

raiseUP

Plano estratégico de marketing

Cliente:



Sumário

- 1. Visão Executiva
- 2. Diagnóstico Estratégico da Marca
- 3. Regras de Ouro da Comunicação
- 4. Público e Decisão de Compra
- 5. SWOT Estratégico
- 6. Arquitetura de Canais
- 7. Estratégia Central de Comunicação
- 8. Linha Editorial
- 9. Roadmap de Execução (90 dias)
- 10. Métricas Importantes
- 11. Governança e Forma de Trabalho



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.



Diagnóstico Estratégico da Marca

Situação 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 estratégica



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

X 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

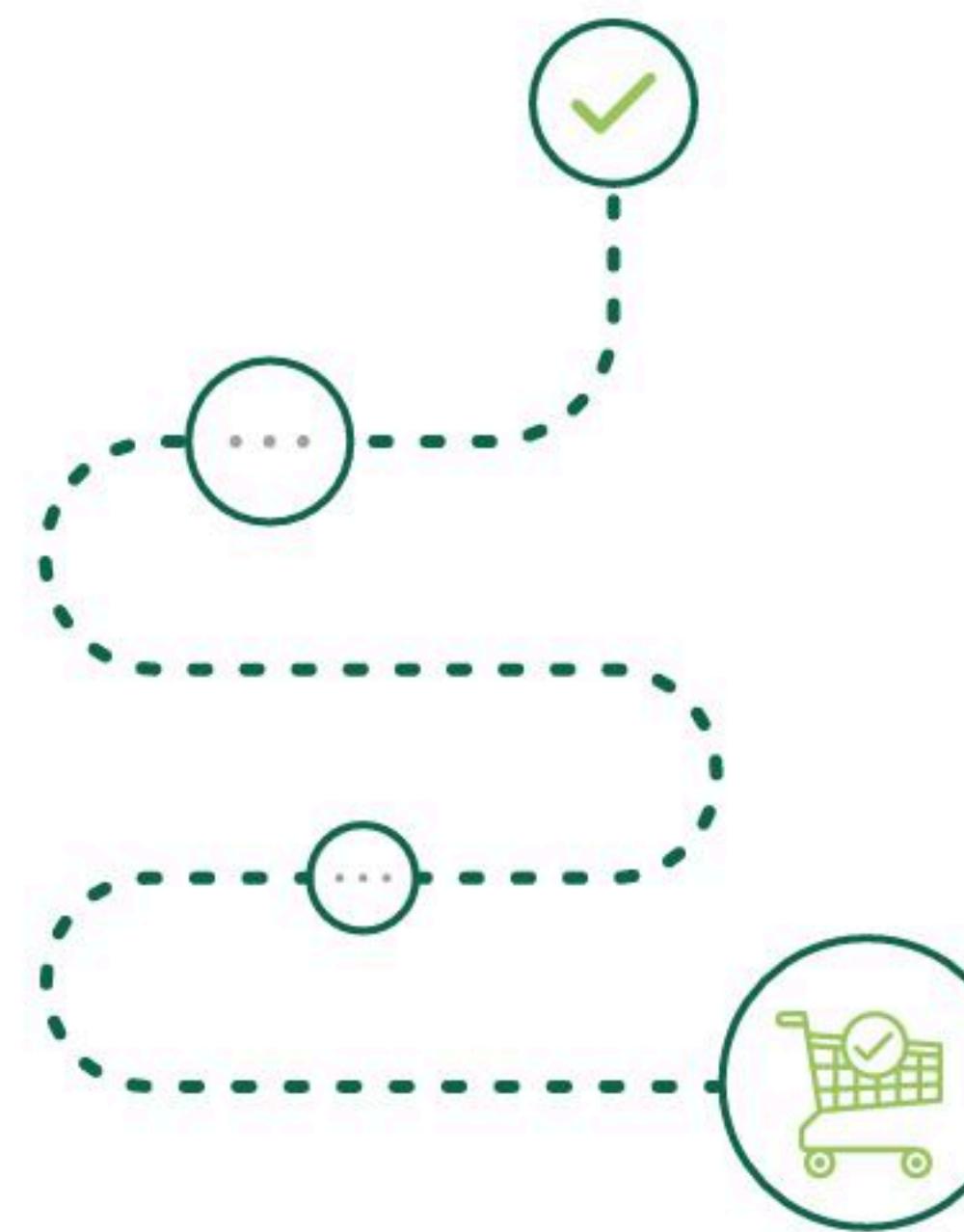
Mostrar critério técnico e
responsabilidade

Posicionar a loja como consultora

Direcionar o próximo passo da
compra

Regras de ouro da comunicação

Público e decisão de compra



 **Perfil dominante**

Quem decide:

- Cliente final (residencial, pequeno profissional)

Quem influencia:

- Vendedores
- Confiança na marca (Coral)



O que trava decisão



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

- Marca confiável
- Indicação segura
- Atendimento que assume responsabilidade

O que acelera a decisão



FORÇAS

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

AMEAÇAS

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

SWOT Estratégico

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



Arquitetura de divulgação

Canais de Distribuição

- * Instagram
- * Facebook
- * WhatsApp

Função:
Posicionar,
gerar
confiança,
converter

Formatos Estratégicos

- * Vídeos
orientação
e rotina

Função:
Humanizar,
gerar conexão

Amplificação

- * Tráfego pago

Função:
Acelerar
decisão e
converter

Estratégia Central de Comunicação

Eixo estratégico principal

Confiança + Direção.

