



SIMONE CRISTINA ALVES MATRICARDE

FARFALLA MESA POSTA E EVENTOS
Assessoria Organizacional

CURITIBA

2024



SIMONE CRISTINA ALVES MATRICARDE

FARFALLA MESA POSTA E EVENTOS
Assessoria Organizacional

CURITIBA

2024



SIMONE CRISTINA ALVES MATRICARDE

FARFALLA MESA POSTA E EVENTOS
Assessoria Organizacional

Projeto Integrador I apresentado como requisito parcial à obtenção do grau de tecnólogo, do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial, da ESIC *Business & Marketing School*.

Orientadora: Prof^ª. Aniele Fischer Brand

CURITIBA

2024

LISTA DE FIGURAS

- Figura 01 – Análise SWOT – Farfalla Mesa Posta
- Figura 02 – Pesquisa Faixa Etária – Farfalla Mesa Posta
- Figura 03 – Pesquisa por Gênero – Farfalla Mesa Posta
- Figura 04 – Avaliação da Proposta da Farfalla Mesa Posta no Instagram
- Figura 05 – Você considera contratar a Farfalla Mesa Posta?
- Figura 06 – Customização conforme o tema
- Figura 07 – Canais de Comunicação
- Figura 08 – O que mais chamou a atenção
- Figura 09 – Situações para contratação da Farfalla Mesa Posta
- Figura 10 – Aspectos mais valorizados na contratação
- Figura 11 – Paleta de Cores
- Figura 12 – Templates para Postagens e Stories
- Figura 13 – Logotipo

RESUMO

Este trabalho apresenta uma assessoria acadêmica voltada para a empresa Farfalla Mesa Posta, especializada em eventos e decoração de mesas. O objetivo principal é estruturar e aprimorar o marketing digital da empresa, visando aumentar sua visibilidade no mercado, atrair novos clientes e proporcionar experiências de alta qualidade através de estratégias inovadoras de comunicação digital. Inicialmente, aborda-se a evolução histórica da mesa posta e das tábuas de frios, contextualizando a proposta do projeto. A seguir, são definidos os objetivos e metas do projeto, destacando a importância de uma análise detalhada do ambiente digital atual da empresa. Na execução do projeto, serão desenvolvidas atividades que incluem análise e diagnóstico, desenvolvimento de estratégias, implementação de ações, capacitação da equipe e elaboração de um relatório final. Os fatores críticos de sucesso são identificados, abrangendo o alinhamento estratégico com os objetivos da empresa, o desenvolvimento e implementação de estratégias eficazes, a capacitação da equipe, o monitoramento e a avaliação contínua, parcerias estratégicas e a adaptação a mudanças. Este estudo busca não apenas melhorar a presença digital da Farfalla Mesa Posta, mas também garantir a sustentabilidade e a eficácia das estratégias implementadas.

Palavras-chave: Marketing Digital. Estruturação. Visibilidade no mercado. Atração de clientes. Comunicação Digital. Estratégias.

ABSTRACT

This work presents an academic consultancy aimed at the company Farfalla Mesa Posta, which specializes in events and table decoration. The main objective is to structure and enhance the company's digital marketing, aiming to increase its market visibility, attract new clients, and provide high-quality experiences through innovative digital communication strategies. Initially, the historical evolution of table setting and cold cuts boards is addressed, contextualizing the project's proposal. Next, the project's objectives and goals are defined, highlighting the importance of a detailed analysis of the company's current digital environment. During the project's execution, activities will include analysis and diagnosis, strategy development, action implementation, team training, and the preparation of a final report. Critical success factors are identified, encompassing strategic alignment with the company's objectives, the development and implementation of effective strategies, team training, continuous monitoring and evaluation, strategic partnerships, and adaptation to changes. This study aims not only to improve Farfalla Mesa Posta's digital presence but also to ensure the sustainability and effectiveness of the implemented strategies.

Keywords: Digital Marketing. Structuring. Market visibility. Client attraction. Digital communication. Strategies.

Sumário

1. INTRODUÇÃO.....	12
2. OBJETIVOS E METAS DO PROJETO.....	13
2.1. Objetivo Geral	13
2.2. Objetivos Específicos.....	13
3. IDENTIFICAÇÃO DAS EXPECTATIVAS.....	15
4. ABRANGÊNCIA.....	15
5. EQUIPE DO PROJETO, PAPEIS E RESPONSABILIDADES.....	16
6. FATORES CRÍTICOS DE SUCESSO DO PROJETO	16
7. ETAPAS DO PROJETO	18
8. CRONOGRAMA PRELIMINAR.....	20
9. PADRÕES DE DOCUMENTAÇÃO E DE COMUNICAÇÃO DO PROJETO	23
9.1. Ferramentas de Documentação.....	23
9.2. Ferramentas de Comunicação	24
9.3. Padrões de Comunicação.....	24
10. RECURSOS NECESSÁRIOS.....	25
11. ORÇAMENTO DO PROJETO	26
12. EMBASAMENTO TEÓRICO.....	27
12.1. Marketing e Marketing Digital	27
12.2 Método 8Ps do Marketing Digital	27
13. METODOLOGIA DA PESQUISA.....	29
14. DIAGNÓSTICO DA SITUAÇÃO DA FARFALLA MESA POSTA.....	31
15. PROBLEMAS E GARGALOS	35
16. POLÍTICAS E PROCEDIMENTOS	36
17. ANÁLISE DE RISCOS.....	37
18. ANÁLISE E SELEÇÃO DE ALTERNATIVAS	38

19. ANÁLISE DOS DADOS	39
20. CONSIDERAÇÕES FINAIS	45
21. APÊNDICE	47
22. DESENVOLVIMENTO DA SITUAÇÃO PROPOSTA	51
23. IMPLEMENTAÇÃO OU SIMULAÇÃO DA SITUAÇÃO PROPOSTA	59
24. Treinamento	61
25. AVALIAÇÃO DO CRONOGRAMA	64
26. CONCLUSÃO	70
27. REFERÊNCIAS	72

1. INTRODUÇÃO

A história da mesa posta no mundo é uma jornada fascinante que evoluiu ao longo dos séculos, refletindo as mudanças sociais, culturais e econômicas das civilizações. Na Antiguidade, civilizações como a grega e a romana tinham suas próprias tradições de disposição de mesa, com uma evolução significativa durante a Idade Média e o Renascimento na Europa. No século XIX, a arte da mesa posta alcançou um novo patamar de sofisticação, com a padronização de aparelhos de jantar, talheres e cristais. Atualmente, a mesa posta continua a ser uma forma essencial de expressão cultural e criatividade.

No Brasil, a prática da mesa posta tem raízes históricas que refletem a diversidade cultural do país. Desde a influência predominante de Portugal durante a época colonial até a mistura de tradições africanas e indígenas, a mesa posta brasileira evoluiu significativamente. No século XX, a urbanização e o aumento do acesso aos bens de consumo popularizaram essa prática, influenciada por telenovelas e revistas de decoração. Hoje, a mesa posta no Brasil é uma expressão artística e cultural diversificada, variando desde ambientes formais até configurações mais criativas e descontraídas.

A tradição de servir Tábuas de Frios, originada em culturas mediterrâneas, também se transformou ao longo dos séculos. Inicialmente centrada em queijos, embutidos, pães e frutas, essa prática evoluiu para incluir combinações mais sofisticadas e ingredientes premium. Atualmente, as Tábuas de Frios são uma expressão artística da culinária, destacando-se em eventos elegantes e reuniões sofisticadas. A ênfase na apresentação visual e na diversidade de sabores e texturas transforma a experiência de degustação em uma verdadeira obra de arte culinária.

Compreender a evolução histórica da mesa posta e das Tábuas de Frios é essencial para contextualizar a proposta do projeto de assessoria para a empresa Farfalla Mesa Posta, que busca inovar e refinar essas tradições para oferecer experiências únicas e memoráveis aos seus clientes.

2. OBJETIVOS E METAS DO PROJETO

Neste capítulo foram definidos os principais objetivos da assessoria a ser realizada na empresa Farfalla Mesa Posta. Os objetivos e metas foram desenvolvidos após uma reunião com a equipe da empresa, na qual, por meio de uma conversa informal com perguntas abertas, foram abordadas as principais dificuldades da organização. Esse diálogo teve como finalidade explicar a proposta do projeto e, conseqüentemente, alinhar as expectativas com o objetivo da assessoria.

