

The background features a dark green gradient with several bright green leaves on the left side, some in sharp focus and others blurred. The main text is centered in a large, white, sans-serif font.

Coleção de fim de ano 2022

Planejamento estratégico

1

Metas

2

Estratégias

3

Ações

4

Cronograma

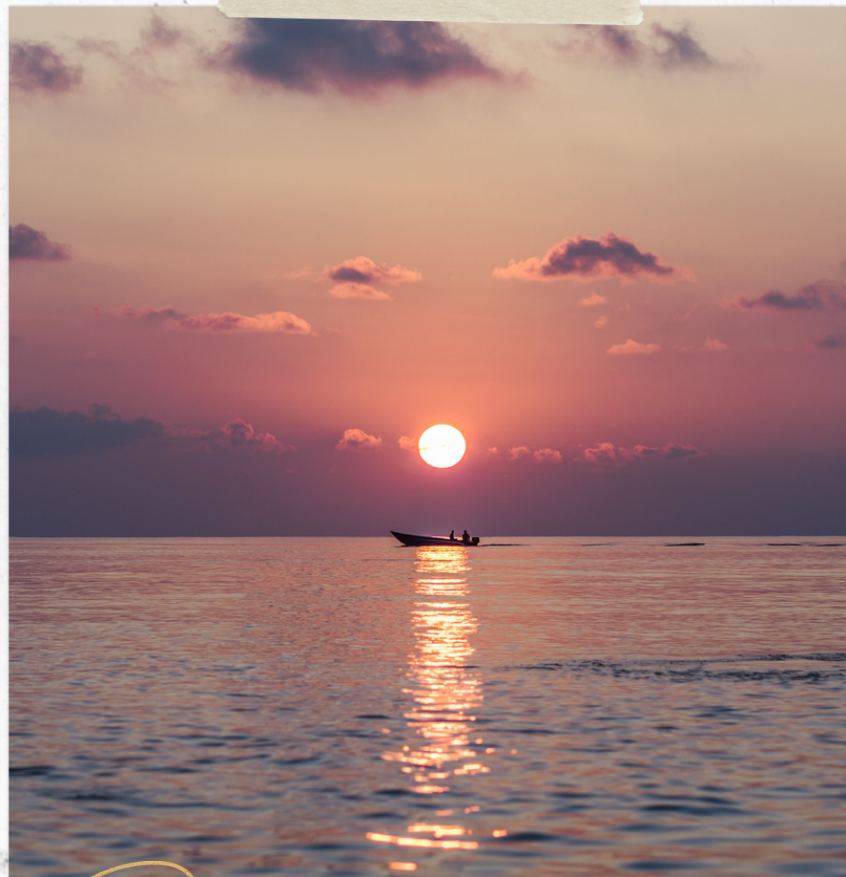
5

Resultados

Tendências para 2022: foco no tempo, bem-estar e saúde mental

Após quase dois anos de covid-19 e do distanciamento social, as pessoas aprenderam a gerir seu tempo, e conseqüentemente, avaliar e reavaliar o que for preciso, com isso, 70% relataram estarem mais produtivos

Self care



Lifestyle



Estresse e aromaterapia: Veja como essa prática pode ajudar no dia a dia

Cada óleo pode atuar de uma forma auxiliando no bem-estar

METAS

Meta geral:

Promover e divulgar a nova coleção, tendo como finalidade aumentar as vendas.

Micro Metas:

- Aumentar o engajamento no Instagram e Facebook;
- Aprofundar o relacionamento Online entre a marca e os clientes;

