

raiseUP

Plano estratégico de marketing

Cliente:

RIO BOM
MULTIMARCAS



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 x RioBom



x

Visão Executiva

A Rio Bom Multimarcas é uma loja consolidada, com histórico forte na cidade e região, que perdeu espaço com a digitalização do mercado e hoje está em processo de retomada.

O marketing atual já cumpriu um papel importante:

- Estabilizou o volume de vendas
- Reduziu oscilações mensais
- Aumentou o volume em relação ao período pré-marketing

* Desafio Central

Não é gerar mais tráfego, e sim **transformar marketing em percepção clara de autoridade e conversão mais fluida**, especialmente no ambiente digital.

Objetivo principal:

- Retomar autoridade regional e fortalecer percepção de valor da marca.**

Papel do marketing:

- Sustentar demanda constante**
- Reforçar confiança e procedência**
- Compensar gargalos de atendimento com clareza e direção**



Diagnóstico Estratégico da Marca

Situação Atual

- Marca correta, com imagem de procedência
- Vendas centralizadas no dono
- Comunicação ainda operacional, pouco estratégica

Percepção provável do mercado

- Loja confiável
- Boa oferta de veículos
- Experiência digital abaixo do potencial da marca física

Principais Riscos

- ⚠️ Atendimento digital travando conversão
- ⚠️ Dependência excessiva do dono para aprovação
- ⚠️ Comunicação comercial repetitiva e previsível

Oportunidade clara



- ✓ Transformar a Rio Bom em:
“A loja segura para comprar carro sem dor de cabeça.”

✗ Nunca fazer

Comunicação genérica de
“mais um carro à venda”