Os resultados desta assessoria foram apresentados como uma proposta de aperfeiçoamento e melhoria dos processos digitais que já existiam, visando atingir as metas e objetivos traçados em conjunto com a empresa.

Para assegurar a assertividade do projeto, é essencial definir claramente os nossos objetivos e metas a serem alcançados por meio da pesquisa. Como disse o filósofo Jean-Paul Sartre, "Deve-se conhecer a meta antes do percurso".

2.1. Objetivo Geral

Com o intuito de aumentar sua visibilidade no mercado, atrair novos clientes e proporcionar experiências de alta qualidade através de estratégias inovadoras e eficazes de comunicação digital, temos como objetivo geral deste trabalho:

- Estruturar o Marketing Digital da empresa Farfalla Mesa Posta.

2.2. Objetivos Específicos

Para alcançar o objetivo proposto, temos como objetivos específicos:

- Analisar o ambiente digital atual da Farfalla Mesa Posta;
- Identificar pontos fortes e áreas que necessitam de melhorias no Marketing Digital da empresa;
- Desenvolver uma estratégia de marketing digital que contemple a criação de conteúdo relevante e envolvente para as redes sociais e outras plataformas digitais.

- Otimizar as redes sociais da empresa, melhorando a experiência do usuário e aumentando a taxa de conversão de visitantes em clientes.
- Criar campanhas de marketing digital direcionadas para aumentar a visibilidade da marca e atrair novos clientes.
- Capacitar a equipe da Farfalla Mesa Posta em técnicas de marketing digital e uso de ferramentas tecnológicas avançadas.
- Monitorar e avaliar o desempenho das estratégias de marketing digital implementadas, ajustando conforme necessário para atingir os resultados desejados.
- Desenvolver parcerias com influenciadores digitais e outros parceiros estratégicos para ampliar o alcance e a credibilidade da marca.

DADOS DA EMPRESA

Nome da Empresa: Farfalla Mesa Posta e Eventos

CNPJ: 54.345.059/0001-40

Rede Social: @farfalla.mesaposta

Missão: Criar memórias afetivas excepcionais, superando expectativas com sofisticação, qualidade e inovação, visando ser líder no setor de eventos e mesa posta.

Visão: Destacar-se como a empresa pioneira em sofisticação e criatividade no mercado de eventos e mesa posta, sendo a primeira opção para quem valoriza experiências memoráveis e elegância incomparável até o final do ano de 2025.

Valores:

Sofisticação e Qualidade: Comprometemo-nos com a excelência, buscando constantemente elevar o padrão de sofisticação e qualidade em nossos produtos e serviços.

Inovação e Criatividade: Estimulamos a inovação e a criatividade em tudo o que fazemos, buscando constantemente maneiras únicas de encantar nossos clientes.

Experiências Afetivas: Valorizamos a criação de experiências que tocam o coração, que criam memórias duradouras e que nutrem relações afetivas.

Melhoria Contínua: Estamos comprometidos em buscar sempre o melhor, aprendendo com cada experiência para nos superarmos a cada dia.

Ser a Referência: Buscamos ser a referência no nosso setor, definindo tendências e padrões de excelência que outros buscam seguir.

Bom Gosto e Elegância: Valorizamos o bom gosto e a elegância em cada detalhe, transformando simples momentos em celebrações excepcionais.

3. IDENTIFICAÇÃO DAS EXPECTATIVAS

A empresa Farfalla Mesa Posta espera, por meio desta assessoria, atender as expectativas abaixo, buscando evolução contínua e aprimoramento nos seguintes pontos:

Aumentar a visibilidade nas redes sociais e alcançar um maior número de clientes.

Mensurar resultados do marketing digital com mais eficiência, permitindo visualizar um cenário passado, atual e futuro da empresa.

Conhecer melhor o mercado em que atua para estruturar estratégias de marketing digital que visem o aumento das receitas, considerando a alta concorrência nesse setor.

Identificar pontos fortes e fracos junto aos clientes, melhorando o relacionamento e identificando demandas não atendidas.

Melhorar os processos internos da empresa por meio de um cronograma de marketing digital, visando aperfeiçoar atividades nas redes sociais e proporcionar mais rentabilidade e visibilidade para a empresa.

4. ABRANGÊNCIA

A assessoria será realizada na Empresa Farfalla Mesa Posta, localizada em Curitiba, focando especificamente nas rotinas de marketing digital da empresa.

5. EQUIPE DO PROJETO, PAPEIS E RESPONSABILIDADES

A assessoria será realizada pela acadêmica do Curso de Gestão Comercial Simone Cristina Alves Matricarde, sob a orientação da Professora Aniele Fischer Brand.

Papéis e Responsabilidades de Simone Cristina Alves Matricarde (Acadêmica):

Análise e Diagnóstico: Realizar a análise do ambiente digital atual da Farfalla Mesa Posta, identificando pontos fortes e áreas de melhoria.

Desenvolvimento de Estratégias: Desenvolver e propor estratégias de marketing digital, incluindo criação de conteúdo, campanhas e otimização das redes sociais.

Implementação das Ações: Implementar as ações propostas, monitorar o desempenho e ajustar as estratégias conforme necessário.

Capacitação: Capacitar a equipe da Farfalla Mesa Posta em técnicas de marketing digital e uso de ferramentas tecnológicas.

Relatório Final: Elaborar um relatório final detalhado com os resultados da assessoria, incluindo recomendações futuras.

6. FATORES CRÍTICOS DE SUCESSO DO PROJETO

Para garantir o sucesso da assessoria organizacional e do aprimoramento do marketing digital da empresa Farfalla Mesa Posta, foi essencial identificar e focar nos fatores críticos que podiam influenciar diretamente nos resultados esperados. Esses fatores são elementos essenciais que, se bem gerenciados, garantirão a eficácia do projeto e a realização dos objetivos estabelecidos daqui para frente.

Alinhamento Estratégico com os Objetivos da Empresa

Foi fundamental o alinhamento entre todas as ações e estratégias propostas e os objetivos e metas da Farfalla Mesa Posta. Isso incluiu:

- **Clareza nos Objetivos:** Garantir que todos os envolvidos compreendam os objetivos gerais e específicos do projeto.
- **Consistência com a Missão, Visão e Valores:** As estratégias de marketing digital devem refletir a missão, visão e valores da empresa, promovendo sofisticação, qualidade, inovação e experiências afetivas.

Análise Detalhada do Ambiente Digital

Um diagnóstico preciso do ambiente digital foi para identificar pontos fortes e áreas de melhoria. Isso envolveu:

- **Avaliação das Redes Sociais:** Analisar o desempenho atual das redes sociais da empresa, incluindo métricas de engajamento e alcance.
- **Identificação de Oportunidades e Ameaças:** Reconhecer as oportunidades no mercado digital e as ameaças potenciais que podem impactar a empresa.

Desenvolvimento e Implementação de Estratégias Eficazes

Para o sucesso do projeto, foi necessário desenvolver e implementar estratégias de marketing digital eficazes. Os principais fatores incluem:

- **Criação de Conteúdo Relevante e Envolvente:** Desenvolver conteúdo que ressoe com o público-alvo, aumentando o engajamento e a lealdade dos clientes.
- **Campanhas de Marketing Digital:** Planejar e executar campanhas de marketing que aumentem a visibilidade da marca e atraiam novos clientes.
- **Otimização das Redes Sociais:** Melhorar a experiência do usuário nas redes sociais da empresa, aumentando a taxa de conversão de visitantes em clientes.

Capacitação da Equipe

Capacitação da equipe da Farfalla Mesa Posta em técnicas de marketing digital foi essencial para a sustentabilidade do projeto. Isso envolveu:

- **Treinamento em Ferramentas Digitais:** Ensinar o uso de ferramentas tecnológicas avançadas para a gestão de marketing digital.
- **Desenvolvimento de Competências:** Focar no desenvolvimento das competências necessárias para a implementação e manutenção das estratégias propostas.

Monitoramento e Avaliação Contínua

O monitoramento e a avaliação contínua do desempenho das estratégias de marketing digital são essenciais para o sucesso do projeto. Isso inclui:

- **Acompanhamento de Métricas:** Monitorar as métricas de desempenho, ajustando as estratégias conforme necessário para garantir que os objetivos sejam alcançados.
- **Relatórios Periódicos:** Elaborar relatórios periódicos que detalhem o progresso e os resultados das ações implementadas, permitindo a tomada de decisões informadas.

