

PLANO ESTRATÉGICO DE MARKETING

M4 Móveis e Planejados | raiseUP

1. Visão Executiva

Onde a M4 está hoje

A M4 já possui operação ativa de marketing, presença digital estruturada e capacidade produtiva validada. O desafio não é visibilidade — é **clareza estratégica, posicionamento e previsibilidade de demanda**.

Desafio central de marketing

Sair da comunicação genérica de “móveis planejados” e assumir um **posicionamento claro de valor**, reduzindo dependência de orçamento frio e disputa por preço.

Onde o marketing deve levar o negócio

Transformar o marketing em um **sistema contínuo de geração de demanda qualificada**, com percepção de autoridade, processo claro e decisão mais rápida.

Objetivo principal

Gerar demanda previsível para projetos de maior valor percebido.

Papel do marketing no crescimento

Educar o mercado, filtrar o lead certo e acelerar decisão — não apenas atrair volume.

2. Diagnóstico Estratégico da Marca

Posicionamento atual

Marca operacionalmente forte, mas com comunicação ainda pouco diferenciada no digital.

Percepção provável do mercado

“Mais uma empresa de móveis planejados”, sem clareza imediata de diferencial. **Riscos estratégicos**

- Concorrência por preço
- Lead chegando sem entender processo e valor
- Comunicação focada demais em produto final

Oportunidades claras

- Mostrar processo, método e acompanhamento •
- Posicionar a M4 como especialista em solução completa •

Elevar percepção sem aumentar complexidade

3. Regras de Ouro da Comunicação

Nunca fazer

- Falar apenas de móveis, sem falar de solução •
- Mostrar projeto sem contexto ou problema resolvido •
- Disputar atenção com estética vazia

Sempre fazer

- Mostrar processo e método
- Explicar o *antes, durante e depois*
- Conduzir o cliente na decisão
- Posicionar a M4 como especialista, não como catálogo

4. Público e Decisão de Compra

Quem decide

Casais e proprietários em fase de obra ou reforma.

Quem influencia

Arquitetos, familiares e referências digitais.

O que trava a decisão

- Medo de erro
- Falta de clareza no processo
- Comparação excessiva entre fornecedores

O que acelera a decisão

- Processo bem explicado
- Segurança técnica
- Visualização clara do resultado

Insight central

Quem compra móveis planejados não quer criatividade solta. Quer **controle, previsibilidade e segurança**.

5. SWOT Estratégico

Forças

- Capacidade produtiva
- Experiência prática
- Portfólio real

Fraquezas

- Diferencial pouco explícito
- Comunicação ainda genérica
- Lead chega pouco educado

Oportunidades

- Educação do mercado
- Conteúdo de processo
- Autoridade local

Ameaças

- Concorrência por preço
- Comparação rasa
- Decisão baseada apenas em estética

6. Arquitetura de Canais

Instagram

Função: percepção e autoridade

Conteúdo: processo, bastidores, provas reais

Objetivo: educar e filtrar

Vídeos (Reels / Stories)

Função: condução de decisão

Conteúdo: explicação simples do método M4

Objetivo: reduzir objeções

WhatsApp

Função: conversão

Conteúdo: clareza, direção e próximos passos

Objetivo: transformar interesse em projeto

Tráfego Pago (Meta / Google)

Função: geração de demanda ativa

Conteúdo: convite claro para solução

Objetivo: previsibilidade

7. Estratégia Central de Comunicação

Eixo estratégico principal

M4 não vende móveis.

Entrega **personalidade em cada projeto com método.**

Ideia-mãe

Projeto não é improviso.

É processo, cuidado e personalização

Promessa implícita

Com a M4, a personalidade e a ideia do cliente é materializada no projeto

Frase guia

"Sua personalidade não é um improviso. É o nosso método."

8. Linha Editorial Estratégica

Institucional

Mostra estrutura, método e organização.

Comercial Direta

Convites claros para projeto e orçamento.

Autoridade

Educação simples sobre erros comuns e decisões corretas.

Prova

Antes/depois, depoimentos, bastidores reais.

Orientação

Conteúdos que conduzem o cliente a decidir.

9. Roadmap de Execução (90 dias)

Mês 1 – Clareza e Posicionamento + Tráfego ativo + conteúdo com CTA claro.

Ajuste do discurso, bio, destaques e narrativa central + Tráfego ativo + conteúdo com CTA claro.

Mês 2 – Geração de Demanda Qualificada Google

Posicionamento com foco em pesquisa no Google e conhecimento da empresa no Google meu negócio.

Mês 3 – Otimização e Escala

Ajustes finos, foco em leads melhores e redução de ruído.

10. Métricas que Importam

- Leads qualificados
- Taxa de conversão no WhatsApp
- Tempo médio de decisão
- Projetos fechados por canal

Sem métricas de vaidade.

11. Governança e Forma de Trabalho

Agência (raiseUP)

- Estratégia
- Direção de comunicação
- Conteúdo e campanhas
- Análise contínua

Cliente (M4)

- Execução comercial
- Retorno rápido
- Alinhamento estratégico

Ritmo

Acompanhamento mensal com foco em decisão.

Diretriz Final

Este plano é **estratégico, executável e premium**.

Serve como **manual de direção**, não como teoria.

Reduz improviso, aumenta clareza e cria previsibilidade de crescimento.