Promessa implícita

“Você não vai errar comprando aqui.”

Frase guia da comunicação

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

IDEIA-MÃE

**A Schulz não vende
tinta. Ela indica a
escolha certa.**

Linhas Editoriais

● 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

● Prova e Confiança

- Marca Coral
- Bastidores
- Relacionamento com clientes reais

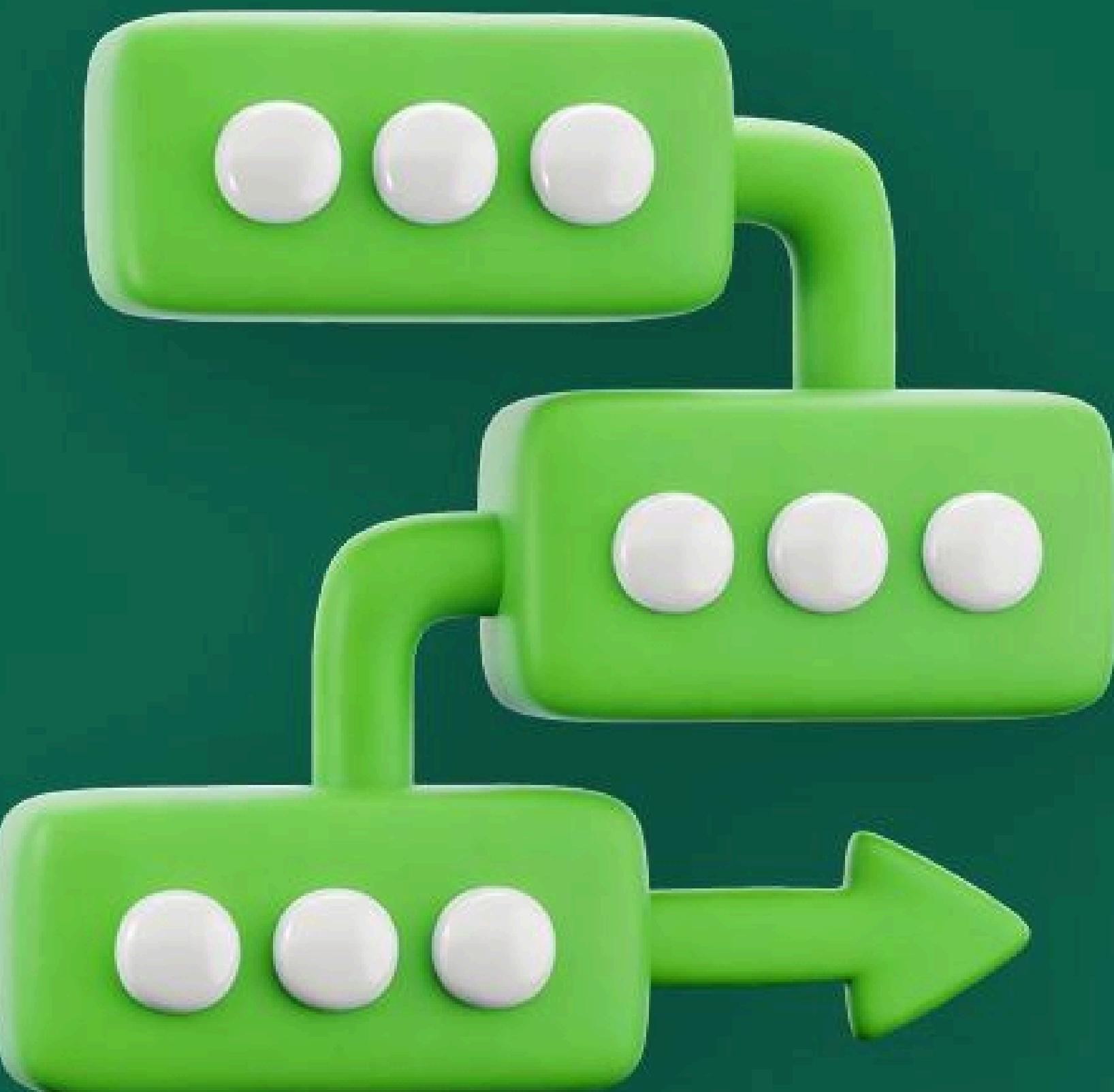
● Autoridade

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



90 DIAS

Roadmap de Execução



#MÊS 1

#MÊS 2

#MÊS 3

Conteúdo orientativo



Ajuste de discurso

WhatsApp mais objetivo



Reforço institucional

Conteúdo com CTA claro



Tráfego ativo

Reforço de autoridade da marca



Comunicação que ajuda o vendedor a vender

Métricas Importantes



-  Leads prontos para comprar
-  Volume de mensagens qualificadas
-  Taxa de conversão no WhatsApp
-  Origem das vendas (Meta)

Relatório focado
em decisão,
não vaidade.

raiseUP

Estratégia

Direção comercial

Conteúdo e campanhas

Análise contínua

Governança



FLUXO

Planejamento

Execução

Ajuste

Evolução contínua

SCHULZ
TINTAS

Atendimento

Retorno ágil

Execução comercial

raiseUP

Este material foi desenvolvido pela RaiseUp
– Agência de Marketing, na cidade de Pelotas,
em 2025. Uso exclusivo para clientes RaiseUp.

A reprodução, total ou parcial, sem
autorização prévia, não é permitida.