Adaptação e Flexibilidade

A capacidade de adaptação e flexibilidade frente às mudanças do mercado e do ambiente digital é um fator crucial para o sucesso. Isso envolve:

- **Resposta Rápida a Mudanças:** Ser capaz de responder rapidamente a mudanças no comportamento do consumidor e nas tendências de mercado.
- **Ajuste de Estratégias:** Ajustar as estratégias de marketing digital com base no feedback e nos resultados obtidos, garantindo a relevância e a eficácia das ações.

7. ETAPAS DO PROJETO

7.1 Planejamento Inicial

Objetivo: Definir o escopo e alinhar expectativas com a equipe da Farfalla Mesa Posta.

Ações:

- Reunião inicial para compreender as necessidades e definir objetivos.

- Mapeamento das atividades e criação do plano de ação.
- Definição dos indicadores de desempenho (KPIs).
- Responsável: Simone Cristina Alves Matricarde
- Prazo: 1 semana

7.2 Análise do Ambiente Digital

Objetivo: Avaliar o estado atual das plataformas digitais da empresa.

Ações:

- Auditoria das redes sociais.
- Identificação de pontos fortes e áreas de melhoria.
- Coleta de dados sobre o desempenho atual.
- Responsável: Simone Cristina Alves Matricarde
- Prazo: 2 semanas

7.3 Desenvolvimento de Estratégias

Objetivo: Criar um plano estratégico para melhorar a presença digital.

Ações:

- Elaboração do calendário editorial.
- Desenvolvimento de campanhas de marketing digital.
- Criação de conteúdos visuais e textuais.
- Responsável: Simone Cristina Alves Matricarde
- Prazo: 3 semanas

7.4 Implementação das Ações

Objetivo: Executar as estratégias definidas no planejamento.

Ações:

- Publicação de conteúdos nas redes sociais.

- Lançamento de campanhas de marketing digital.
- Monitoramento do engajamento e alcance.
- Responsável: Simone Cristina Alves Matricarde
- Prazo: 6 semanas

7.5 Capacitação da Equipe

Objetivo: Treinar a equipe da Farfalla Mesa Posta nas novas práticas de marketing digital.

Ações:

- Workshops e treinamentos sobre ferramentas digitais.
- Sessões de feedback e melhoria contínua.
- Implementação de práticas aprendidas no dia a dia.
- Responsável: Simone Cristina Alves Matricarde
- Prazo: 4 semanas

7.6 Monitoramento e Avaliação

Objetivo: Avaliar o impacto das ações e ajustar estratégias conforme necessário.

Ações:

- Reuniões semanais para revisão de progresso.
- Relatórios mensais de desempenho.
- Ajustes baseados em KPIs e feedback.
- Responsável: Simone Cristina Alves Matricarde
- Prazo: Contínuo, com revisões mensais

8. CRONOGRAMA PRELIMINAR

Março 2024

- **04/03/2024:** Início do projeto. Reunião inicial com a equipe da Farfalla Mesa Posta para definir objetivos e expectativas.
- **Semana 2:** Análise do ambiente digital atual da Farfalla Mesa Posta. Coleta de dados e diagnóstico das redes sociais.
- **Semana 3:** Definição da identidade visual e criação de templates padronizados para postagens.
- **Semana 4:** Desenvolvimento do novo logotipo e organização das histórias em destaque no Instagram.

Abril 2024

- **Semana 1:** Implementação das primeiras estratégias de impulsionamento, incluindo anúncios pagos e parcerias com influenciadores.
- **Semana 2:** Criação do calendário de conteúdo para garantir a regularidade das postagens.
- **Semana 3:** Treinamento da equipe em fundamentos do marketing digital e gestão de redes sociais.
- **Semana 4:** Monitoramento inicial do desempenho das postagens utilizando Instagram Insights.

Mai 2024

- **Semana 1:** Ajustes nas estratégias de conteúdo com base nos dados de desempenho coletados.
- **Semana 2:** Continuação do treinamento da equipe, focando em ferramentas de análise e monitoramento.
- **Semana 3:** Implementação de promoções e sorteios para aumentar o engajamento.
- **Semana 4:** Avaliação dos resultados das estratégias de impulsionamento e ajustes conforme necessário.

Junho 2024

- **Semana 1:** Revisão e atualização do calendário de conteúdo.
- **Semana 2:** Treinamento da equipe em estratégias de impulsionamento avançadas.

- **Semana 3:** Implementação de novas campanhas de anúncios pagos e conteúdo patrocinado.
- **Semana 4:** Monitoramento contínuo do desempenho e ajustes nas estratégias.

Julho 2024

- **Semana 1:** Análise de dados de engajamento e alcance das postagens.
- **Semana 2:** Treinamento da equipe em engajamento e interação com seguidores.
- **Semana 3:** Implementação de novas parcerias com influenciadores.
- **Semana 4:** Avaliação dos resultados das campanhas de anúncios e promoções.

Agosto 2024

- **Semana 1:** Revisão do desempenho das postagens e ajustes no calendário de conteúdo.
- **Semana 2:** Continuação do treinamento da equipe em melhores práticas de criação de conteúdo.
- **Semana 3:** Implementação de novas estratégias de engajamento, como enquetes e perguntas nas stories.
- **Semana 4:** Monitoramento contínuo do desempenho e ajustes nas estratégias.

Setembro 2024

- **Semana 1:** Análise de dados de desempenho e ajustes nas estratégias de conteúdo.
- **Semana 2:** Treinamento da equipe em análise de dados e interpretação de métricas.
- **Semana 3:** Implementação de novas campanhas de promoções e sorteios.
- **Semana 4:** Avaliação dos resultados das estratégias de impulsionamento e ajustes conforme necessário.

Outubro 2024

- **Semana 1:** Revisão final do desempenho das postagens e ajustes no calendário de conteúdo.
- **Semana 2:** Treinamento final da equipe em gestão de marketing digital.
- **Semana 3:** Implementação de estratégias de longo prazo para manter o engajamento e o alcance.
- **Semana 4:** Encerramento do projeto e apresentação dos resultados finais à equipe da Farfalla Mesa Posta.

9. PADRÕES DE DOCUMENTAÇÃO E DE COMUNICAÇÃO DO PROJETO

Para garantir a eficiência na comunicação e na documentação durante o projeto, foram adotados os seguintes padrões e ferramentas:

9.1. Ferramentas de Documentação

Microsoft Word / Google Docs:

- Utilização: Criação e edição colaborativa de documentos.
- Vantagens: Edição simultânea, histórico de alterações, e comentários.

Microsoft Excel / Google Sheets:

- Utilização: Organização de dados e planejamento de cronogramas.
- Vantagens: Tabelas e gráficos, colaboração em tempo real (Google Sheets).

Canva:

- Utilização: Criação de materiais visuais.
- Vantagens: Interface intuitiva e templates prontos.

Google Forms:

- Utilização: Coleta de feedback e informações.
- Vantagens: Fácil criação de formulários e análise de respostas.

9.2. Ferramentas de Comunicação

Zoom:

- Utilização: Reuniões virtuais.
- Vantagens: Compartilhamento de tela e gravação de reuniões.

WhatsApp:

- Utilização: Comunicação rápida e informal.
- Vantagens: Mensagens instantâneas e envio de arquivos.

Email (Gmail/Outlook):

- Utilização: Comunicação formal e envio de documentos.
- Vantagens: Registro formal e anexos.

9.3. Padrões de Comunicação

Reuniões Semanais:

- Frequência: Uma vez por semana.
- Formato: Virtual, via Zoom.
- Agenda: Revisão do progresso, resolução de problemas, e planejamento das próximas etapas.

Relatórios Mensais:

- Conteúdo: Desempenho das ações, análise dos resultados, e ajustes necessários.
- Formato: Documento em Google Docs compartilhado com a equipe.

Atualizações Diárias:

- Formato: Check-ins rápidos via WhatsApp.
- Conteúdo: Atualizações sobre tarefas e identificação de impedimentos.

Feedback Contínuo:

- Formato: Comentários diretos em documentos (Google Docs) e discussões via WhatsApp.
- Objetivo: Melhorar continuamente os processos e a execução das estratégias.

