



PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DOISNOVEMEIA PUBLICIDADE

Laura Kuser



Sumário

1. IDENTIFICAÇÃO DA EMPRESA	3
2. DIAGNÓSTICO	3
2.1 Análise Interna	3
2.2 Análise Externa	5
2.3 Análise SWOT	8
3. AÇÕES ESTRATÉGICAS	11
3.1 Objectives and Key Results (OKR).....	11
3.2 Missão, Visão e Valores (MVV).....	13
3.5 Mapeamento de Processo – Gerenciamento de Mídia	16
3.6 Metas SMART (Específico), M (Mensurável), A (Atingível), R (Relevante) e T (Temporal).....	16



1. IDENTIFICAÇÃO DA EMPRESA

Nome: DOISNOVEMEIA PUBLICIDADE

Tempo no Mercado: Desde 1996

Localização: Universidade de Brasília, ICC Norte, Bloco A, Térreo, Sala AT-626 – Brasília - DF

Missão, Visão e Valores (MVV):



MISSÃO

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

VISÃO

VALORES

Ousadia
Brodagem
Responsabilidade
Sangue no Olho

2. DIAGNÓSTICO

2.1 Análise Interna

Histórico da Empresa:

A DOISNOVEMEIA PUBLICIDADE (296) começou da ideia de alunos ousados, que não tiveram medo de tropeçar e arriscaram. Então, no dia 26 de Julho de 1996, a Dois abriu as portas para o mercado e deu oportunidade aos estudantes de ter um verdadeiro contato com a publicidade.

A empresa júnior, formada apenas por estudantes trabalha com clientes seniors e outras empresas juniores também. Dentre vários clientes e projetos, a Dois já atendeu a WFF, Colégio Sigma e o Governo Federal.

Atualmente, a Dois é composta de alunos dos cursos de: Comunicação Organizacional, Publicidade e Propaganda, Jornalismo e Audiovisual.

Serviços oferecidos:

A DOISNOVEMEIA PUBLICIDADE (296) se divide em seis áreas, dentre elas: atendimento, planejamento e criação (direção de arte, redação e produção). Além disso, conta com um diretor de Marketing, um de Gestão de Pessoas e um de Administrativo Financeiro.



Atualmente trabalham como uma agência on e offline. Dentro dessas demandas oferecem serviços de: plano de comunicação, plano de campanha analítico, demandas de criação, demandas de produção e demandas de web, gerenciamento de mídias, marketing digital, peças individuais.

Preços dos serviços:

A Dois trabalha com um programa de precificação que calcula desde o número de membros alocados em uma conta, até o nível de complexidade do serviço, então não existe uma média de valores efetiva, mas é transparente que cobram 20% do valor de mercado.

Serviço mais vendido:

O serviço mais vendido pela 296 ultimamente tem sido o Gerenciamento de Mídias.

