



MARKETING E VENDAS



CONSULTORIA EM
GESTÃO

PLANEJAMENTO E GESTÃO DE MARKETING

Maximize seu potencial de mercado com um planejamento e gestão de marketing. Desenvolva uma estratégia sólida, defina ações específicas e implemente formas eficazes de mensuração focadas na geração de leads e alcance do mercado-alvo. Transforme sua visão em resultados tangíveis e garanta o crescimento sustentável do seu negócio. Aumente a competitividade e a relevância da sua empresa com um planejamento de marketing assertivo e direcionado.

Dicas: É recomendável que a empresa tenha noções de marketing e seus principais conceitos.

Para o primeiro encontro, solicitar que a empresa providencie um histórico de como funciona o marketing, quais as principais ações desenvolvidas e se possui métricas de desempenho.

Sempre, antes da consultoria, o consultor deve conferir o link e a performance das ferramentas que constam como apoio para as consultorias, visto não serem estas de responsabilidade do Sebrae.

As ferramentas disponibilizadas no box de ferramentas devem ser baixadas, em sua última versão, junto ao drive disponibilizado pelo Sebrae/RS. Se alguma ferramenta solicitar senha, utilize Sebrae.

Objetivo: Analisar e planejar ações estratégicas para que a empresa atinja seus objetivos de marketing, ampliando a sua atuação no mercado e adaptando-se à sua dinâmica. Desenvolver um plano de marketing a partir da construção de uma sólida estratégia, incluindo análise de ambiente, público-alvo, posicionamento de mercado, política de marca, análise do mix mercadológico e um plano de ação detalhado.

Carga horária: A consultoria é composta por 17 horas no total, sendo 14 horas de trabalho com o cliente e 3 horas de preparação e planejamento no escritório do consultor.

A consultoria foi concebida para atender nos formatos: presencial, online e híbrido.

Para o formato híbrido, considera-se 4 horas presenciais com o cliente, para maior efetividade e engajamento e 10 horas online, para as atividades que podem ser conduzidas a distância, de forma eficaz, proporcionando flexibilidade e acessibilidade.

Entrega para a empresa: Plano de Marketing contendo análise de ambiente, definição de público-alvo, posicionamento de mercado, política de marca, análise do mix mercadológico, plano de ação com estratégias, prazos, responsáveis, metas e indicadores.

ETAPA 1 – SITUAÇÃO ATUAL

- Conhecer a empresa, validar a demanda e realizar o alinhamento de expectativas, papéis e entrega da consultoria.
- Analisar o histórico das ações de marketing realizadas pela empresa, incluindo campanhas, canais utilizados, resultados obtidos e indicadores de desempenho.

ETAPA 2 - INTERVENÇÃO

- Realizar a análise de ambiente com base na Matriz SWOT, orientando sobre postura estratégica.
- Oferecer recomendações estratégicas com base na análise SWOT.
- Identificar e analisar o público-alvo ideal para os produtos/serviços

da empresa.

- Utilizar ferramentas de segmentação para refinar o perfil do cliente.
- Nivelar conceitos com o empresário sobre o posicionamento de mercado.
- Trabalhar junto ao empresário para definir e validar o posicionamento de mercado, destacando diferenciais competitivos.
- Construir uma política de marca que reflita a identidade e os valores da empresa.
- Orientar sobre a construção e manutenção da marca no mercado.
- Construir e analisar a matriz de vantagens competitivas, identificando os fatores que estimulam os clientes a escolherem a empresa e compará-los com os concorrentes.
- Definir as estratégias de marketing, com a análise e abertura do composto mercadológico – 5Ps (produto, preço, praça, promoção e pessoas).
- Detalhar cada um dos elementos do mix mercadológico.
- Desenvolver um plano de ação detalhado com as estratégias definidas, incluindo prazos, responsáveis, metas e indicadores de performance.
- Avaliar para que o plano seja viável e alinhado com os recursos da empresa.
- Iniciar a implementação do Plano de Marketing.
- Acompanhar e ajustar as ações, conforme necessário, para garantir o alcance das metas estabelecidas.

ETAPA 3 – SAÍDA

- Realizar o encontro final da consultoria.

- Mensurar o impacto da intervenção com base em resultados qualitativos e/ou quantitativos.
- Criar um plano para continuidade das práticas implementadas.
- Identificar possíveis passos e ações futuras, indicando no relatório final da consultoria.

ESCRITÓRIO DO CONSULTOR

- Contatar cliente para prever agendamentos dos encontros.
- Realizar pesquisas dentro do assunto da subcategoria, quando necessário.
- Pesquisar as ferramentas mais adequadas para o momento de gestão da empresa no box de ferramentas, ferramentas próprias ou de mercado.
- Preencher relatório de escritório do consultor, com todas as atividades realizadas, para buscar subsídios para realizar a consultoria.
- Preencher os relatórios no Portal Integra, anexando as evidências.

CONSULTORIA COMPLEMENTAR

Sugestão de Aplicação: Revisão do plano de marketing e ajustes conforme as mudanças de mercado.

BOX DE FERRAMENTAS

- Canvas análise PESTAL – mapa visual
- Canvas análise PESTAL – impressão
- Canvas análise PESTAL – template
- Plano de Marketing
- Calendário de marketing com orçamento
- Calendário de métricas de marketing

- Calendário de campanha de marketing
- Infográfico plano de marketing
- Infográfico análise PEST, PESTAL ou PESTEL
- Infográfico dicas de KPIs de marketing
- Plano de ação visual
- Plano de ação em excel