Esses padrões e ferramentas garantiram uma comunicação clara e eficiente, promoveu um trabalho colaborativo e organizado no projeto Farfalla Mesa Posta.

10. RECURSOS NECESSÁRIOS

Para a execução eficaz do projeto de assessoria organizacional e aprimoramento do marketing digital da Farfalla Mesa Posta, foram necessários os seguintes recursos:

Recursos Humanos

- Acadêmica Responsável: Simone Cristina Alves Matricarde
- Papel: Coordenadora do projeto, responsável por análise, desenvolvimento de estratégias, implementação, capacitação e monitoramento.
- Orientadora: Professora Aniele Fischer Brand
- Papel: Supervisão e orientação técnica do projeto.

Recursos Tecnológicos

- Hardware:
- Computadores e laptops com acesso à internet.
- Smartphones para comunicação via WhatsApp.
- Software e Aplicativos:
- Google Workspace: Google Docs, Google Sheets, Google Forms para documentação e colaboração.
- Microsoft Office: Excel para gestão de dados.
- Zoom: Reuniões virtuais.
- Canva: Criação de materiais visuais.
- Email (Gmail/Outlook): Comunicação formal e envio de documentos.

Recursos de Tempo

- Cronograma: Tempo alocado para cada etapa do projeto conforme descrito no cronograma preliminar, incluindo planejamento, análise, desenvolvimento, implementação, capacitação e monitoramento.

Recursos de Informação

- Dados Internos: Acesso a relatórios e dados internos da Farfalla Mesa Posta e Histórico de desempenho das redes sociais e campanhas de marketing anteriores.
- Pesquisas e Estudos: Estudos de mercado e análise da concorrência e Feedback e dados coletados via Google Forms.

11. ORÇAMENTO DO PROJETO

O orçamento necessário para a execução do projeto de assessoria organizacional e aprimoramento do marketing digital da Farfalla Mesa Posta foi integralmente financiado pela própria empresa. Os recursos listados abaixo já estão disponíveis:

Recursos de Software

- Canva Pro: Assinatura já existente, será utilizada para a criação de materiais visuais.
- Zoom: Assinatura já existente, será utilizada para reuniões virtuais e workshops.

Marketing Digital

- Campanhas Publicitárias em Redes Sociais: Orçamento será alocado pela Farfalla Mesa Posta para promover a marca e atrair novos clientes.

Treinamento

- Workshops e Cursos Online: Investimento planejado para capacitação da equipe em técnicas de marketing digital e uso de ferramentas tecnológicas.

Esses recursos garantem que todas as necessidades do projeto sejam atendidas, permitindo a execução eficiente das estratégias planejadas e o alcance dos objetivos estabelecidos.

12. EMBASAMENTO TEÓRICO

12.1. Marketing e Marketing Digital

O marketing é uma área essencial para qualquer negócio, englobando atividades que visam identificar, antecipar e satisfazer as necessidades e desejos dos consumidores. Kotler e Keller (2012, p. 27) descrevem o marketing como um processo no qual as empresas criam valor para os clientes e constroem fortes relações com eles para obter valor em troca. Esse conceito se aplica diretamente à Farfalla Mesa Posta, que busca, através de suas estratégias, criar experiências memoráveis para seus clientes.

O marketing digital, por sua vez, é uma extensão do marketing tradicional, utilizando tecnologias digitais para promover produtos e serviços. Chaffey e Ellis-Chadwick (2019, p. 11) destacam que o marketing digital envolve o uso de tecnologias digitais que formam canais online, contribuindo para atividades de marketing com o objetivo de conquistar e reter clientes de maneira lucrativa. Isso inclui o uso de redes sociais, e-mail marketing, SEO (Search Engine Optimization) e campanhas pagas, todos fundamentais para aumentar a visibilidade e atratividade da Farfalla Mesa Posta no mercado.

Autores brasileiros também contribuíram significativamente para a literatura de marketing e marketing digital. Segundo Las Casas (2011 p. 29), marketing é "um conjunto de atividades que visam à criação e manutenção de trocas desejáveis entre empresa e seus consumidores". Adolpho (2018 p. 45) complementa que "o marketing digital é fundamental para qualquer estratégia de marketing contemporânea, pois permite uma interação direta e personalizada com o consumidor".

12.2 Método 8Ps do Marketing Digital

O método 8Ps, desenvolvido por Conrado Adolpho, é uma abordagem prática para empresas se destacarem no marketing digital. Ele é composto por oito etapas: Pesquisa, Planejamento, Produção, Publicação, Promoção, Propagação, Personalização e Precisão. Este método visa adequar o marketing à internet, focando na criação de valor e na construção de relacionamentos fortes com os clientes. Cada etapa envolve estratégias específicas para entender o público-alvo, criar conteúdos relevantes e mensurar os resultados, garantindo uma interação eficaz e lucrativa com os consumidores.

Conrado Adolpho, em sua obra "Os 8 Ps do Marketing Digital" (2011, p. 45), argumenta que seguir estas etapas permite às empresas não apenas criar campanhas de marketing mais eficientes, mas também construir relacionamentos duradouros com os clientes.

Utilizar o método 8Ps na assessoria da Farfalla Mesa Posta é crucial para atender ao objetivo geral de estruturar e aprimorar o marketing digital da empresa, aumentando sua visibilidade no mercado e atraindo novos clientes. Esse método permite uma abordagem sistemática e abrangente, abrangendo desde a pesquisa de mercado até a análise precisa dos resultados, alinhando-se com os objetivos específicos de analisar o ambiente digital, desenvolver estratégias de marketing, otimizar as redes sociais, criar campanhas direcionadas, capacitar a equipe, monitorar o desempenho e estabelecer parcerias estratégicas.

Para a presente assessoria acadêmica foram definidas as seguintes etapas do Método 8Ps, a serem aplicadas na Farfalla Mesa Posta:

- Pesquisa: Esta fase permitirá à Farfalla Mesa Posta entender profundamente seu mercado, identificar tendências e necessidades dos clientes, e estudar a concorrência. Essa análise inicial é crucial para alinhar suas estratégias com o comportamento e expectativas dos consumidores.
- Planejamento: Com base nas informações coletadas, a empresa poderá desenvolver um plano estratégico detalhado. Isso inclui definir objetivos claros, metas específicas e ações que direcionarão os esforços de marketing para alcançar resultados desejados, como aumentar a visibilidade da marca e atrair novos clientes.

- Produção: Nesta etapa, a Farfalla Mesa Posta pode criar conteúdos de alta qualidade e atrativos, como fotos e vídeos das suas decorações e serviços, que serão utilizados nas campanhas de marketing. A produção de conteúdo relevante e envolvente é essencial para captar a atenção do público.
- Publicação: Os conteúdos desenvolvidos serão distribuídos nos canais digitais apropriados, como Instagram, blogs, e-mail marketing e outras plataformas. Publicar regularmente e de forma estratégica ajudará a manter a marca visível e engajar o público-alvo.
- Promoção: Utilizando técnicas de SEO, anúncios pagos e estratégias de e-mail marketing, a Farfalla Mesa Posta poderá aumentar significativamente a visibilidade e atratividade da marca. Promover os conteúdos de maneira eficaz ajudará a alcançar um público mais amplo e diversificado.
- Propagação: Incentivar o compartilhamento dos conteúdos e engajar o público é fundamental para ampliar o alcance das campanhas. A Farfalla Mesa Posta pode usar estratégias de marketing de influência e campanhas virais para propagar suas mensagens.
- Personalização: Adaptar as mensagens e ofertas para diferentes segmentos de público garantirá uma experiência mais relevante e personalizada. Essa personalização pode melhorar a satisfação do cliente e aumentar as chances de conversão.
- Precisão: Medir e analisar os resultados das estratégias implementadas permitirá ajustes contínuos para otimização. Utilizando métricas e indicadores de desempenho, a Farfalla Mesa Posta pode avaliar a eficácia das campanhas e fazer as correções necessárias para atingir seus objetivos.

13. METODOLOGIA DA PESQUISA

Segundo Gil (2007), pesquisa é definida como o (...) procedimento racional e sistemático que tem como objetivo proporcionar respostas aos problemas que são propostos. A pesquisa desenvolve-se por um processo constituído de várias fases, desde a formulação do problema até a apresentação e discussão dos resultados.

