

# PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

DOISNOVEMEIA PUBLICIDADE

Laura Kuser

# Sumário

- ▶ **Identificação da Empresa**

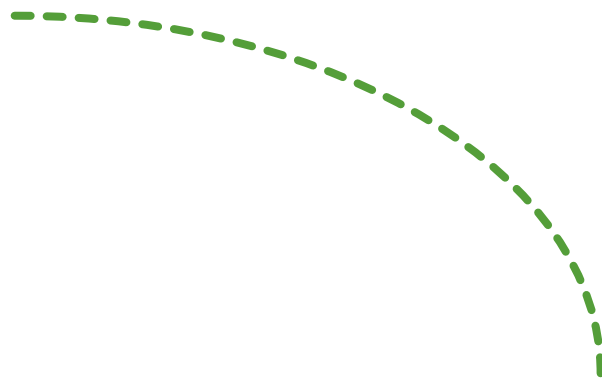
- ▶ **Diagnóstico**

- Análise Interna e Externa

- ▶ **Ações Estratégicas**

- OKR
- SMART

# IDENTIFICAÇÃO DA EMPRESA



2º/1996

📍 ICC NORTE UNB



## **MISSÃO**

Manifestar o que  
está adormecido,  
despertando marcas  
mais humanas e  
provocando pessoas  
mais inquietas.

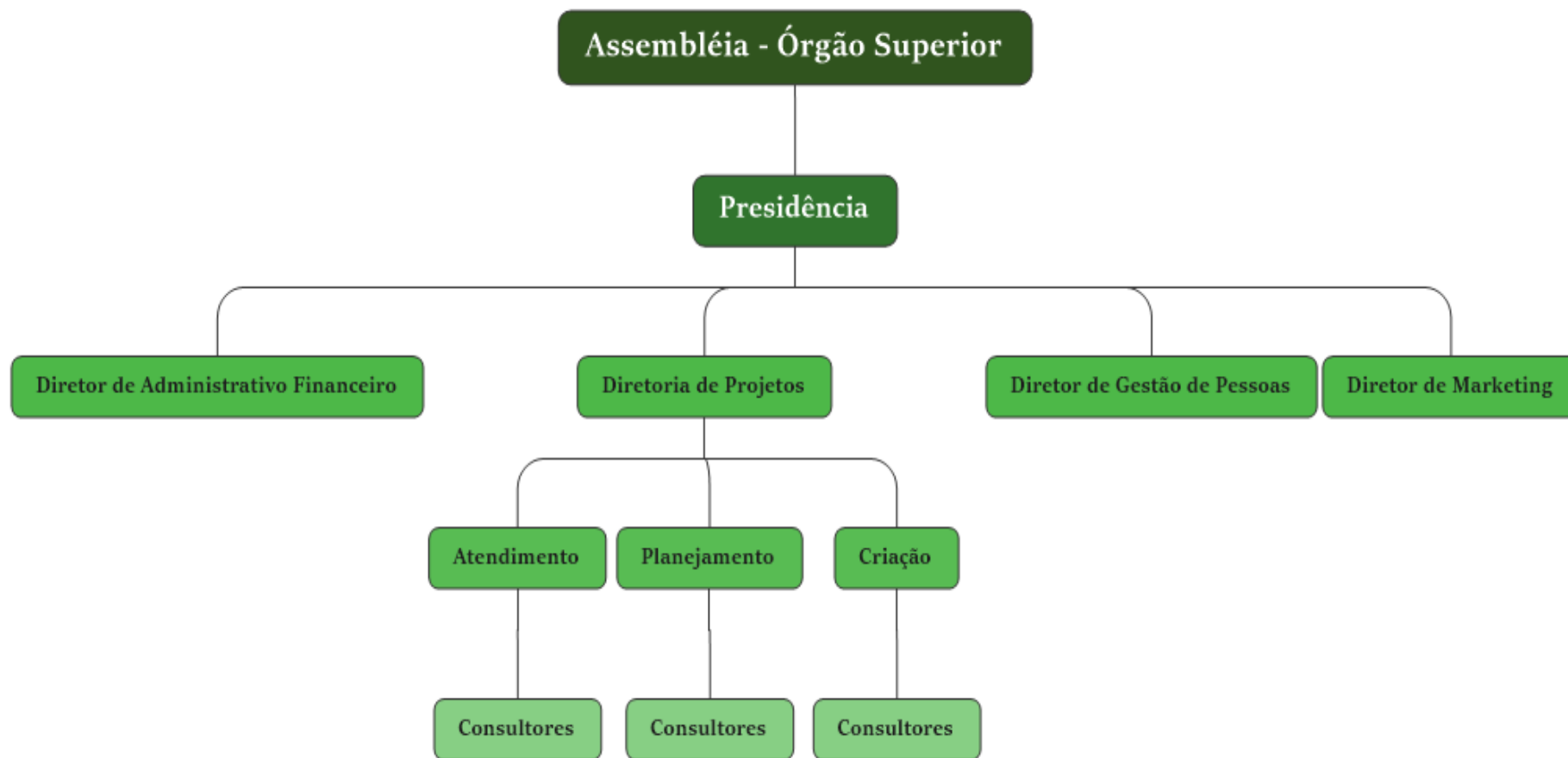
## **VISÃO**

## **VALORES**

Ousadia  
Brodagem  
Responsabilidade  
Sangue no Olho

# DIAGNÓSTICO

ANÁLISE INTERNA







# SERVIÇOS OFERECIDOS



- ▶ Plano de Comunicação;
- ▶ Plano de Campanha Analítico;
- ▶ Demandas de Criação;
- ▶ Demandas de Produção;
- ▶ Demandas de Web;
- ▶ Gerenciamento de Mídias;
- ▶ Marketing Digital;
- ▶ Peças individuais off.

