



comyccino

Soluções em Comunicação

PLANO DE MARKETING

COMUCCINO: SOLUÇÕES EM COMUNICAÇÃO

SUMÁRIO:

1.0. Descrição da Empresa	2
1.1. Análise da Situação	3
1.2. Metas E Objetivos Com O Plano De Marketing.....	6
1.3. Descrição Dos Principais Serviços E Produtos	6
1.3.1. Serviços	6
1.4. Análise de Ambiente de Marketing (SWOT):	7
1.4.1 SWOT Cruzada.....	8
1.4.1.1. Estratégia Ofensiva: Pontos Fortes X Oportunidades (SO)	9
1.4.1.2. Estratégia de Confronto: Pontos Fortes x Ameaças (ST).....	9
1.4.1.3. Estratégia de Reforço: Pontos Fracos x Oportunidades (WO)	10
1.4.1.4. Estratégia de Defesa: Pontos Fracos x Ameaças (WT)	10
1.5. ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO INTEGRADA DE MARKETING/PROMOÇÃO – ACESSO AO MERCADO (4P’S):	11
1.5.1. Promoção — Captação de Clientes:.....	11
1.5.1.1 Redes Sociais	11
1.5.1.2 Site.....	12
1.5.1.3 Participação em Eventos	12
1.5.1.4 Descontos Para Indicados que Fecharem Contrato	12
1.5.2 Preços.....	13
1.5.3. Praça.....	14
1.5.4. Produto.....	14
1.6. PLANO DE AÇÃO.....	15
1.7. Viabilidade Financeira	16
1.7.1. Previsão de Despesas	17
1.8. Controles	17



1.0. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

A *Comuccino* foi fundada em 2018, pelas estudantes de Comunicação Organizacional na Universidade de Brasília, Isabela Oliveira e Naiany Ribeiro com a proposta de misturar comunicação e capuccino enquanto debatem soluções de comunicação para clientes que se deparam com problemas comunicacionais em seu negócio.

Surge então o início da realização de um sonho: o nascimento de uma empresa de solução em comunicação que une as paixões das empreendedoras: capuccino e comunicação.

Partindo da produção de produtos mais solicitados no mercado, a Comuccino propõe estratégias de crescimento embasadas nos conhecimentos de Marketing e Comunicação Organizacional.

Com essa perspectiva, a empresa vem com uma proposta inovadora de atuação com os empreendedores iniciantes, empresas de médio porte e profissionais que queiram desenvolver sua imagem pessoal através de produtos de comunicação.

Missão:

Se tornar uma empresa facilitadora da comunicação organizacional e promover o entendimento da importância da comunicação para microempreendedores e profissionais liberais.

Visão:

Temos como visão a curto prazo, se tornar uma empresa reconhecida no mercado pela atuação estratégica em soluções de comunicação para as organizações.

Valores:

Criatividade, inovação, valorização de ideias, ética e espaço para diálogo.

1.1. Análise da Situação

• Análise da Concorrência:

Por enquanto, a Comuccino não possui concorrentes com os mesmos propósitos, porém, seus concorrentes de entrada são, sobretudo, pessoas que atuam como freelancers oferecendo serviços de comunicação, como criação de logotipo, criação de artes para meio digital e meio impresso. Nesse contexto, a Comuccino busca adequação na oferta de serviços mediante a contratação de planos com preços atrativos e a segurança da oferta dos produtos com a compra dos serviços por meio de contratos.

Não apenas verificando as organizações que estão em declínio, a empresa atua no crescimento empresarial, realizando gestão em Redes Sociais, Impressos e Sites. Portanto, o mercado nesse aspecto possui as agências de comunicação, que, no Distrito Federal, praticam preços mais elevados que a Comuccino.

Empresas	Diferencial comparativo
EMPRESA A	<ul style="list-style-type: none"> • Oferecem serviços de estratégias e soluções em comunicação; • Tem como principal público alvo empresas de porte grande; • Preços mais elevados para todos os públicos.
EMPRESA B	<ul style="list-style-type: none"> • Não oferece serviços de estratégias e soluções em comunicação; • Oferece apenas serviços de criação de arte impressas e digitais.
COMUCCINO	<ul style="list-style-type: none"> • Oferece serviços de estratégias e soluções em comunicação;



comuccino

	<ul style="list-style-type: none">• Preços mais em conta para microempreendedores e profissionais liberais.• Inovação dos serviços e curto prazo de entrega.
--	---

• **Análise da Empresa:**

A Comuccino entra no mercado, inicialmente como uma agência de comunicação, promovendo serviços de design, criação de artes, peças gráficas e inovações digitais.

