**1. Contexto da Empresa**  
A Minutos Telecom atua desde 2007 no mercado de telecomunicações, oferecendo uma gama de serviços como internet dedicada, banda larga e telefonia, além de suporte técnico e consultoria. Sua missão é fornecer soluções tecnológicas que atendam as necessidades dos seus clientes, com tecnologia de ponta, preços competitivos e um suporte diferenciado. A empresa opera na região metropolitana de Campinas e adjacências e tem visto um crescimento consistente de 15% nos últimos três anos, atualmente contando com cerca de 500 clientes.

**2. Concorrência**  
O mercado de telecomunicações na região metropolitana de Campinas é competitivo, com grandes players como Vivo e Claro, que possuem uma abrangência nacional e um portfólio diversificado, incluindo serviços de TV, internet e telefonia. A Desktop, um provedor regional de médio porte, também é um concorrente direto, além de pequenos provedores locais. A principal vantagem da Minutos Telecom em relação aos concorrentes maiores é o atendimento personalizado e o suporte diferenciado, além de focar em clientes que buscam serviços de internet e telefonia sem a necessidade de pacotes de TV, o que pode ser uma fraqueza para um segmento do público.

**3. Público-Alvo**  
A Minutos Telecom foca principalmente em pequenas e médias empresas, além de consumidores residenciais que necessitam de internet de qualidade e suporte eficiente. O público da região busca estabilidade no serviço e bom atendimento, principalmente em áreas onde grandes operadoras nem sempre oferecem um suporte rápido e próximo. A ausência de serviços de TV pode limitar o interesse de alguns consumidores, mas a empresa pode compensar com pacotes focados em internet de alta velocidade e telefonia de qualidade, atraindo aqueles que buscam economia e bom atendimento.

**4. Estratégias de Comunicação**  
A estratégia de comunicação da Minutos Telecom deve focar em destacar os diferenciais que a tornam competitiva no mercado:

* **Suporte Personalizado**: Destacar o atendimento rápido e especializado, algo que muitas grandes operadoras não conseguem oferecer com eficiência.
* **Tecnologia de Última Geração**: Comunicar o uso de tecnologias avançadas que garantem a qualidade e estabilidade dos serviços.
* **Preço Competitivo**: Reforçar os preços justos e acessíveis, especialmente para clientes residenciais e empresariais que procuram reduzir custos sem perder qualidade.
* **Marketing Digital**: Fortalecer a presença online, com campanhas nas redes sociais e anúncios direcionados para consumidores e empresas locais que estejam insatisfeitos com os serviços das grandes operadoras.
* **Parcerias Locais**: Explorar parcerias com comércios locais e pequenas empresas para aumentar a visibilidade na região e reforçar a imagem de empresa comunitária.