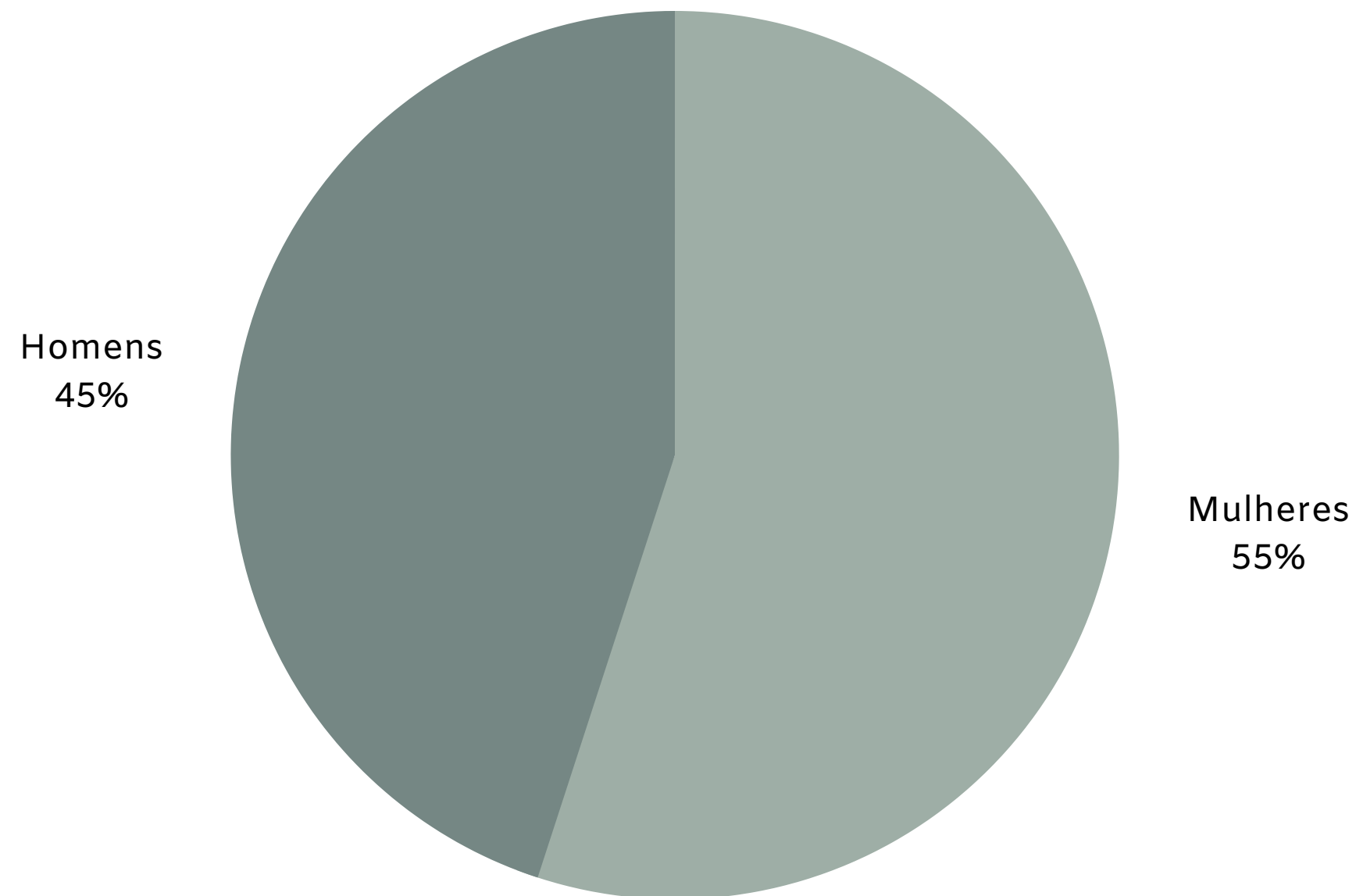


Facebook

Segundo o relatório trimestral da empresa, houve um aumento significativo do uso da plataforma em comparação com o ano passado. Os dados apontam uma possibilidade de retomada da plataforma.

(Fonte: <https://investor.fb.com/investor-news/press-release-details/2022/Meta-Reports-First-Quarter-2022-Results/default.aspx>)

Facebook



“Em fevereiro de 2022, aproximadamente 95,85 milhões de usuários do Facebook no Brasil eram mulheres. Além disso, a maioria dos usuários do Facebook no Brasil têm entre 25 e 34 anos.”

