

Plano de Ação

CICLO ATUAL

Fevereiro 2026

Foco em Estruturação e Tração

PRIORIDADE TOTAL

4 Frontes

Ações Estratégicas

FOCO 1 - ORGANIZAR CALENDÁRIO

EM ANDAMENTO

- **Ciclos Trimestrais:** Definição de ciclos de 3 meses, com checkpoints mensais para avaliar a saúde do projeto.
- **Antecipação:** Definir em cada início de ciclo os feriados e ações esperadas para antecipar mudanças de tema e vídeos promocionais.
- **Prazos de Promoção:** Promoções devem ser informadas com mínimo de 2 semanas de antecedência (1 semana para criação das peças).
- **Macro Ações:** Abertura de lojas, mudança de preços e novos produtos devem ser definidos no início do ciclo para preparação da equipe.

FOCO 2 - FRONTES DO ORÇAMENTO

EM ANDAMENTO

- Sabemos que o objetivo principal é aumentar vendas da distribuidora, mas distribuiremos esforços:
 - **Distribuidora:** 60% dos esforços.
 - **Lojas:** 40% dos esforços (Foco na loja Barra até ganhar tração e ocupar território).
- **Não é exclusividade:** A divisão refere-se ao orçamento de campanha. Conteúdos orgânicos serão gerais (marca, viralização).

| FOCO 3 - PÓS ANÚNCIO

EM ANDAMENTO

- **Otimização de Processo:** Melhoria do fluxo após o clique do cliente.
- **Formulários B2B:** Já rodando campanha de formulários para distribuidora (atraindo leads mais qualificados).
- **Gestão de Atendimento:** Reunião realizada com Elisangela para identificar gargalos e reduzir trabalho manual.
- **Organização de Dados:** Monitoramento para entender exatamente o perfil de quem está comprando de fato.
- **Próximos Passos:** Trabalhar no script de vendas (ligações, mensagens, propostas de valor).

| FOCO 4 - INOVAÇÕES

A INICIAR (PRÓX. CICLO)

- **Prospecção Ativa:** Auxiliar vendedores de rua.
 - Gerar listas de negócios com alto potencial de compra.
 - Gerar briefing para televendas direcionar o vendedor apenas para fechamento.
- **Retenção e Gestão (CRM):** Modernizar gestão com ferramentas que facilitam o trabalho do vendedor (avisos de recompra, fluxo de rotinas). Foco em RETER.
- **Reativação:** Criar fluxos de abordagem (email, ligação) para recuperar parcerias antigas.

- **Avançar no Google:**

- Otimização do Google My Business.
- Criação de site específico para UAI RJ (SEO Orgânico).
- Google Ads (Pesquisa): Focar na distribuidora para captar intenção de compra direta.

| PROPOSTA ORÇAMENTÁRIA (FEV)

SERVIÇOS

- Tráfego pago
- Gestão de conteúdo (Instagram)
- GMB profile
- Consultoria de prospecção
- Captação, edição e criação audiovisual

Total Serviços

R\$ 1.600,00 + R\$ 1.000,00

VERBA DE CAMPANHA (MÍDIA)

Lojas Físicas R\$ 1.000,00

Distribuidora R\$ 1.500,00

TOTAL ESTIMADO: R\$ 5.100,00