
Plano de Comunicação 2013

SA Tecnologia

taurus.

SUMÁRIO

1.	HISTÓRICO	3
2.	PLANO DE COMUNICAÇÃO	3
2.1.	CONTEXTO DA SITUAÇÃO	3
2.2.	OBJETIVOS DE COMUNICAÇÃO	3
2.3.	BENEFÍCIOS PREVISTOS	3
3.	ANÁLISE DO AMBIENTE	4
3.1.	AMBIENTE EXTERNO (MACRO E MICROAMBIENTE)	4
3.2.	AMBIENTE INTERNO	4
4.	MERCADO	5
4.1.	DIMENSIONAMENTO	5
4.2.	COMPARAÇÃO COM A CONCORRÊNCIA DIRETA	5
5.	DEFINIÇÃO DO PÚBLICO-ALVO E ÁREA DE AÇÃO	5
6.	DIAGNÓSTICO	6
6.1.	PONTOS FORTES E FRACOS	6
6.2.	PROBLEMAS, SOLUÇÕES E OPORTUNIDADES	6
7.	DEFINIÇÃO DO PROBLEMA DE COMUNICAÇÃO	6
8.	POSICIONAMENTO	6
9.	COMUNICAÇÃO	7
9.1.	OBJETIVOS	7
9.2.	ESTRATÉGIAS	7
10.	MÍDIA	7
10.1.	OBJETIVO	7
10.2.	ESTRATÉGIAS	7

1. Histórico

A SA Tecnologia é uma *startup* recém iniciada que tem como foco inicial a automação de instalações elétricas residenciais (domótica).

Está em fase de desenvolvimento de produtos e formatação das soluções a serem desenvolvidas para o mercado consumidor, portanto esse plano de comunicação determina as diretrizes iniciais da identidade corporativa, das linhas de comunicação (por não possuir prazo definido, ele servirá de base para os planos de comunicação das próximas etapas) determinadas no plano de marketing e caminha em conjunto com o desenvolvimento do Plano de Negócios.

2. Plano de Comunicação

2.1. Contexto da Situação

O Cariri está em franco desenvolvimento e, como constatado em rápida pesquisa feita pela internet, não há projetos de empresas com o mesmo foco da SA Tecnologia. O mercado de luxo é uma grande realidade na região e a automação residencial (como percebido pelo grande crescimento deste nicho em outras regiões do país e do mundo) chega como uma solução compatível com o padrão de exigência desse público.

2.2. Objetivos de Comunicação

- Apresentar a empresa para o mercado e potencializar a geração de novos negócios;
- Iniciar e reforçar o relacionamento com os futuros parceiros e geradores de negócios;
- Posicionar a SA como a pioneira em automação e inovação tecnológica no Cariri (abrindo espaço para a automação industrial, outro nicho importante a ser explorado na região num segundo momento);
- Fornecer a credibilidade necessária para a venda de produtos de alto valor agregado.

2.3. Benefícios Previstos

Lançamento da marca, introdução do produto no mercado e captação de clientes (diretos e através dos parceiros geradores de negócios), além da criação do alicerce necessário para o lançamento de novos produtos.

3. Análise do Ambiente

3.1. Ambiente externo (macro e microambiente)

Segundo a ADEMI (Associação de Dirigentes de Empresas do Mercado Imobiliário), o mercado de automação residencial vem crescendo à ordem de 35% ao ano. Não existem números oficiais, mas segundo a At Home, unidade de negócios de Telefônica/ Vivo, o mercado movimenta cerca de R\$ 500 milhões/ano no Brasil, e a estimativa é que esse montante atinja R\$ 1,5 bilhão em apenas 4 anos.

As soluções oferecidas por empresas do Brasil variam de R\$2.500,00 (fechadura biométrica, outro nicho interessante) até R\$70.000,00. *{O ideal é estudar a concorrência, com foco especial nos players do NE, para identificar formatos de soluções e valores que sirvam de parâmetro}.*

No Cariri, o número de novas residências cresce ao ritmo de 6% ao ano. Estima-se que residências de alto padrão representem uma fatia considerável desse número, em função do bom momento econômico e do crescente investimento na região.

O diretor da iHouse Leonardo Senna, grande empresa do mercado no Brasil, informa que o público-alvo possui imóveis que iniciam na casa dos R\$500.000,00 (a At Home informa um valor mais baixo, de R\$400.000,00) e que esse valor vem caindo constantemente. Por tratar-se de um número que lida com a realidade de SP, podemos estimar que o valor inicial médio do imóvel do público da SA Tecnologia, deve girar em torno de R\$300.000,00. *{Vocês precisam me ajudar nessas estimativas}.*

Segundo o site *Home Theater Brasil*, a CABA (*Continental Automated Buildings Association*), financiada por grandes empresas, como Siemens, Samsung, IBM e Microsoft, vem estudando o mercado nacional, sondando e estudando oportunidades de investimento.

Em síntese, o mercado de automação residencial é uma realidade e uma grande oportunidade de investimento no Brasil, e o Cariri já está a altura desse importante nicho de mercado.

3.2. Ambiente interno

3.2.1. Estrutura

{Precisamos alugar a sala e definir como será a estrutura interna}

3.2.2. Produtos e serviços

Atualmente, a SA Tecnologia possui um conjunto de soluções que englobam a automação da iluminação, da segurança (alarme e portas), de entretenimento (TV's, DVD's, etc.

{Rogério, precisamos definir mais precisamente essas soluções}

3.2.3. Análise de vendas

A SA Tecnologia utilizará o tipo de venda consultiva (exposição e esclarecimento das características dos produtos). O marketing será fundamentalmente voltado às empresas potenciais parceiras e geradoras de novos negócios.

3.2.4. Preço

{Precisamos fazer primeiro a pesquisa sugerida acima}

3.2.5. Distribuição

A empresa contará com profissionais de atendimento externo que visitarão construtoras, imobiliárias, engenheiros e arquitetos.

4. Mercado

4.1. Dimensionamento

{Ler referências sites.txt}

4.2. Comparação com a concorrência direta

{analisar:

- <http://www.ihouse.com.br/>
- <http://www.gdsautomacao.com.br>
- <https://www.dhsms.com.br/>
- <http://singularautomacoes.com.br/>
- <http://www.studiovip.com.br>
- <http://www.smarthomebrasil.com.br/>
- <http://www.scenario.ind.br/>
- <http://www.zwave.com.br/>
- <http://www.idealhome.com.br/>
- <http://www.homevolution.com.br/>
- <http://www.cybert.com.br/>
- *Pesquisar outras}*

5. Definição do público-alvo e área de ação

{Ler referências sites.txt}

6. Diagnóstico

6.1. Pontos fortes e fracos

FORTES	FRACOS

6.2. Problemas, Soluções e Oportunidades

{Definir em reunião}

Problemas	Soluções

7. Definição do problema de comunicação

{Pendente}

8. Posicionamento

{Pendente}

a) Promessa Básica

{Pendente}

b) Justificativa

{Pendente}

c) Atributos complementares da imagem desejada

{Pendente}

9. Comunicação

9.1. Objetivos

{Pendente}

9.2. Estratégias

{Pendente}

10. Mídia

10.1. Objetivo

{Pendente}

10.2. Estratégias

{Pendente}