

PLANO ESTRATÉGICO DE MARKETING

Casa Brasil Tintas | RaiseUP

1. 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.

O desafio central agora é **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 no crescimento

Organizar a comunicação para:

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

2. Diagnóstico Estratégico da Marca

Posicionamento 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.”

Riscos estratégicos

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

Oportunidades claras

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

3. Regras de Ouro da Comunicação

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

Sempre fazer

- Mostrar atendimento como diferencial real
 - Provar relacionamento com clientes reais
 - Comunicar solução, não só produto
 - Usar linguagem simples, consultiva e segura
-

4. Público e Decisão de Compra

Quem decide

- Profissionais da área
- Pessoa física orientada

Quem influencia

- Atendimento
- Recomendação
- Experiência anterior

O que trava a decisão

- Dúvida sobre rendimento e quantidade
- Comparação de preços sem contexto

O que acelera a decisão

- Segurança no atendimento
- Prova social
- Clareza na orientação

Insight central

O cliente não compra tinta.

Ele compra **segurança para não errar**.

5. SWOT Estratégico (enxuto)

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

Oportunidades

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

Ameaças

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

6. 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
-

7. Estratégia Central de Comunicação

Eixo estratégico principal

Relacionamento que vira decisão.

Ideia-mãe da comunicação

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

Promessa implícita

Aqui você não erra na escolha.

8. Linha Editorial Estratégica

Institucional

Mostra quem é a Casa Brasil Tintas e como atende.

Comercial Direta

Convites claros para ação.

Autoridade

Orientação prática, sem excesso técnico.

Prova

Depoimentos, histórias reais e bastidores.

Orientação

Conteúdo que reduz dúvida e insegurança.

9. Roadmap de Execução (90 dias)

Mês 1 — Consolidação de Posicionamento

- Ajuste do discurso
- Organização da prova social
- Clareza de diferenciais

Mês 2 — Amplificação de Demanda

- Campanhas focadas em valor
- Conteúdo com CTA
- Otimização de atendimento digital

Mês 3 — Escala com Controle

- Repetição do que converte
 - Ajustes finos de comunicação
 - Fortalecimento da autoridade local
-

10. Métricas que Importam

- Leads qualificados
 - Taxa de conversão no WhatsApp
 - Tempo de decisão
 - Conteúdos que geram resposta real
-

11. Governança e Forma de Trabalho

Agência

- Estratégia
- Direção de comunicação
- Análise e otimização

Cliente

- Atendimento
- Feedback rápido
- Validação de materiais

Ritmo

- Acompanhamento contínuo
 - Ajustes mensais
 - Decisão baseada em resultado
-

Diretriz Final

Este plano é **estratégico, executável e premium**.

Serve como **manual de direção**, não como teoria.

Reduz improviso, aumenta clareza e sustenta crescimento com base em **valor, relacionamento e decisão**.