



UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS, COMUNICAÇÃO E ARTES (ICHCA)
CURSO DE JORNALISMO

RELATÓRIO TÉCNICO
(de Trabalho de Conclusão de Curso)

PLANEJAMENTO DE COMUNICAÇÃO PARA OS MEIOS DIGITAIS:
MARCONE ESQUADRIAS

ORIENTADOR: Dr. Vitor Braga
ALUNO: Marcondes Augusto

Maceió/AL, 03 de novembro de 2024

MARCONDES AUGUSTO DA SILVA SANTOS

**PLANEJAMENTO DE COMUNICAÇÃO PARA OS MEIOS DIGITAIS:
MARCONE ESQUADRIAS**

Relatório de Trabalho de Conclusão de Curso (modalidade projeto experimental) apresentado como requisito parcial para obtenção do grau de bacharel/a em Jornalismo pela Universidade Federal de Alagoas.

Orientador: Prof. Dr. Vitor Braga

Maceió/AL, 03 de novembro de 2024

Catálogo na Fonte
Universidade Federal de Alagoas
Biblioteca Central
Divisão de Tratamento Técnico

Bibliotecário: Marcelino de Carvalho Freitas Neto – CRB-4 – 1767

S237p Santos, Marcondes Augusto da Silva.
Planejamento de comunicação para os meios digitais : Marcone Esquadrias /
Marcondes Augusto da Silva Santos. – 2024.
32 f. : il.

Orientador: Vitor José Braga Mota Gomes.
Relatório (Trabalho de conclusão de Curso em Jornalismo) – Universidade
Federal de Alagoas. Instituto de Ciências Humanas, Comunicação e Artes.
Maceió, 2024.

Bibliografia: f. 24.
Apêndices: f. 25-32.

1. Marcone Esquadrias. 2. Assessoria de comunicação social. 3. Meios
digitais. 4. Marketing digital. I. Título.

CDU: 316.77

FOLHA DE APROVAÇÃO

AUTOR (A): MARCONDES AUGUSTO

PLANEJAMENTO DE MARKETING DIGITAL: MARCONE ESQUADRIAS

Relatório Técnico submetido ao corpo docente do Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Alagoas e aprovado em xx de xxxxx de xxxx.

BANCA EXAMINADORA:

Vitor José Braga Mota Gomes, doutor em Comunicação e Cultura Contemporânea

[Inserir aqui o nome da (o) examinador (a), precedido de titulação, caso haja]

[Inserir aqui o nome da (o) examinador (a), precedido de titulação, caso haja]

RESUMO

O TCC é um projeto experimental voltado para a criação de uma estratégia de comunicação digital com o objetivo de fortalecer a presença online da loja Marcone Esquadrias, ampliar sua visibilidade e gerar leads. O trabalho visou aperfeiçoar a assessoria de comunicação da loja por meio da implementação de técnicas de marketing digital, buscando posicionar a marca no mercado e expandir o alcance para além do público tradicional. Para tanto, foram realizadas etapas fundamentais como a criação de um Diagrama de Soluções Digitais (DSD) e a criação de perfis oficiais nas mídias sociais, além de um cronograma de publicações planejado para essas plataformas. A pesquisa de mercado e a análise dos canais digitais auxiliaram na identificação das necessidades específicas da empresa, permitindo uma adaptação precisa da comunicação ao público-alvo. O planejamento resultou em uma comunicação digital mais profissional para Marcone Esquadrias, com aumento na agilidade de atendimento online e maior visibilidade dos produtos. Os clientes passaram a ter uma compreensão mais clara do portfólio e das particularidades dos produtos oferecidos, facilitando o processo de vendas. O trabalho demonstrou, assim, o impacto positivo de uma assessoria de comunicação estruturada, destacando a importância de uma presença digital consistente e estrategicamente gerenciada.

Palavras-chave: Assessoria de Comunicação; Meios digitais; Marketing digital; Marcone Esquadrias.

ABSTRACT

The final project (TCC) is an experimental initiative focused on creating a digital communication strategy aimed at strengthening the online presence of Marcone Esquadrias, increasing its visibility, and generating leads. The work sought to enhance the store's communication consultancy through the implementation of digital marketing techniques, aiming to position the brand in the market and expand its reach beyond the traditional audience. To achieve this, fundamental steps were taken, such as the creation of a Digital Solutions Diagram (DSD), the development of official social media profiles, and a scheduled content calendar for these platforms. Market research and the analysis of digital channels helped identify the company's specific needs, allowing for precise communication adaptation to the target audience. The plan resulted in more professional digital communication for Marcone Esquadrias, leading to increased responsiveness in online service and greater product visibility. Customers gained a clearer understanding of the portfolio and the unique characteristics of the products offered, facilitating the sales process. This work demonstrated the positive impact of structured communication consultancy, emphasizing the importance of a consistent and strategically managed digital presence.

Key Words: Communication Consulting; Digital Media; Digital Marketing; Marcone Esquadrias.

Lista de Figuras

Figura 1: Diagrama de Soluções Digitais para o assessorado.....	13
Figura 2: Reprodução da página no Google Places.....	14
Figura 3: Reprodução de <i>post</i> na página do Instagram.....	15
Figura 4: Reprodução da página inicial do perfil do Instagram.....	16
Figura 5: Reprodução da página inicial do perfil do Facebook.....	18
Figura 6: WhatsApp Business da empresa	19
Figura 7: Catálogo WhatsApp Business da empresa.....	20

SUMÁRIO

1. Descrição do Produto	08
2. Objetivos	11
3. Pesquisas realizadas	12
4. Processo de produção	14
5. Resultados	22
Referências.....	24
Apêndices.....	25

1. DESCRIÇÃO DO PRODUTO

Minha jornada na comunicação social, com habilitação em jornalismo, abriu portas para uma carreira repleta de experiências enriquecedoras. Desde o início, estagiei em instituições privadas, onde tive a oportunidade de auxiliar na gestão de mídias sociais. Com o tempo, fui construindo um sólido repertório de *expertise* e percebi que a comunicação poderia ser uma poderosa ferramenta para vendas e conexões pela internet.

