

Plano Estratégico de 30 Dias

Clareza de Posicionamento + Geração de Leads Qualificados

OBJETIVO DO PROJETO

Reposicionar a marca para fortalecer a percepção de autoridade em design de interiores e estruturar um ecossistema de aquisição previsível de leads qualificados para projetos.

Semana 1: Fundação Estratégica

⚠ Nenhum investimento em mídia antes desta etapa estar validada.

Posicionamento e Marca

Reunião estratégica para definição definitiva do posicionamento da marca:

- Design de interiores como oferta principal
- Loja como extensão / curadoria complementar da marca

Formalização do posicionamento aprovado para orientar toda comunicação futura

Presença Local

Otimização completa do Google Meu Negócio:

- Fotos profissionais de projetos reais
- Serviços detalhados com descrição
- Categoria correta configurada
- Link direto para WhatsApp
- Horário de funcionamento atualizado

Prova Social

Solicitação de avaliações para clientes anteriores

Meta: ampliar reputação digital de **5 para 20+ avaliações**

Setup Técnico

Configuração / revisão de: Meta Ads, Pixel, Tag Manager, Google Ads, eventos de conversão e rastreamento

Observação Estratégica: Sem clareza de posicionamento, qualquer verba investida em mídia tende a performar abaixo do potencial. Marca confusa gera aquisição cara e lead desqualificado.

Semana 2: Ativação de Aquisição

Planejamento de Campanhas

Desenvolvimento da estratégia de mídia com base em:

- Análise de mercado local e regional
- Benchmark de concorrentes
- Histórico de campanhas e ações anteriores da empresa
- Identificação dos padrões de comunicação e oferta com maior potencial de conversão

Meta Ads

Ativação das campanhas de aquisição com foco em autoridade, posicionamento e geração de demanda qualificada para projetos

Google Meu Negócio

- Início da rotina de postagens semanais
- Monitoramento de posicionamento no Google Maps

Semana 3: Otimização Baseada em Dados

Google Ads Search

Ativação de campanhas de pesquisa com foco em demanda de alta intenção local

Otimização de Performance

Análise dos primeiros indicadores de campanha:

- Performance criativa
- Custo por lead (CPL)
- Qualidade do tráfego
- Engajamento com anúncios

Pausar ativos de baixa performance

Reforçar investimento nos melhores desempenhos

Remarketing

Ativação de campanhas de remarketing para usuários impactados que ainda não converteram

Qualificação Comercial

Monitoramento dos leads recebidos:

- Volume e origem
- Perfil e tipo de demanda

Semana 4: Diagnóstico e Planejamento do Próximo Ciclo

Consolidação de Resultados

Relatório completo com: alcance, cliques, leads gerados, CPL, qualidade dos contatos, ticket médio estimado

Análise de Canais

Comparativo de performance entre os canais ativos

Identificação das principais fontes de lead qualificado

Estratégia de Expansão

Avaliação sobre abertura de campanhas específicas para e-commerce / loja no Mês 2

Expansão condicionada à validação do canal principal de design

Reunião de Fechamento

Apresentação dos dados e comparativo com período anterior às campanhas

Definição da estratégia para o próximo mês

KPI PRINCIPAL DE VALIDAÇÃO DOS 30 DIAS

INDICADOR	DESCRIÇÃO
Métrica de Sucesso	Número de contatos qualificados de orçamento para projetos recebidos no WhatsApp
Indicador Complementar	Ticket médio desses leads comparado ao período anterior às campanhas