Repetir apenas posts
comerciais padrão

Prometer facilidades que
dependem de terceiros

Apostar só em
volume de posts

Regras de ouro da comunicação

✓ Sempre fazer

Mostrar procedência e critério
de escolha dos veículos

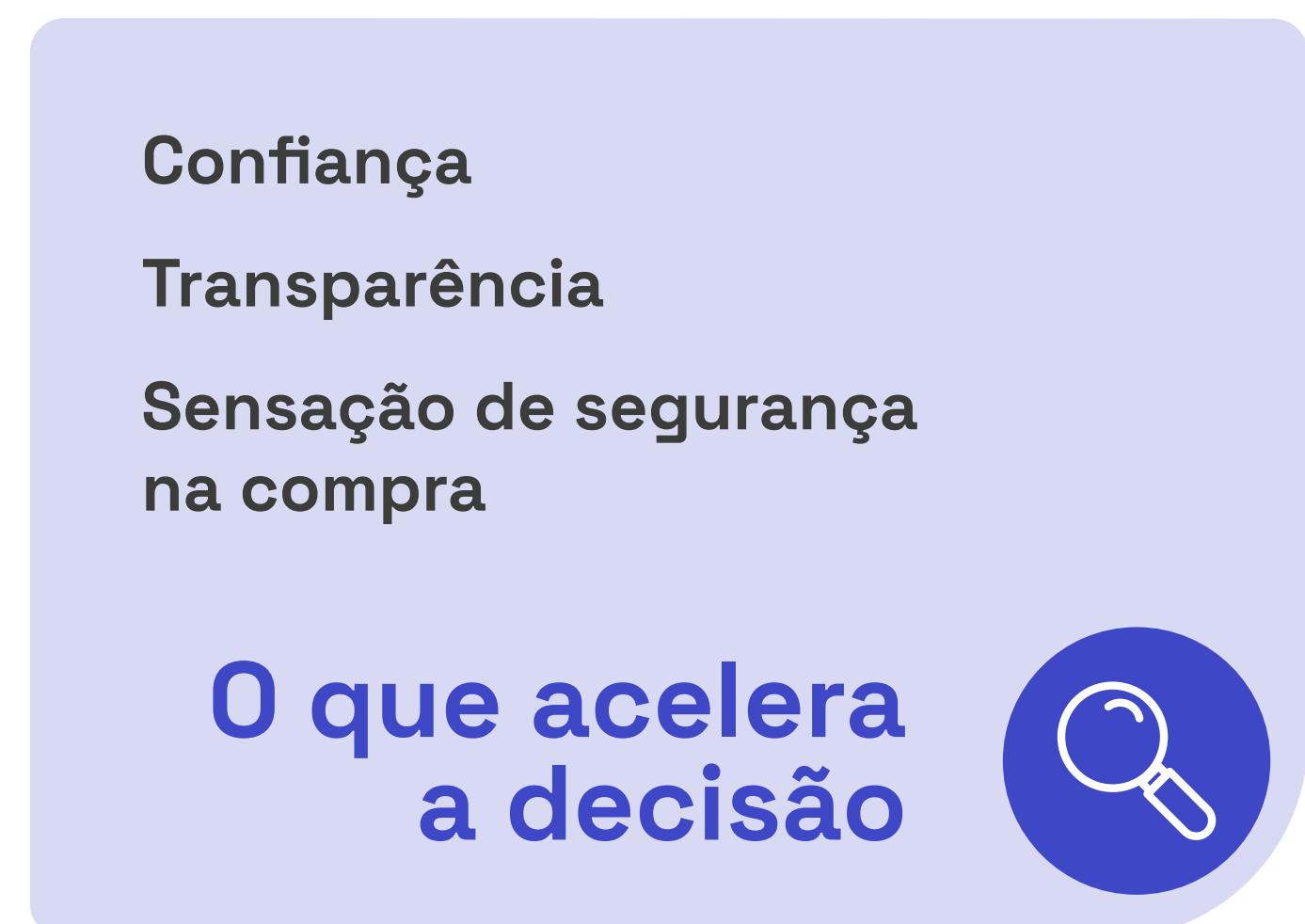
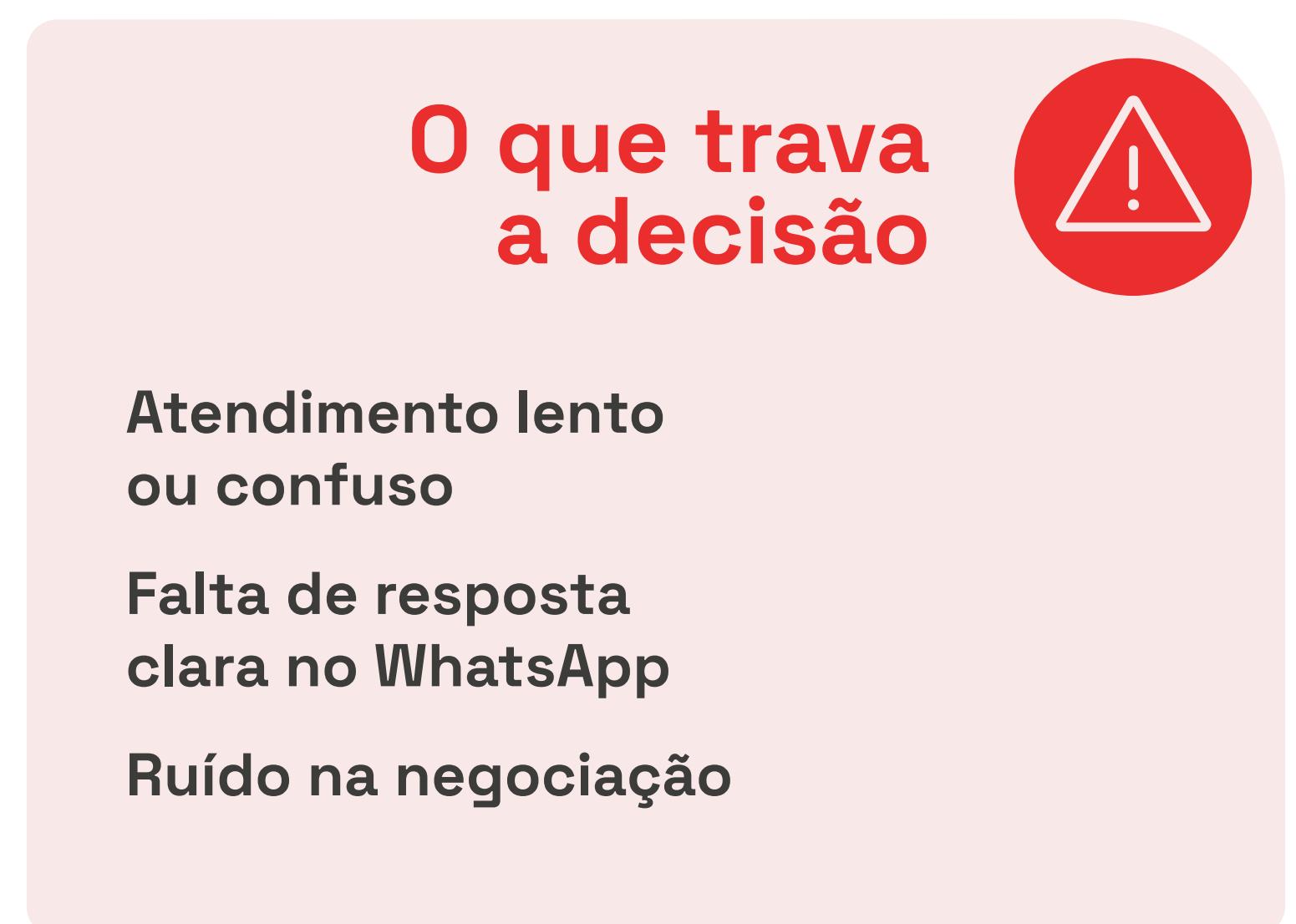
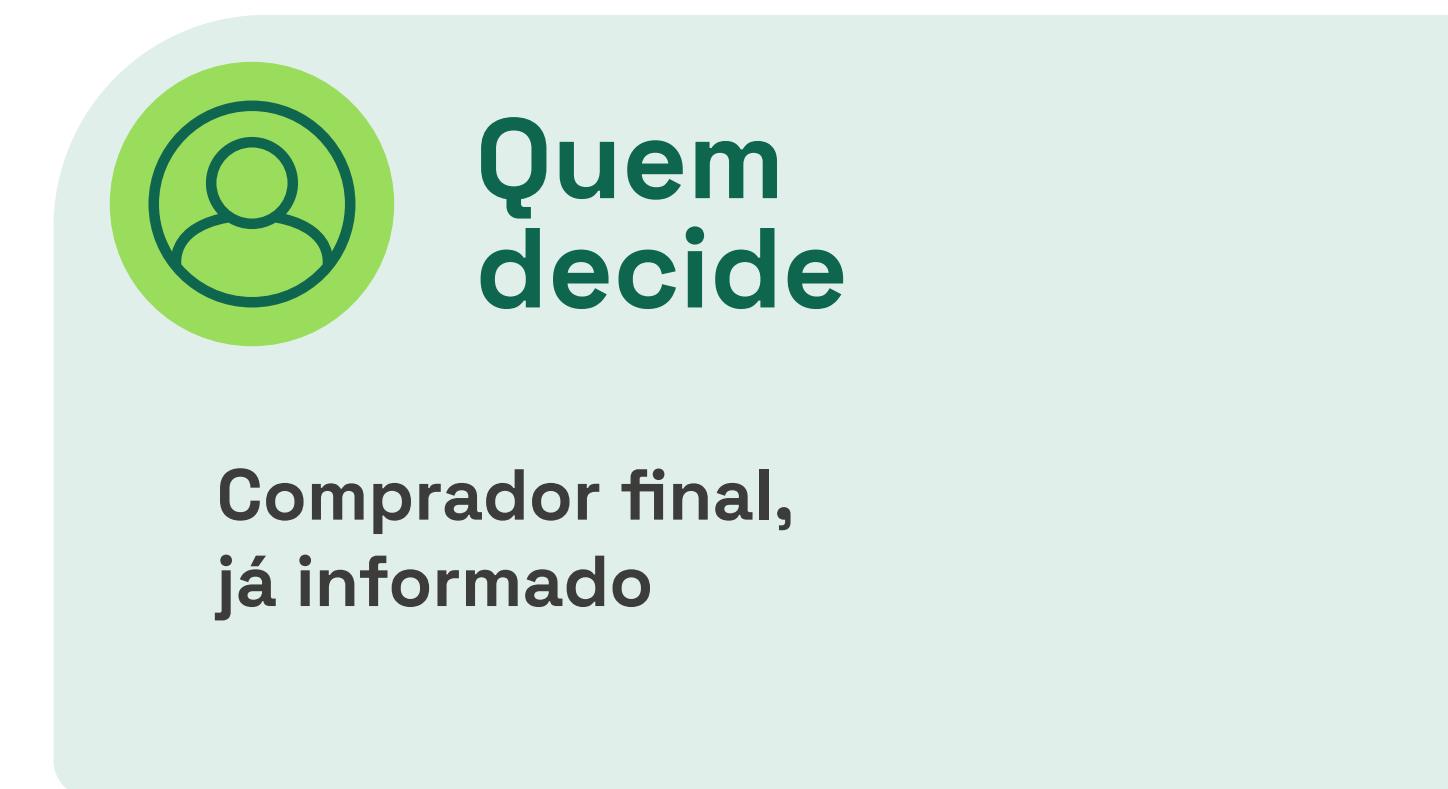
Reforçar segurança
da compra