Esse caminho me levou a colaborar com agências de publicidade, onde expandi ainda mais meus conhecimentos e participei de projetos significativos, que, junto com a universidade, moldaram o profissional que sou hoje.

Atualmente, atuo de forma autônoma, atendendo clientes que conquistei ao longo dessa trajetória. Meu foco está no *marketing* digital, onde trabalho de maneira consistente para alcançar resultados expressivos.

Este trabalho tem como objetivo aperfeiçoar a comunicação digital da loja Marcone Esquadrias. A partir de técnicas estratégicas de comunicação e aplicando todo o conhecimento adquirido ao longo do curso de jornalismo, o intuito é capacitar o assessorado a se comunicar de forma intencional e eficaz nas mídias sociais, ampliando o seu alcance de público e elevando seu potencial de vendas.

Por meio de um plano de *marketing* digital, foram traçadas estratégias que conectam os canais digitais em que a marca estará presente, criando uma integração. Isso permite que cada canal se complemente, resultando em um reforço da imagem coesa do cliente perante o público, além de proporcionar segurança à equipe de comunicação do estabelecimento.

Como afirma Kotler (2021), por meio da Internet as organizações podem gerir um canal de vendas e informações a fim de obter um alcance elevado para promoção de seus negócios em qualquer lugar do mundo. Com isso, as empresas têm enxergado a necessidade de se adaptar a uma nova realidade, ansiando por estratégias modernas de gestão a fim de se manter rentáveis e competitivas no mercado.

Diante dessas transformações, as ferramentas do *marketing* precisaram se adaptar para atender às novas demandas que surgiram com o advento da Internet, dando origem ao *marketing* digital. Segundo Rez (2016), trata-se de uma estratégia de atuação que permite criar conteúdo relevante, com agregação de valor ao produto ou serviço, com o intuito de atrair o público-alvo previamente definido e guiá-lo a tomar alguma ação que gere lucro à empresa. Ele argumenta ainda que o *marketing* digital é diferente da propaganda em sua forma tradicional, em que se criam anúncios a fim de atrair clientes para uma determinada

oferta; agora, busca-se entender as necessidades e desejos do público-alvo e, então, criar conteúdo a fim de engajá-los com a empresa e seus objetivos.

Sendo assim, este trabalho se faz necessário pois, embora a loja seja conhecida por alguns profissionais da construção civil – principalmente arquitetos, engenheiros e pedreiros –, existe uma carência na ampliação e sobretudo na diversificação do público-alvo para aumentar os lucros, uma vez que, além de portas e esquadrias, a loja também fabrica itens de grande interesse, como *decks*, bancos, cadeiras e pergolados. Nessa perspectiva, o projeto tem como meta apresentar o catálogo de produtos para potenciais clientes que estão construindo suas residências ou pontos comerciais, para além dos(as) profissionais que cumprem a função de intermediar o contato entre a empresa e estes clientes.

A partir de técnicas de comunicação personalizadas, voltadas para a assessoria, é possível prestar um serviço especializado, coordenando as atividades de comunicação entre um assessorado e seus públicos e estabelecer políticas e estratégias que englobam iniciativas nas áreas de jornalismo, com isso facilitar a relação entre cliente – empresa, e orientar o assessorado quanto ao que pode ou não interessar ao seu público (Farraetto, 2009). Sendo assim, é possível aprimorar a comunicação da loja, transformando sua linguagem e ampliando sua voz junto ao público, nas perspectiva de gerar *leads*. Isso é essencial para qualquer marca que busca expandir seu alcance, se posicionar dentro do mercado e aumentar seus lucros, pois uma comunicação alinhada com os objetivos da empresa trabalha a seu favor, auxiliando na exposição da marca.

Com base nos ensinamentos de Miceli e Salvador (2017), o planejamento será estruturado de forma a interligar todos os canais digitais da loja, priorizando suas necessidades e sendo constantemente avaliado para definir as melhores estratégias, garantindo uma comunicação eficaz e direcionada aos públicos que pretendemos chegar com a nossa proposta.

A internet proporcionou um avanço significativo na velocidade das transações, reduziu distâncias físicas e ampliou a disponibilidade de novos canais para a realização de compras. Os meios virtuais são vistos como ferramentas que facilitam a vida do consumidor, auxiliando-o em suas tomadas de decisão. Esse ambiente deve fornecer informações essenciais para que o consumidor possa fazer suas conclusões ao longo do processo de escolha (CARO, 2010).

Com base nisso, os canais digitais criados para a Marcone Esquadrias também têm como objetivo permitir que os consumidores conheçam, apreciem e compreendam o processo de criação dos produtos fabricados pela loja o que pode influenciar no processo de escolha.

Além disso, esses canais atuam como uma vitrine permanente e interativa, onde os trabalhos podem ser exibidos de forma contínua. Feedbacks e comentários são transformados em melhorias, gerando uma conexão genuína com o público, que se sentirá não apenas ouvido, mas encantado com a forma como a loja interage com seus clientes.

2. OBJETIVOS

2.1. OBJETIVO GERAL

Aperfeiçoar o trabalho de assessoria de comunicação a partir da implementação de técnicas de *marketing* digital para a loja Marcone Esquadrias, a fim de impulsionar sua visibilidade, posicioná-la no mercado e gerar *leads*, pondo em prática um planejamento voltado para os meios digitais.

