**Plano de Marketing**

1. Pesquisa:

Nossa solução possuí o objetivo de atender escolas e professores que buscam melhorar o acompanhamento escolar de seus alunos e obterem o detalhamento mais específico do caminho de aprendizagem de cada um ao longo do ano.

1. Planejamento:

O planejamento de divulgação de nosso produto será voltado a redes sociais com anúncios principalmente no Google, Twitter, Facebook, Instagram e LinkedIn, com o foco em atingir todo tipo de profissional da área de educação com ênfase em professores de escolas particulares.

Nosso site deverá conter uma breve demonstração da aplicação em que mostrará um modelo da aplicação em funcionamento sendo utilizada por um professor em seu dia a dia na sala de aula.

Fora da internet, também existe o planejamento para que nosso serviço seja divulgado em feiras de educação, com demonstrações práticas do funcionamento de nossa solução.

1. Produção:

Os anúncios buscarão ter ênfase no dia a dia do professor com o aluno, com o objetivo de atingir o professor no momento do acompanhamento de cada aluno de forma individual e mostrando que mesmo entre uma grande quantidade de alunos este professor tem total controle de sua turma em sala de aula. A ideia, portanto, será mostrar ao professor que ele pode ter muito mais facilidade e agilidade no acompanhamento de cada aluno sem que o requeira uma grande quantidade de tempo em seu dia a dia.

1. Publicação:

Nossa estratégia para publicação em nossos perfis sociais se preocupará em conectar nosso público-alvo de forma emocional a suas necessidades do dia a dia.

Publicações trarão o professor, com foco nas dificuldades sofridas por ele no acompanhamento de uma grande quantidade de alunos, demonstrando o quanto o é exigido em tempo e energia para que consiga acompanhar seus alunos.

Outra campanha trará o outro lado da história, em que irá mostrar professores sabendo exatamente em que ponto estão seus alunos e quais dificuldades eles sofrem, podendo o professor auxiliar seus alunos com total precisão e conhecimento de cada um, realizando uma grande diferença em toda a energia de sua sala de aula.

A person standing in front of a classroom of students

Description automatically generated with low confidence

Exemplo de post para Facebook

A picture containing text, water, screenshot, shore

Description automatically generated

Exemplo de post para Twitter.

Graphical user interface

Description automatically generated

Exemplo de post para Instagram

1. Promoção

Faremos o uso de ferramentas como SEO e Google Ads em que poderemos controlar palavras-chave, obtendo um aumento visualizações em buscas e melhor posicionamento em páginas no Google, assim como também será realizado um investimento com o uso do Facebook Business que promoverá maior engajamento e crescimento de audiência de alcance do público-alvo.

As campanhas realizadas através do Google Ads promoverão palavras chaves no contexto de professores, escolas e educação em si.

O site terá uma demonstração da aplicação em funcionamento podendo o interessado fazer um tour pela aplicação com dados já inseridos apenas para visualização e entendimento de seu uso.

1. Propagação:

A propagação da marca será feita através de redes sociais escolares e ferramentas para atingir o público-alvo de forma mais efetiva, para um alcance maior de usuários, será utilizado os anúncios pagos.

Será utilizado os anúncios pagos, utilizar as mídias pagas acelerar os resultados e direcionar a publicação para quem está procurando. Por este motivo podemos utilizar as ferramentas Google AdWords, Facebook Ads.

Produzir e publicar conteúdos que impactem as pessoas. De tal modo que elas comentem e compartilhe os conteúdos.

1. Personalização:

Nosso pensamento sempre irá ser baseado na comunicação que ao longo de todo o projeto iremos ter com o público, o relacionamento com o cliente é a base para que tudo funcione corretamente sem erros, buscar sempre ter um serviço humanizado, com confiança e familiaridade.

Além de um contato com o usuário, este relacionamento gera um engajamento e interação maior.

1. Precisão:

Mensurar os resultados das estratégias e todos as ações que foram aplicadas é necessário, a estratégia de marketing digital irá ser mensuradas através de KPIs (Key Performance Indicator ou Indicadores- chave de performance), com o objetivo e saber o que deu certo e o que precisa ser melhorado. Há vários indicadores a serem usados como, Indicador de qualidade, lucratividade, estratégico, eficiência.

Alguns exemplos de KPIs:

KPIs Financeiros

* Receita da Empresa
* Despesas
* Rentabilidade

KPIs de Desempenho

* Quantidade de alunos
* Número de devoluções/reclamações
* Número de reclamações resolvidas
* Participação no mercado

Poderemos identificar os posts nas redes sociais que mais geraram engajamento e criar conteúdo similares, analisar as métricas dos anúncios pagos no Google, Facebook, Instagram ou LinkedIn. Tudo para saber quais obtiveram melhores resultados.