Inicia se uma pesquisa com o objetivo de obter resultados mais satisfatórios antes de desenvolver algo, seja um projeto, a abertura de uma empresa ou até mesmo planejar uma viagem. A pesquisa proporciona uma prévia de como será o resultado de uma ação.

A pesquisa quantitativa nada mais é que uma pesquisa que traduz em números a opinião de um determinado grupo referente a um assunto, assim podemos classificar e analisar o resultado obtido. Contudo do tipo descritiva, pois descreve as características de determinada população ou fenômenos.

Para desenvolver o projeto, foram utilizadas as seguintes metodologias de pesquisa:

Pesquisa Bibliográfica: Revisão de literatura sobre marketing e marketing digital para fundamentar teoricamente as estratégias a serem aplicadas.

Análise de Caso: Estudo detalhado da Farfalla Mesa Posta, incluindo a análise de seu ambiente digital atual e a identificação de pontos fortes e áreas de melhoria.

Coleta de dados através de entrevistas e reuniões com a equipe da empresa.

Pesquisa de Campo: Aplicação de questionário e formulário via Google Forms para coletar feedback de clientes e entender melhor suas expectativas e percepções sobre a marca.

Observação direta das práticas atuais de marketing digital da empresa e análise de seu desempenho nas redes sociais.

Métodos Quantitativos e Qualitativos: Utilização de ferramentas analíticas para medir o desempenho das campanhas de marketing digital e avaliar a eficácia das estratégias implementadas.

Análise qualitativa das respostas coletadas nos questionários para obter insights sobre a experiência dos clientes e suas sugestões de melhorias.

Ao combinar essas metodologias, o projeto visa fornecer uma base sólida para o desenvolvimento e a implementação de estratégias de marketing digital eficazes, alinhadas aos objetivos e valores da Farfalla Mesa Posta, promovendo seu crescimento e sucesso no mercado.

14. DIAGNÓSTICO DA SITUAÇÃO DA FARFALLA MESA POSTA

O diagnóstico da situação da Farfalla Mesa Posta foi fundamental para entender as condições presentes da empresa e identificar os pontos fortes, fracos, oportunidades e ameaças (análise SWOT) em relação às suas atividades de marketing digital. Este capítulo aborda a avaliação do ambiente digital, desempenho nas redes sociais, presença online e percepções dos clientes.

- **Análise do Ambiente Digital**

Para analisar o ambiente digital da Farfalla Mesa Posta, foi realizada uma assessoria acadêmica visando detalhar as plataformas digitais da empresa, com foco principal no Instagram. O objetivo foi identificar a eficácia das estratégias atuais e os principais pontos a serem aprimorados.

- **Instagram**

O Instagram é a principal plataforma de marketing digital da Farfalla Mesa Posta, onde a empresa tem obtido um bom retorno, mas há espaço para melhorias:

Engajamento: A taxa de engajamento é satisfatória, mas pode ser aumentada com a utilização de Stories, Reels e Lives para interação em tempo real com os seguidores. Além disso, a criação de um cronograma de postagens pode garantir uma presença constante e planejada na plataforma, maximizando o alcance e a interação.

Conteúdo: O conteúdo é de alta qualidade, com fotos atraentes e bem-curadas. No entanto, a diversificação do tipo de conteúdo e a criação de posts interativos podem incrementar o engajamento. É crucial incorporar posts educativos, tutoriais, bastidores e conteúdos gerados pelos usuários para manter a audiência engajada.

Campanhas e Promoções: A promoção de campanhas específicas e colaborações com influenciadores ainda são pouco exploradas, representando uma oportunidade de aumento de visibilidade e alcance. Além disso, a utilização de campanhas de impulsionamento pode aumentar significativamente a visibilidade das postagens e atingir um público mais amplo.

- **Análise de Desempenho**

A análise de métricas de desempenho no Instagram é essencial para entender a eficácia das estratégias atuais:

Alcance: O alcance das postagens é variado, com melhores resultados em posts com conteúdo visualmente atrativo e em campanhas pontuais.

Interatividade: As interações ocorrem principalmente em posts com chamadas para ação claras e em conteúdos que incentivam a participação dos seguidores.

Análise SWOT

A análise SWOT é uma ferramenta estratégica amplamente utilizada no planejamento empresarial e na tomada de decisões. O acrônimo SWOT deriva das palavras em inglês Strengths (Forças), Weaknesses (Fraquezas), Opportunities (Oportunidades) e Threats (Ameaças). Esta ferramenta permite que as organizações avaliem sua posição no mercado e desenvolvam estratégias para melhorar seu desempenho e alcançar seus objetivos.

A análise SWOT é um componente essencial do planejamento estratégico. Segundo Johnson e Scholes (2002, p. 214), "a análise SWOT é uma técnica fundamental para entender as forças e fraquezas da organização, e para identificar as oportunidades e ameaças que ela enfrenta". Ao realizar uma análise SWOT, as organizações podem obter uma visão abrangente de sua posição atual e das dinâmicas do ambiente em que operam.

Kotler e Keller (2006, p. 53) também destacam que a análise SWOT ajuda as empresas a "adequar suas estratégias de acordo com os recursos internos e as condições externas, maximizando as oportunidades e minimizando as ameaças". A ferramenta é especialmente útil para formular estratégias de marketing, planejar novos projetos, e tomar decisões críticas sobre a direção futura da empresa.

A análise SWOT permite uma visão clara das forças, fraquezas, oportunidades e ameaças da Farfalla Mesa Posta:

Análise SWOT da Farfalla Mesa Posta

- **Forças (Strengths)**

Alta Qualidade e Sofisticação dos Produtos e Serviços: A Farfalla Mesa Posta oferece produtos e serviços de alta qualidade e sofisticação, que se destacam no mercado.

Forte Identidade Visual: A empresa tem uma identidade visual forte e bem-definida, que contribui para o reconhecimento da marca.

Atendimento Personalizado e Foco na Criação de Experiências Afetivas: A Farfalla Mesa Posta se diferencia pelo atendimento personalizado e pela criação de experiências afetivas para os clientes.

Qualidade do Conteúdo: A empresa produz fotos atraentes e bem-curadas, um ponto forte em sua estratégia de marketing digital.

Engajamento no Instagram: Apesar de haver espaço para melhorias, a taxa de engajamento no Instagram é satisfatória, com bom retorno em posts visualmente atraentes e campanhas pontuais.

Foco em Personalização e Exclusividade: A Farfalla Mesa Posta se destaca por oferecer experiências personalizadas, o que é uma vantagem competitiva significativa.

- **Fraquezas (Weaknesses)**

Dependência Excessiva de uma Única Plataforma para Marketing Digital: A utilização do Instagram como única plataforma de marketing digital é um risco, especialmente com possíveis mudanças nos algoritmos da plataforma.

Falta de Diversificação nas Plataformas Digitais: A ausência em outras plataformas como Facebook, Pinterest e YouTube limita o alcance e a capacidade de atrair diferentes segmentos de público.

Estratégias de Conteúdo Limitadas: A falta de diversificação nas estratégias de conteúdo e de campanhas interativas reduz o potencial de engajamento e fidelização dos clientes.

Ausência de Cronograma de Postagem: A falta de um cronograma estruturado de postagens resulta em uma presença digital inconsistente, afetando negativamente o engajamento.

- **Oportunidades (Opportunities)**

Exploração de Outras Plataformas Digitais: A criação de uma presença em plataformas adicionais como Facebook, Pinterest e YouTube pode ampliar o alcance e atrair novos segmentos de público.

Campanhas de Impulsionamento: A utilização de campanhas pagas pode aumentar significativamente a visibilidade das postagens e atingir um público mais amplo.

Diversificação de Conteúdo: Incorporar posts educativos, tutoriais, bastidores e conteúdos gerados pelos usuários pode manter a audiência engajada e aumentar o engajamento.

- **Ameaças (Threats)**

Mudanças nos Algoritmos das Redes Sociais: A dependência do Instagram como principal plataforma de marketing digital expõe a empresa ao risco de mudanças nas políticas e algoritmos da plataforma.

Concorrência: O mercado de eventos e decoração de mesas é competitivo, e a falta de diversificação nas plataformas digitais pode colocar a empresa em desvantagem em relação aos concorrentes que têm presença em múltiplas plataformas.

Falta de Adaptação Rápida: A incapacidade de se adaptar rapidamente às mudanças no ambiente digital pode impactar negativamente a eficácia das estratégias de marketing.