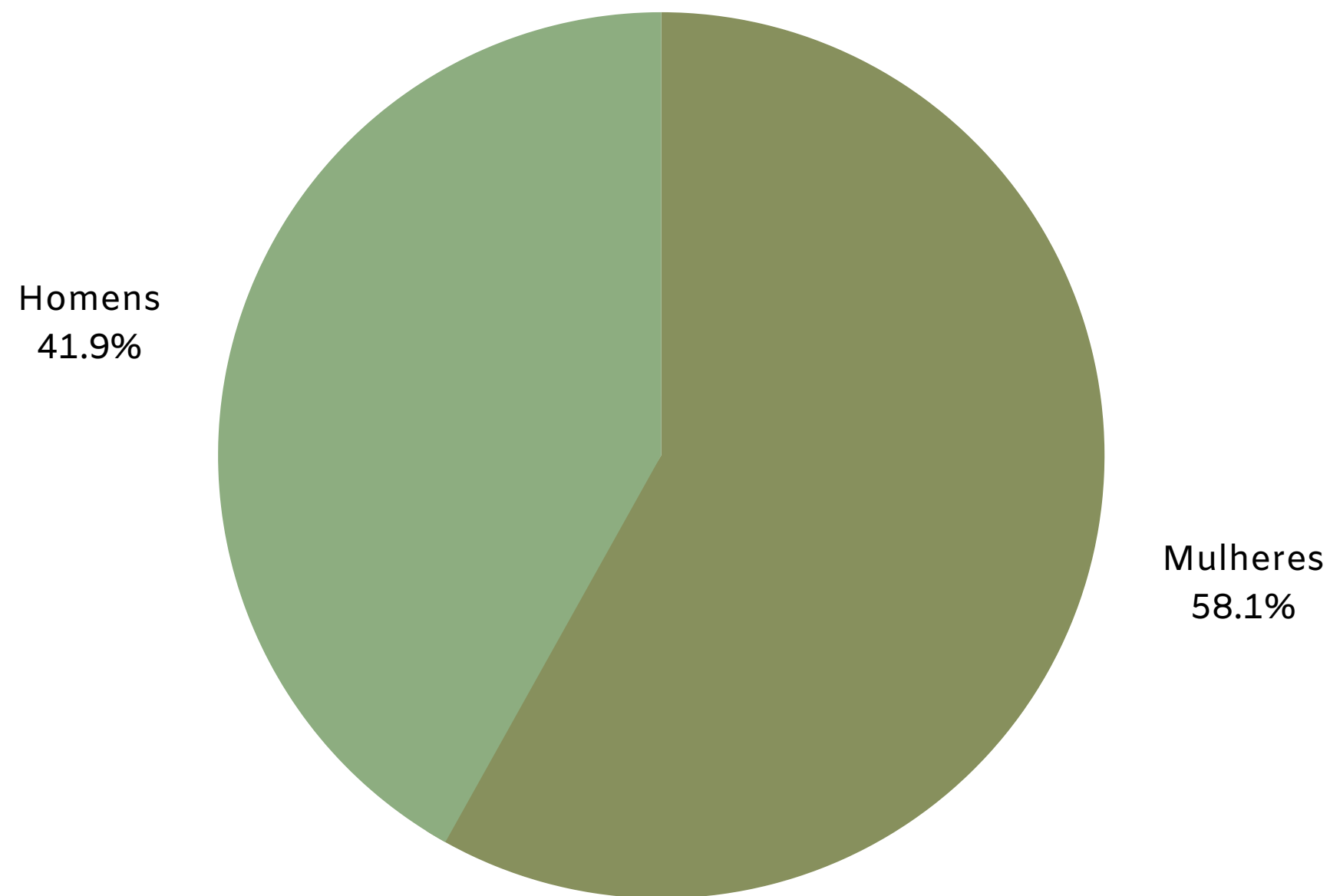
(Fonte:<https://www.statista.com/statistics/866227/facebook-user-share-brazil-gender/>)

Instagram

A Comscore (empresa dos Estados Unidos de análise da internet) indica através do relatório “Tendências e Comportamentos Digitais 2022” que a plataforma contou, em 2021, com 68% de 9 bilhões de interações dos usuários, e que 50% dos 219 milhões de comentários registrados em demais plataformas vêm do Instagram. “Observamos um comportamento diferente de consumo entre o usuário que acessa o Facebook e/ou Instagram, cada rede social é consumida por públicos diferentes, tendo características e afinidades com diversos conteúdos”. Afirma Bianca Scatamburlo, client insights manager da Comscore no Brasil.

(Fonte: <https://www.comscore.com/por/Insights/Apresentacoes-e-documentos/2022/Mudancas-no-consumo-digital-2022>)

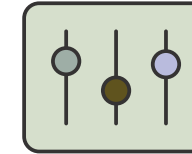
Instagram



Em fevereiro de 2022, mais de 30% dos usuários do Instagram no Brasil tinham entre 25 e 34 anos. Em junho de 2021, estilo de vida foi a categoria mais popular entre os influenciadores brasileiros, com 18,61% criando conteúdo sobre o tema. A beleza ficou em segundo lugar com quase nove por cento dos influenciadores.

(Fonte: <https://www.statista.com/statistics/1121000/brazil-instagram-influencers-category/>
<https://www.statista.com/statistics/866193/instagram-user-share-brazil-gender/>
<https://www.statista.com/statistics/866268/instagram-user-share-brazil-age/>)

Relacionamento Online com o cliente



Aprofundar o relacionamento Online com os clientes é essencial para criar fidelidade e mantê-los conectados às novidades, lançamentos e promoções. “Os consumidores estão se acostumando com a ideia de que o mundo parece muito mais instável e incerto do que há alguns anos. Como parte desse ajuste, eles estão se reconectando com seus valores mais profundos e repensando o que querem da vida’, diz trecho da nona edição da pesquisa global EY Future Consumer Index.” (EY é líder global em serviços de auditoria, impostos, transações e consultoria.)