Após a Comuccino criar uma caderneta fixa de clientes, o suficiente para que se possa terceirizar os serviços de design e criação, as fundadoras partirão para a prática fim da empresa — estratégica em comunicação.

• **Análise do Cliente:**

- Microempreendedores;
- Empresas de Pequeno e Médio Porte;
- Profissionais Liberais.

Em tempos de internet, as empresas e as pessoas se promovem nas mais diversas ferramentas disponíveis no mercado. Porém, essas promoções, na maioria das vezes, não são feitas por profissionais e se observa erros de comunicação que podem denegrir a imagem cujo desejo era maior visibilidade no mercado.

Tratando-se de microempreendedores e empresas de pequeno e médio portes, a Comuccino observa que o desejo mais comum é aumentar as vendas, assim, os clientes buscam redes sociais com aspectos mais profissionais. Esses clientes buscam, também, impressos atraentes e uma identidade visual que transmita segurança e elegância.

Analisando o perfil dos profissionais liberais, obtém-se pessoas que querem se autopromover através de uma identidade visual e redes sociais cheias de conteúdo atrativo.

• **Análise do Mercado:**

Um estudo realizado pela CB Insights, analisou 101 falências de empresas e apontou os 10 motivos principais dessas causas de fracassos de pequenas empresas. Dentre os motivos, destacam-se:

- Não satisfazer as necessidades do mercado: 42%
- Trabalhar com a equipe errada: 23%
- Produto/serviço pouco amigável para o usuário: 17%
- Falta de um modelo de negócios: 17%
- Marketing ruim: 14%
- Ignorar clientes: 14%
- Produto confuso ou inútil: 13%¹

Nessa questão estratégica de ofertar serviços de consultoria, o mercado do Distrito Federal encontra-se com relativa deficiência, uma vez que as empresas de comunicação atuam, sobretudo, com oferta de serviços de design e criação de conteúdo.

O número de abertura de empresas voltou a crescer no Distrito Federal. O balanço do primeiro semestre de 2019 indica que 6.552 negócios foram abertos pelo sistema de Registro e Licenciamento de Empresas, o RLE@Digital.²

¹ (<https://forbes.com.br/negocios/2019/05/10-principais-causas-de-fracasso-de-pequenas-empresas/#foto10>)

² (<https://www.agenciabrasilia.df.gov.br/2019/07/15/numero-de-abertura-e-licenciamento-de-empresas-se-mantem-em-alta-no-df/>)

1.2. METAS E OBJETIVOS COM O PLANO DE MARKETING

Tornar a Comuccino mais conhecida como prestadora de serviços de soluções de comunicação.

1.3. DESCRIÇÃO DOS PRINCIPAIS SERVIÇOS E PRODUTOS

1.3.1. Serviços

Oferecemos planos personalizados para atender de forma única cada necessidade da empresa solicitante. Os serviços mais buscados são a criação de logotipos, cartões de visitas e gestão de redes sociais. A Comuccino está buscando parcerias estratégicas em que poderá colocar mais serviços em sua carteira de ofertas.

Serviços	Descrição
Administração da Comuccino	Análise de indicadores de desempenho.
Branding	Personalidade da marca, posicionamento e relacionamento com o público.
Criação	Impressos em geral (folders, cartões de visita, panfletos, etc.); Identidade Visual: Logotipos; Padrões de atuação nas redes sociais; Criação de conteúdos digitais e textuais para sites, e-books, redes sociais, etc.
Redes Sociais	Gerenciamento de audiência, métricas, peças



comyccino

	gráficas, conteúdos digitais, marketing.
Consultoria Estratégica de Comunicação	Diagnóstico, planejamento e elaboração de estratégias de comunicação.
Oficinas	Oficinas de soluções de problemas de comunicação, conforme a demanda da empresa.
Soluções Digitais	Cartões e E-books interativos.
Web Design	Criação de sites institucionais.

