

raiseUP

Plano estratégico de marketing

Cliente: **SCHULZ**
T I N T A S



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.

✗ 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

Regras de ouro da comunicação

Sempre fazer

Comunicação direta e honesta

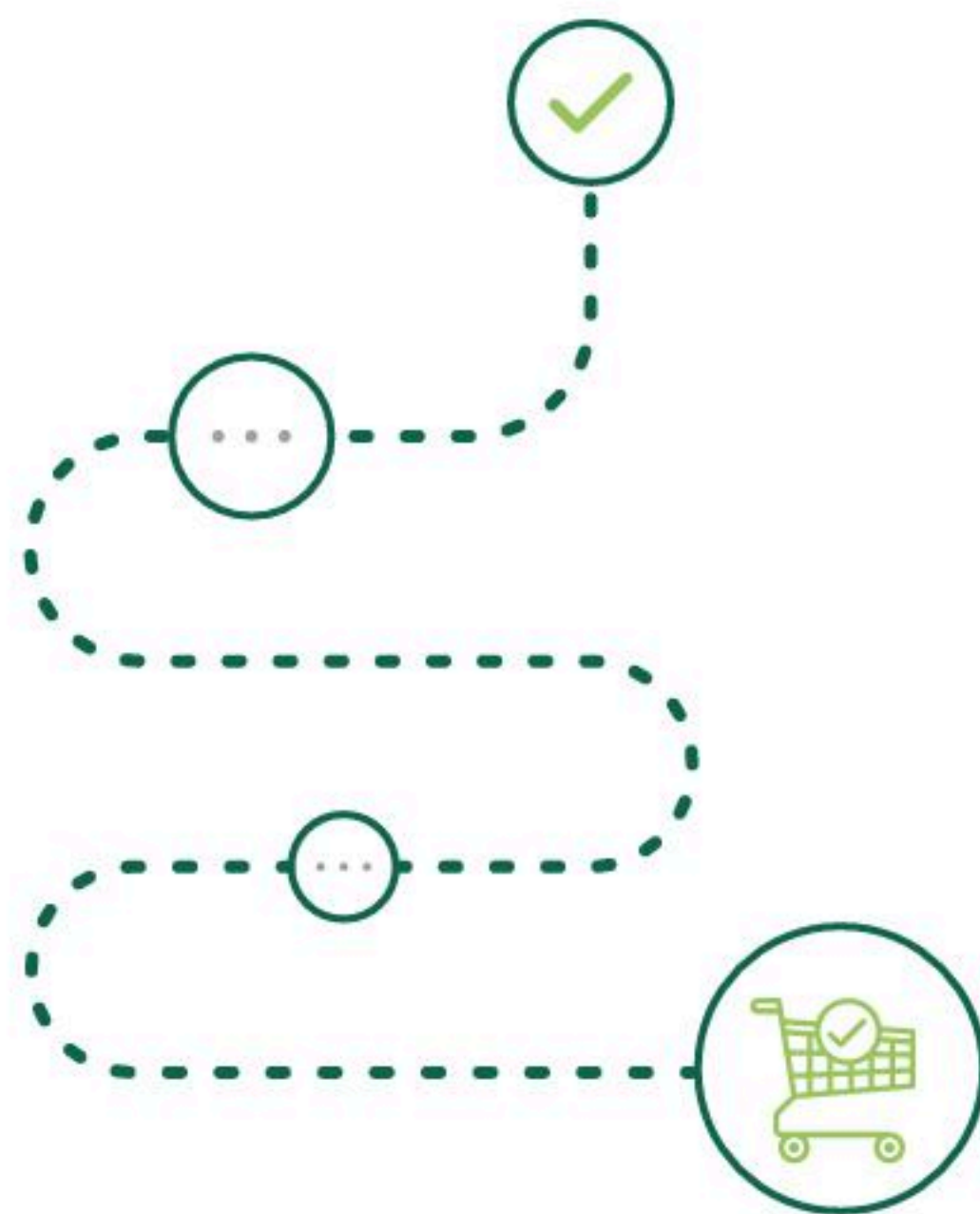
Mostrar critério técnico e responsabilidade

Posicionar a loja como consultora

Direcionar o próximo passo da compra



Público e decisão de compra



Perfil dominante

Quem decide:

- Cliente final (residencial, pequeno profissional)

Quem influencia:

- Vendedores
- Confiança na marca (Coral)