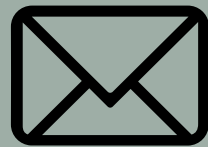
(Fonte:

<https://lider.inc/noticias/pesquisas/pesquisa-fci-44-dos-brasileiros-so-farao-compras-on-line-no-futuro>)



WhatsApp

Aproximadamente 120 milhões de contas, o Brasil, 96% dos brasileiros usam o WhatsApp. (dados do site [Statista](#))



E-mail marketing

Uma taxa de abertura de e-mails de 20,39%; Uma taxa de cliques por abertura (CTOR) de 12,63%; (dados do site [get response](#))



44%

Esse percentual representa as pessoas que foram ouvidas durante a pesquisa no Brasil que afirmam que, no futuro próximo, pretendem fazer todas as compras por meio do e-commerce. (dados do site [EY Future Consumer Index](#))



Estratégias

- Utilizar nossos canais marketing digital para lançamentos, notícias, divulgação, promoções e relacionamento com o cliente;
- Humanizar as ações, trazer as pessoas por trás dos produtos, criar conexões e reconhecimento entre as pessoas;
- Desenvolver um cronograma de ações e aplicá-las com disciplina;
- Utilizar propagandas | Links patrocinados para captar novos clientes;

A close-up photograph of various green leaves, likely from a plant like basil, filling the left side of the frame. The leaves are vibrant green and have serrated edges. The background is a solid, light green color.

Estratégias

- Medir os resultados das ações para ter o feedback, e ponderar os acertos e erros, criando um registro que possa ser utilizado em campanhas futuras;
- Parceria com marcas que compartilham os ideias da marca, a fim de criar um intercâmbio de possíveis clientes entre as marcas;
- Publicidade com digital influencers , a fim de criar um intercâmbio de possíveis clientes entre as marcas*

Possíveis marcas parceiras - ÓIAFIA!

"Uma saboaria artesanal que une matérias-primas regionais, processos ecologicamente corretos a uma experiência única de aromas, axé e aconchego!"

(Fonte: <https://oiafia.com.br>)



Para a coleção

Possíveis marcas parceiras - ARTE DOS AROMAS

"Criada em 1994 por Geysa Belém, a marca deu início às atividades de fabricação no ano 2000 com produtos da biodiversidade brasileira, com sede própria em Diadema/SP. Desde 2004, dedicada às pesquisas e desenvolvimento de produtos com ingredientes orgânicos."

((Fonte: <https://www.artedosaromas.com.br/pagina/a-marca.html>)



Para a coleção



MOTIVOS PARA A ESCOLHA DA MARCAS:

1

Preocupação com bem estar pós-pandemia;

2

Aproximação a natureza;

3

Self care (Cuidado Próprio);

4

Conhecimento de onde vem os produtos sendo usados;

5

Cuidado com a saúde física e mental;

6

Auxílio na transição para o momento pós pandêmico;

7

Autoestima;

8

Regionalismo.

Possíveis marcas parceiras - Don Luiz



Link para rede social



Para evento de lançamento



DON



LUIZ

DULCE DE LECHE CREAM
DESDE 2018

Possíveis marcas parceiras - neo natura



Link para rede social



Para evento de lançamento



Possíveis marcas parceiras - Santo Buffet



Link para rede social



Para evento de lançamento





MOTIVOS PARA A ESCOLHA DA MARCAS:

1

Parceiros já consolidados;

2

Empresas locais;

3

Produtos Naturais;

4

Apoio ao regionalismo;

5

Parcerias podem reduzir as despesas eventuais;

6

Network.

Ações

Pré Lançamento:

- Ensaio da coleção / Gravação de VT para a coleção R\$2.550
 - Modelos (Três homens); R\$900
 - Locação (Pousada Ecologica Bangalo de Praia) ; R\$350
 - Transporte; R\$250
 - Alimentação ; R\$300
 - Audiovisual / Fotografia; R\$450
 - Maquiagem / Cabelo; R\$300
- Prévia nos canais digitais (Instagram, Facebook e WhatsApp)
- Um Reels mostrando um pouco do que está por vir;
- Stories mostrando sobre o conceito da nova coleção;
- Making of do ensaio ;
- E-mail Marketing convidando clientes para o lançamento presencial da coleção;