7

1.4. ANÁLISE DE AMBIENTE DE MARKETING (SWOT):

Para realizar um diagnóstico situacional, elaboramos uma matriz conhecida como SWOT. Analisando a empresa e o Mercado de acordo com suas Forças, Fraquezas, bem como as Oportunidades e Ameaças do mercado, desse modo, destaca-se:

Forças	Fraqueza
Marca recomendada pelos clientes.	Não possui estrutura física.
Bom relacionamento com o cliente.	Porte pequeno, restringindo opções.
Rapidez na entrega dos serviços.	Escassez de pessoal.
Equipe gerencial	Recursos limitados, podendo restringir



comuccino

empreendedora.	oportunidades de crescimento ao ser comparados com empresas maiores.
Produtos de alta qualidade.	
Crescimento do faturamento.	
Oportunidades	Ameaças
Crescimento no número de abertura de novas empresas.	Surgimento de empresas menores com preços mais competitivos.
Possibilidades de parcerias estratégicas.	Crise econômica produz sensação de que a comunicação profissional é irrelevante.
Inovações técnicas que permitem agilidade nos serviços.	

8

1.4.1 SWOT Cruzada

Ao analisarmos como as Forças e Fraquezas de uma análise SWOT estão influenciando a chance de suas Oportunidades ou Ameaças acontecerem, realiza-se a SWOT cruzada. Esse cruzamento pode ser um dos principais determinantes de quais planos de ação serão desenvolvidos para colocar na prática suas estratégias.

Para realizar a SWOT Cruzada é importante que haja todos os principais fatores já elencados. Isso significa que é preciso ter todas as suas forças, fraquezas, oportunidades e ameaças já listadas. Com isso, será possível analisar como os fatores internos influenciam as chances dos fatores externos de se concretizarem.

Serão adotados quatro tipos de estratégia que podem ser desenvolvidas de acordo com o cruzamento dos quadrantes na nossa planilha de Análise SWOT:

1.4.1.1. Estratégia Ofensiva: Pontos Fortes X Oportunidades (SO)

As estratégias ofensivas ocorrem quando se analisa o quanto uma força ajuda na possibilidade de uma oportunidade acontecer. De maneira geral, essa é uma estratégia que visa o crescimento e o desenvolvimento de um fator positivo do negócio.

Força	Oportunidade	Estratégia Ofensiva
Equipe gerencial empreendedora	Possibilidade de parcerias estratégicas	Entrega de produtos de valor para os clientes

1.4.1.2. Estratégia de Confronto: Pontos Fortes x Ameaças (ST)

Do cruzamento dos pontos fortes com as ameaças surgem as estratégias de confronto. Aqui pensa-se em como as forças do seu negócio podem minimizar a chance das ameaças ocorrer.

Força	Ameaça	Estratégia de Confronto
Marca recomendada pelos clientes	Crise econômica produz sensação de que a comunicação profissional é irrelevante	Promoção de vantagens aos clientes através de ofertas de produtos de baixo custo

Analisa-se como as forças impactam as ameaças que o negócio pode enfrentar no futuro. A partir desse entendimento, é importante que sejam desenvolvidas estratégias de confronto com essa realidade.

1.4.1.3. Estratégia de Reforço: Pontos Fracos x Oportunidades (WO)

A estratégia de reforço surge sempre que é necessário pensar em como diminuir os impactos que uma fraqueza do negócio tem diminuindo a chance de uma oportunidade ocorrer. As ações adotadas devem reforçar as fraquezas para que elas não atrapalhem no ambiente externo.

Fraqueza	Oportunidade	Estratégia de Reforço
Escassez de Pessoal	Crescimento no número de abertura de novas empresas	Terceirização dos serviços por meio de contratação de freelances

1.4.1.4. Estratégia de Defesa: Pontos Fracos x Ameaças (WT)

Por fim, o último tipo de estratégia é a defensiva, onde analisa-se o cenário mais crítico e que tem como objetivo minimizar perdas e impactos negativos que as fraquezas e ameaças podem causar na empresa. Assim, o objetivo é pensar em como minimizar a chance de uma fraqueza fazer com que uma ameaça se torne realidade.

Fraqueza	Ameaça	Estratégia de Defesa
Não possui estrutura física	Surgimento de empresas menores com preços mais competitivos	Fortalecimento da marca em meio digital e facilitar formas de contratação de serviços.



comuccino

1.5. ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO INTEGRADA DE MARKETING/PROMOÇÃO – ACESSO AO MERCADO (4P’S):

Os serviços da Comuccino serão anunciados em meios digitais e impressos, por meio das redes sociais (Facebook e Instagram), jornais de circulação local e panfletos distribuídos principalmente nas faculdades, captando os estudantes do último ano dos cursos de graduação com pretensão de abrir seu negócio.

11

A Comuccino está em busca de parcerias com organizações que promovem cursos para profissionais e instituições de ensino superior. Esta parceria visa proporcionar aos entrantes e atuantes do mercado de trabalho, com propostas de promoção de seus negócios, uma comunicação profissional a um preço atraente.

