

PLANO ESTRATÉGICO DE MARKETING

Schulz Tintas | raiseUP

1. Visão Executiva

A Schulz Tintas é uma marca **tradicional**, consolidada regionalmente, com alta **confiabilidade** e público fiel.

O marketing evoluiu em padrão e posicionamento, mas hoje esbarra em um gargalo claro: **Comercial geral - Com destaque em conversão, atendimento, e metas claras**

Desafio central:

Transformar visibilidade e confiança em **ação comercial consistente**, sem ferir a cultura característica da empresa.

Onde o marketing deve levar o negócio:

Para um cenário onde a marca:

- Continue sendo séria e correta
- Mas seja mais clara, ativa e direcionadora na venda

Objetivo principal:

Aumentar visibilidade **com impacto direto em conversão**.

Papel do marketing no crescimento:

Criar demanda qualificada e **preparar o terreno para o time vender melhor**, sem depender de agressividade de preço.

2. Diagnóstico Estratégico da Marca

Posicionamento atual

- Marca confiável
- Tradicional
- Respeitada na região

Percepção provável do mercado

- “Loja séria, correta e segura”
- “Não empurra produto”
- “Talvez não seja a mais barata, mas não engana”

Principais riscos estratégicos

- Atendimento travando a conversão
- Comunicação pouco comercial

Oportunidade clara

Assumir o papel de **marca que orienta, indica e conduz a compra**, não apenas vende tinta.

3. Regras de Ouro da Comunicação

Nunca fazer

- Prometer resultado absoluto (ex: “acaba com mofo 100%”)
- Forçar linguagem agressiva ou promocional
- Falar apenas de produto sem contexto de uso
- Comunicar preço sem reforçar confiança e critério

Sempre fazer

- Comunicação direta e honesta
- Mostrar critério técnico e responsabilidade
- Posicionar a loja como **consultora**
- Direcionar o próximo passo da compra

4. Público e Decisão de Compra

Quem decide

- Cliente final (residencial, pequeno profissional)

Quem influencia

- Vendedores
- Confiança na marca (Coral)

O que trava a decisão

- Atendimento sem processo
- Falta de direcionamento claro
- Pouca postura de condução

O que acelera a decisão

- Marca confiável

- Indicação segura
- Atendimento que assume responsabilidade

Insight central

O cliente confia na Schulz.

O que ele espera agora é **ser conduzido**, não atendido passivamente.

5. SWOT Estratégico (enxuto)

Forças

- Marca confiável
- Público fiel
- Produtos consolidados (Coral)

Fraquezas

- Atendimento sem script
- Baixa agressividade comercial
- Dependência do comportamento do vendedor

Oportunidades

- Concorrentes mais fracos em confiança
- Conteúdo orientativo
- Posicionamento como loja que indica, não empurra

Ameaças

- Concorrentes mais ativos no digital
- Decisão baseada só em preço
- Perda de conversão no atendimento

6. Arquitetura de Canais

Instagram

- **Função:** Posicionamento e confiança
- **Conteúdo:** Orientação, bastidores, vídeos humanos
- **Objetivo:** Preparar o cliente para comprar

Vídeos

- **Função:** Humanizar e gerar conexão
- **Conteúdo:** Vídeo com a participação da filha dos proprietários, abordando a rotina da empresa e orientações de maneira clara e acessível.
- **Objetivo:** Quebrar barreiras e gerar confiança

Tráfego Pago (Meta)

- **Função:** Demanda ativa
- **Conteúdo:** Direcionamento prático + conteúdo promocional
- **Objetivo:** Levar cliente pronto para atendimento

WhatsApp

- **Função:** Conversão
- **Conteúdo:** Atendimento claro e orientado
- **Objetivo:** Reduzir atrito e acelerar decisão

7. Estratégia Central de Comunicação

Eixo estratégico principal

Confiança + Direção.

Ideia-mãe

A Schulz não vende tinta.

Ela **indica a escolha certa**.

Promessa implícita

“Você não vai errar comprando aqui.”

Frase guia da comunicação

“Aqui, a gente indica o que funciona. E assume isso.”

8. Linha Editorial Estratégica

Institucional

- História
- Cultura característica da empresa (como valor)
- Correção e responsabilidade

Comercial Direta

- Quando usar cada produto
- Para quem é / para quem não é
- Próximo passo claro

Autoridade

- Orientação prática
- Erros comuns do cliente
- Como escolher certo

Prova e Confiança

- Marca Coral
- Bastidores
- Relacionamento com clientes reais

9. Roadmap de Execução (90 dias)

Mês 1 — Clareza e Base Comercial

- Ajuste de discurso
- Conteúdo orientativo
- Reforço institucional

Mês 2 — Demanda com Direção

- Tráfego ativo
- Conteúdo com CTA claro
- WhatsApp mais objetivo

Mês 3 — Conversão e Nutrição do Time

- Conteúdo alinhado ao atendimento
- Comunicação que ajuda o vendedor a vender
- Reforço de autoridade da marca

10. Métricas que Importam

- Leads que chegam prontos

- Taxa de conversão no WhatsApp
- Volume de mensagens qualificadas
- Origem das vendas (Meta)

Nada de métrica de vaidade.

11. Governança e Forma de Trabalho

Papel da Raiseup

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

Papel da Schulz Tintas

- Atendimento
- Retorno ágil
- Execução comercial

Fluxo

- Planejamento
- Execução
- Ajuste
- Evolução contínua

Diretriz Final

Este plano não é sobre postar mais.
É sobre **vender melhor sem perder**

identidade. É estratégico, executável e feito

para:

- Reduzir ruído
- Ajudar o time
- Transformar confiança em conversão

Base sólida. Crescimento previsível.
Marketing como direção — não improviso.