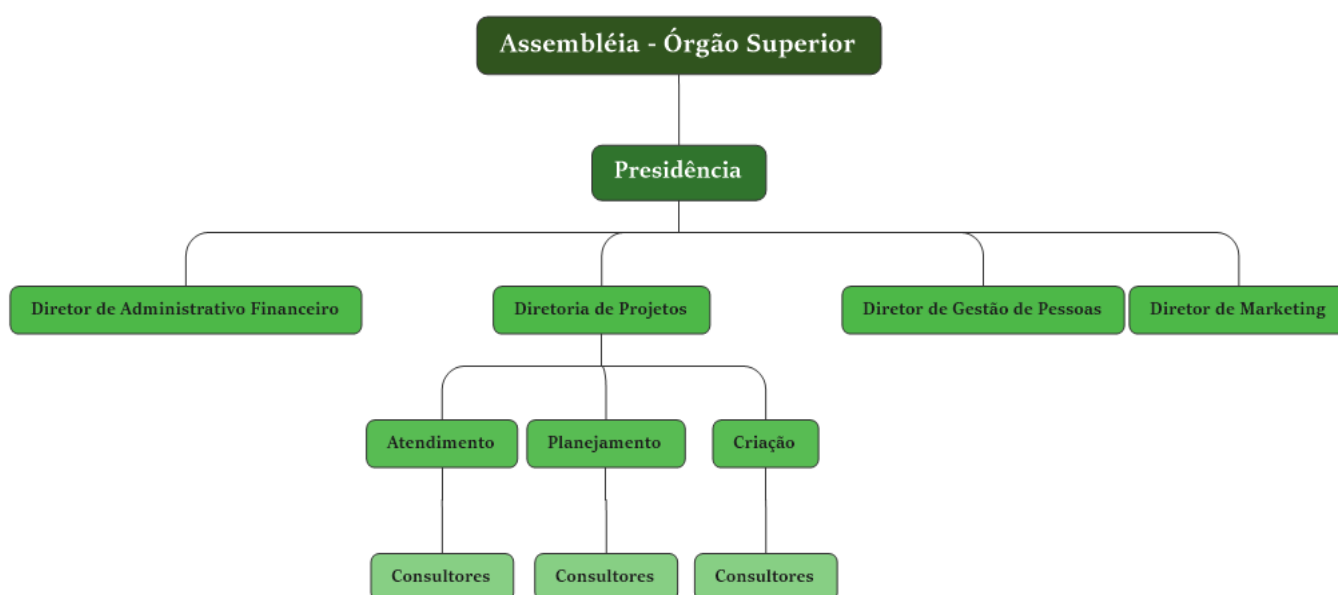
Diferenciais competitivos:

A Dois além de oferecer os mesmos serviços que agências cobrando apenas 20% do valor de mercado, por ser composta de alunos do Movimento Empresa Júnior, por muitas vezes traz serviços extremamente qualificados e criativos por serem feitos com amor e dedicação, e não por remuneração financeira.

Situação financeira:

A meta de faturamento da 296 no ano de 2017 é de R\$ 99 mil, e no momento (Junho/2017) o faturamento atual está na casa dos R\$ 10 mil.

Estrutura Organizacional





2.2 Análise Externa

2.2.1 Contexto:

A DOISNOVEMEIA Publicidade fica localizada no ICC Norte da Universidade de Brasília (UnB) e é uma das empresas que faz parte do Movimento Empresa Júnior (MEJ). O MEJ é um dos maiores movimentos jovens do mundo, composto por universitários integrantes de empresas juniores cuja gestão é exercida pelos alunos. Atualmente o Brasil é o país que possui o maior número de empresas juniores, sendo 243 reconhecidas pela Confederação Brasileira de Empresas Juniores, a Brasil Júnior. Espalhadas por todo o país, estas empresas contribuem com milhões para o PIB nacional.

Nascida em 1999 para representar, orientar, fomentar, alinhar e integrar o Movimento Empresa Júnior no Distrito Federal, a Concentro-DF tem hoje mais de 23 empresas juniores federadas.

A Brasil Júnior é o órgão máximo do MEJ no país e é responsável por incentivar e dar suporte as empresas juniores (EJs) brasileiras, a fim de potencializar o desenvolvimento da Rede e tornar o Movimento reconhecido por toda a sociedade.

A 296 atua no Movimento Empresa Júnior e é extremamente ativa e presente nos eventos organizados pela Concentro e pela Brasil Júnior.

2.2.2 Concorrentes:

Por consequência da DOISNOVEMEIA oferecer serviços que nenhuma outra empresa júnior em Brasília oferece, seus concorrentes diretos acabam sendo agências sênior, e outras EJs passam a ser concorrentes indiretos, por fazerem parte do mesmo movimento. Dentre todas as EJs, as maiores concorrentes são: AD&M, FACTO e GRUPO GESTÃO. Falando sobre agências sênior, as que possuem a mesma linha de mercado são: Look n' Feel, Avocado, Isobar e Artplan.