INSIGHTS-CHAVE

O cliente confia na Schulz.
O que ele espera agora é ser conduzido, não atendido passivamente

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)

FRAQUEZAS

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

SWOT Estratégico

AMEAÇAS

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

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

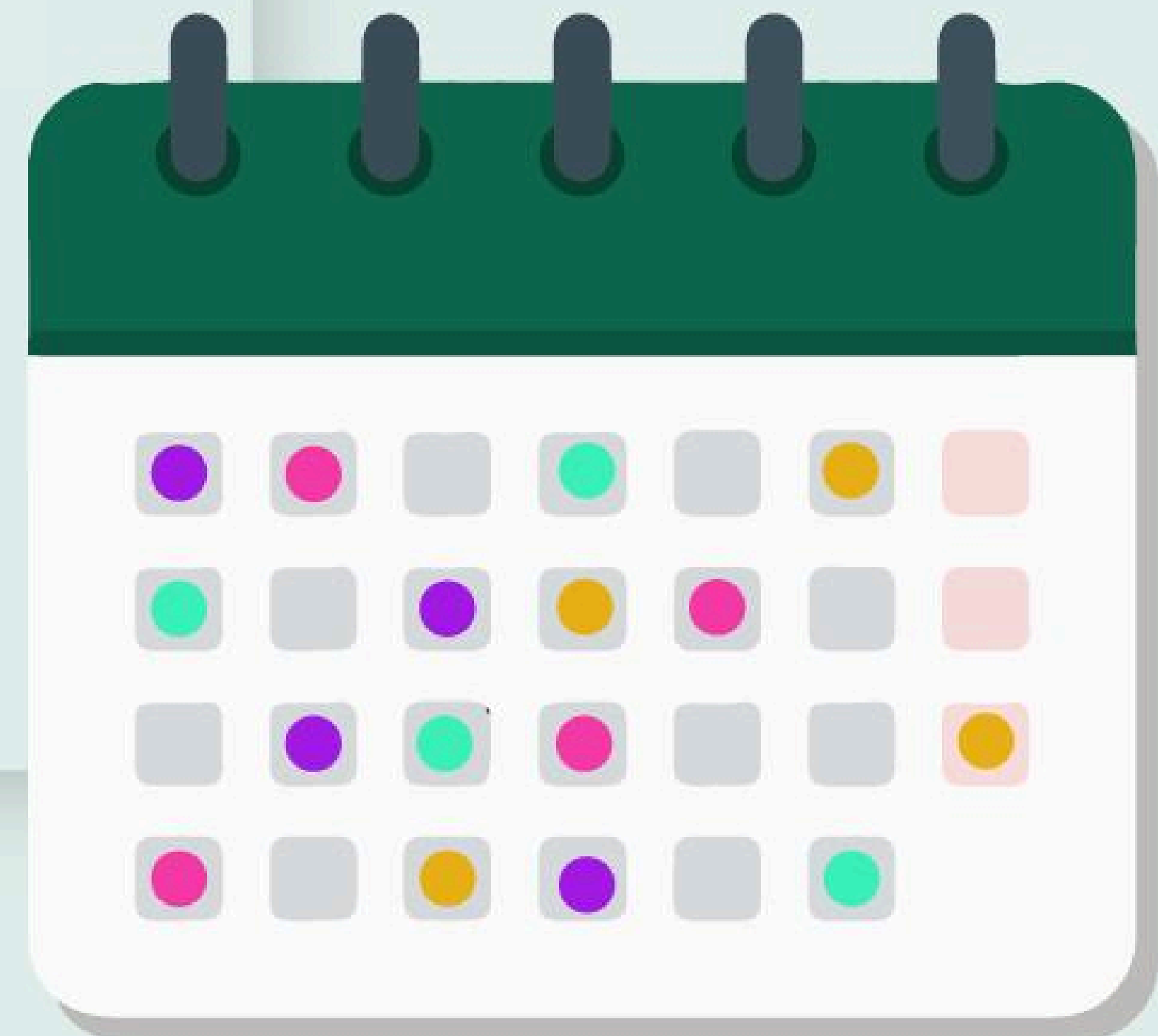
- Quando usar cada produto
- Para quem é/para quem não é
- Próximo passo claro