Possíveis Locações para ensaio principal

- Pousada Capitù

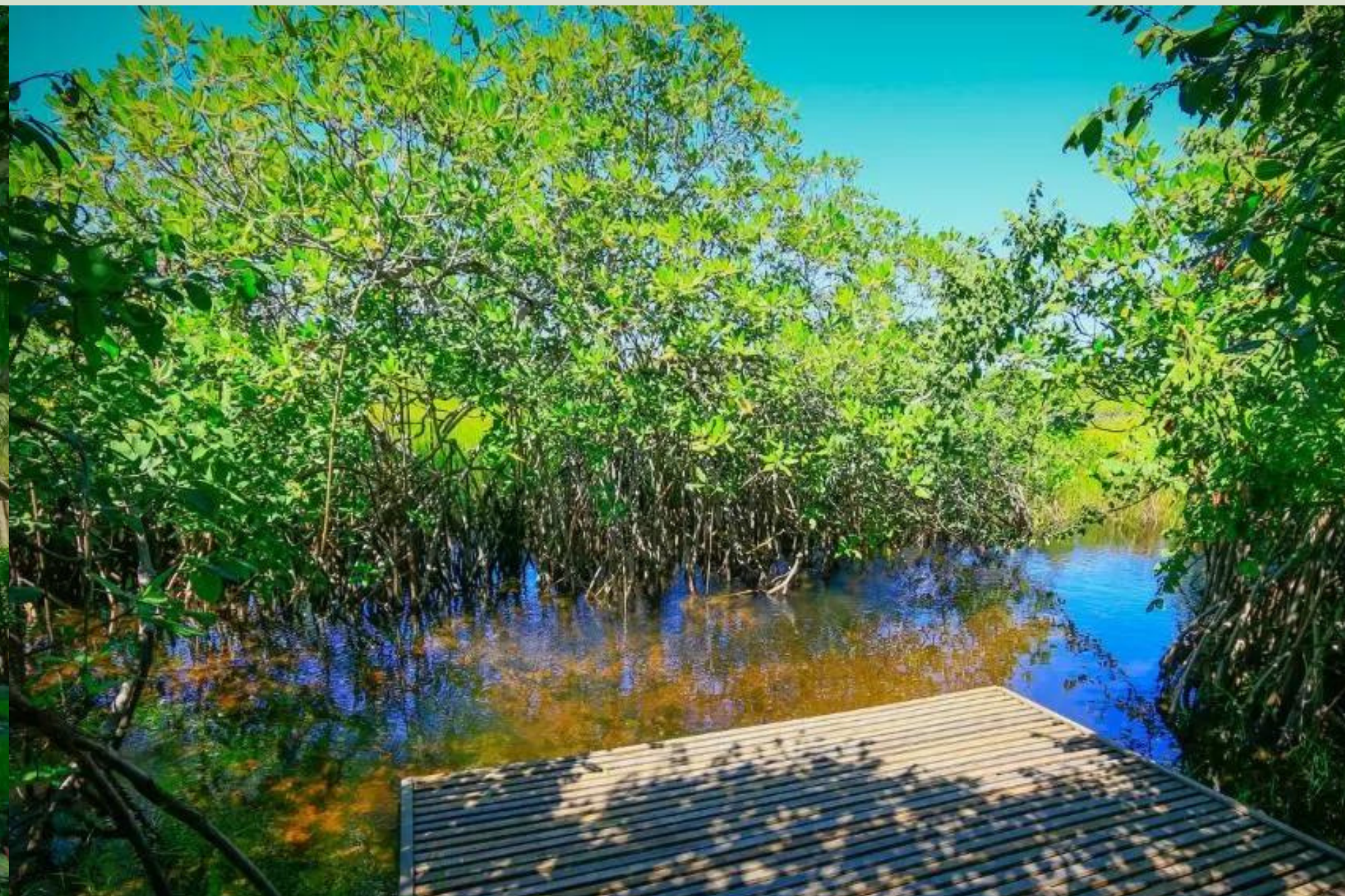
Rua Beira do Rio Imbassai, 55144, Imbassaí, CEP 48280-000, Brasil



Possíveis Locações para ensaio principal

- Pousada Ecologica Bangalo de Praia

Rua Direta de Itacimirim, S/N, Itacimirim, CEP 42823-000, Brasil



Ações

Lançamento:

- Evento presencial de lançamento da coleção em uma das lojas principais **R\$1.900**
 - Produção de eventos; **R\$600**
 - Alimentação (Comida e Bebida); **R\$400**
 - Fotografia; **R\$250**
 - Música; **R\$250**
 - Staff; **R\$400**
- Atualizar o site com a nova coleção
- Lançamento nas redes sociais;
- Compartilhamento do VT (Instagram, Facebook e WhatsApp)
- Propagandas / Links patrocinados das postagens **R\$200**
- E-mail Marketing anunciando o lançamento e compartilhando links para e-commerce;

Ações

Pós Lançamento:

- Ensaio para Micro coleções; R\$1350
Modelos (Dois homens); R\$400
Locação;
Transporte; R\$100
Alimentação; R\$300
Audiovisual / Fotografia; R\$300
Maquiagem / Cabelo. R\$250
- Atualizar o site com micro lançamentos da nova coleção;
- Atualizações das redes sociais com posts sobre a nova coleção;
- Utilização das ferramentas em alta (Reels, Stories, Watch, Loja);
- Interação com seguidores (Caixas de Perguntas no Instagram, Enquetes sobre a coleção, Ferramenta “Sua Vez” Utilizando peças da nova coleção);
- Proveedor (Stories e/ou Reels mostrando a montagem de looks da nova coleção) R\$200
- Publicidade com Digital Influencer (Que tenha público condizente com a marca) R\$1000
- Propagandas / Links patrocinados das novas postagens R\$150
- E-mail Marketing trazendo novidades da coleção.

Ações

Ações Sazonais:

- Ensaio para Micro coleções Sazonais; R\$1450
 - Modelos (Dois homens); R\$400
 - Locação - Local público;
 - Transporte; R\$100
 - Alimentação; R\$300
 - Audiovisual / Fotografia; R\$300
 - Maquiagem / Cabelo. R\$250
- Posts para datas comemorativas;
- Concursos culturais (Instagram); R\$250
- Micro lançamentos de produtos para datas comemorativas;
- Eventos em lojas; R\$500
- Promoções em datas comemorativas.

NOVEMBRO

DOMINGO 30

- Prévias da coleção nas redes sociais (todas as plataformas);
- Making Of nos Stories;

SEGUNDA 31

TERÇA 01

- Post especial - Dia de todos os santos (Foto / frase / poema / produto que remeta data - Feed, Story);
- VT Lançamento da campanha;
- Atualização do site para nova coleção;

QUARTA 02

- Primeiras fotos dos produtos (Posts no Insta / Facebook);
- E-mail marketing anúncios de lançamento;
- Mensagens via WhatsApp para clientes - anúncios de lançamento;

QUINTA 03

- Evento de lançamento na loja;
- Postar Stories do Evento;

SEXTA 04

- Postar fotos do evento de lançamento da coleção;

SÁBADO 05

- Post Especial - Dia Nacional do Designer (Trazer os profissionais da empresa (Stories / Feed));

NOTAS

- As fotos e Cards da semana devem estar finalizados com antecedência (Com exceção das fotos do evento);

NOVEMBRO

DOMINGO 06		SEGUNDA 07	<ul style="list-style-type: none">• Fotos dos produtos (Posts no Insta / Facebook);• Interação com os seguidores nos Stories; (Mensagem de bom dia / Enquetes etc);	TERÇA 08	<ul style="list-style-type: none">• Fazer Links patrocinados das postagens para promover a nova coleção;	QUARTA 09	<ul style="list-style-type: none">• Frase (Posts no Insta);• Interação com os seguidores nos Stories (Caixa de perguntas - Algo relacionado a coleção);
QUINTA 10	<ul style="list-style-type: none">• Fotos dos produtos (Posts no Insta / Facebook);	SEXTA 11	<ul style="list-style-type: none">• Fazer vídeo para Stories e/ou Reels de looks (Vídeo dinâmico, com música, talvez o nome dos produtos);	SÁBADO 12		NOTAS	

NOVEMBRO

DOMINGO 13

- (Dia Mundial da Gentileza) Fotos dos produtos - Trazer na legenda algo que remeta a gentileza (Posts no Insta / Facebook);

SEGUNDA 14

TERÇA 15

QUARTA 16

- (Semana da música) Ação nas lojas - Música ao vivo em horário de maior fluxo ;
- Fazer Stories da ação;

QUINTA 17

SEXTA 18

- E-mail marketing trazendo novidades;
- Mensagens via WhatsApp para clientes com novidades da coleção;

SÁBADO 19

- (Dia Internacional do Homem) Fotos dos produtos - Trazer na legenda algo que remeta a data (Posts no Insta / Facebook);

NOTAS

NOVEMBRO

DOMINGO 20

- Fotos dos produtos (Posts no Insta / Facebook);

SEGUNDA 21

- Interação com os seguidores nos Stories; (Mensagem / Frases / Ferramentas de interação);

TERÇA 22

QUARTA 23

- Fotos dos produtos (Posts no Insta / Facebook);

QUINTA 24

- (Dia Nacional do Doador de Sangue)
Promover campanha de doação de sangue - Cards / Stories;

SEXTA 25

SÁBADO 26

NOTAS

- Trazer o mês da consciência negra de outra forma)Frases, citações, músicas, livros - Enaltecer conhecimento / arte/ cultura / ícones .

