

|| PLANEJAMENTO DE ASSESSORIA DIGITAL

1) DIAGNÓSTICO

(Macro e Microambiente – Análise SWOT)

- 1) Da marca
- 2) Do mercado

Avaliar:

Posicionamento
Personalidade
Atributos
Imagem da marca

2) DEFINIÇÃO DE OBJETIVOS

Objetivo geral:

Objetivo específico

3) IDENTIFICAÇÃO DOS PÚBLICOS

Qual a idade do público?

Quais os interesses?

Como se comunicam?

Quais redes sociais utilizam?

4) DEFINIÇÃO DE METAS

Meta 1	
Meta 2	
Meta 3	

5) ESTRATÉGIAS

SEO, Gerenciamento de redes sociais, Storytelling, Influenciadores digitais + Planejamento de Gestão de Crises
--

6) MENSAGENS - CHAVE

- Tópico 1
- Tópico 2
- Tópico 3

7) ESCOLHA DOS MEIOS

--

8) PLANO DE AÇÃO

Ação	Responsável pela execução

9) Recursos

Fonte do recurso	Área envolvida

10) ORÇAMENTO DISPONÍVEL

Custo dos Serviços < Categoria #1>	Preço
<Descrição do Item>	<R\$ 0.000,00>
Custos Totais dos Serviços <Categoria 1>	<R\$ 0.000,00>
Custo dos Serviços <Categoria 2>	
Custos Totais dos Serviços <Categoria 2>	
Custo dos Serviços <Categoria 3>	
Custos Totais dos Serviços <Categoria 3>	
Total	

11) MENSURAÇÃO DE RESULTADOS



12) PROCESSOS DE AVALIAÇÃO

AÇÃO	FERRAMENTA DE AVALIAÇÃO

13) CRONOGRAMA

Descrição	Data de Início	Data de Término	Duração
<Início do Projeto>			
<Etapa 1>			
<Etapa 2>			
<Conclusão da Fase 1>			
<Etapa 3>			
<Etapa 4>			
<Conclusão da Fase 2>			
<Etapa 5>			
<Etapa 6>			
<Fim do Projeto>			

14) INVESTIMENTOS NECESSÁRIOS