● Prova e Confiança

- Marca Coral
- Bastidores
- Relacionamento com clientes reais

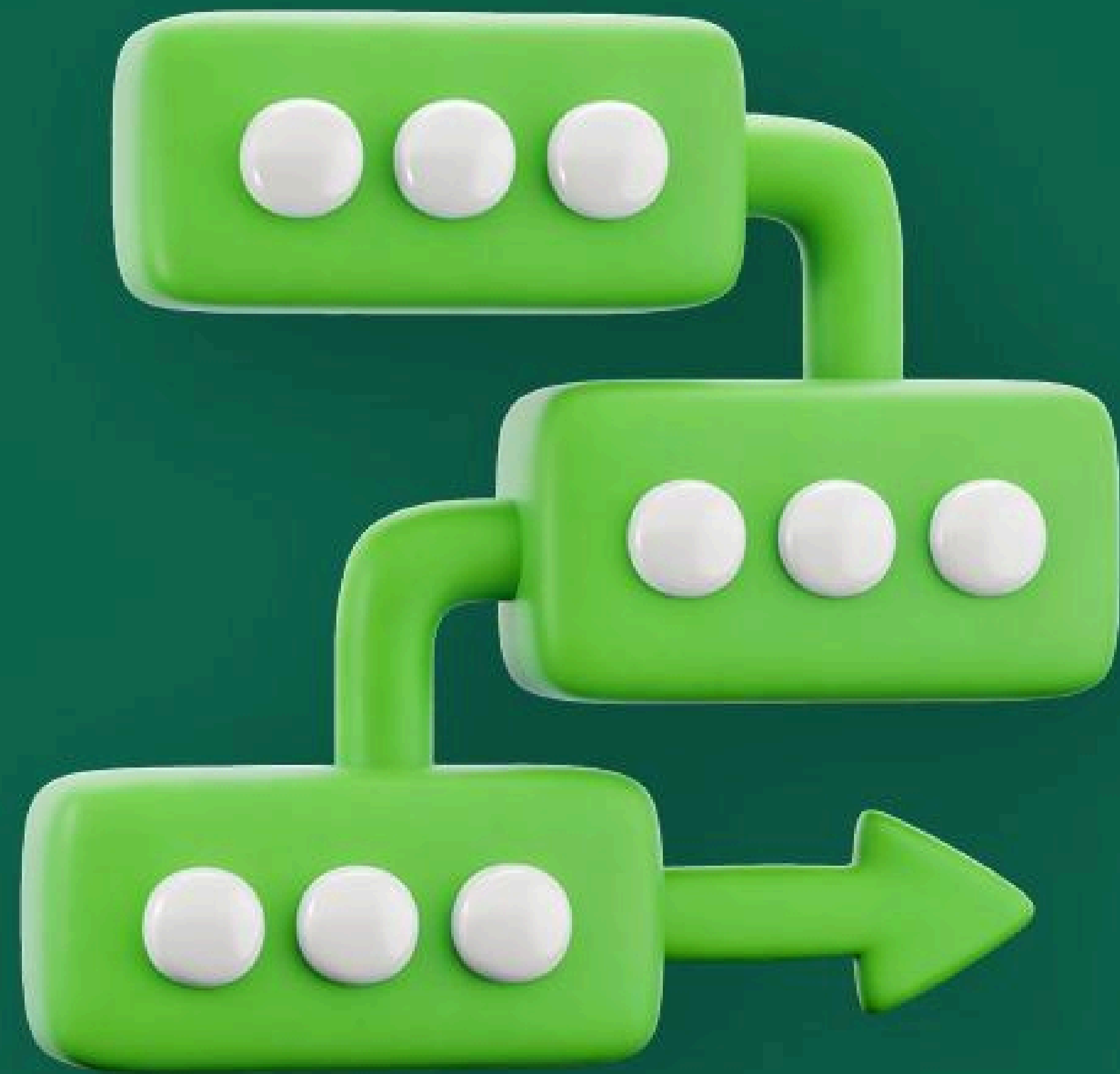
● Autoridade

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



90 DIAS

Roadmap de Execução



#MÊS 1

#MÊS 2

#MÊS 3

Conteúdo orientativo

WhatsApp mais objetivo

Conteúdo com CTA claro

Reforço de autoridade da marca



Ajuste de discurso

Reforço institucional

Tráfego ativo

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.

Governança

raiseUP

Estratégia

Direção comercial

Conteúdo e campanhas

Análise contínua



SCHULZ
T I N T A S

Atendimento

Retorno ágil

Execução comercial

FLUXO

Planejamento

Execução

Ajuste

Evolução contínua

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.

