COISAS DA Léia

FACULDADE DE TECNOLOGIA SENAC PALHOÇA
Pós-graduação lato sensu em Gestão da Comunicação em Mídias Digitais

PLANO DE MARKETING DIGITAL:
UM ESTUDO DE CASO DO BLOG COISAS DA LÉIA

Fernanda Borges
Horácio Moura Bridon
Léia Mendes Cook
Sendy Luz

PALHOÇA
2015

OBJETIVOS

Geral

Desenvolver um plano de *marketing* digital para aumentar o número de leitores do blog *Coisas da Léia*.

Específicos

Identificar o perfil dos visitantes.

Identificar as principais mídias utilizadas pelos visitantes.

Analisar as principais formas de divulgação e promoção nas mídias sociais.

Avaliar as ações estratégicas de *marketing* digital adequadas à promoção do blog na internet.

JUSTIFICATIVA

- O cliente faz parte do grupo de estudo acadêmico e possui sua atividade dedicada exclusivamente no ambiente digital – o blog.

- Conteúdo original, com a personalidade da proprietária do blog.

- O tema é considerado relevante e atual, além de estar contemplado nos estudos deste curso.

METODOLOGIA

Objetivos Específicos	Coleta de Dados
Identificar o perfil dos visitantes do blog Coisas da Léia.	*Briefing* com a proprietária e questionário com os visitantes do blog.
Identificar as principais mídias utilizadas pelos visitantes do blog.	Questionário com os visitantes do blog.
Analisar as principais formas de divulgação e promoção do blog nas mídias sociais.	Levantamento bibliográfico e questionário com os visitantes do blog.
Avaliar as ações estratégicas de *marketing* digital adequadas à promoção do blog na internet.	Análise de ações e estratégias de *marketing* digital.

- *As principais obras utilizadas foram Kotler (2012), Martha Gabriel (2010), Torres (2009) e Telles (2010).*
- *Pesquisa de profundidade Método survey e coleta de dados com questionário.*

DESCRIÇÃO DO CLIENTE

- O Blog Coisas da Léia surgiu em **maio de 2010** a partir da necessidade da blogueira Léia Mendes Cook em praticar a escrita e compartilhar suas dicas de dona de casa com seus amigos.

- O blog oferece conteúdos como dicas para dona de casa, receitas, bricolagem (faça você mesmo), decoração, artesanato e jardinagem.

- Conta com domínio próprio **www.coisasdaleia.com.br**, tem em média **1.800 visitas únicas** por dia e cerca de **2.300 visualizações** de páginas por dia.

- Já foram coletados mais de **3.200 e-mails de contato** e está presente no Facebook, Pinterest, Flickr, Twitter, Google+ e Instagram.

PRODUTO

- O blog oferece conteúdos como dicas para dona de casa, receitas, bricolagem (faça você mesmo), decoração, artesanato e jardinagem.
- O conteúdo é oferecido em formato de texto ilustrado com fotos e vídeos.

PROMOÇÃO

- Mídias sociais como: Facebook, Instagram, Flickr, Google+ e Twitter.
- Sites de revistas especializadas e sites de home centers.
- E-book de receitas.
- E-mails marketing.
- Comunidades de revistas de decoração.

PREÇO

O conteúdo disponibilizado é gratuito para o usuário.

PRAÇA

O conteúdo está disponível na Internet e pode ser acessado em qualquer lugar do mundo.

DIAGNÓSTICO E PROBLEMA DE COMUNICAÇÃO

- O blog Coisas da Léia está em constante crescimento que ocorre, quase que em sua maioria, de **forma orgânica** e eventualmente por meio de **publicações patrocinadas no Facebook**.
- A blogueira não conhece muito bem seu público alvo.
- Por falta de informações aprofundadas sobre o perfil dos leitores do blog, fica limitada para buscar novas **estratégias de comunicação** e também para atingir novos públicos.
- Necessita ampliar o tráfego de usuários na página para iniciar a comercialização de espaços publicitários.

PÚBLICO ALVO

- Pessoas que se interessam pelos temas do blog.
- Estudantes universitários que morem sozinhos.
- Pais solteiros.
- Homens solteiros.
- Recém casados.
- Pessoas que busquem soluções simples e baratas para facilitar o dia-a-dia no lar.
- Pessoas que buscam o artesanato como fonte de renda.

OBJETIVOS DE COMUNICAÇÃO

- Aumentar o número de visitantes do blog Coisas da Léia.
- Melhorar a comunicação no ambiente digital em todas as mídias em que o blog está presente.
- Aumentar a oferta de conteúdo, focando no interesse do público do blog.

- Alcançar potenciais leitores que ainda não conhecem o blog.
- Trabalhar o conteúdo do blog nas principais mídias sociais.
- Posicionar o blog como referência na internet nos conteúdos de culinária, artesanato, decoração, jardinagem e bricolagem.