2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Desenvolver um Diagrama de Soluções Digitais (DSD) para a empresa, apresentando os principais canais de atuação e a prioridade para cada;
- Criar perfis oficiais no Instagram, Facebook, Google Places e WhatsApp Business;
- Desenvolver um cronograma de publicações para os canais criados;
- Posicionar o assessorado no mercado de Esquadrias, portas e construção;
- Aplicar os conceitos de comunicação e assessoria

3. PESQUISAS REALIZADAS

Com base nos ensinamentos de Miceli e Salvador (2017), foi iniciada uma pesquisa de mercado e análise digital dos canais que seriam utilizados para a produção deste planejamento de marketing digital, com o objetivo de ampliar o reconhecimento e a expansão do mercado da empresa. As empresas orientadas para o *marketing* buscam conhecer os desejos de seus clientes e oferecer a eles o que desejam, de forma superior à concorrência. Com isso, é de suma importância elevar sua comunicação para que de forma eficiente sua voz ecoe no mercado e seu produto ganhe relevância e prestígio. De acordo com Miceli e Salvador (2017, p. 121):

Além de construir sua marca e melhorar seus números de vendas, o marketing influenciador também ajuda seu ranking de motor de busca. De acordo com o Social Media Revolution, os posts sociais gerados representam 25% dos resultados de pesquisa para as vinte maiores marcas do mundo. Quanto mais as pessoas mencionam a sua marca nas mídias sociais, mais popular e relevante você será no Google.

O consumidor passou a ser influenciado por diversos aspectos culturais, sociais e psicológicos, ligados aos grupos e vivências em determinados círculos sociais. Esse processo é fundamental para determinar suas escolhas e desejos. As mídias sociais são uma forma de representação dos relacionamentos afetivos e profissionais entre as pessoas, organizadas em redes ou comunidades. Elas permitem o compartilhamento de ideias, informações e interesses (Garcia, 2007).

À medida que o público interage por meio de comentários, compartilhamentos e curtidas, o canal digital da loja ganha mais visibilidade, ampliando o alcance do conteúdo para além da bolha de seguidores. Isso contribui não apenas para o crescimento digital, mas também para o desenvolvimento da loja como um todo.

Com base nisto, entendemos que nossa atuação enquanto assessores de comunicação auxilia tanto o trabalho de *branding* – no aspecto do posicionamento da marca, especialmente nos meios digitais – quanto na visibilidade que o assessorado pode obter a partir de técnicas de *SEO* (*Search Engine Optimization*). Ao operar dessa forma, procuramos aumentar a visibilidade *online* e atrair mais visitantes qualificados, o que pode gerar *leads* e conversões para o negócio.

O planejamento estratégico digital auxiliará nosso assessorado na redução da sua estrutura de custos por meio da implementação de ferramentas digitais, utilizando um Diagrama de Soluções Digitais (DSD). Esse diagrama será elaborado de acordo com a

inter-relação entre os canais digitais e a prioridade (ou energia) atribuída a cada um deles (Miceli e Salvador, 2017). Além de facilitar o entendimento para quem irá gerenciar os canais, o diagrama também define as prioridades e os interesses de cada plataforma, orientando a gestão e a programação das publicações. Desta forma, ao aplicar a estratégia de planejamento de *marketing* digital com base na elaboração de um DSD, pode-se encontrar um caminho estratégico e efetivo, onde a empresa conseguirá expandir sua presença digital de forma intencional, e por consequência aumentar seu poder de vendas.

Com isso, compreende-se a importância do planejamento de *marketing* digital para as organizações, pois é ele que define os pontos nos quais as empresas devem focar para obter êxito em seus princípios básicos. O planejamento representa um mapa que possibilita à organização entender mais claramente o mercado, as necessidades dos clientes e a forma como atendê-los. Assim, de maneira estratégica, a empresa consegue ampliar seu público e obter melhores resultados no mercado.

Dentro da assessoria de comunicação, é fundamental a criação de um plano estratégico comunicacional, em parceria com o marketing, para que a empresa possa se comunicar de forma clara e coesa. Conforme Ferraretto (2009, p. 17) , isso ajuda a evitar mal-entendidos e a resolver todas as dúvidas que o cliente possa ter: "A instituição deve possuir uma assessoria de comunicação social, com políticas bem definidas. Dentro desse quadro, por sua vez, pode – e deve – elaborar seus próprios planos e estratégias".

Dito isso, além de preparar a empresa para se comunicar de maneira eficaz, é essencial alinhar planos para lidar com possíveis crises que possam surgir durante o funcionamento da loja, como feedbacks negativos, problemas no atendimento ao cliente e até insatisfações com os produtos.

4. PROCESSO DE PRODUÇÃO

A comunicação digital pode ser uma aliada fundamental em diversos setores. Quando bem planejadas, de forma clara e objetiva, as ações *online* têm o potencial de gerar grandes resultados. O planejamento de comunicação para Marcone Esquadrias, voltada a uma atuação nos ambientes digitais, com uma presença estratégica e consistente. Além de aumentar as vendas e elevar a visibilidade da empresa no mercado, esse processo também prepara a gestão de comunicação da instituição para possíveis crises. Isso é possível por meio de ensinamentos de assessoria, melhores práticas de atendimento ao cliente e o entendimento de que a conexão entre atendimento e produto é fundamental para manter as vendas fluídas e em constante crescimento.

No cenário atual, a presença digital é crucial para a maioria das empresas. Foi identificado que a ausência de canais digitais efetivos na loja estava prejudicando a conquista de novos clientes. Isto porque, ao analisarmos os usuários que fazem contato com a empresa pelo WhatsApp¹ ou seguem no Instagram², percebemos que era composto, em sua maioria, por profissionais do setor da construção civil. Ou seja, aqueles que vão intermediar uma relação com uma clientela: empresas ou pessoas físicas com obras que possam adquirir produtos do catálogo da Marcone Esquadrias. Diante desse diagnóstico, e considerando a meta de diversificar o público, sugerimos para a empresa a criação de um planejamento de marketing digital.

