

DIAGNÓSTICO E MARKETING ESTRATÉGICO

OBJETIVO

O OBJETIVO DO DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO É APRESENTAR A VISÃO DA SIX EM RELAÇÃO AO POSICIONAMENTO ESTRATÉGICO DA EMPRESA PARA SEU PÚBLICO EXTERNO, ANALISANDO A FOTOGRAFIA ATUAL DA EMPRESA, AO MESMO TEMPO EM QUE BUSCA IDEALIZAR UMA VISÃO FUTURA, DIRECIONANDO A ESTRATÉGIA DE MARKETING PARA RESULTADOS.

PREMISSAS

LEVAMOS EM CONTA NESSE DIAGNÓSTICO A REUNIÃO PRESENCIAL, AS PERGUNTAS RESPONDIDAS PELA PROPRIETÁRIO QUE AJUDARAM A DEFINIR QUAIS OS CAMINHOS E AS DIRETRIZES A SEREM SEGUIDAS. ALÉM DISTO, É NECESSÁRIO REALIZAR ESTUDOS ANALÍTICOS DE SITES, MÍDIAS SOCIAIS E ANÁLISE DIGITAL E PRESENCIAL DE CONCORRENTES.

BENEFÍCIOS ESPERADOS COM O PLANO DE MARKETING ESTRATÉGICO

IDENTIDADE VISUAL;

POSICIONAMENTO;

COMUNICAÇÃO INTERNA E EXTERNA;

COMUNICAÇÃO DIGITAL;

ESTRATÉGIAS DE MARKETING;

PLANO DE AÇÃO;

MONITORAMENTO E CONTROLE;

AUMENTO DE FATURAMENTO;

ANÁLISE DO PRINCIPAL CONCORRENTE

PONTOS FORTES;

PONTOS FRACOS;

OPORTUNIDADES;

AMEAÇAS;

Stakeholder

PÚBLICO DE INTERESSE;

CLIENTES;

INFLUENCIADORES;

PROPOSTAS DE VALOR

VALOR EM PRODUTOS E BENEFÍCIOS;

BENEFÍCIOS;

DIFERENCIAIS DIANTE CORRÊNCIA;

PLANO DE MARKETING ESTRATÉGICO

DE ACORDO COM AS ESTRATÉGIAS É FEITO O PLANO DE AÇÃO;

O QUE?

QUANDO?

COMO?

POR QUE?

INVESTIMENTO?

RESPONSÁVEL?