1.5.1. Promoção — Captação de Clientes:

Captamos clientes não apenas pelos meios de comunicação e site, mas também, através de parcerias e indicações daqueles que já foram ou continuam sendo nossos clientes. Essas ações já estão sendo praticadas e possui gasto médio de R\$300,00.

Como estratégia que será adotada futuramente, a Comuccino participará de feiras, eventos estudantis e profissionais, onde divulgaremos nossos serviços por meio de impressos. Também trabalharemos com oferta de benefícios aos professores que desejam contratar nossos serviços — a indicação de determinada quantidade de alunos lhe dará direito a X% de desconto na contratação dos serviços Comuccino.

1.5.1.1 Redes Sociais

Como estratégia de marketing no Instagram/Facebook, será utilizado estratégia de captação do encantamento do cliente, por meio de divulgação de informação relevante ao público da Comuccino. E, pelo menos uma vez por

semana, utiliza-se na conta das redes sociais uma propaganda divulgando algum produto da empresa.

O cronograma de postagens programado são três posts diários, sendo o mesmo no Facebook e Instagram.

1.5.1.2 Site

A utilização de Blog é feita no site, onde no período do ano de 2019, foram captados 57 novos usuários, e 200 acessos, sendo todos advindos de pesquisas orgânicas, partindo de pesquisas no Google e acesso através das redes sociais.

Esta estratégia busca atrair mais pessoas para que conheçam a empresa, sobretudo, pelo conteúdo que é capaz de produzir. (Estratégia Inbound Marketing).

1.5.1.3 Participação em Eventos

A Comuccino participará de eventos de negócios e de atualização profissional, oferecendo apoio na comunicação do evento em troca de poder montar um stand para oferta de serviços, dessa forma, visa atrair os participantes que buscam capacitação e network.

Nesses referidos eventos, a empresa vai com a mensagem de que a comunicação profissional pode proporcionar melhores negócios aos nossos clientes.

1.5.1.4 Descontos Para Indicados que Fecharem Contrato

Visando atingir promoção de indicação, a Comuccino fará planos especiais para aqueles que indicarem clientes que assinam o contrato. Será concedido um desconto de determinada porcentagem para cada cliente

indicado que assinar contrato com a empresa, limitando-se ao desconto máximo de 50% de desconto.

1.5.2 Preços

Os preços praticados serão divididos em planos, sendo que o conjunto de serviços sairão a um preço mais baixo que o preço praticado por serviço individual.

Será adotado também um modelo de “financiamento coletivo de preço”, onde um conjunto de clientes se reúne com o intuito de custear um determinado serviço.

Os preços praticados são, em média, mais baixos que o praticado nas agências de comunicação. Com a proposta de atender uma grande quantidade de empreendedores e fomentar a concorrência.

Conforme a demanda mais recorrente da empresa, oferecemos planos anuais, pagos mensalmente, conforme abaixo:

Básico	Intermediário	Avançado	Premium
Capa de Destaque do Instagram (2 artes)	Capa de Destaque do Instagram (3 artes)	Capa de Destaque do Instagram (5 artes)	Capa de Destaque do Instagram (10 artes)
2 artes Semanais Para Redes Sociais (Instagram/Facebook)	3 artes Semanais Para Redes Sociais (Instagram/Facebook)	4 artes Semanais Para Redes Sociais (Instagram/Facebook)	7 artes Semanais Para Redes Sociais (Instagram/Facebook)
Capa do Facebook	Capa do Facebook	Capa do Facebook	Capa em vídeo do Facebook
	Criação de Conteúdo Para Redes Sociais (3 textos semanais)	Criação de Conteúdo Para Redes Sociais (4 textos semanais)	Criação de Conteúdo Para Redes Sociais (7 textos semanais)



comuccino

		Criação de Conteúdo Para Blog (2 textos por mês)	*Criação de Conteúdo Para Blog* (4 textos por mês)
		Criação de site com até 1 página	Criação de site com até 5 páginas
			Criação de e-mail Personalizado
R\$280,00 mensal	R\$350,00 mensal	R\$500,00 mensal	R\$750,00 mensal

14

1.5.3. Praça

A Comuccino inicialmente não tem necessidade de um ponto de venda físico, pois parte da ideia de que os consultores irão até a empresa contratante. Caso haja necessidade de reunião em local diverso, serão utilizados os espaços de coworking, disponibilizados no Distrito Federal.