Iniciamos com reuniões com o dono do estabelecimento para entender o atendimento, o processo de vendas, o público-alvo e os principais clientes. Essas reuniões foram essenciais para definir os canais digitais mais adequados, prezando pela eficiência na chegada do conteúdo ao público e pela facilidade de gestão, como publicações, respostas a comentários e obtenção de *feedbacks*.

Com base nisso, decidiu-se que Marcone Esquadrias marcaria presença nas seguintes plataformas: Facebook³, Google Places⁴, Instagram e WhatsApp Business. Essas plataformas, além de permitirem uma conexão direta com os clientes, são fáceis de gerenciar, o que facilita a execução de ações cotidianas. Elaboramos um DSD para a empresa, na qual apresentamos

1

https://api.whatsapp.com/send/?phone=5582996416643&text&type=phone_number&app_absent=0

² <https://www.instagram.com/marconeesquadrias/>

³ <https://www.instagram.com/marconeesquadrias/>

⁴ <https://g.co/kgs/ywXREcj>

abaixo:

Figura 1: Diagrama de Soluções Digitais para o assessorado.



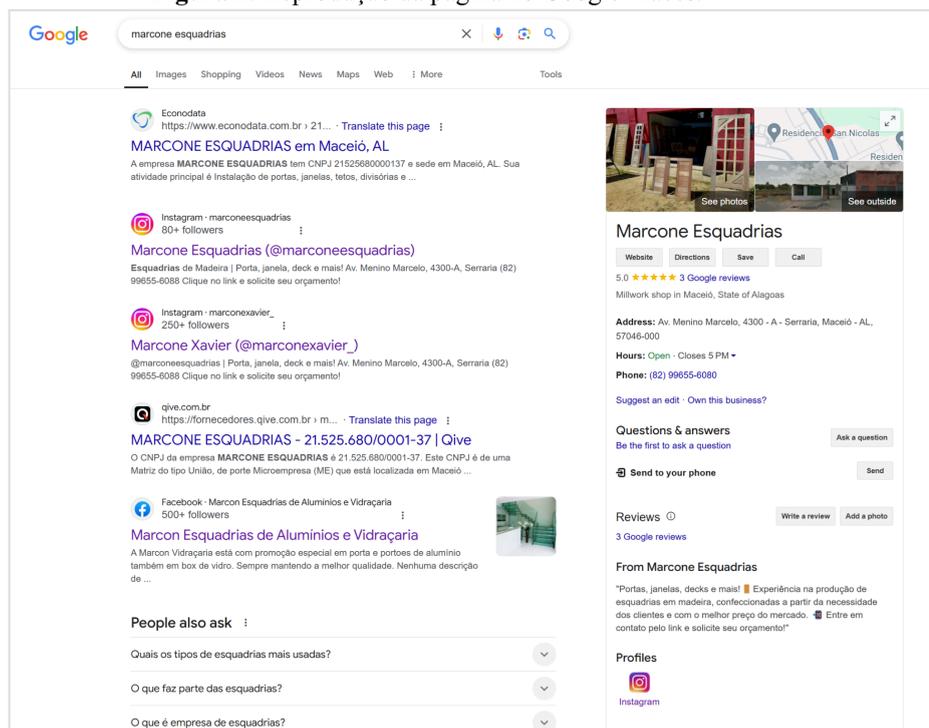
Fonte: elaborado pelo autor.

Com base no que apresentamos acima, nosso trabalho consiste na criação e manutenção de alguns canais digitais, elegendo prioridades e funções para cada um. Apresentamos na lista abaixo:

- **Facebook:** Rede escolhida para replicar as publicações do Instagram, vincular *links* oficiais da empresa e gerenciar comentários e avaliações dos clientes.
- **Google Places:** Importante para oficializar a localização da loja, permitindo receber avaliações, vincular perfis oficiais e publicar fotos da loja, proporcionando familiaridade aos clientes e transmitindo mais confiança com o selo de verificação do Google.
- **Instagram:** Rede voltada para vendas e conexão. Aqui, o foco é expor o portfólio da loja, destacar a qualidade dos produtos e gerar uma conexão genuína com os clientes, por meio da apresentação da equipe e do processo de produção, utilizando fotos e vídeos.
- **WhatsApp:** Canal de comunicação direta com a equipe da loja, facilitando o envio de catálogos, portfólios, vendas e *feedbacks*, essencial para um processo de venda digital eficiente e seguro.

Para gerenciar essa atuação nos meios digitais, foi criado um endereço de e-mail exclusivo. Cada conta foi criada aplicando a identidade visual da loja, e todas as plataformas foram vinculadas para garantir um acesso unificado. Agora, ao pesquisar a loja no buscador Google, já é possível visualizar fotos da fachada, horários de funcionamento e avaliações, além de acessar diretamente o canal oficial no Instagram (ver Figura 2).

Figura 2: Reprodução da página no Google Places.

