

raiseUP

# Plano estratégico de marketing

Cliente:

**M4**  
MÓVEIS E PLANEJADOS





# 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 (comercial + institucional)
7. Estratégia Central de Comunicação
8. Linha Editorial (ajustada para conversão)
9. Roadmap de Execução (60 dias)
10. Métricas Importantes
11. Governança raiseUP × M4





# Visão Executiva

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

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:

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



# Diagnóstico Estratégico da Marca

## Situação 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.

## Principais Riscos

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

## Oportunidade clara



- ✓ Mostrar processo, método e acompanhamento
- ✓ Posicionar a M4 como especialista em solução completa
- ✓ Elevar percepção sem aumentar complexidade



## Nunca fazer

Falar apenas de móveis,  
sem falar de solução

Mostrar projeto  
sem contexto ou  
problema resolvido

Disputar atenção  
com estética vazia

# Regras de ouro da comunicação

## 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



# Público e decisão de compra



## Quem decide

Casais e proprietários em fase de obra ou reforma.

Arquitetos

Familiares

Referências digitais.



## Quem influencia

## O que trava a decisão



Medo de erro

Falta de clareza no processo

Comparação excessiva entre fornecedores

Processo bem explicado

Segurança técnica

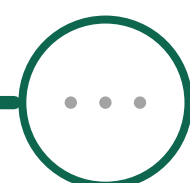
Visualização clara do resultado

## O que acelera a decisão



### INSIGHTS-CHAVE

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





## FORÇAS

- ✓ Capacidade produtiva
- ✓ Experiência prática
- ✓ Portfólio real

## FRAQUEZAS

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

## SWOT Estratégico

## AMEAÇAS

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

## OPORTUNIDADES

- ✓ Educação do mercado
- ✓ Conteúdo de processo
- ✓ Autoridade local



## 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**



# Estratégia Central de Comunicação

## Eixo estratégico principal

M4 não vende móveis. Entrega personalidade em cada projeto com método.

## 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.”

## IDEIA-MÃE

Projeto não é improviso.  
É processo, cuidado  
e personalização

# Linhas Editoriais

## ● Institucional

Mostra estrutura, método e organização.

## ● Prova

Antes/depois, depoimentos, bastidores reais.

## ● Orientação

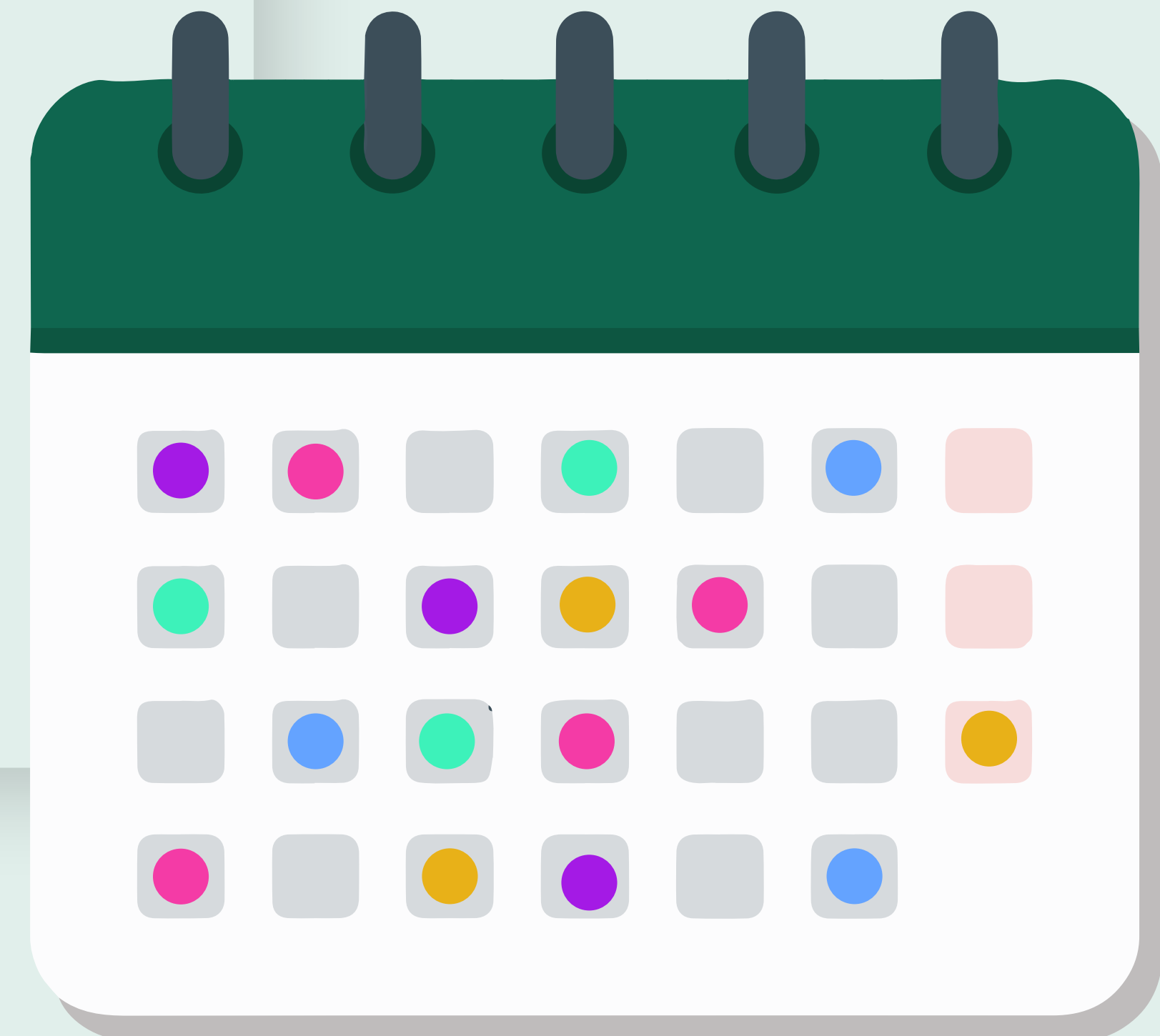
Conteúdos que conduzem o cliente a decidir.

