**DIGITAL MARKETING STRATEGY**

1. Target Group: comunidade da UC.

João, 25 anos, que está em teletrabalho, vive num apartamento e passa muito tempo em casa. Nos tempos livres quer fazer uma horta na varanda do seu apartamento e não tem qualquer conhecimento em como o fazer.

António, 35 anos, vive num apartamento, tem pouco tempo livre e quer fazer uma horta na varanda. Tem dificuldade em encontrar a informação que necessita no seu tempo disponível.

Joana, 22 anos, vai a casa dos avós ao fim de semana e pretende utilizar o quintal para fazer uma pequena horta sustentável, aplicando técnicas de agricultura regenerativa.

Sara, 30 anos, quer implementar técnicas de agricultura regenerativa na empresa agrícola do pai, de modo a tornar o seu

que tem curiosidade em descobrir mais sobre agricultura e que tem na varanda vasos com os quais não sabe o que fazer.

Membro da comunidade UC, que possui uma horta em casa e pretende adotar práticas de agricultura regenerativa.

1. Centralização de informação sobre diversas plantas. Existência de uma comunidade que permite a partilha do progresso de cada utilizador. Guias baseado em práticas de agricultura regenerativa, promovendo a sustentabilidade.

Evitar a estagnação da app, através de uma comunidade ativa.

1. Landing page, Play Store, redes sociais, que apresentem as principais funcionalidades da aplicação, permitindo o contacto dos possíveis clientes connosco e que permitam o download da app.

7- Número de downloads, rating na Play Store.

1. Target Groups + Customer Persona
2. Marketing Message(s): 1 per each persona
3. Competitors: Why are you better? What to learn from others successes / failures?
4. Channels (website, blog, social media, e-mail, newsletter, adwords?) – main activities and goals
5. Identify keywords (SEO)
6. Social Media Calendar: which messages? which channels? when?
7. KPI’s: what will you start to measure?