AD&M:

A AD&M Consultoria Empresarial atua desde 1992 no mercado e em 2014 foi reconhecida pelo prêmio Programa de Excelência em Gestão (PEG) como uma das EJ's melhor gerida em todo país. Sendo a primeira Empresa Júnior do Centro-Oeste, já tem experiência de 23 anos no mercado de trabalho, atendendo empresas de pequeno e médio porte, com consultoria direcionada para administração. A empresa se divide em quatro áreas principais, sendo elas Finanças, Gestão de Pessoas, Marketing e Organização e Processos. Os serviços oferecidos pelas áreas são Viabilidade Econômica Financeira; Controle Financeiro; Análise Financeira e de Balanços; (Finanças) Plano de Cargos e Salários; Recrutamento e Seleção; Programas de Reconhecimento e de Socialização; (Gestão de Pessoas); Plano de Marketing; Viabilidade Mercadológica; Pesquisa de Mercado; (Marketing); Mapeamento e Redesenho dos Processos; Planejamento Estratégico; Mapeamento e Redesenho da Estrutura Organizacional; (Organização e Processos). Dentre estes, os mais vendidos são: Pesquisa de Mercado; Viabilidade Econômica e Financeira; Controle Financeiro.





FACTO:

A FACTO Agência de Comunicação atua desde 2009 no mercado voltada para os estudantes de Comunicação Organizacional, Comunicação Social e Jornalismo. A empresa possui as mesmas áreas de uma agência, com algumas modificações e oferece os seguintes serviços: Assessoria de Imprensa; Cobertura de Eventos; Planejamento Editorial; Plano de Comunicação Integrada; Gerenciamento e Produção de Conteúdo; Consultoria em Comunicação Digital.



GRUPO GESTÃO:

O GRUPO GESTÃO Soluções Empresariais atua desde 2010 no mercado voltado para os estudantes de Engenharia de Produção. A empresa se divide em cinco áreas, sendo elas Gestão, Qualidade e Inovação, Marketing, Comercial e Escritório de Projetos. Os serviços oferecidos são: Planejamento Estratégico; Planejamento e Controle da Produção; Plano de Negócios; Análise de Mercado; Gestão de Processos; Viabilidade Econômica; Logística; Dimensionamento de Equipes; Layout. Dentre estes, os mais vendidos são: Mapeamento de Processos, Plano de Negócios e Análise de Mercado.



LOOK'N FEEL:

A Look'n Feel é uma agência que se dividiu em três vertentes: Inbound, Lab e Publicidade. Se consideram uma agência de donos, por assumirem resultados pessoalmente. Acreditam que métricas, KPIs e indicadores devem fazer parte do vocabulário de qualquer agência. Trabalham em uma gestão horizontal baseado na meritocracia e procuram sempre manter uma relação profissional, mas divertida com seus clientes. Dentre seus clientes, conta com a Vai Bem Gelados, Mr. Brownie, Sóreparos e Subway em seu portfólio. A empresa utiliza muito bem todas suas mídias sociais, principalmente o Facebook, o qual está sempre atualizando com informações úteis para seus seguidores sobre o mundo, o mercado e a própria Look'n Feel.



AVOCADO:

A AVOCADO é um escritório de design estratégico, design de serviço e design gráfico, se baseando em criar marcas, construir relacionamentos e cultivar amizades. Utilizam o Design Thinking como ferramenta para o Design de Serviço, e o Branding garantem um serviço completo que conecta essência, produto e mercado. A AVOCADO oferece os seguintes serviços: Design de Serviço; DNA e Propósito de Marca; Naming; Identidade Visual; Rebranding; Tipografia; Print/Impresso; Web Design; Ilustração; Diagramação; Ambientação Institucional; Identidade verbal; Ativação da Marca; Design de Produto; Kit Promocional. O escritório explora bem todas suas mídias sociais (site; instagram; facebook) e fica localizado na 206 norte em Brasília.