Em resumo, os principais pontos da Análise SWOT da Farfalla Mesa Posta são:

FATORES INTERNOS DA EMPRESA	Forças (Strengths)		Fraquezas (Weaknesses)	
	1	Alta Qualidade e Sofisticação dos Produtos e Serviços	1	Dependência Excessiva de uma Única Plataforma para Marketing Digital
	2	Atendimento Personalizado e Foco na Criação de Experiências Afetivas	2	Ausência de Site Oficial
	3	Qualidade do Conteúdo	3	Falta de Diversificação nas Plataformas Digitais
	4	Engajamento no Instagram	4	Estratégias de Conteúdo Limitadas
	5	Foco em Personalização e Exclusividade	5	Ausência de Cronograma de Postagem
FATORES EXTERNOS DA EMPRESA	Oportunidades (Opportunities)		Ameaças (Threats)	
	1	Criação de um Site Oficial para Centralizar Informações e Melhorar o SEO	1	Mudanças nos Algoritmos das Redes Sociais
	2	Exploração de Outras Plataformas Digitais	2	Concorrência
	3	Campanhas de Impulsãoamento	3	Falta de Adaptação Rápida
	4	Parcerias com Influenciadores	4	
	5	Diversificação de Conteúdo	5	

Figura 01 – Análise SWOT – Farfalla Mesa Posta

15. PROBLEMAS E GARGALOS

Com base na análise da situação atual, foram identificados os seguintes problemas e gargalos que impactam negativamente o desempenho da Farfalla Mesa Posta no marketing digital:

- **Dependência Excessiva do Instagram**

A dependência do Instagram como única plataforma de marketing digital representa um risco significativo, especialmente em caso de mudanças nos algoritmos ou políticas da plataforma.

- **Falta de Diversificação nas Plataformas Digitais**

A falta de presença em outras plataformas digitais como Facebook, Pinterest e YouTube limita o alcance e a capacidade de atrair diferentes segmentos de público.

- **Estratégias de Conteúdo Limitadas**

A ausência de diversificação nas estratégias de conteúdo e a falta de campanhas interativas reduzem o potencial de engajamento e fidelização dos clientes.

- **Necessidade de Campanhas de Impulsãoamento**

A falta de campanhas de impulsãoamento limita a visibilidade das postagens, reduzindo o alcance e o engajamento potencial com o público alvo .

- **Falta de Cronograma de Postagem**

A ausência de um cronograma de postagem estruturado no Instagram resulta em uma presença digital inconsistente, afetando negativamente o engajamento e a fidelização do público.

16. POLÍTICAS E PROCEDIMENTOS

Para melhorar a eficácia das estratégias de marketing digital, a Farfalla Mesa Posta deve implementar políticas e procedimentos claros e consistentes:

- **Diversificação de Plataformas Digitais**

Política: Estabelecer presença em múltiplas plataformas digitais.

Procedimento: Criar e gerenciar contas no Facebook, Pinterest e YouTube, com conteúdo adaptado para cada plataforma.

- **Estratégias de Conteúdo**

Política: Diversificar as estratégias de conteúdo para aumentar o engajamento e fidelização.

Procedimento: Planejar e executar uma programação de conteúdo variado, incluindo posts interativos, vídeos e campanhas promocionais.

- **Campanhas de Impulsioneamento**

Política: Utilizar campanhas de impulsioneamento para aumentar o alcance e a visibilidade das postagens.

Procedimento: Definir um orçamento mensal para impulsioneamento de posts no Instagram e outras plataformas, segmentando o público de acordo com os objetivos de cada campanha .

- **Cronograma de Postagem**

Política: Estabelecer e seguir um cronograma de postagens no Instagram.

Procedimento: Criar um calendário editorial mensal, definindo os tipos de conteúdo, datas e horários de publicação para garantir uma presença consistente e maximizar o engajamento .

17. ANÁLISE DE RISCOS

A análise de riscos a seguir detalha os riscos associados aos problemas e gargalos identificados, bem como as consequências de mantê-los sem solução:

- **Dependência Excessiva do Instagram**

Risco: Mudanças nos algoritmos ou políticas do Instagram que podem afetar negativamente o alcance e o engajamento.

Consequência: Redução significativa na visibilidade e nas interações com os seguidores.

- **Falta de Diversificação nas Plataformas Digitais**

Risco: Limitação no alcance e na capacidade de atrair diferentes segmentos de público.

Consequência: Perda de oportunidades de mercado e menor crescimento da base de clientes.

- **Estratégias de Conteúdo Limitadas**

Risco: Menor engajamento e fidelização dos clientes devido à falta de diversidade no conteúdo.

Consequência: Dificuldade em manter a atenção dos seguidores e converter engajamento em vendas.

- **Necessidade de Campanhas de Impulsioneamento**

Risco: Reduzido alcance e visibilidade das postagens.

Consequência: Menor engajamento e dificuldade em atingir novos públicos .

- **Falta de Cronograma de Postagem**

Risco: Inconsistência na presença digital.

Consequência: Redução do engajamento e da fidelização do público, impactando negativamente as vendas e a visibilidade da marca .

18. ANÁLISE E SELEÇÃO DE ALTERNATIVAS

A partir dos problemas e gargalos identificados e da análise de risco, foram propostas as seguintes alternativas para cada um deles:

- **Diversificação de Plataformas Digitais**

Alternativa: Estabelecer e gerenciar presença no Facebook, Pinterest e YouTube.

Justificativa: A diversificação de plataformas aumentará o alcance e a capacidade de atrair diferentes segmentos de público, reduzindo a dependência do Instagram.

- **Estratégias de Conteúdo**

Alternativa: Diversificar o conteúdo publicado no Instagram e nas novas plataformas digitais.

Justificativa: A diversificação de conteúdo, incluindo posts interativos, vídeos e campanhas promocionais, aumentará o engajamento e a fidelização dos clientes.

- **Parcerias e Colaborações**

Alternativa: Realizar parcerias com influenciadores e marcas complementares.

Justificativa: As parcerias estratégicas ampliarão o alcance e a visibilidade da marca, atraindo novos seguidores e potenciais clientes.

- **Campanhas de Impulsioneamento**

Alternativa: Utilizar campanhas de impulsioneamento para aumentar o alcance e a visibilidade das postagens.

Justificativa: As campanhas de impulsioneamento são essenciais para alcançar um público maior e direcionado, aumentando a eficácia das postagens e potencializando o engajamento e as vendas .

- **Cronograma de Postagem**

Alternativa: Estabelecer um cronograma de postagens no Instagram.

Justificativa: Um cronograma de postagens garante uma presença digital consistente, maximizando o engajamento e a fidelização do público ao manter uma interação contínua e planejada com os seguidores .

Implementando essas alternativas, a Farfalla Mesa Posta pode fortalecer sua presença digital, aumentar o engajamento com os clientes e melhorar a eficácia de suas estratégias de marketing digital.

19. ANÁLISE DOS DADOS

Implementando essas alternativas, a Farfalla Mesa Posta pode fortalecer sua presença digital, aumentar o engajamento com os clientes e melhorar a eficácia de suas estratégias de marketing digital.

Pesquisa realizada conforme questionário desenvolvido com a ferramenta Google Forms, e distribuída para clientes em potencial, Pessoas Físicas e Jurídicas, de Classe A+; A e B, distribuído via redes sociais e aplicativo de mensagem Whatsapp.

Para a coleta de informações com os potenciais clientes, foi elaborado um questionário contendo 10 questões fechadas. O questionário foi aplicado em 70 pessoas. O intuito da pesquisa foi de medir o desempenho atual do Instagram da Farfalla Mesa Posta, avaliando como os seguidores percebem a marca através dessa mídia. Além disso, buscou-se identificar o perfil dos seguidores, suas preferências e o que eles buscam ao acessar o perfil da empresa. Essas informações são cruciais para entender a eficácia das estratégias de comunicação digital empregadas até o momento e para orientar o desenvolvimento de ações futuras que atendam melhor às expectativas e necessidades do público-alvo.

O Formulário da Pesquisa (disponibilizado no link: <https://forms.gle/s317s7DPcXLbFwUe9>), bem como os gráficos com os resultados da pesquisa encontram-se nos Anexos.

