: Outras lojas de roupas femininas fast fashion. Os concorrentes usaram muito de marketing de conteúdo como estratégia nas férias anteriores

9. Quais métricas ou indicadores de desempenho serão utilizados para avaliar o sucesso das atividades de marketing durante as férias?

R.: CPA (clique por aquisição), Taxa de Conversão e ROAS

10. Há alguma consideração especial em relação à disponibilidade de estoque ou logística durante o período das férias?

R.: As peças são únicas e não cabível de reposição

Objetivo de comunicação:

Nosso objetivo é aumentar o ticket médio dos nossos atuais clientes e consequentemente aumentar em 10% o número de seguidores no Instagram.

A estratégia vai ser utilizar do Instagram Ads para anúncios pagos e melhor análise de dados e métricas durante este período de campanha, marketing de conteúdo e marketing de influência, e-mail marketing e programa de fidelidade para incentivar os clientes a gastarem mais, tendo como recompensa descontos exclusivos, brindes ou acesso antecipado a promoções.

Planejamento de Comunicação

	Segunda 4	Terça 4	Quarta 4	Quinta 4	Sexta 4
<p>Objetivos: Aumentar a conscientização da marca nas redes sociais e conquistar novos seguidores.</p> <p>Estratégias: Configurar anúncios no Instagram Ads para alcançar um público-alvo relevante. Criar conteúdo de valor para as redes e blog da empresa relacionado ao tema da campanha.</p>	<p>Semana 1 5</p> <p>Configurar a conta de anúncios no Instagram e definir o orçamento da campanha.</p> <p>Instagram ADS</p>	<p>Criar anúncios criativos com imagens e texto atraentes, e filtra influencers.</p> <p>Marketing de Conteúdo Marketing de Influência</p>	<p>Publicar o primeiro artigo no blog da empresa e promovê-lo nas redes sociais.</p> <p>Marketing de Conteúdo</p>	<p>Monitorar o desempenho dos anúncios do Instagram Ads e otimizá-los, se necessário.</p> <p>Instagram ADS</p>	<p>Analisar o tráfego gerado pelo artigo do blog e identificar oportunidades de melhoria.</p> <p>Marketing de Conteúdo Sprint</p>
<p>Objetivos: Converter leads qualificados em clientes e aumentar o ticket médio de compra.</p> <p>Estratégias: Enviar campanhas de email marketing segmentadas com ofertas personalizadas. Oferecer benefícios exclusivos aos clientes por meio do programa de fidelidade.</p>	<p>Semana 2 5</p> <p>Segmentar a lista de contatos de acordo com o histórico de compras e preferências.</p> <p>E-mail marketing</p>	<p>Criar um email personalizado com uma oferta exclusiva, destacando o aumento do ticket médio.</p> <p>E-mail marketing</p>	<p>Enviar o email para os segmentos de contatos adequados.</p> <p>E-mail marketing</p>	<p>Monitorar as taxas de abertura, cliques e conversões dos emails enviados.</p> <p>E-mail marketing</p>	<p>Incentivar os clientes a aproveitarem os benefícios exclusivos do programa de fidelidade relacionados ao aumento do ticket médio.</p> <p>Programa de Fidelidade Sprint</p>
<p>Objetivos: Aumentar a conscientização da marca nas redes sociais e conquistar novos seguidores.</p> <p>Estratégias: Configurar anúncios no Instagram Ads para alcançar um público-alvo relevante. Criar conteúdo de valor para o blog da empresa relacionado ao tema da campanha.</p>	<p>Semana 3 5</p> <p>Planejar os tópicos de conteúdo para cada plataforma de mídia social e mandar conteúdo para os influencers.</p> <p>Marketing de Conteúdo Marketing de Influência</p>	<p>Criar posts de blog, vídeos ou infográficos com as dicas mencionadas.</p> <p>Marketing de Conteúdo Marketing de Influência</p>	<p>Programar e agendar as postagens nas redes sociais, incluindo chamadas para ação para seguir o perfil no Instagram.</p> <p>Marketing de Conteúdo Marketing de Influência</p>	<p>Responder ativamente aos comentários e mensagens dos seguidores no Instagram, promovendo a interação.</p> <p>Marketing de Conteúdo</p>	<p>Realizar um sorteio ou concurso no Instagram com incentivo para incentivar o aumento do número de seguidores.</p> <p>Marketing de Conteúdo Marketing de Influência Sprint</p>
<p>Objetivos: Avaliar o desempenho da campanha e fazer ajustes para melhorar o ticket médio e o crescimento no Instagram.</p> <p>Estratégias: Analisar os dados e métricas das diferentes estratégias utilizadas. Realizar pesquisas de satisfação com os participantes do programa de fidelidade para identificar oportunidades de melhoria.</p>	<p>Semana 4 5</p> <p>Coletar e analisar os dados do desempenho dos anúncios do Instagram Ads, priorizando o aumento do número de seguidores.</p> <p>Instagram ADS</p>	<p>Avaliar o tráfego gerado pelo conteúdo no Instagram e Blog relacionado ao aumento do ticket médio e identificar os artigos mais eficazes.</p> <p>Instagram ADS</p>	<p>Enviar pesquisas de satisfação aos participantes do programa de fidelidade para coletar feedback.</p> <p>Programa de Fidelidade</p>	<p>Analisar os resultados das pesquisas e identificar oportunidades de ajustes no programa de fidelidade.</p> <p>Programa de Fidelidade</p>	<p>Revisar o calendário da campanha, fazer ajustes conforme necessário com foco no aumento do ticket médio e planejar as próximas etapas.</p> <p>Sprint</p>

Verba

O orçamento inicial será de R\$10.000,00 para oferecer mais recursos e oportunidades para impulsionar nossas campanhas de marketing para a loja, sabendo que algumas ferramentas e estratégias demandam mais verba do que as outras, desejamos planejar e executar tudo com eficácia.

Tempo da Campanha

A duração da campanha inicialmente será de 26 dias, e de acordo com os resultados obtidos nesse período, existe possibilidade de se estender para mais algumas semanas das férias.

Peça conceito

FLOREN

NEW
NEW
NEW

nova
COLEÇÃO

FÉRIAS

2023

SEJA LIVRE, SEJA LINDA, SEJA VOCÊ NAS FÉRIAS.