ISOBAR:

A Isobar é de 6.000 pessoas em mais de 85 locais em mais de 45 mercados em todo o mundo, unidos pela crença no poder de "Ideias Sem Limites". Como a tecnologia digital continua a transformar empresas e marcas, o Grupo Isobar Brasil é composto por Isobar, Cosin Linked by Isobar e Pontomobi Linked By Isobar. Já receberam diversos prêmios, incluindo mais de 20 prêmios de El Ojo e Leões de Cannes. Dentro de sua empresa trabalham com diversas áreas diferentes como: Experiência Estratégica e Design; Inteligência de Marketing; QA; UX; Gerenciamento de Conta; Planejamento de Comunicações; Recursos Humanos; Otimização; Recrutamento; Administrativo; Criativo; ISTO; De outros; Estratégia; O Negócio; Desenhar; Marketing; Gerenciamento de Projetos; Tecnologia. Dentre seus clientes, contaram com a Sky, Fiat, Under Armour, Google, Lego, Adidas, Enterprise e Coca-Cola em seu portfólio.



ARTPLAN:

São mais de 600 colaboradores que se dividem entre agência de publicidade, live marketing e eventos, digital, mobile e user experience. A empresa procura entender as reais expectativas do Marketing conhecendo o negócio. Assim, realiza seu briefing com branding, shopper marketing, auditoria, integração, atitude de ROI e checkpoint, gerando conexões que mexem com a vida das pessoas e geram resultados. Dentre seus clientes, contaram com a Maratona Rock in Rio, Coca-Cola, Amil e Amanco em seu portfólio. A empresa não atualiza muito o site, mas explora bem seu instagram, facebook e linkedin, e fica localizada no Centro Empresarial Varig em Brasília.





2.3 Análise SWOT

Para empreender em qualquer negócio é necessário que uma análise SWOT seja feita, alisando os pontos fortes e fracos internamente e as oportunidades e ameaças externas do mercado.

<p style="text-align: center;">PONTOS FORTES</p> <p>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.</p>	<p style="text-align: center;">PONTOS FRACOS</p> <p>Baixa publicidade em mídias sociais; Baixo número de projetos por mês; Site fora do ar; Rotatividade alta de membros;</p>
<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <p>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.</p>	<p style="text-align: center;">AMEAÇAS</p> <p>Ter concorrentes diretos que sejam seniors; Baixo reconhecimento e credibilidade no mercado por ser junior; Falta de confiança dos clientes; Crise econômica;</p>



2.4 Análise PEST

POLÍTICO

Desde 2013 o Brasil passa por diversos transtornos políticos que afetam, diretamente os brasileiros, mas também o mundo todo. Disse, Alexandre Tombini, presidente do Banco Central, em 2016, que “a política tem peso dominante entre as causas de recessão brasileira e os eventos políticos domésticos ganharam mais peso do que os fatores econômicos”. De uma forma ou de outra, todos esses acontecimentos políticos geram uma instabilidade no mercado, porque nunca se sabe o que irá acontecer. Se o Presidente e seus respectivos ministros saem do poder, automaticamente políticas econômicas que este governo estava propondo podem mudar drasticamente. A partir disso, ninguém investe por não saber o que acontecerá no dia seguinte, então acabam todos ficando à espera de uma decisão, que nunca chega. E assim, o país não vai para frente e nenhuma outra empresa externa possui interesse em investir em empresas brasileiras.

ECONÔMICO

Por mais que a crise econômica afete de uma forma ou de outra o país inteiro, em meio ao caos, o Movimento Empresa Júnior constrói nome crescendo cada vez mais no Brasil e no mundo. De acordo com dados da Brasil Júnior, somente no ano passado foram realizados 4.800 projetos com um faturamento de R\$ 11.200.000,00, trazendo benefícios para o PIB brasileiro. Levando em consideração que os negócios de todos os âmbitos e setores estão sendo afetados por conta da crise, mais do que nunca as empresas precisam de consultoria de empresas juniores que estão entrando no mercado agora, formadas por jovens universitários que estão estudando o mercado atual mais que ninguém no momento.

SOCIAL

Tendo em vista que todo o faturamento das Empresas Juniores (EJs) é convertido em capacitação de seus membros, melhorias na infraestrutura da sede, realização dos projetos e trabalhos sociais, as EJs estão presentes no mercado como um laboratório em que os universitários colocam em prática o que aprendem na faculdade, para poder realmente exercer no mercado de trabalho. Além disso, a quantidade de oportunidades de Networking que o Movimento Empresa Júnior (MEJ) proporciona para os universitários é extremamente alta, trazendo os universitários cada vez mais perto garantir um espaço no mercado de trabalho. Levando em consideração que todos os membros do MEJ participam do movimento com ambições e objetivos semelhantes, o trabalho sempre flui da melhor maneira possível tendo em vista que as pessoas estão na mesma frequência.