A pesquisa revelou uma diversidade significativa na faixa etária dos entrevistados. Observou-se que apenas 4,3% dos participantes estão na faixa de 19

a 24 anos, enquanto 20% estão entre 25 e 34 anos. A maior parte dos entrevistados, representando 37,1%, encontra-se na faixa de 35 a 44 anos. Aqueles entre 45 e 54 anos compõem 25,7% dos respondentes, e 12,9% têm mais de 55 anos. Este perfil etário sugere que a Farfalla Mesa Posta tem um público predominantemente adulto, com uma concentração maior de pessoas em idade produtiva, que possivelmente possuem maior poder aquisitivo e interesse em investir em produtos de mesa posta, como podemos observar no gráfico a seguir.

Idade:
70 respostas

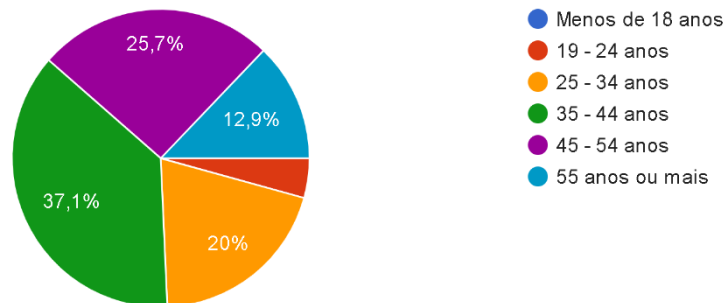


Figura 02 – Pesquisa por Faixa Etária – Farfalla Mesa Posta

A distribuição de gênero dos entrevistados mostra uma predominância feminina, com 75,7% sendo mulheres e 24,3% homens. Esta diferença significativa indica que a maioria do público-alvo da Farfalla Mesa Posta é composto por mulheres, o que pode influenciar na criação de conteúdo e nas estratégias de marketing digital, direcionando esforços para atender às preferências e necessidades deste segmento.

Gênero:
70 respostas

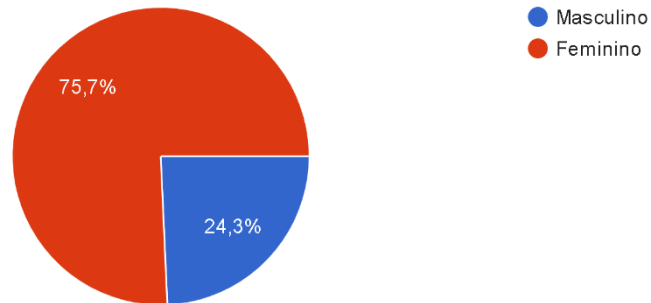


Figura 03 – Pesquisa por Gênero – Farfalla Mesa Posta

Quando questionados sobre a proposta da Farfalla Mesa Posta após visitar o Instagram, 77,1% dos entrevistados classificaram-na como "Muito interessante" e 22,9% como "Interessante". Este feedback positivo indica que a maioria dos seguidores valoriza a estética e o conteúdo oferecido no perfil do Instagram da empresa, demonstrando um alto nível de aceitação e engajamento com a marca.

Como você avalia a proposta da Farfalla Mesa Posta após visitar o Instagram?
70 respostas

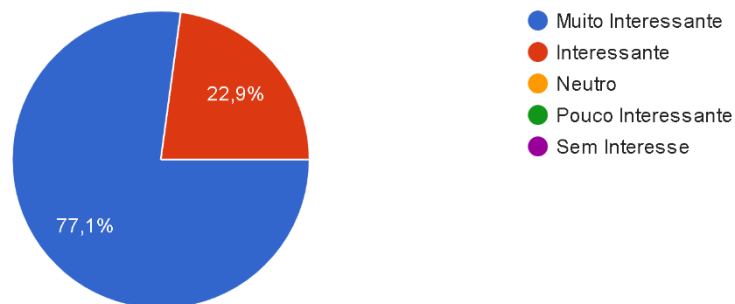


Figura 04 – Avaliação da Proposta da Farfalla Mesa Posta no Instagram

A pesquisa mostrou que 84,3% dos respondentes considerariam contratar os serviços da Farfalla Mesa Posta, enquanto 15,7% responderam "talvez" e nenhum respondeu "não". Este dado é extremamente positivo e indica uma forte intenção de compra entre os entrevistados, refletindo a atratividade dos serviços oferecidos pela empresa.

Você consideraria contratar serviços da Farfalla Mesa Posta?

70 respostas

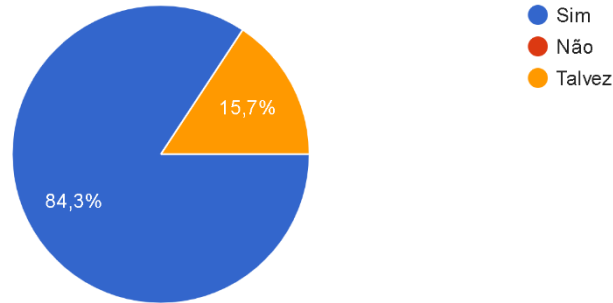


Figura 05 – Você considera contratar a Farfalla Mesa Posta?

Sobre a customização dos serviços, decoração e cardápio conforme o tema do evento, 78,6% dos respondentes concordaram plenamente e 20% concordaram. Apenas uma pequena parcela foi neutra. Este resultado sublinha a importância da personalização como um diferencial competitivo para a Farfalla Mesa Posta, demonstrando que os clientes valorizam a capacidade de adaptar os serviços às suas necessidades específicas.

Você acredita que a customização dos serviços, a decoração e o cardápio, conforme o tema do evento é importante?

70 respostas

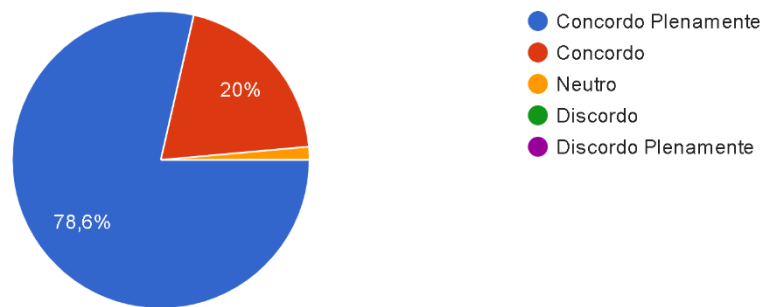


Figura 06 – Customização conforme o tema

Os entrevistados consideraram as redes sociais como o canal mais eficaz para promover os serviços da Farfalla Mesa Posta, seguidas pela indicação de amigos e familiares, eventos locais e, por fim, anúncios em jornais e revistas. Este insight sugere

que a empresa deve concentrar seus esforços de marketing digital nas redes sociais e também valorizar o marketing boca a boca e a participação em eventos locais.

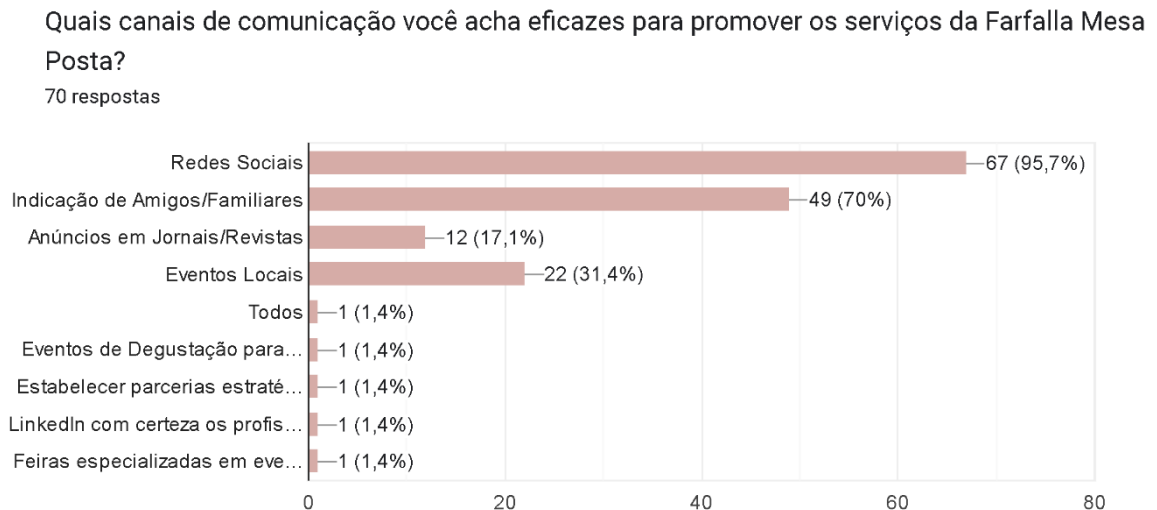


Figura 07 – Canais de Comunicação

Ao perguntados sobre o que mais chamou a atenção no Instagram da Farfalla Mesa Posta, a maioria destacou a apresentação estética (decoreação e montagem), seguida pelo atendimento personalizado. A variedade no cardápio e a experiência gourmet também foram mencionadas. Este feedback aponta para a importância de manter um perfil visualmente atraente e de alta qualidade no Instagram, além de continuar a oferecer um serviço personalizado e diversificado.