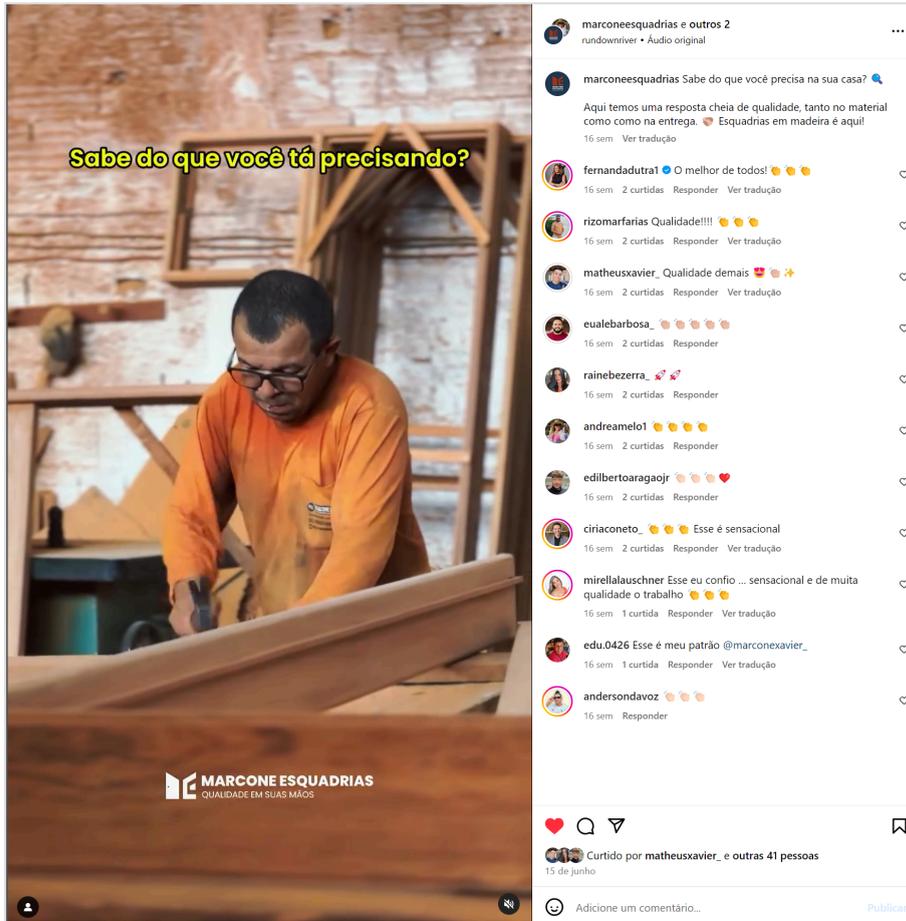


Fonte: Google Places.

Após identificar, conectar e verificar cada canal, foi criado um planejamento de publicações.

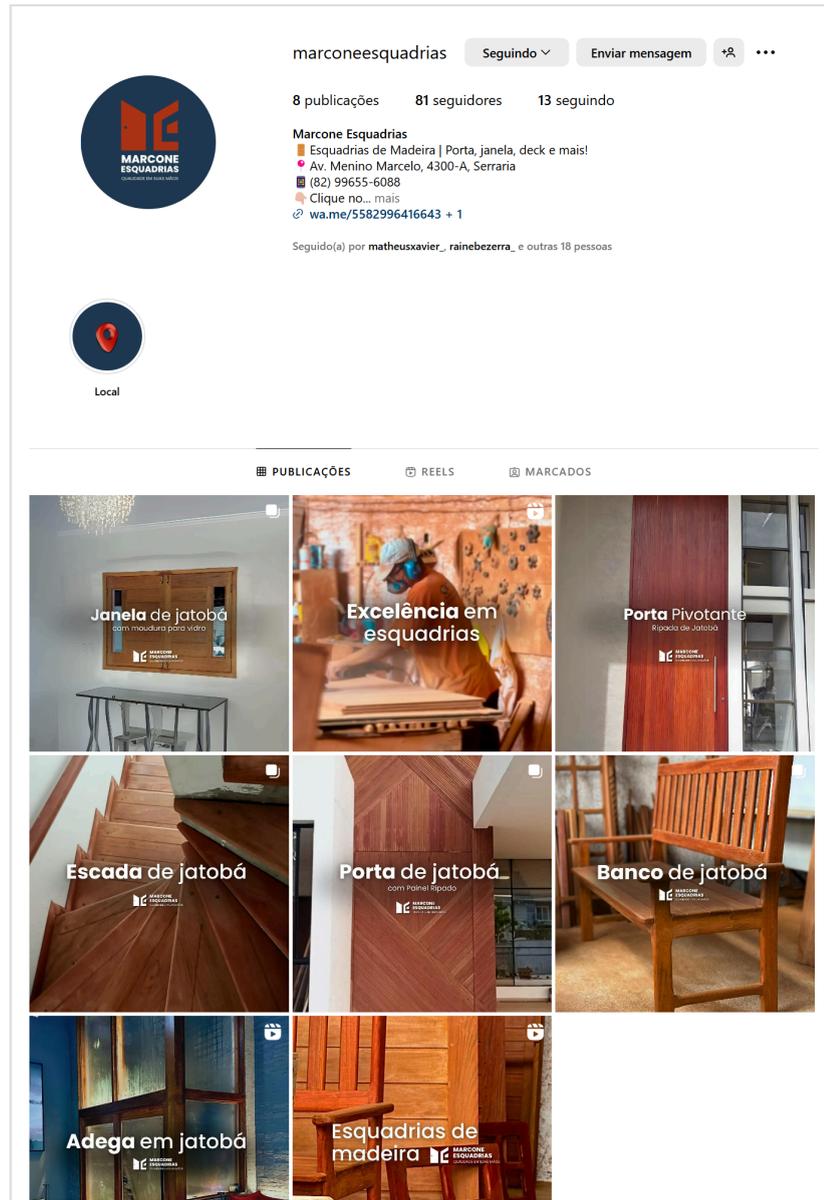
Este plano orienta a equipe responsável sobre a produção dos conteúdos, explicando as intenções e propósitos de cada publicação. Com isso, a equipe pode iniciar um calendário eficaz de *posts* e se planejar para os meses seguintes. O planejamento encontra-se no apêndice desse trabalho. No Instagram, optamos por produzir vídeos do processo de fabricação, fotos detalhadas dos produtos e vídeos das entregas e produtos a pronta entrega. Nessas publicações (ver Figuras 3 e 4), mostramos os serviços oferecidos pela loja, cativando os clientes com imagens atraentes e encantadoras.

Figura 3: Reprodução de *post* na página do Instagram.



Fonte: Instagram @marconeesquadrias.

Figura 4: Reprodução da página inicial do perfil do Instagram.