NOVEMBRO

DOMINGO 27	SEGUNDA 28	TERÇA 29	QUARTA 30
	<ul style="list-style-type: none">• Fotos dos produtos (Posts no Insta / Facebook);	<ul style="list-style-type: none">• Ensaio da mini ensaio de novidades da coleção;• Fazer vídeos para postar nos stories / Reels;	<ul style="list-style-type: none">• Foto paisagem (Posts no Insta)• Interação nos Stories;
NOTAS			
<ul style="list-style-type: none">• Idealizar novo ensaio de novidades da coleção;			

DEZEMBRO

QUINTA 01

- Ensaio da mini ensaio de novidades da coleção;
- Fazer vídeos para postar nos stories / Reels;

SEXTA 02

- Fotos dos produtos (Posts no Insta / Facebook);

SÁBADO 03

NOTAS

- Preparar novo ensaio de novidades da coleção para postar;

DEZEMBRO

DOMINGO 04

SEGUNDA 05

- Fotos dos produtos (Posts no Insta / Facebook);
- Interação com os seguidores nos Stories; (Mensagem de Reflexão para a semana);

TERÇA 06

- Atualização do site para nova coleção;
- Links patrocinados das postagens;

QUARTA 07

QUINTA 08

- Foto paisagem (Posts no Insta)
- Interação com os seguidores nos Stories; (Ferramenta "Sua Vez" Utilizando peças da nova coleção);

SEXTA 09

- Fazer vídeo para Stories e/ou Reels de looks (Vídeo dinâmico, com música, talvez o nome dos produtos);

SÁBADO 10

NOTAS

- Elaborar promoções de fim de ano;

DEZEMBRO

DOMINGO 11

SEGUNDA 12

- Fotos dos produtos (Posts no Insta / Facebook);
- Interação com os seguidores nos Stories; (Mensagem de Reflexão para a semana)

TERÇA 13

- E-mail marketing trazendo novidades;
- Mensagens via WhatsApp para clientes com novidades da coleção;

QUARTA 14

QUINTA 15

- Fotos dos produtos (Posts no Insta / Facebook);
- Interação com os seguidores nos Stories (Ferramenta "Sua Vez" Utilizando peças da nova coleção);

SEXTA 16

SÁBADO 17

NOTAS

DEZEMBRO

DOMINGO 18		SEGUNDA 19	<ul style="list-style-type: none">• Divulgar promoções de fim de ano;• (Mensagem / Frases / Ferramentas de interação);	TERÇA 20	<ul style="list-style-type: none">• Publi com Influencer (Repostar nos stories marcados)	QUARTA 21	<ul style="list-style-type: none">• Fotos dos produtos (Posts no Insta / Facebook);
QUINTA 22	<ul style="list-style-type: none">• Fotos dos produtos (Posts no Insta / Facebook);	SEXTA 23	<ul style="list-style-type: none">• Frase (Posts no Insta)• Comunicados sobre feriados;	SÁBADO 24		NOTAS	

DOMINGO 25

- Fotos dos produtos - Trazer na legenda algo que remeta ao natal (Posts no Insta / Facebook);

SEGUNDA 26

- E-mail marketing trazendo novidades;
- Mensagens via WhatsApp para clientes com novidades da coleção;

TERÇA 27

QUARTA 28

- Fotos dos produtos - Voltado ao fim de ano (Posts no Insta / Facebook);

QUINTA 29

- Fazer vídeo para Stories e/ou Reels de looks para ano novo (Vídeo dinâmico, com música, talvez o nome dos produtos);

SEXTA 30

- Fotos dos produtos - Voltado ao fim de ano (Posts no Insta / Facebook);

SÁBADO 31

- Frase - Mensagem de ano novo (Posts no Insta/ Stories)
- Comunicados sobre feriados;

NOTAS

- Idealizar o novo mini ensaio de novidades da coleção;

JANEIRO

DOMINGO 01

- (Confraternização Universal
- Fotos dos produtos que remetem a data - Trazer na legenda algo que remeta a data (Posts no Insta / Facebook);

SEGUNDA 02

- Concurso (Promocional / Stories) - Um concurso de fotos usando produtos / ou de fotografias de paisagens (08 é Dia do fotografo, pode ser o dia final da promoção)

TERÇA 03

- Fotos dos produtos (Posts no Insta / Facebook);

QUARTA 04

QUINTA 05

- (Lavagem do Bonfim) Fotos dos produtos que remetem a data - Trazer na legenda algo que remeta a data (Posts no Insta / Facebook);

SEXTA 06

- Ensaio da mini ensaio de novidades da coleção;
- Fazer vídeos para postar nos stories / Reels;

SÁBADO 07

- E-mail marketing trazendo novidades;
- Mensagens via WhatsApp para clientes com novidades da coleção;

