

Plano de Marketing - Francesinha Portuguesa

1. Introdução

Este plano de marketing visa reposicionar e valorizar a imagem do restaurante Francesinha Portuguesa, com foco em atrair novos públicos, reforçar a marca e aumentar o fluxo de clientes com estratégias digitais e institucionais.

2. Análise de Situação Atual

Presença digital insuficiente, redes sociais mal aproveitadas e pouca diferenciação da concorrência. A marca é conhecida localmente, mas não explora o seu potencial no universo online. O prato do dia é mantido para clientes fidelizados, mas o foco deve migrar para os itens à carta.

3. Objetivos de Marketing

- Aumentar a presença digital e o reconhecimento da marca.
- Aumentar o número de seguidores e interações no Instagram e Facebook.
- Implementar o TikTok para alcançar públicos mais jovens.
- Valorizar os produtos da carta como o core business da casa.
- Profissionalizar a identidade visual e os conteúdos postados.

4. Público-Alvo

Adultos entre 25 e 50 anos, trabalhadores e moradores de Braga e arredores, com apreço pela gastronomia portuguesa tradicional com um toque moderno. Também se visa atrair turistas em busca de experiências locais autênticas.

5. Estratégias e Ações

Plano de Marketing - Francesinha Portuguesa

- Redesign do perfil no Instagram com identidade visual padronizada.
- Criação de conteúdo semanal: bastidores, pratos, equipe, clientes satisfeitos.
- Lives curtas no TikTok com preparos rápidos ou dicas do chef.
- Shooting fotográfico profissional dos pratos principais.
- Campanhas sazonais com storytelling (ex: 'É uma casa portuguesa com certeza').

6. Cronograma Inicial (3 Meses)

Mês 1: Rebranding digital, fotos profissionais, ajustes nos perfis sociais.

Mês 2: Início de postagens regulares, vídeos curtos, enquetes.

Mês 3: Campanhas temáticas, parcerias locais e sorteios simbólicos (ex: sobremesa grátis).

7. Indicadores de Sucesso (KPIs)

- Crescimento de seguidores nas redes (meta: +300/mês)
- Aumento da taxa de interação por post (meta: 10%)
- Número médio de pedidos à carta comparado ao prato do dia
- Tráfego gerado pelas redes para o restaurante físico (check-ins, reservas, etc.)

8. Considerações Finais

O plano de marketing serve como alavanca para consolidar a marca Francesinha Portuguesa como referência regional em comida tradicional portuguesa, destacando a autenticidade, qualidade e o charme do ambiente.