

# PLANO ESTRATÉGICO DE COMUNICAÇÃO

## Empresa / Produto

É função deste Plano Estratégico de Comunicação, evidenciar, dar notoriedade e visibilidade ao Restaurante Vegetariano no mercado de negócios. Oferecer ao mercado um ponto-referência para o consumo de produtos alimentares vegetarianos, têm-se apresentado um negócio lucrativo e em ampla expansão. A conexão do negócio com a nova proposta de sociedade encontra-se de acordo com as pesquisas atuais e indicações econômicas.

## PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

| Alvos                                                                                                                                         | Objetivos                                                                                                                                | Mensagem                                                                                                                                                 | Mix de Comunicação                                                                                                                                                                                                                                   | CALENDARIZAÇÃO |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
|                                                                                                                                               |                                                                                                                                          |                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                      | Jan            | fev | mar | abr | mai | jun | jul | ago | set | out | nov | dez |
| <b>CLIENTES:</b><br>Refere-se à pessoas de ambos os sexos, idades entre 30 e 50 anos, grau de instrução médio alto e camada social média alta | Manter a manutenção da satisfação dos clientes com produtos novos e cardápios atualizados                                                | Renovação constante do cardápio de pratos e sucos, onde possa ser constatado uma preocupação com os clientes de uma oferta de produtos variados e atuais | Marketing Direto usando o cadastro de clientes para comunicar novas alterações no cardápio do restaurante<br><br>Oferta de descontos diretamente no momento do cliente pagar seu consumo<br><br>Contato trimestral                                   | ✓              |     |     | ✓   |     |     | ✓   |     |     | ✓   |     |     |
| <b>CLIENTES POTENCIAIS:</b><br>Refere-se as pessoas com características anteriores, com potencial de frequentar o espaço por nós oferecido    | Desenvolver ferramentas que evidenciam o Restaurante Flora para o público pontencial                                                     | Propagandas que demonstrem que o comportamento vegetariano é saudável saúde física, clínica e mental                                                     | - Propagandas nas Mídias Digitais, tais como, Facebook, páginas na Internet Especializadas em Vegetarianismo, Whatsapp.<br>- Propagandas nas mídias impressas, tais como, revistas especializadas e jornais, no período que precede a alta temporada |                |     |     |     | ✓   | ✓   | ✓   |     |     |     |     |     |
| <b>PROMOÇÃO DE EVENTOS:</b><br>Promover eventos gastronômicos sanzonais                                                                       | Evidenciar e notorizar a gastronomia vegetariana no meio gastronômico por meio de eventos específicos populares.                         | Dinamismo e participação de populares, onde aproximar o restaurante da população transmitirá uma familiaridade e identificação com a população           | Anúncios em revistas especializadas e na Mídia Digital, ou seja, nas páginas mantidas pelo restaurante<br><br>Preferencialmente durante o inverno                                                                                                    | ✓              |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     | ✓   |
| <b>INFLUENCIADORES DE OPINIÃO:</b><br>Cantores, Atores e Artistas em geral, que estejam em evidência no momento                               | Fazer a manutenção dos clientes, atrair atenção de novos clientes e do público em geral com a imagem do restaurante associadas à famosos | Passar uma mensagem do restaurante de dinamismo e modernidade aos clientes                                                                               | Contato direto com seus representantes artísticos afim de convidá-los ao nosso restaurante, com despesas pagas.<br><br>No alge da alta temporada                                                                                                     |                |     |     |     |     | ✓   | ✓   | ✓   | ✓   |     |     |     |
| <b>FORNECEDORES:</b><br>Troca de indicações entre empresas sobre restaurantes e produtos                                                      | Indicações de profissionais ligados diretamente ao setor alimentício                                                                     | Interesse mútuo das partes envolvidas, ou seja, Restaurante e Fornecedores                                                                               | Contato direto durante todo o tempo disponível                                                                                                                                                                                                       | ✓              |     | ✓   |     | ✓   |     | ✓   |     | ✓   |     | ✓   |     |