Clareza no próximo
passo (ação)

Valorizar estrutura, não
pessoas específicas



Público e decisão de compra



FORÇAS

- Marca conhecida na região
- Histórico de vendas consistente
- Veículos de procedência

FRAQUEZAS

- Atendimento digital fraco
- Baixa adesão da equipe
- Comunicação pouco estratégica

AMEAÇAS

- Concorrentes mais agressivos no digital
- Centralização excessiva
- Experiência online inferior à loja física

SWOT Estratégico

OPORTUNIDADES

- Público já educado sobre compra de carros
- Espaço para autoridade regional
- Conteúdo como filtro de atendimento

Arquitetura de Canais



Instagram

- * **Função**
Autoridade + vitrine estratégica
- * **Conteúdo**
Institucional, comercial direto e prova
- * **Objetivo**
Confiança antes do contato

Vídeos Reels/Stories

- * **Função**
Humanizar sem depender da equipe
- * **Conteúdo**
Procedência, bastidores, critérios
- * **Objetivo**
Reducir objeções

WhatsApp

- * **Função**
Conversão
- * **Conteúdo**
Direção clara, respostas objetivas
- * **Objetivo**
Não perder leads

Tráfego Pago Meta/Google

- * **Função**
Geração de demanda ativa
- * **Conteúdo**
Veículos + segurança + ação
- * **Objetivo**
Captar leads prontos

Estratégia Central de Comunicação

Eixo estratégico principal

Segurança e autoridade

Promessa implícita

Aqui você compra com
tranquilidade, não no escuro.

Frase guia

“Rio Bom Multimarcas. Procedência,
clareza e segurança na compra.”

IDEIA-MÃE

Comprar carro não
precisa ser um risco.