Atualmente, a Comuccino permite a contratação de seus serviços de forma online, através dos canais de comunicação da marca, tendo como principal meio de contratação, as redes sociais, principalmente o *Whatsapp*. Portanto, sua atuação pode ser expansível.

1.5.4. Produto

A Comuccino oferece produtos de comunicação ao cliente. Possui em seu portfólio de produtos a criação e gerenciamento de contas em redes sociais, oferecendo maior visibilidade do produto do cliente ao mercado, criação e manutenção de sites e blogs e criação de identidade visual e logotipos.

Compõem ainda a criação de impressos, como cartões de visitas, panfletos, banners, brindes entre outros. Produz, ainda, soluções interativas como e-books e cartões digitais.



1.6. PLANO DE AÇÃO

Para a estruturação dos planos de ação, far-se-á uso da ferramenta 5W2H, pois é uma ferramenta que facilita a visualização das estratégias estabelecidas e o que fazer para alcançá-las, uma vez que traz bastante objetividade para o planejamento e a execução da ação. É uma ferramenta muito utilizada nas áreas de gestão, principalmente no que diz respeito ao planejamento estratégico. Além disso, é interessante para a execução de tarefas com mais eficiência e agilidade, aumentando a produtividade como um todo. A imagem abaixo elucida a ferramenta.



Antes de prosseguir, é importante ressaltar que os objetivos acima traçados dizem respeito ao que se deseja alcançar com o plano de comunicação. As estratégias estabelecidas abaixo são formas de alcançar os objetivos, portanto, para cada objetivo pode haver mais de uma estratégia. Por fim, os planos de ação orientam tarefas para que as estratégias sejam cumpridas, e os objetivos, por sua vez, alcançados.

Estratégias para o Objetivo 01: Tornar a Comuccino mais conhecida como prestadora de serviços de soluções de comunicação.



O quê?	Tornar a Comuccino mais conhecida como prestadora de serviços de soluções de comunicação.
Porquê?	Para possibilitar o crescimento da organização.
Como?	Por meio da execução das estratégias de promoção.
Onde?	Em todos os canais de comunicação da empresa.
Quanto?	Em média R\$500,00 iniciais.
Quem?	Todos os membros da equipe.
Quando?	A partir de janeiro.
Indicador	Net Promoter Score.

1.7. VIABILIDADE FINANCEIRA

A atuação da Comuccino, inicialmente, não necessita de muitos recursos financeiros, ao passo que os primeiros produtos oferecidos necessitam dos conhecimentos das fundadoras que se prontificaram a utilizar suas próprias ferramentas para viabilizar os produtos.

Posteriormente, para a necessidade de atuação em local propício aos negócios, foi pensado a utilização de estruturas de coworkings gratuitos disponibilizados em shoppings da cidade. O modelo e estrutura da empresa possibilita atuação através da internet, sem necessidade constante de contato presencial com os contratantes dos serviços Comuccino.

Ferramentas	Utilidade	Preço
Freepik Premium	Banco de imagens com autorização de uso sem comprometer direitos autorais.	R\$40,00 mensais.
Publicidade	Facebook e Instagram.	R\$20,00



comuccino

Impressos	Panfletos, cartão de visita, papel timbrado.	R\$350,00
Hostgator: Plano M	Hospedagem: Site Comuccino	R\$26,00 mensais
Crello	Animações em HD	R\$80,00
Sociedade Simples	Abertura da Empresa	R\$3.000,00

17

1.7.1. Previsão de Despesas

As previsões de despesas se dão pelo pagamento mensal/anual dos serviços contratados pela empresa, uma vez que, pelo atual porte da empresa, não há necessidade de compra ou assinatura de novas ferramentas.

Portanto, a previsão de despesas em um prazo de seis meses se mantém com os custos atuais, o que se concentram na assinatura dos bancos de imagens, hospedagem de sites e materiais impressos (conforme demanda).

1.8. CONTROLES

A Comuccino parte do controle financeiro como principal ponto a ser medido. Dessa forma, adota os seguintes KPI's (Indicadores de Performance):

Lucro Líquido: Obtido mediante a soma de todo faturamento e dedução dos custos e despesas.

Margem de Lucro Líquido: o que a empresa deseja lucrar como retorno do que foi investido. Aqui verifica-se, também, o que o mercado está disposto a pagar pelo produto oferecido.



comyccino

Net Promoter Score: Criada pelo pesquisador Fred Reichheld, a Net Promoter Score é uma métrica que busca mensurar mediante a uma única pergunta quais são os clientes promotores da marca.

Depois que a empresa se consolidar no mercado, novos indicadores serão medidos.