NOTAS

SEMANA 01

JANEIRO

DOMINGO 08

- Concurso (Promocional / Stories) - Dia final

SEGUNDA 09

- Fotos dos produtos (Posts no Insta / Facebook);
- (Mensagem / Frases / Ferramentas de interação);

TERÇA 10

QUARTA 11

- Fotos dos produtos (Posts no Insta / Facebook);

QUINTA 12

SEXTA 13

- Fazer vídeo para Stories e/ou Reels de looks para ano novo (Vídeo dinâmico, com musica, talvez o nome dos produtos);

SÁBADO 14

- Frase - Mensagem (Posts no Insta/ Stories)

NOTAS

JANEIRO

DOMINGO 15	SEGUNDA 16	TERÇA 17	QUARTA 18
	<ul style="list-style-type: none">Fotos de paisagens (Posts no Insta)	<ul style="list-style-type: none">Fotos dos produtos (Posts no Insta / Facebook);Interação com os seguidores nos Stories; (Ferramenta "Sua Vez" Utilizando peças da nova coleção);	
QUINTA 19	SEXTA 20	SÁBADO 21	NOTAS
<ul style="list-style-type: none">Fotos dos produtos (Posts no Insta / Facebook);	<ul style="list-style-type: none">Divulgar promoções de fim de coleção; (Insta / Facebook/ E-mail / WhatsApp)		

JANEIRO

DOMINGO 22		SEGUNDA 23	<ul style="list-style-type: none">• E-mail marketing trazendo promoções de fim de coleção;• Mensagens via WhatsApp para clientes com promoções de fim de coleção;	TERÇA 24	<ul style="list-style-type: none">• Fotos dos produtos (Posts no Insta / Facebook);• (Mensagem / Frases / Ferramentas de interação);	QUARTA 25	<ul style="list-style-type: none">• Fotos dos produtos (Posts no Insta / Facebook);
QUINTA 26	<ul style="list-style-type: none">• Fotos dos produtos (Posts no Insta / Facebook);	SEXTA 27	<ul style="list-style-type: none">• (Mensagem / Frases / Ferramentas de interação);	SÁBADO 28		NOTAS	

JANEIRO

DOMINGO 29

SEGUNDA 30

- Fotos dos produtos (Posts no Insta / Facebook);

TERÇA 31

- Fazer vídeo para Stories e/ou Reels de looks para ano novo (Vídeo dinâmico, com musica, talvez o nome dos produtos);

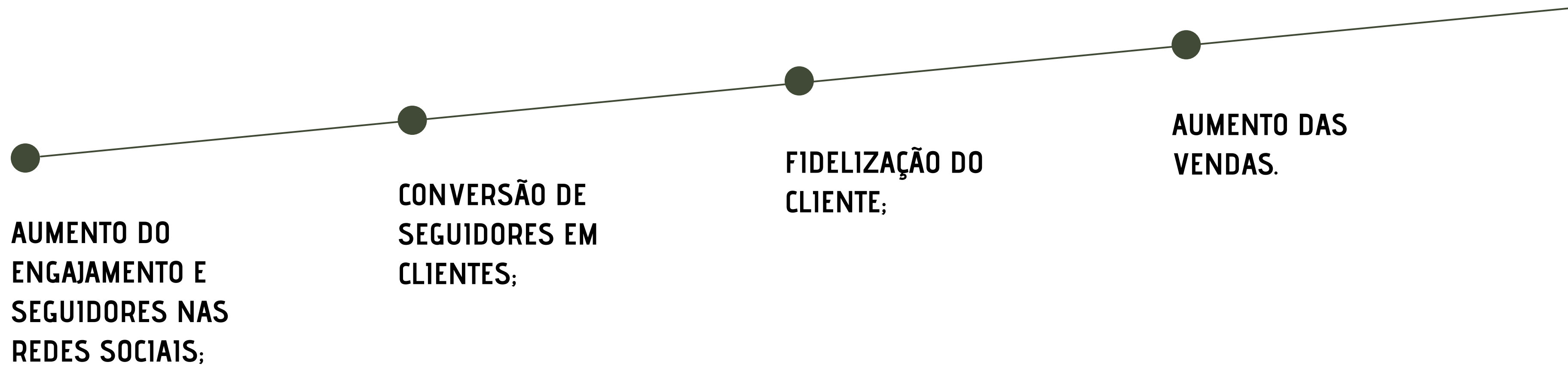
QUARTA 01

FEVEREIRO

BUDGET - R\$10.000

VOLOR TOTAL DO PLANEJAMENTO - R\$9.550

Resultados



A photograph of a waterfall cascading over dark, mossy rocks into a pool of water. The water is dark and rippled, with some white foam at the base of the falls. The background is dark and out of focus.

Planejamento estratégico por Alana Benedito