

2ª Etapa: Implementação

Resumo: após o nosso planejamento de marketing percebemos por meio do nosso tempo e recursos, qual seria a melhor estratégia de ação para seguir.

Ação: nosso como grupo, decidimos por meio de votação, a estratégia de criar posts para o Instagram, isso foi definido principalmente pelo fato de termos pouco tempo e recursos para serem usados.

Período: começamos após o publicamente do planejamento, todas as quintas um post por semana.

Responsável: todos os integrantes ficaram responsável pela parte criativa; Lucas e Pedro também ficaram responsável pela criação a postagem no Instagram.

Custo: nós utilizávamos 2 horas do dia para criar as imagens, não avia custo adicional com recursos

3ª Etapa: Avaliação e controle

Nós como equipe temos absoluta certeza que utilizamos o melhor jeito para expor nossa marca, principalmente com o fator do tempo e recursos que tínhamos, como resultado vimos um crescente aumento na popularidade da marca, e até chegamos a receber um proposta de parceria.