## ● Comercial Direta

Convites claros para projeto e orçamento.

## ● Autoridade

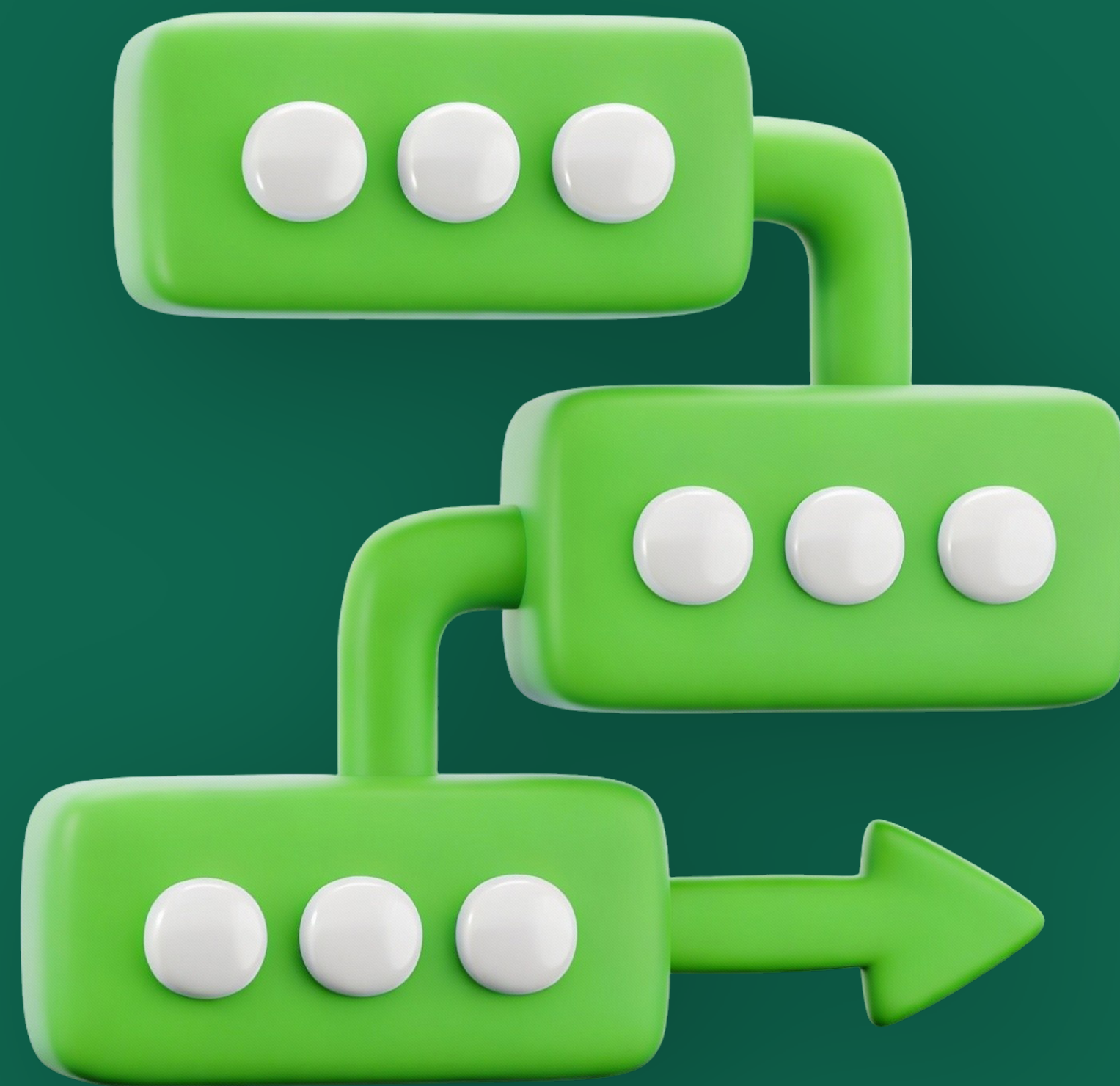
Educação simples sobre erros comuns e decisões corretas.





# 90 DIAS

## Roadmap de Execução



## #MÊS 1

Clareza e posicionamento  
+ Tráfego ativo + conteúdo  
com CTA claro.

Tráfego  
ativo



Ajuste do discurso,  
bio, destaques e  
narrativa central



Conteúdo com  
CTA claro

## #MÊS 2

Geração de demanda  
qualificada Google

Posicionamento  
com foco em  
pesquisa no Google



Conhecimento da  
empresa no Google  
meu negócio.



Ajustes  
finos



Foco em leads  
melhores



Redução  
de ruído



## #MÊS 3

Otimização e escala



# Métricas Importantes



Leads qualificados



Tempo médio de decisão



Taxa de conversão no WhatsApp



Projetos fechados por canal

Sem métricas  
de vaidade.

# Governança

**raiseUP**

Estratégia

Direção de comunicação

Conteúdo e campanhas

Análise contínua



**M4**  
MÔVEIS E PLANEJADOS

Execução comercial

Retorno rápido

Alinhamento estratégico

**RITMO**

Acompanhamento mensal  
com foco em decisão.

# 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.