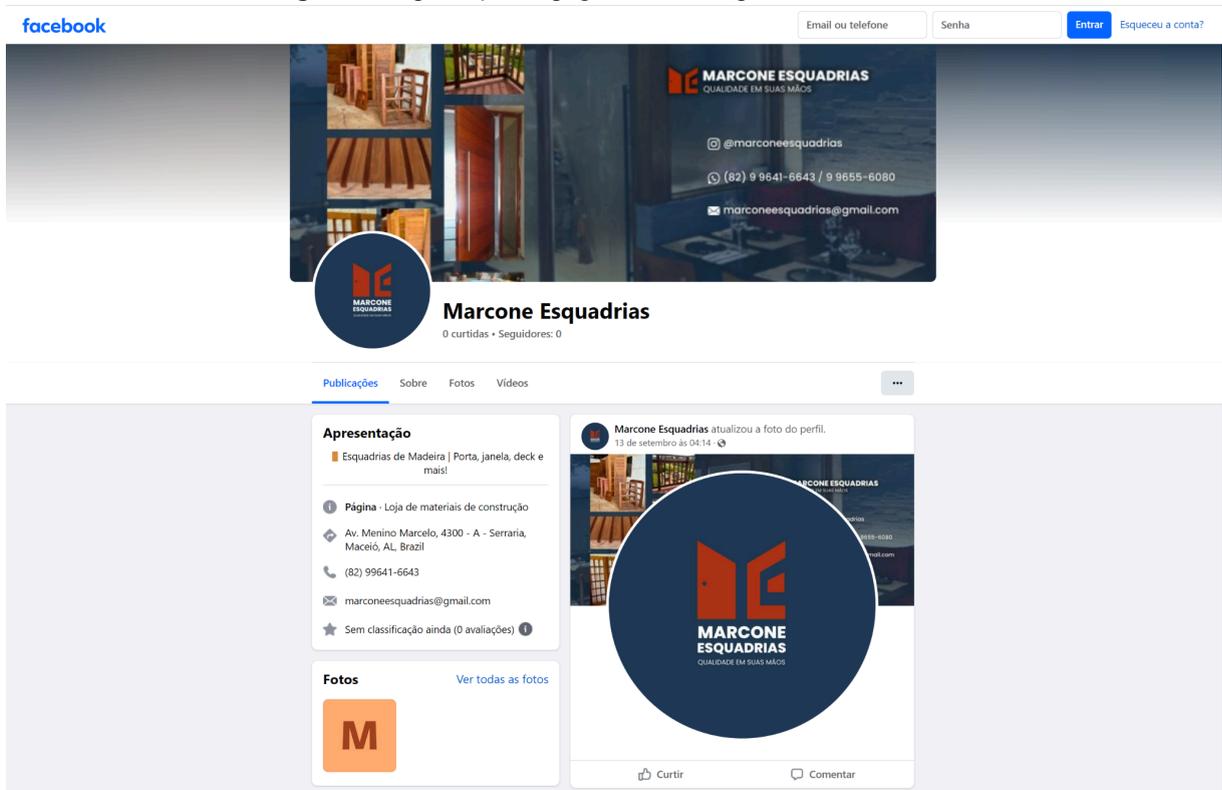
Fonte: projeto experimental (2024).

No Facebook, que entendemos como um canal utilitário de armazenamento, apesar de o alcance das publicações não ser o mesmo que no Instagram, utilizaremos para compartilhar as imagens produzidas lá – servindo como uma plataforma de propulsão das reproduções dos *posts* do Instagram.

Assim, os clientes que acessarem a página poderão visualizar de imediato os produtos e as especialidades da loja, além de serem direcionados para os outros canais oficiais através dos links disponibilizados na página. É importante mencionar também que, por haver recursos de comentários e mensagens diretas, há necessidade de constante atenção assim como o

próprio Instagram. Apresentamos abaixo a reprodução da página inicial do Facebook (ver Figura 5):

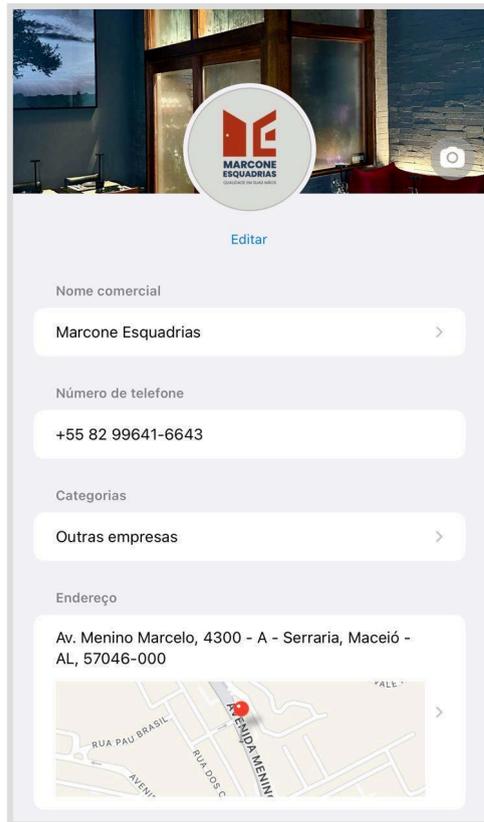
Figura 5: Reprodução da página inicial do perfil do Facebook.



Fonte: projeto experimental (2024).

Por fim, foi criado um catálogo para ser anexado ao WhatsApp Business, ferramenta do WhatsApp que permite ao nosso assessorado comercializar diretamente seus produtos,; por outro lado, garante ao cliente um fácil acesso aos produtos fabricados. É importante salientar que, por se tratar de uma empresa na qual entrega produtos sob demanda – não tendo assim para aquisição imediata uma variedade de soluções para os clientes – o catálogo opera também como uma espécie de portfólio das experiências marcantes, melhores sucedidas até então. Apresentamos abaixo uma reprodução de como ficou o perfil da Marcones Esquadrias no WhatsApp (ver Figura 6):

Figura 6: WhatsApp Business da empresa.



