

Material complementar para o plano de marketing





Se você chegou até aqui, é porque já aprendeu todos os passos do plano de marketing no guia definitivo da Nuvemshop, certo?

Para te ajudar a aplicar todos os aprendizados, criamos este **material complementar com planilhas e espaços de reflexão** — que você poderá imprimir ou usar de inspiração! — para que o seu plano de marketing se torne completo.

Este conteúdo, assim como o guia definitivo, está dividido em três etapas principais: **planejamento, implementação e avaliação**. Para qualquer dúvida que surgir ao longo do caminho, fique à vontade para consultar o manual do plano de marketing novamente.

Vamos começar? 😊

1.2 Análise SWOT

MACROAMBIENTE (FATORES EXTERNOS)

Oportunidades	Ameaças

MICROAMBIENTE (FATORES INTERNOS)

Forças	Fraquezas

1.3 Público-alvo

DADOS DO PÚBLICO-ALVO

<p>Geográficos (estados, cidades, bairros etc)</p>	
<p>Demográficos (idades, gêneros, profissões, rendas etc)</p>	
<p>Psicológicos (objetivos, medos, frustrações etc)</p>	
<p>Comportamentais (estilos de vida, hobbies, hábitos etc)</p>	

1.4 Marca

Ideias para o nome da marca	Esboço do logotipo da marca

PRINCÍPIOS DA MARCA

Visão	
Missão	
Valores	

1.5 Mix de marketing

PRODUTO

<p>Quais são as características físicas do seu produto?</p>	
<p>Quais benefícios e soluções seu produto proporciona?</p>	
<p>Como o seu produto se diferencia do dos concorrentes?</p>	
<p>O que o consumidor deseja obter a partir da compra do seu produto?</p>	

PREÇO

<p>Quais são os seus gastos com o fornecedor? Ou quanto você investe na produção dos produtos?</p>	
<p>Qual é o preço do seu produto?</p>	
<p>Esse valor é competitivo, se comparado ao dos concorrentes?</p>	
<p>Baixar o preço pode significar mais vendas? Por quê?</p>	
<p>Aumentar o valor do produto pode potencializar a sua marca? Por quê?</p>	

PROMOÇÃO

<p>Seu público está presente nas redes sociais? Se sim, em quais?</p>	
<p>Quais são os melhores horários para promover seus produtos em cada mídia?</p>	
<p>É possível integrar os meios online e offline (como vender online e disponibilizar retirada em pontos físicos)?</p>	

PRAÇA

<p>Onde o seu cliente busca por produtos similares ao seu?</p>	
<p>Como os concorrentes abordam o público em seus diferentes canais de vendas?</p>	
<p>O que fazer de diferente no que diz respeito à distribuição dos produtos?</p>	
<p>Os marketplaces podem fazer a diferença na sua estratégia?</p>	

2. Implementação

Nesta fase de implementação, você deverá **ter em mente seus objetivos e metas para criar um cronograma de ações**, considerando as etapas necessárias para o desenvolvimento das atividades, os responsáveis por cada operação, além dos custos estimados. Abaixo, preencha todos os quesitos de acordo com o que é primordial para o seu negócio — não se esquecendo, claro, do que foi feito no estágio de planejamento.

CRONOGRAMA DE AÇÕES

PERÍODO: DE _____ A _____

Ações (o que)	Etapas das ações (quando)	Responsáveis (quem)	Custos estimados (quanto)

3. Avaliação

Por fim, nesta última etapa, você deverá **acompanhar os resultados das ações** definidas anteriormente. Para tal, escolha os KPIs (indicadores-chave de performance) para compreender se os objetivos e metas estão sendo alcançados. Ademais, dedique um tempo para contatar seu público-alvo e reunir feedbacks sobre o seu produto, atendimento e experiência na sua loja virtual (páginas dos produtos, checkout etc), por exemplo.

KPIS (INDICADORES-CHAVE DE PERFORMANCE)

PERÍODO: DE _____ A _____

KPIS	Resultados deste período	Resultados do período anterior

Feedbacks do público

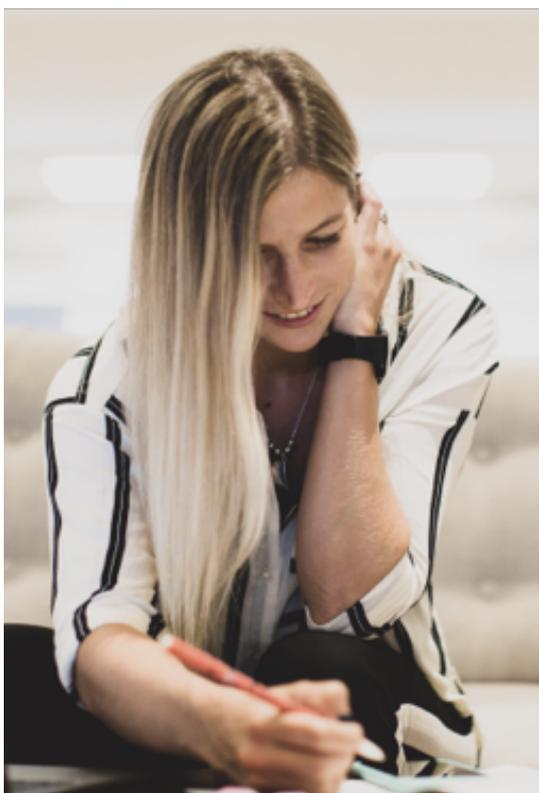
Esboço de perguntas a serem feitas	Ideias para alternativas e soluções

E aí, plano de marketing pronto?

Esperamos que este material complementar tenha te ajudado a montar e a colocar em prática o plano de marketing da sua marca. Com todos os passos bem planejados, a chance de alcançar o sucesso se torna maior! 🙌

Ah, e lembrando: sinta-se à vontade para [consultar o manual do plano de marketing](#) quantas vezes quiser e [imprimir as planilhas deste conteúdo](#) sempre que precisar.

Mãos à obra e até a próxima!





Líder na América Latina com **+30 mil lojas ativas**, a Nuvemshop é a plataforma de comércio digital ideal para marcas que buscam aumentar suas receitas através do posicionamento online e da diversificação dos seus canais de vendas.

Com escritórios no Brasil, no México e na Argentina, e uma equipe de +150 especialistas, apresenta uma **plataforma robusta e flexível**, que permite fácil integração com as principais soluções do ecossistema.

[Conheça a Nuvemshop](#)