

# Relatório de Marketing - Loja de Informática

## 1. Objetivos de Marketing

- Aumentar o conhecimento da marca em 20% nos próximos 6 meses.
- Incrementar as vendas mensais em 15% ao longo do próximo trimestre.
- Fidelizar 10% dos clientes atuais através de programas de recompensas.

## 2. Análise de Mercado

- Concorrência: Principais concorrentes são lojas de informática locais e grandes e-commerces.
- Demografia: Público-alvo é composto por estudantes, profissionais de TI e empresas de pequeno e médio porte.

## 3. Estratégias de Marketing

- Marketing Digital: Investir em campanhas de Google Ads e Facebook Ads.
- Redes Sociais: Criar conteúdos relevantes no Instagram e Facebook para engajamento.
- SEO e Conteúdo: Otimizar o site para motores de busca e publicar artigos em um blog sobre tecnologia.
- Promoções: Oferecer descontos sazonais e cupons de desconto para primeira compra.

## 4. Resultados Esperados

- Aumento do tráfego no site em 25%.
- Crescimento das interações nas redes sociais em 30%.
- Expansão da base de clientes em 20%.

## 5. Métricas de Desempenho

- Vendas Mensais: Monitorar o aumento das vendas em relação aos meses anteriores.
- Engajamento em Redes Sociais: Analisar curtidas, compartilhamentos e comentários.
- Tráfego no Site: Utilizar ferramentas de análise para acompanhar o número de visitas.

## 6. Plano de Ação

- Janeiro: Lançamento de campanha de marketing digital.
- Fevereiro: Implementação de programa de fidelidade.
- Março: Promoção de novos produtos através de e-mail marketing.
- Abril: Realização de eventos e workshops em parceria com fornecedores.

## 7. Orçamento

- Campanhas de Publicidade: R\$ 15.000,00
- Produção de Conteúdo: R\$ 5.000,00

- Descontos e Promoções: R\$ 10.000,00

#### 8. Feedback dos Clientes

- Pesquisa de satisfação a cada compra realizada.
- Análise das avaliações e comentários nas redes sociais.