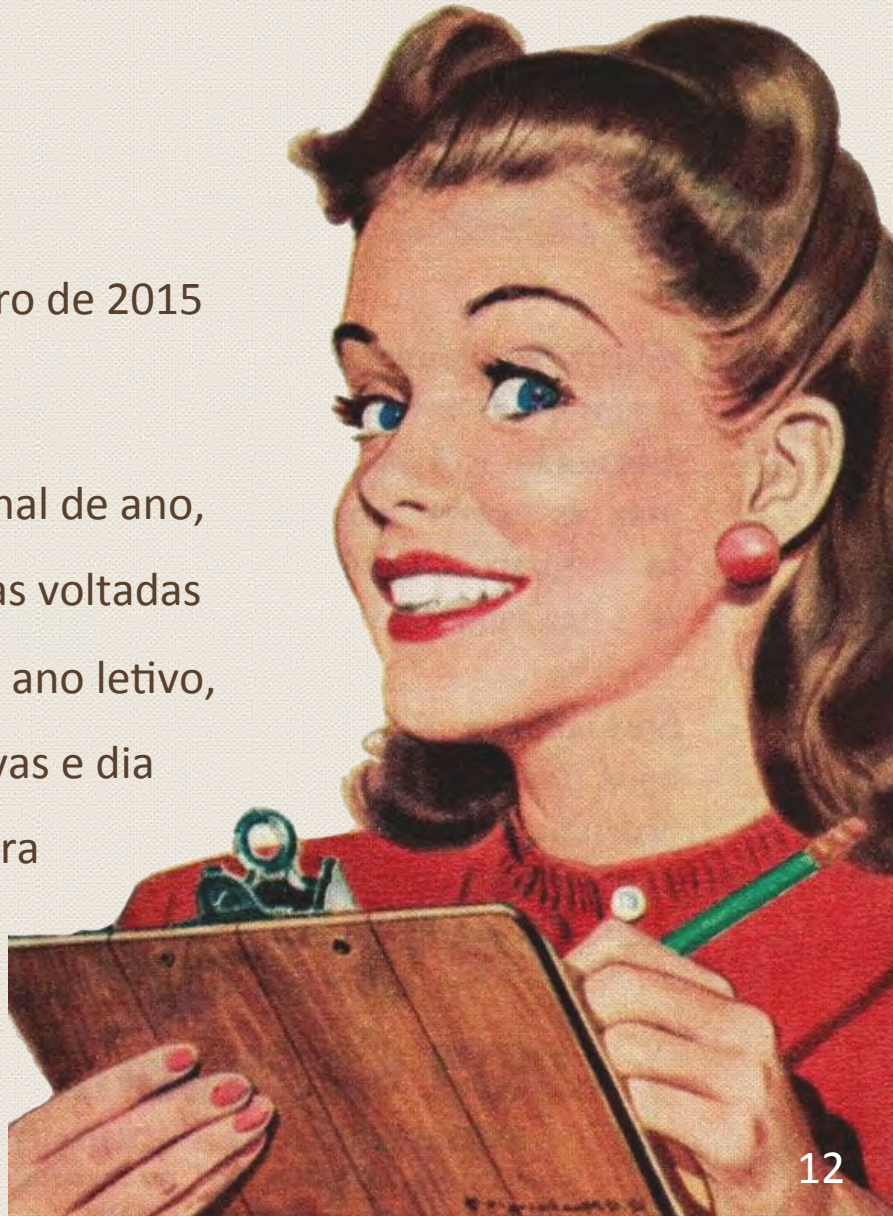
POSICIONAMENTO

O blog Coisas da Léia se posiciona como um espaço com a identidade da sua criadora, que oferece dicas simples e baratas voltadas para culinária, artesanato, decoração, jardinagem e bricolagem, para facilitar o dia-a-dia.

PLANEJAMENTO

Período da campanha

- Seis meses, tendo início em 1 de dezembro de 2015 até 31 de maio de 2016.
- A campanha será dividida em festas de final de ano, com foco no último mês de 2015, matérias voltadas para a época de verão, carnaval, início do ano letivo, datas comemorativas locais, mês das noivas e dia das mães e aniversário do blog que encerra o ciclo da campanha.



PLANEJAMENTO

Ferramentas digitais

- Posts semanais no blog.
- Posts semanais nas mídias sociais e sites parceiros.
- E-books com conteúdos voltados para o blog.
- Vídeos com conteúdos voltados para o blog.
- Pesquisas de opinião sobre os assuntos do mês.
- Envio de e-mails marketing semanalmente com o resumo dos posts da semana.
- Criação e uso de novas “#” hashtags para filtros de conteúdos nas mídias sociais.
- Conteúdo colaborativo, com a participação dos leitores.
- Banners na rede de parceiros do Google.

DESENVOLVIMENTO

Peças:

- Serão padronizadas e aplicadas em todas as mídias sociais e no blog.
- Todas as peças serão customizadas e testadas de acordo com a campanha.

Definição de padrões:

Google Fontes

Títulos e sub-títulos
Noto Sans

Conteúdo
Arimo

Cores

#58402E	#F27173
#58402E	

Imagens

PLANO DE MARKETING DIGITAL

Canais de comunicação

O principal canal de comunicação ocorrerá por meio da internet, que é de onde vem a maior parte da audiência. Serão utilizadas as mídias sociais, *e-mail*, *sites* parceiros, rede de pesquisa do Google, e, principalmente, o próprio blog.

MONITORAMENTO

Para monitoramento e controle das mídias sociais, será necessária a realização de acompanhamento diário, por meio de ferramentas *online* e o desenvolvimento de um relatório mensal que contemplará as informações de todas as mídias.

Ferramentas

Google Analytics

Twitter Analytics

MailChimp

Seekr

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Para finalizar este trabalho e concluir os objetivos foi possível elaborar um plano de marketing digital para o fortalecimento das ações do blog *Coisas da Léia*.

Por meio das estratégias de um plano de marketing digital, o blog estabelecerá vantagens competitivas em relação à concorrência, possibilitando visualização do modo de como será gerenciado e como será o relacionamento com os leitores.