TECNOLÓGICO

Atualmente a Tecnologia já deixou de ser uma facilidade para se tornar essencial, dessa forma, não basta possuir produtos/serviços que concorrentes não oferecem, é necessário que algo a mais seja reconhecido pelo cliente, algo que aumente o nível de satisfação com o produto ou serviço prestado. Assim, agregar valor significa oferecer aos clientes produtos e serviços que eles precisam, mas que ninguém conseguiu sanar. E a tecnologia é a melhor maneira de exercer essa necessidade dos consumidores. Além disso, EJs podem utilizar da tecnologia para se tornar conhecida em outras cidades além da de origem, expandindo seu negócio exponencialmente. Tirando o fato de que a tecnologia pode ser utilizada de várias formas para trazer benefícios ao cliente e ao produtor, inovar é sempre uma boa opção, e a tecnologia, por muitas vezes, pode ser essencial para isso.

3. AÇÕES ESTRATÉGICAS

Para que a empresa faça sucesso no mercado e realmente atinja os seus objetivos e metas, algumas estratégias podem ser utilizadas para facilitar a organização deste processo.

3.1 Objectives and Key Results (OKR)

O método Objectives and Key Results (OKR) é um sistema simples para criar alinhamento e engajamento em torno de metas mensuráveis e dinâmicas, tipicamente definidas a cada trimestre.

Objetivo	Metas	Resultados
Melhorar a postura e relacionamento em relação aos stakeholders	Estar presente em todos os eventos organizados pelos stakeholders	São os stakeholders que dão suporte e apoio a Empresa Júnior, então deve-se manter contato frequente e duradouro com os respectivos. A partir do momento que você valoriza as pessoas que trabalham com você, o ambiente de trabalho fica mais agradável e o próprio trabalho passa a ter uma qualidade melhor.
	Manter e prolongar o contato com os stakeholders	
	Fazer mais reuniões de feedback ou integração entre membros da 296 e do cliente ou fornecedor	
	Fazer ações/eventos de seus stakeholders na UnB	
	Fazer publicações em suas mídias sociais sobre os stakeholders	
Aprimorar o Marketing Interno	Analizar na página da PCI quais são os horários e dias da semana que mais possuem visibilidade	As pessoas precisam ver a Dois e com estas postagens, ela terá muito mais visibilidade, tendo em vista que atualmente Facebook e Instagram são as maiores mídias de veiculação de informação. Além disso, as pessoas sempre vão a procura de sites de agências para conhecer os serviços e como trabalham. Sendo assim, quanto mais informação e conteúdo a Dois produzir, mais pessoas serão atingidas e conhecerão a empresa.
	Utilizar o Trello (especificando cada tarefa, colocando se já foi feita ou se está em andamento, se está para a correção ou esperando aprovação e se já foi publicada)	
	Fazer uma escala de publicações (cada semana do mês, duas pessoas serão responsáveis pelos posts)	
	Fazer pelo menos duas postagens por semana	
	Colocar o site no ar.	
	Fazer um cronograma com as datas comemorativas do ano, para programar postagens para estes dias	

