**Proposta de marketing para conversão e obtenção de novos clientes para o novo mercadinho da Dona Maria.**

O orçamento que Dona Maria tem para esse fim é de **R$ 2.500,00**

Desses usaremos **R$ 500,00** para promover uma pesquisa e obter mais informações sobre quais mídias são mais usadas entre os munícipes.

Com as informações da empresa que promoveu a pesquisa temos:

Meios mais usados para obtenção de informações sobre produtos e serviços.

* **55% Facebook**
* **35% Instagram**
* **10% Google**
* **5% Não usam nenhum dos meios pesquisados ou não opinaram**

A partir dos dados obtidos pela pesquisa optamos por investir os R$ 2.000,00 remanescentes da seguinte forma:

1. **R$ 1.000,00** a serem veiculados no Facebook (aprox. 55%)
2. **R$ 500,00** a serem veiculados no Instagram (aprox. 30%)
3. **R$ 200,00** a serem veiculados no Google ADS (aprox. 10%)
4. **R$ 100,00** a serem veiculados em uma mídia não digital (optado por moto de som) para alcançar outro público, principalmente os que não usam mídias sociais para obtenção de informações (pessoas que não pesquisam ou que fazem uso de indicações de terceiros)

Será veiculado nessas mídias um atrativo que terá o nome de “**Promoção de Inauguração**” onde o valor de alguns itens chave terão o valor reduzido como parte da promoção.

Por fim temos também um residual de R$ 200,00 que usaremos como forma adicional de marketing em nossa campanha, uso desse valor para promover um sorteio ao final da promoção, esse é um último recurso para conquistar novos clientes por meio do boca-a-boca.

**Equipe de Marketing**

Anderson Rosa  
Rodnei Ferrante  
Vitor Cancian  
João Pedro