

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 (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 × Casa Brasil Tintas





# Visão Executiva

A Casa Brasil Tintas saiu de um marketing lento e pouco estratégico para um cenário de relacionamento forte, agilidade comercial e percepção positiva da marca. Hoje, a empresa já compete por valor, não por preço.

## \* Desafio Central

Aumentar o nível de consciência do público sobre a qualidade do atendimento digital, transformando relacionamento em decisão mais rápida e previsível.

## Objetivo principal:

- ✓ Fortalecer o posicionamento da Casa Brasil Tintas como referência em **atendimento, confiança e orientação**, acelerando a conversão no digital.

## Papel do marketing:

- ✓ Educar o público sobre o valor do atendimento
- ✓ Reduzir atritos na decisão
- ✓ Sustentar crescimento sem depender de promoções



# Diagnóstico Estratégico da Marca

## Situação Atual

- Marca bem vista
- Relacionamento forte com clientes
- Atendimento reconhecido como diferencial

## Percepção provável do mercado

“Uma loja confiável, bem localizada, que atende bem e resolve.”

## Principais Riscos

- ⚠ **Atendimento digital não escalar na mesma qualidade da loja física**
- ⚠ **Concorrentes copiando estética sem entregar relacionamento**
- ⚠ **Parte do público ainda decidir apenas por preço**

## Oportunidade clara

- ✓ **Transformar atendimento em argumento central de venda**
- ✓ **Usar prova social como principal motor de conversão**
- ✓ **Assumir autoridade local frente a concorrentes emergentes**





## Nunca fazer

Falar só de produto  
ou quantidade

Comunicar como se  
fosse apenas para  
consumidor final

Usar conteúdo  
genérico de tintas

Disputar atenção  
apenas por preço

# Regras de ouro da comunicação

## Sempre fazer

Mostrar atendimento  
como diferencial real

Provar relacionamento  
com clientes reais

Comunicar solução,  
não só produto

Usar linguagem simples,  
consultiva e segura



# Público e decisão de compra



## Quem decide

Profissionais da área  
Pessoa física orientada

Atendimento  
Recomendação  
Experiência anterior



## Quem influencia

## O que trava a decisão



Dúvida sobre rendimento e quantidade  
Comparação de preços sem contexto

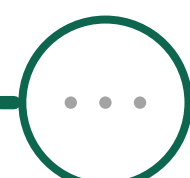
Segurança no atendimento  
Prova social  
Clareza na orientação

## O que acelera a decisão



### INSIGHTS-CHAVE

O cliente não compra tinta.  
Ele compra **segurança**  
para não errar.





## FORÇAS

- ✓ Atendimento diferenciado
- ✓ Relacionamento forte
- ✓ Localização e tempo de mercado

## FRAQUEZAS

- ⚠ Atendimento digital ainda em amadurecimento
- ⚠ Escala do relacionamento no online
- ⚠ Consciência parcial do valor

## SWOT Estratégico

## AMEAÇAS

- ⚠ Concorrentes emergentes
- ⚠ Disputa rasa por preço
- ⚠ Comunicação genérica no segmento

## OPORTUNIDADES

- ✓ Prova social como motor principal
  - ✓ Educação do público
  - ✓ Autoridade regional

# Arquitetura de Canais



## Instagram

- \* *Função*  
**Posicionamento e prova social**
- \* *Conteúdo*  
**Depoimentos, bastidores, atendimento**
- \* *Objetivo*  
**Valor e confiança**

## Meta Ads

- \* *Função*  
**Geração de demanda qualificada**
- \* *Conteúdo*  
**Prova + orientação**
- \* *Objetivo*  
**Conversão**

## Google

- \* *Função*  
**Captura de intenção**
- \* *Conteúdo*  
**Direcionamento claro**
- \* *Objetivo*  
**Lead pronto**

## Whatsapp

- \* *Função*  
**Conversão**
- \* *Conteúdo*  
**Atendimento consultivo**
- \* *Objetivo*  
**Fechamento**



# Estratégia Central de Comunicação

## Eixo estratégico principal

Relacionamento que vira decisão.

## Promessa implícita

Aqui você não erra na escolha.

## IDEIA-MÃE

“Você não escolhe só a tinta. Você escolhe quem te orienta.”

# Linhas Editoriais

## ● Institucional

Mostra quem é a Casa  
Brasil Tintas e como atende.