<p>Criar um "Sentimento de Dono" pelos membros da empresa</p>	<p>Fazer dinâmicas que instiguem este Sentimento nos membros (apresentar a eles um problema de outra área para que eles sejam responsáveis e tenham que resolver)</p>	<p>Tendo em vista que "Sentimento de Dono" é um dos valores da empresa na nova estratégia, as pessoas devem não somente vestir a camisa da EJ como realmente deixar correr o sangue da Dois em suas veias. Com este Sentimento em prática, as pessoas vão começar a perceber que os outros tem problemas também e que na verdade esses problemas não são apenas de uma pessoa, mas sim de todos os membros da empresa. Dessa forma, os membros valorizarão muito mais o trabalho de seus companheiros e trabalharão em frequência para que o andamento da DOISNOVEMEIA seja sempre positivo e crescente.</p>
	<p>Fazer um Job Rotation com os membros da empresa (pra que eles possam passar por todas as áreas, perceber os pontos fortes e fracos de cada área e entender como é o dia a dia de cada um)</p>	
	<p>Criar um projeto "Presidente por um dia" (em que o membro da empresa acompanhará o presidente por um dia e terá que participar de reuniões e tomar decisões juntamente com o atual presidente)</p>	
<p>Aprimorar a Capacitação dos membros da empresa</p>	<p>Fazer parcerias com eventos de empreendedorismo (em que a Dois divulga o evento e ganha X cortesias para sortear entre os membros da empresa)</p>	<p>Se a imagem de profissionais capacitados é a que está sendo vendida para os clientes, a mesma deve ser cumprida. Para isso, mais cursos, oficinas e programas de capacitação são extremamente importantes para preparar os membros da empresa para o mercado de trabalho. Sendo assim, com estas estratégias os membros ficarão mais instigados em correr atrás de capacitações, trazendo benefícios para si próprios e consequentemente, para a empresa.</p>
	<p>Fazer parcerias com outras Ejs para fazer economia compartilhada (enquanto a EJ X fornece um curso de capacitação para os membros da Dois, a Dois oferece outro para os membros da EJ X)</p>	
	<p>Fazer um "Membro Plus" por mês (o(s) membro(s) que mais se destacar positivamente na empresa (ou na área) ganhará uma estrelinha por mês, no final do semestre o membro plus que obtiver mais estrelinhas e após passar por aprovação da Diretoria receberá um curso de capacitação da sua escolha por conta da DOISNOVEMEIA (valor inferior a 2 mil reais))</p>	



3.2 Missão, Visão e Valores (MVV)

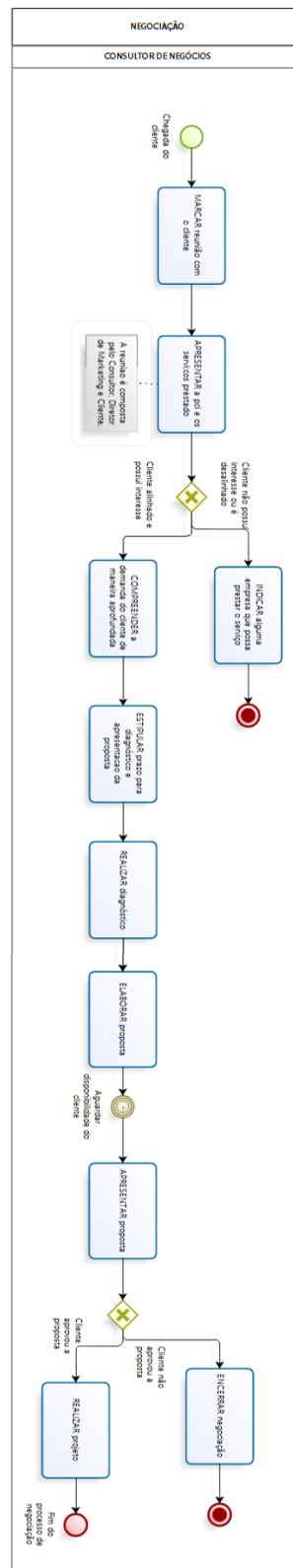
No planejamento estratégico para a DOISNOVEMEIA Publicidade pensou-se em uma reformulação nos valores da empresa e também na formulação de uma visão.