Linhas Editoriais

● Institucional

- História
- Estrutura
- Forma de trabalhar

● Prova

- Movimento de loja
- Bastidores
- Vendas reais

● Orientação

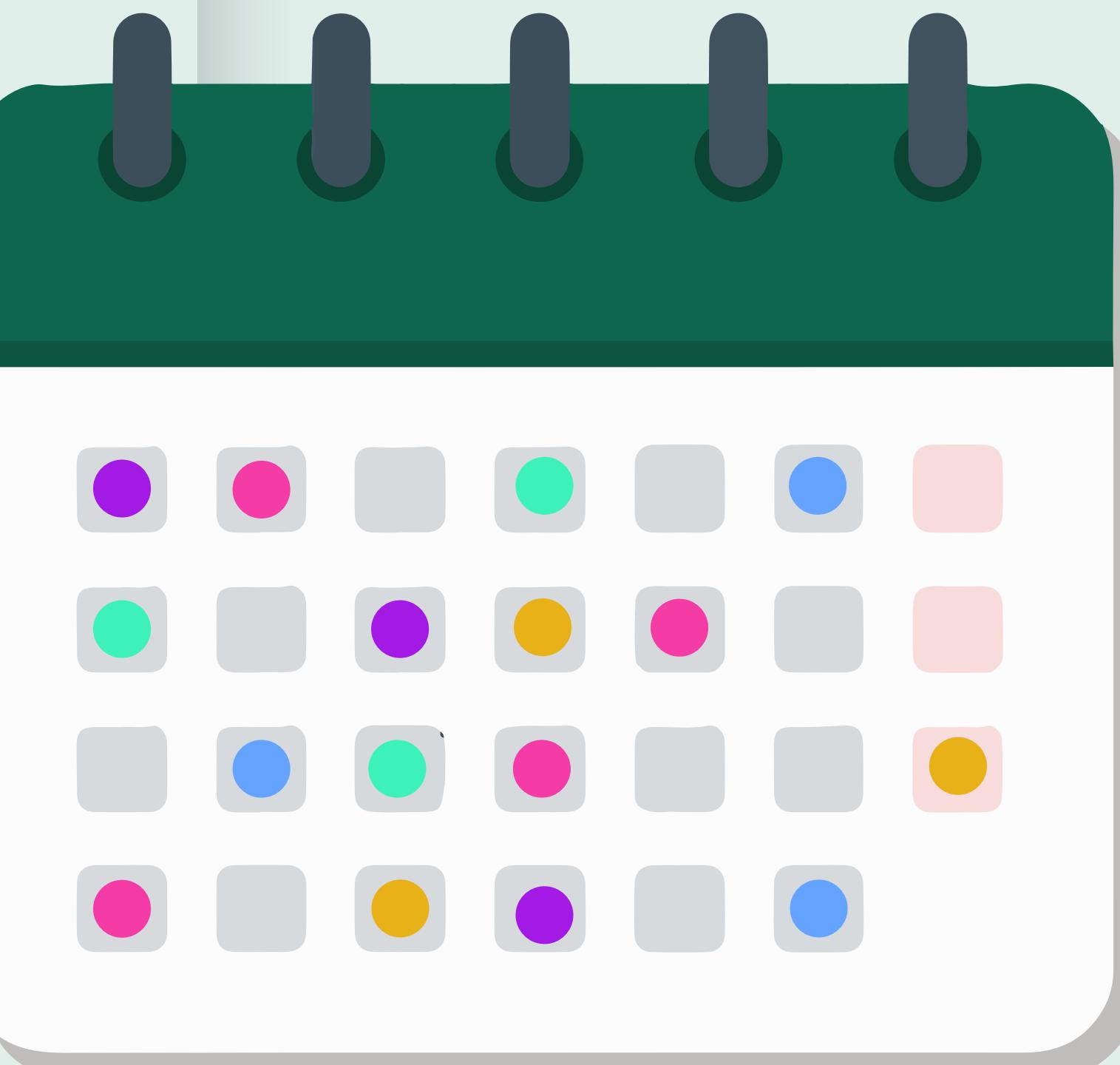
- O que analisar antes de comprar
- Erros comuns do comprador

● Comercial Direta

- Veículos disponíveis
- Convite claro para contato

● Autoridade

- Critério de escolha dos carros
- Como evitar dor de cabeça



90 DIAS

Roadmap de Execução



#MÊS 1

Base e Clareza

#MÊS 2

Autoridade

#MÊS 3

Conversão

Padronização visual



Ajuste da comunicação



Criativos mais variados

Conteúdos sobre procedência



Mais vídeos e fotos profissionais



Fortalecimento institucional



Criativos orientados à ação



Tráfego mais agressivo



Conteúdo filtrando curiosos



Métricas Importantes



Leads que chegam no WhatsApp



Taxa de conversão em venda



Estabilidade mensal de vendas



Criativos que geram contato real

Sem métricas
de vaidade.

raiseUP

Estratégia

Direção de comunicação

Conteúdo e campanhas

Análise contínua

Governança



FLUXO

Planejamento

Execução

Ajustes mensais

RIO BOM
MULTIMARCAS

Atendimento

Aprovação ágil

Feedback mínimo

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.