META



# CONCORRENTES



# SWOT

<b>PONTOS FORTES</b>  Forte integração entre os membros; Localização da sede; Boa capacitação dos membros; Comunicação interna; Criatividade e inovação; Serviços oferecidos com qualidade; Preço bem abaixo do mercado; Paixão pelo serviço; Carrega o nome da UnB em sua bagagem.	<b>PONTOS FRACOS</b>  Baixa publicidade em mídias sociais; Baixo número de projetos por mês; Site fora do ar; Rotatividade alta de membros;
<b>OPORTUNIDADES</b>  MEJ estar crescendo cada vez mais; Empresas precisarem de consultoria em marketing por conta da crise; Chance maior para introdução no Mercado de trabalho; Networking; Trazer na prática o que se aprende na faculdade; Parceria com outras Ejs.	<b>AMEAÇAS</b>  Ter concorrentes diretos que sejam seniors; Baixo reconhecimento e credibilidade no mercado por ser junior; Falta de confiança dos clientes; Crise econômica;

# AÇÕES ESTRATÉGICAS

OKR E METAS SMART

Melhorar a postura e relacionamento em relação aos stakeholders.

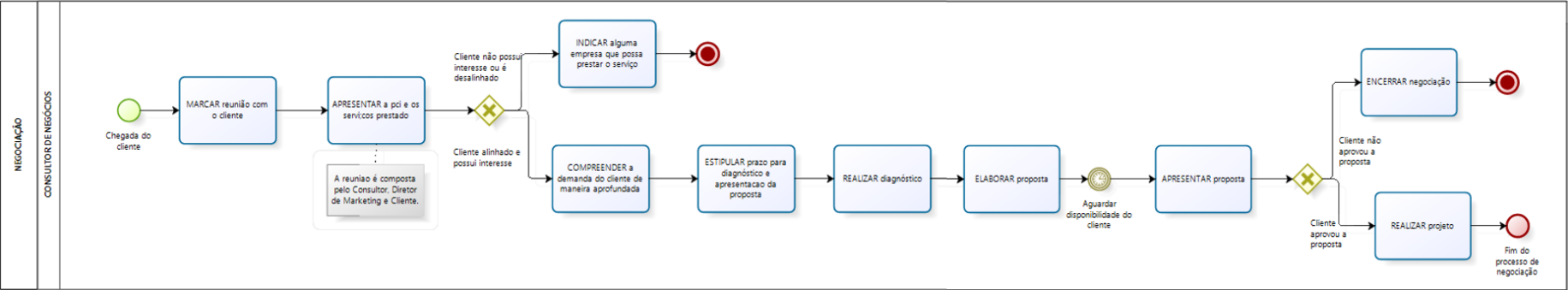
Aprimorar o marketing interno.

Criar um “Sentimento de Dono” pelos membros da empresa.

Aprimorar a capacitação dos membros da empresa.



# Mapeamento de Processo e POP



Procedimento Operacional Padrão	
Nome do Processo:	Negociação
Periodicidade:	Quando necessário
Área Responsável:	Atendimento
Etapa 1	<p>MARCAR REUNIÃO COM O CLIENTE</p> <p>A maioria dos clientes chega a empresa por meio de prospecção passiva, assim, a reunião é marcada e durante ela tanto o cliente apresenta sua demanda e sua empresa, como a DOISNOVEMEIA apresenta sua empresa também e seus serviços.</p> <p>Responsável: Atendimento</p>
Etapa 2	<p>REALIZAR DIAGNÓSTICO</p> <p>A partir do momento que se conhece o cliente e compreende quais são suas demandas e interesses, cabe aos consultores realizarem um diagnóstico com diversas análises para assim elaborar uma proposta.</p> <p>Responsável: Atendimento e Planejamento</p>
Etapa 3	<p>ELABORAR PROPOSTA</p> <p>Após realizar todas as análises necessárias para a elaboração da proposta (sendo elas: análise swot, pestel, de concorrentes, entre outras), os gerentes do projeto elaboram a proposta que será apresentada para o cliente.</p> <p>Responsável: Gerente do Projeto e Planejamento</p>
Etapa 4	<p>APRESENTAR PROPOSTA</p> <p>Uma nova reunião é marcada para apresentar a proposta para o cliente. Caso não seja aprovada, uma nova proposta é apresentada e aguarda aprovação. Caso seja aprovada, os consultores começam a realizar o projeto.</p> <p>Responsável: Gerente do Projeto</p>

# Novo MVV

## MISSÃO

Manifestar o que está adormecido, despertando marcas mais humanas e provocando pessoas mais inquietas.

## VISÃO

Ser referência no mercado por entregar serviços de qualidade e que transformem a forma de ver o mundo, provocando a criatividade e intuição as pessoas para sempre ser mais.

## VALORES

Sentimento de Dono;  
Ousadia;  
Proatividade;  
Ética;  
Inovar sempre;  
Brodagem;  
Sangue no Olho;  
Responsabilidade;  
Bom não é suficiente;





DOIS  
novemeia