## ● Prova

Depoimentos, histórias  
reais e bastidores

## ● Orientação

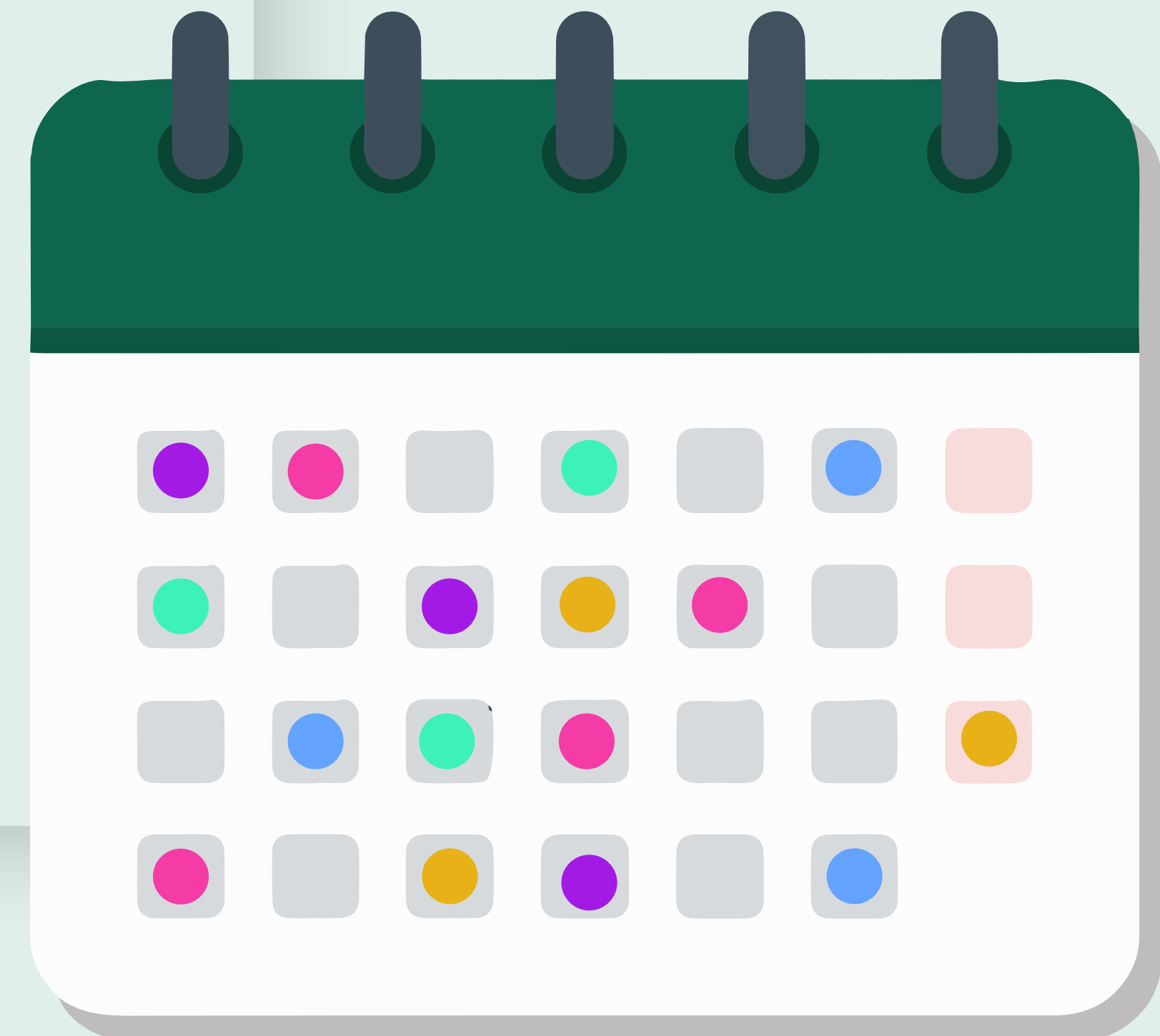
Conteúdo que reduz  
dúvida e insegurança.

## ● Comercial Direta

Convites claros para ação.

## ● Autoridade

Orientação prática,  
sem excesso técnico.





# 90 DIAS

## Roadmap de Execução



## #MÊS 1

### Consolidação de Posicionamento

Organização da  
prova social



Ajuste do  
discurso



Clareza de  
diferenciais



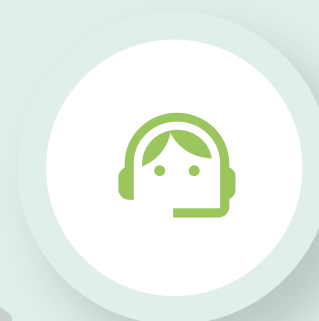
Campanhas focadas  
em valor



Conteúdo  
com CTA



Otimização de  
atendimento digital



Repetição do  
que converte



Ajustes finos  
de comunicação



Fortalecimento da  
autoridade local



## #MÊS 2

### Amplificação de Demanda

## #MÊS 3

### Escala com Controle



# Métricas Importantes



Leads qualificados



Taxa de conversão no WhatsApp



Tempo de decisão



Conteúdos que geram resposta real

Sem métricas  
de vaidade.

# Governança

**raiseUP**

Estratégia

Direção de comunicação

Conteúdo e campanhas

Análise contínua



Atendimento

Feedback rápido

Validação de materiais

## FLUXO

Acompanhamento contínuo

Ajustes mensais

Decisão baseada em resultado

# 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.

