



MUITO + GESTÃO

Anais da Semana Científica e de Extensão

Escola de Negócios - Univali

Curso de Marketing

Campus de Balneário Camboriú

PLANO DE MARKETING

Bruna Figueiredo¹

Izabella Brassanini²

Ronaldo Brites³

Franciane Reinert Lyra⁴

RESUMO

O plano de marketing teve como objetivo buscar soluções de comunicação, força de vendas e controle de estratégias para a empresa Canal Eco, que trabalha com suprimentos de impressão. Para a elaboração das estratégias foram analisados o público-alvo, concorrentes, mercado atual, mix de marketing, entre outros itens fundamentais para criação destas, sendo todos baseados nas informações recolhidas no briefing realizado com o proprietário Valmir em sala de aula. Dessa forma, foi possível identificar oportunidades de mudanças e melhorias nos setores citados, e assim, propor estratégias e ações a serem realizadas no meio digital como um novo site e redes sociais, na área de vendas, onde era sua principal fraqueza, investindo em seus vendedores e processos, além também de uma nova identidade visual à marca, priorizando sempre manter a essência da Canal Eco em todas as ações propostas. Após as propostas, também foi sugerido orçamentos para que o proprietário possa ter ideia de quanto gastaria, e formas de controle de resultados das mesmas, conhecendo assim, o retorno de cada estratégia ou ação realizada.

Palavras-chave: Vendas. Comunicação. Planejamento.

¹ Acadêmico (a) do Curso de Marketing, UNIVALI – Campus Balneário Camboriú/SC.
brunaafigueiredo@hotmail.com

² Acadêmico (a) do Curso de Marketing, UNIVALI – Campus Balneário Camboriú/SC.

³ Acadêmico (a) do Curso de Marketing, UNIVALI – Campus Balneário Camboriú/SC.
Ronaldo.brites@hotmail.com

⁴ Profª. MSc. Orientadora, UNIVALI – Campus Balneário Camboriú/SC. francianel@univali.br