

# Plano de Marketing: aprenda o que é e como Fazer

Um plano de marketing é um documento escrito que detalha as ações necessárias para atingir um ou mais objetivos de marketing.

19/10/2016 16:00:28

Afinal o que é um plano de marketing?

Um plano de marketing é um documento escrito que detalha as ações necessárias para atingir um ou mais objetivos de marketing. Pode ser um planejamento para a marca, para um produto ou serviço, ou para as linhas de produtos. Os planos de marketing podem cobrir entre um e cinco anos.

plano de marketing plano de marketing Plano de Marketing: Aprenda o Que é e Como Fazer! plano de marketing

O que não pode faltar no seu Plano de Marketing?

Basicamente, existe uma série de questões que precisam ser pensadas quando você planeja suas ações de Marketing. Engana-se quem pensa que um Plano de Marketing é uma fórmula única, aplicável para todas as empresas da maneira homogênea. É preciso respeitar as particularidades e especificidades de cada negócio. Esta visão personalizada evita equívocos de execução, além de conferir estratégias de acordo com as reais necessidades de cada empresa.

Algumas necessidades são comuns a todos os planos. É preciso estar atento a alguns detalhes que farão a diferença na hora de trilhar rumo ao sucesso. Veja quais são as características inerentes a um bom Plano de Marketing:

1. Avaliação de mercado: Responda rápido – Você tem noção ou conhecimento sobre o mercado em que está inserido? Sabe quem são seus concorrentes? Sabe quais as forças e fraquezas do ramo que atua ou pretende atuar? É preciso ter clareza sobre o contexto ao qual a sua empresa está localizada.

Avalie como as marcas líderes de mercado se comportam. Entenda como elas alcançam resultados positivos. A partir dessa avaliação, você pode encontrar falhas ou lacunas na sua concorrência, o que pode gerar um diferencial competitivo para o seu produto ou serviço. Aliás, saber “como” e com “o quê” você vai competir no mercado é tarefa primária na hora de gerenciar um negócio. Isso auxilia

na difícil e importante tarefa de não ser apenas mais um em meio a tantas marcas disputando um lugar ao sol.

2. Clareza de público: Por mais que pareça óbvio, muitas empresas ainda têm campanhas de Marketing sem clareza de quem querem atingir. Foco é fundamental no processo de atrair a atenção dos consumidores. É fundamental que você trace exatamente o perfil do cliente que você quer atingir e, depois, verifique os pontos comportamentais em comum, para que seja possível traçar campanhas impactantes. Por mais que seja tentador, não caia no lugar comum de acreditar que o seu serviço ou produto é universal, capaz de atingir todos os públicos, de todas as idades, classes, estilos e gostos. Segmentar pode ser um bom começo para vender mais e garantir uma melhor performance.

3. Definição de mídias: Temos uma leque vasto de opções para divulgar a nossa marca. É importante explorar essas ferramentas, de acordo com o nosso orçamento, o público a ser atingido e os resultados esperados. Pulverizar a marca, gerando um maior alcance é uma boa maneira de estar presente no cotidiano e na mente dos consumidores. Neste cenário, a Internet é fundamental e não pode estar fora de seu Plano de marketing. Mesmo que seu público seja mais profissional, é vital ter uma boa presença na web. Escolha os melhores canais para o seu nicho de mercado e aposte na força do Marketing Digital.

4. Metas: É preciso retirar as expectativas do campo abstrato. Todos querem as mesmas coisas: vender mais, aumentar lucros, aumentar o alcance de mercado. Contudo, o que diferencia cada empresa e aproxima esse desejo da prática é a definição clara dessas metas. Qual será o ponto de partida: E no ponto de chegada, o que queremos encontrar? Ter clareza de qual o objetivo central do projeto é fundamental para que seu Plano de Marketing possa vir a ser, de fato, efetivo. Além de traçar as metas, é importante delimitar um tempo para que elas aconteçam, pois, caso contrário, ficará muito mais difícil saber se você está indo pelo caminho certo.

5. Verifique os resultados: Medir a assertividade de cada etapa, de cada ação, de cada estratégia. O Plano de Marketing não pode ser encarado como uma ferramenta estática, ou seja, não deve ser engavetado após a sua concepção. É preciso avaliar o sucesso daquilo que foi pensado e, em caso negativo, rever a condução do mesmo, a fim de gerenciar imprevistos. Mudar a rota ao longo do caminho não faz o seu Plano de Marketing falho. É uma questão de inteligência e visão estratégica para realinhar e conectar os pontos que faltam para que o seu negócio deslanche. Quer aprender como montar um bom Plano de Marketing? Nós preparamos um Guia bem detalhado, com tudo aquilo que você precisa para colocar a mão na massa. Agora é com você!

Por onde começar o planejamento de marketing para a minha empresa?

O business plan

Antes de começar a pensar no marketing propriamente dito, precisamos dar um passo atrás e partir de uma análise do seu negócio. Por que você decidiu empreender e abrir uma pequena empresa? Se você respondeu “porque estava sem emprego” ou “porque odiava meu chefe”, é bom rever um pouquinho os seus conceitos.

Empreender não deve ser aquela alternativa que você só recorre pelo desespero ou porque não apareceu mais nada. Ter um negócio é algo trabalhoso e você precisa ter bem claro o motivo pelo qual tomou esta decisão. Além deste motivo, é importante que você também analise e monte um plano de negócios, também conhecido popularmente como business plan.

Com este planejamento em mãos, você saberá exatamente quais são suas metas, seus planos de expansão, necessidade de investimento inicial e outras informações importantíssimas para que o seu negócio progrida.