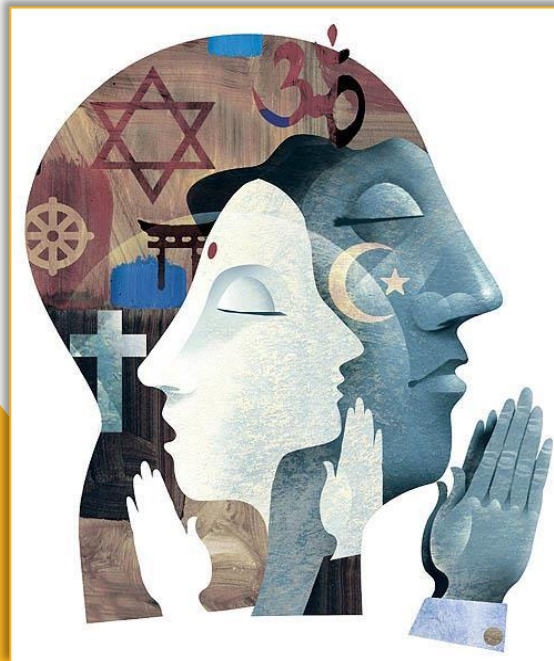
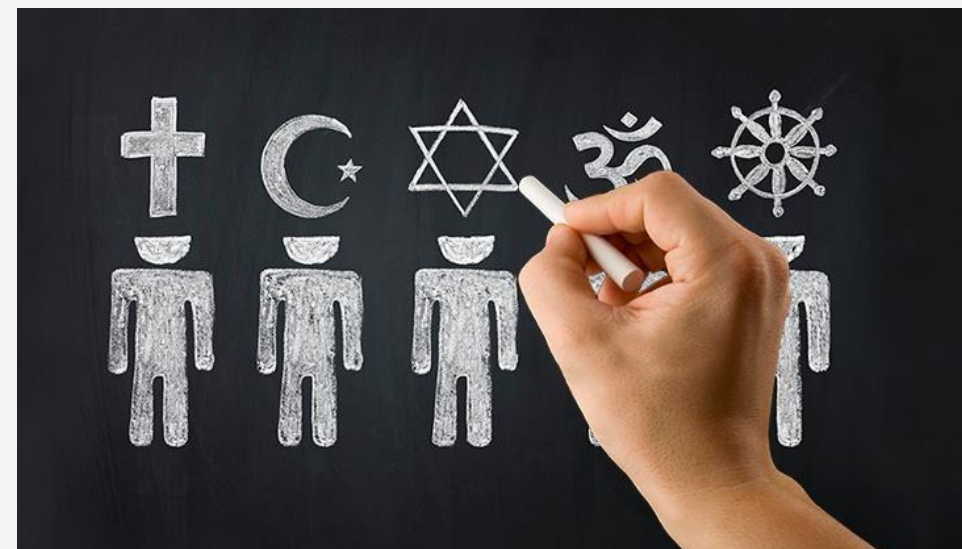


# COMUNICAÇÃO DIVINA



# PROBLEMATIZAÇÃO

- Atualmente, existem vários templos religiosos espalhados em diversos bairros do Rio de Janeiro, porém, os moradores não sabem a localização deles, e também, de qual religião à eles pertencem.



# PROPOSTA DE VALOR

**“VOCÊ TEM A SUA  
RELIGIÃO, NÓS  
TEMOS TODAS!”**



# A MÁGICA POR TRÁS DE TUDO





# MODELO DE NEGÓCIOS

- Redes sociais:



- Associações ou membros de cada religião:



# PLANO DE ENTRADA NO MERCADO



## Direcionamento estratégico;

- Estabelecimento de Planos:
  - Projeto de Marketing com as Associações religiosas das regiões.
- Estabelecimento de Orçamentos:
  - Projeção de todos os custos com o desenvolvimento da aplicação e marketing.
  - Projeção de todos os retornos com as divulgações de terceiros e investimentos.
- Estabelecimento de Indicadores:
  - Controle da satisfação dos usuários.
  - Adequação as necessidades de cada religião.

# PLANO DE ENTRADA NO MERCADO



## Comunicação, controle e capacitação :

- Análise estratégica de marketing.
- Plano de mix de marketing.
- Implementação de marketing.
- Monitoramento de marketing.

# ANÁLISE COMPETITIVA



- Mercado Inexplorado
- Produto Inovador
- Possibilidade de Expansão
- Maior retorno com poucos riscos.



# COMO VAMOS USAR O DINHEIRO?

- Confecção da aplicação e da rede;
- Divulgação.



# Equipe

- Thalita Guimarães;
- Pedro Motta;
- Thalís Mateus;
- Allaf Ramon;
- Gabriela Rosa.