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;

3.3 Mapeamento de Processo - Negociação



3.4 Procedimento de Operação Padrão

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 DOISNOVE MEIA apresenta sua empresa também e seus serviços.</p>
	Responsável: Atendimento
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>
	Responsável: Atendimento e Planejamento
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>
	Responsável: Gerente do Projeto e Planejamento
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>
	Responsável: Gerente do Projeto

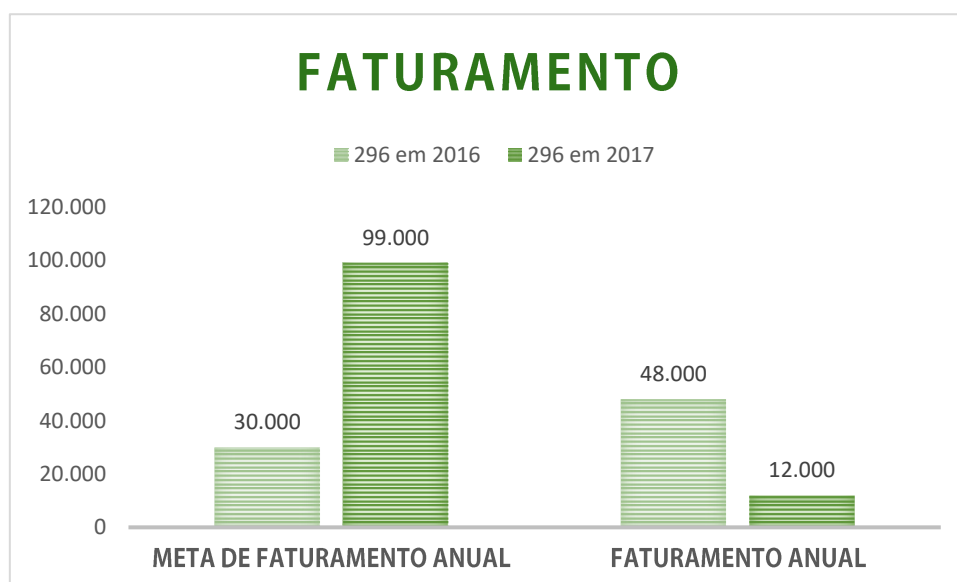


3.5 Mapeamento de Processo – Gerenciamento de Mídia

Segue em anexo.

3.6 Metas SMART (Específico), M (Mensurável), A (Atingível), R (Relevante) e T (Temporal).

É perceptível que a quantidade de projetos e faturamento caiu desde o ano passado, sendo representado pelo gráfico a seguir. Contudo, com os objetivos apresentados neste Planejamento Estratégico espera-se que seja extremamente superior em 2018.



Sendo assim, para que esta situação seja revertida, ações para atingir certos objetivos foram planejadas nos tópicos anteriores.

O intuito é que pelo menos 2 dos objetivos sejam atingidos ainda este ano (6 meses restantes), garantindo assim um maior faturamento e credibilidade da DOISNOVEMEIA Publicidade no mercado.



4. Referências

DE WASHINGTON, Marcelo Ninio. **Crise política afeta mais que economia, diz presidente do Banco Central**. FOLHA DE SÃO PAULO. Abril/2016.

CONCENTRO. **Federação das Empresas Juniores do Distrito Federal**. Disponível em: <<http://www.concentro.org.br/>>. 2017.

MUNIZ, Eloá. Comunicação publicitária em tempos de globalização: caso Forum. **CAESURA-Revista Crítica de Ciências Sociais e Humanas**. Canoas: ULBRA, n.

OLIVEIRA, ROBERTO NASCIMENTO A. **Gestão estratégica de marcas próprias**. Brasport, 2008.

IRIGARAY, Hélio Arthur. **Gestão e desenvolvimento de produtos e marcas**. Editora FGV, 2015.

OLIVEIRA, Edson Marques. Empreendedorismo social e empresa júnior no Brasil: O emergir de novas estratégias para formação profissional. **Franca-SP: Ribeirão Gráfica e Editora**, 2003.

ISOBAR. **Sobre nós**. Disponível em <<http://www.isobar.com.br/en/>>. 2017.

AGÊNCIA ARTPLAN. **Sobre**. Disponível em <<http://www.artplan.com.br/sobre>>. 2017.

AGÊNCIA LOOK'N FEEL. Disponível em <<http://agencialooknfeel.com.br/>>. 2017.

AVOCADO DESIGN. **Sobre**. Disponível em <<http://avocadodesign.org/sobre>>. 2017.

DOISNOVEMEIA PUBLICIDADE. Disponível em <<https://www.facebook.com/Doisnovemeia/>>. 2017.