Fonte: projeto experimental (2024).

Isso possibilita a visualização dos materiais, texturas e produções realizadas, facilitando o processo de escolha e otimizando a comunicação com o atendimento, resultando em uma venda mais eficaz. Para a execução do catálogo de produtos, de modo a ser exibido nos canais digitais criados, foram produzidas fotografias pela equipe da loja e adicionadas ao perfil no WhatsApp Business (Figura 7):

Figura 7: Catálogo WhatsApp Business da empresa.



Fonte: projeto experimental (2024).

Estamos planejando a produção de um vídeo institucional para apresentar toda a equipe da Marcone Esquadrias. O objetivo é criar uma conexão mais próxima com os clientes e humanizar os produtos, destacando o processo artesanal de fabricação, o que agrega um valor emocional e fortalece a percepção de qualidade.

No apêndice 2 desse trabalho exploramos mais o planejamento de conteúdo para o nosso assessorado para os próximos meses.

5. RESULTADOS

Como resultado, pode-se destacar a eficácia de um trabalho de assessoria de comunicação que faça uso de um plano de *marketing* bem estruturado para uma empresa, otimizando o tempo dedicado à criação e produção de peças que promovam a marca. No caso da loja Marcone Esquadrias, o planejamento desenvolvido – que se iniciou com a definição do DSD – auxiliou a equipe a seguir a direção estratégica desejada pela gerência, que é a expansão das vendas e do público.

À medida que as ações foram sendo implementadas, já se pôde observar a profissionalização do perfil da empresa, além de maior agilidade nos atendimentos *online*. A equipe de atendimento relatou que, com o catálogo organizado e os primeiros vídeos publicados nas plataformas, os clientes que entraram em contato passaram a ter uma compreensão mais clara do que desejavam. Além disso, muitos trouxeram como referência produtos já divulgados, o que facilitou significativamente a comunicação e o entendimento entre ambas as partes, tornando o processo de vendas mais eficiente.

Durante a criação dos perfis nas plataformas digitais, uma das pequenas dificuldades encontradas foi um impasse de segurança no Facebook. Como já existia um perfil pessoal do CEO da empresa, a plataforma inicialmente não permitiu a criação da página empresarial. Foi necessário aguardar até próximo ao prazo final da conclusão do trabalho para configurar adequadamente a página na plataforma.

Após superar essa dificuldade, o plano foi enviado ao setor responsável para iniciar a produção de fotos, vídeos e publicações nas plataformas digitais, o que gerou grande entusiasmo entre a equipe, que se comprometeu a entregar o melhor resultado possível.

Dessa forma, a análise que se pode fazer deste trabalho é que a comunicação é fundamental para conectar produtos a pessoas, instituições ao público e criar laços entre indivíduos. Somente a *expertise* adquirida ao longo dos anos de universidade pode fornecer o conhecimento necessário para que o responsável pela comunicação da empresa consiga direcionar a equipe de forma eficiente, gerando a mobilização essencial para concretizar o trabalho.

Por fim, este trabalho proporcionou um grande aprendizado para o formando, evidenciando que, mesmo após algum tempo de atuação no mercado, é sempre possível aprender novas formas de aplicar o trabalho comunicacional de maneira ainda mais eficiente. É notório que o que foi desenvolvido neste planejamento servirá como base para futuras criações estratégicas, otimizando meu tempo como criador, sem perder o rigor e a análise

minuciosa necessários para uma comunicação eficiente e assertiva, que leve o assessorado ao seu objetivo de forma fluida e constante.

REFERÊNCIAS

KOTLER, Philip. **Marketing para o século XXI: como criar, conquistar e dominar mercados**. 1. ed. São Paulo: Futura, 2000.

MICELI, André; SALVADOR, Daniel . **Planejamento de Marketing Digital**. 2. ed. Rio de Janeiro: Brasport, 2017.

REZ, Rafael. **Marketing de conteúdo: a moeda do século XXI**. 1. ed. São Paulo: DVS Editora, 2016.

KAYSER, Marcos. **Planejamento Estratégico: O que é e como fazer**. Scopi, 8 de jul. de 2020. Disponível em: <<https://scopi.com.br/blog/como-fazer-planejamento-estrategico/>>. Acesso em: 11 out. 2024.

FERRARETTO, Elisa Kopplin; FERRARETTO, Luiz Artur. **Assessoria de imprensa: teoria e prática**. 5. ed. São Paulo: Summus, 2009.

CARO, Abrão. **Comportamento do consumidor e a compra on-line: uma análise multicultural**. 2010. Tese (Doutorado) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2010. Disponível em: <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/12/12139/tde-05052010-114514/>. Acesso em: 15 out. 2024.

GARCIA, Gabriel Marin. **Comportamento do consumidor virtual: A influência das características pessoais na intenção de compra**. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Rio Grande do Sul, 2007. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/10183/22094>>. Acesso em: 15 out. 2024.

ANEXO/APÊNDICE

Apêndice 1: Identidade visual

Paleta de cores



Logotipo e símbolo



Apêndice 2: Planejamento de produção de conteúdo

QUEM SOMOS	Um vídeo breve, mas poderoso, que apresenta nossa equipe, destacando o papel de cada um e a especialidade da casa. O objetivo? Conectar com o consumidor e dar vida aos produtos que oferecemos.
PRODUTO DA SEMANA:	Carrossel de fotos destacando um produto exclusivo fabricado esta semana na loja, com imagens em close-up que revelam cada detalhe e evidenciam a qualidade superior para o público.
DICAS PARA CUIDAR DA SUA PORTA	Dicas essenciais de manutenção para garantir a durabilidade das portas e janelas feitas por nós. Isso não só demonstra nosso conhecimento, mas também reforça a confiança dos clientes em nossos produtos.
CHEGUEI NA MARCONE ESQUADRIAS, E AGORA?	Um guia visual mostrando todas as etapas do processo de compra, desde a recepção até o pagamento no caixa. Queremos que nossos clientes se sintam à vontade e bem informados.
PRODUTO DA SEMANA:	Carrossel de fotos destacando um produto exclusivo fabricado esta semana na loja, com imagens em close-up que revelam cada detalhe e evidenciam a qualidade superior para o público.
PROCURA-SE!	Um vídeo divertido mostrando uma placa de "Procurado" com a foto do nosso gerente, destacando que ele é procurado por ser o melhor em esquadrias da região. Em seguida, o próprio gerente aparece e lança um desafio: "Venha até a loja e comprove a qualidade dos nossos produtos e ofertas imperdíveis!"
ISSO OU AQUILO: MATERIAIS DE ESQUADRIAS	Para engajar o público, um vídeo descontraído com nossa equipe compartilhando suas preferências de materiais, como verniz, stain e outros utilizados na fabricação de esquadrias.
PRODUTO DA SEMANA:	Carrossel de fotos destacando um produto exclusivo fabricado esta semana na loja, com imagens em close-up que revelam cada detalhe e evidenciam a qualidade superior para o público.
ACOMPANHE A MONTAGEM DE UMA PORTA GIGANTE	Um vídeo mostrando a logística completa da montagem de uma porta, desde a saída da loja até a instalação na casa do cliente. Vamos destacar a qualidade do nosso atendimento e do serviço que oferecemos.
FEEDBACK	Captura de tela ou vídeo de um depoimento de cliente, compartilhando a experiência positiva de contratar os serviços da Marcone Esquadrias.
PRODUTO DA SEMANA:	Carrossel de fotos destacando um produto exclusivo fabricado esta semana na loja, com imagens em close-up que revelam cada detalhe e evidenciam a qualidade superior para o público.

RELEMBRE COM A GENTE!	Vídeo apresentando um projeto finalizado e entregue ao cliente, destacando o resultado após a entrega e reforçando a confiança do público na qualidade da Marcone Esquadrias.
------------------------------	---

Apêndice 3: Diagrama de soluções digitais



Apêndice 4 – Reproduções dos canais digitais criados

Instagram:

marconeesquadrias Seguindo Enviar mensagem

8 publicações 81 seguidores 13 seguindo

Marcone Esquadrias
Esquadrias de Madeira | Porta, janela, deck e mais!
Av. Menino Marcelo, 4300-A, Serraria
(82) 99655-6088
Clique no... mais
wa.me/5582996416643 + 1

Seguido(a) por matheuxavier_, rainebezerra_ e outras 18 pessoas

Local

PUBLICAÇÕES REELS MARCADOS

Janela de jatobá
com moldura para vidro

Excelência em esquadrias

Porta Pivotante
Ripada de Jatobá

Escada de jatobá

Porta de jatobá
com Painel Ripado

Banco de jatobá

Adega em jatobá

Esquadrias de madeira

Google Places:



See photos See outside

Marcone Esquadrias

[Website](#) [Directions](#) [Save](#) [Call](#)

5.0 ★★★★★ 3 Google reviews

Millwork shop in Maceió, State of Alagoas

Address: Av. Menino Marcelo, 4300 - A - Serraria, Maceió - AL, 57046-000

Hours: Closed · Opens 8 AM Fri ▾

Phone: (82) 99655-6080

[Suggest an edit](#) · [Own this business?](#)

Questions & answers

[Be the first to ask a question](#) [Ask a question](#)

[Send to your phone](#) [Send](#)

Reviews ⓘ

[Write a review](#) [Add a photo](#)

3 Google reviews

From Marcone Esquadrias

"Portas, janelas, decks e mais! 🪵 Experiência na produção de esquadrias em madeira, confeccionadas a partir da necessidade dos clientes e com o melhor preço do mercado. 📞 Entre em contato pelo link e solicite seu orçamento!"

Profiles


Instagram

Facebook:

The screenshot shows the Facebook profile page for Marcone Esquadrias. At the top, there is a search bar with the text "Pesquisar no Facebook" and navigation icons for home, messages, and notifications. The profile picture is a circular logo with the letters "ME" and the text "MARCONE ESQUADRIAS". The cover photo is a collage of images showing wooden furniture and interior spaces. The profile name is "Marcone Esquadrias" with "0 curtidas • Seguidores: 0" below it. To the right of the name are buttons for "Ver painel", "Editar", and "Anunciar". Below the name, there are tabs for "Publicações", "Sobre", "Menções", "Avaliações", "Seguidores", "Fotos", and "Mais". The "Apresentação" section is visible at the bottom, with a text input field containing "No que você está pensando?".

WhatsApp Business:

The screenshot shows the WhatsApp Business profile page for Marcone Esquadrias. At the top, there is a profile picture of a wooden chair and a circular logo with the letters "ME" and the text "MARCONE ESQUADRIAS". Below the profile picture is an "Editar" button. The profile information is as follows:

- Nome comercial: Marcone Esquadrias
- Número de telefone: +55 82 99641-6643
- Categorias: Outras empresas
- Endereço: Av. Menino Marcelo, 4300 - A - Serraria, Maceió - AL, 57046-000

Below the address is a map showing the location on a street grid with labels for "RUA PAU BRASIL", "RUA DOS C", and "AV. MENINO MARCELO".

Catálogo WhatsApp Business:

< Gerenciar catálogo >

-  Adicionar coleção
-  Deck de piscina, varanda, fachada, janela, escada e corrimão
-  Porta de Lambril
-  Portas, adega e portão de Jatobá
-  Porta ripada de jatobá
-  Banco
-  Em loja