O que mais chamou sua atenção no Instagram da Farfalla Mesa Posta?

70 respostas

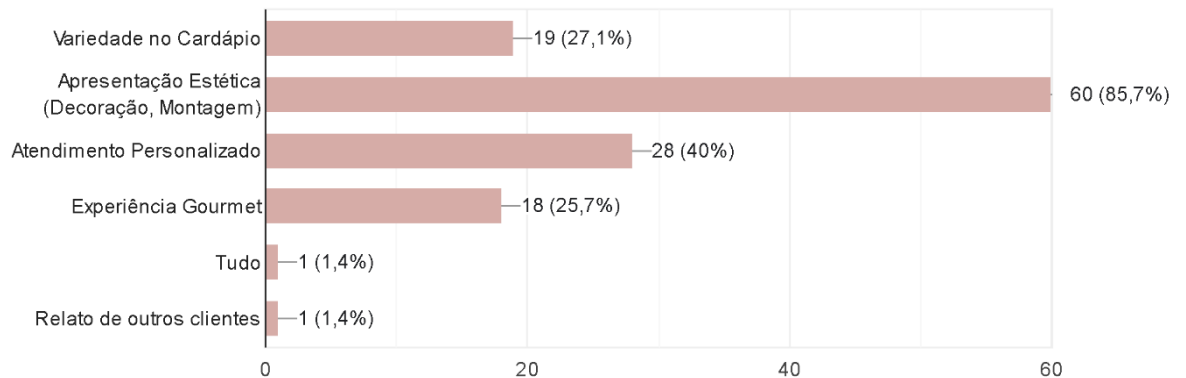


Figura 08 – O que mais chamou a atenção

Os entrevistados indicaram que considerariam contratar a Farfalla Mesa Posta principalmente para eventos corporativos, seguidos por jantares especiais, datas comemorativas e comemorações familiares. Este dado é valioso para a empresa direcionar suas campanhas de marketing para essas ocasiões específicas.

Para quais situações específicas você consideraria contratar a Farfalla Mesa Posta?

70 respostas

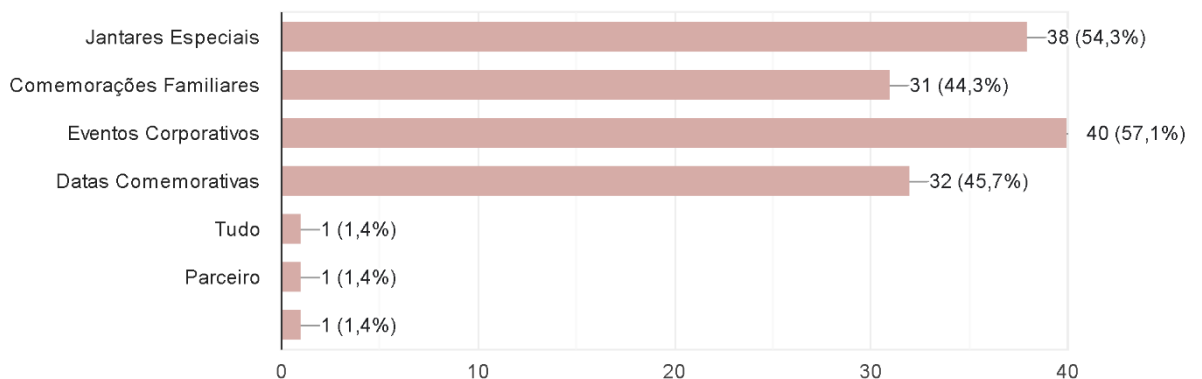


Figura 09 – Situações para contratação da Farfalla Mesa Posta

Os aspectos mais valorizados pelos respondentes ao contratar serviços de mesa posta e finger foods para eventos foram a originalidade na apresentação, a diversidade do cardápio e a facilidade na personalização. Estes são pontos chave que

a Farfalla Mesa Posta deve continuar a aprimorar e destacar em suas comunicações de marketing.

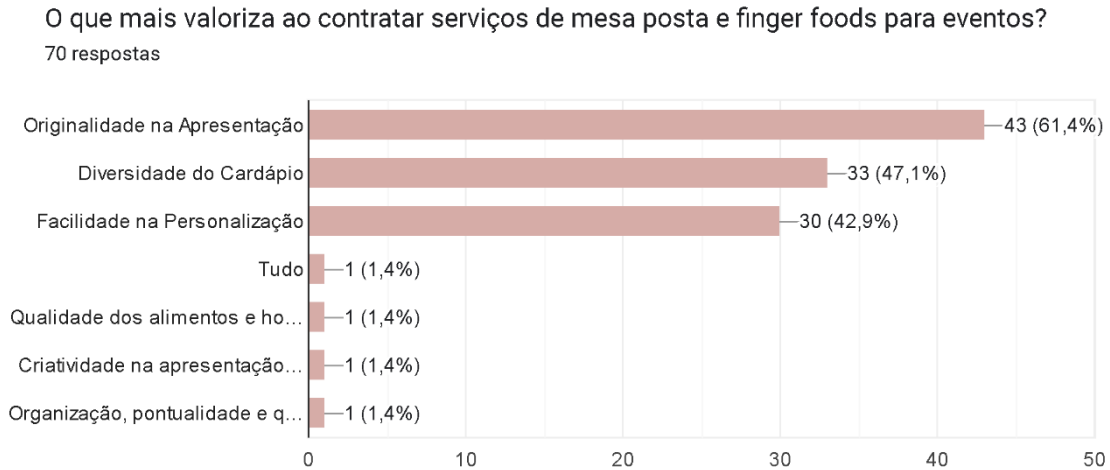


Figura 10 – Aspectos mais valorizados na contratação

Com base nos dados da pesquisa, fica evidente que a Farfalla Mesa Posta possui uma base de seguidores diversificada, com um predomínio de adultos entre 35 e 44 anos e uma maioria significativa de mulheres. Este perfil de público deve ser considerado na formulação de estratégias de marketing digital.

O feedback positivo em relação ao conteúdo do Instagram sugere que a empresa está no caminho certo, mas há espaço para melhorias e expansão. Portanto, o desenvolvimento de um plano de assessoria organizacional focado na estruturação e aprimoramento do marketing digital é essencial para aumentar a visibilidade da Farfalla Mesa Posta, atrair novos clientes e proporcionar experiências de alta qualidade.

20. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho teve como objetivo principal a prestação de assessoria acadêmica para a Farfalla Mesa Posta, com foco na estruturação e aprimoramento de suas estratégias de marketing digital. Ao longo deste projeto, foram analisados diversos aspectos do ambiente digital da empresa, identificando-se pontos fortes e áreas de melhoria.

O desenvolvimento de estratégias específicas e ações planejadas foram fundamentais para aumentar a visibilidade da Farfalla Mesa Posta no mercado, atraindo novos clientes e proporcionando experiências de alta qualidade. A implementação de técnicas de marketing digital, como o uso das redes sociais e campanhas publicitárias direcionadas, mostrou-se eficaz para alcançar esses objetivos.

A pesquisa de mercado realizada com o uso do Google Forms, e distribuída via redes sociais e WhatsApp, permitiu coletar dados valiosos sobre o perfil e as preferências dos clientes, guiando o desenvolvimento de conteúdos mais alinhados com as expectativas do público-alvo. A predominância de um público feminino e adulto, com faixa etária entre 35 e 44 anos, indicou a necessidade de uma comunicação visual atraente e um serviço personalizado.

As ações implementadas e as capacitações realizadas junto à equipe da Farfalla Mesa Posta visaram a sustentabilidade e a continuidade das estratégias desenvolvidas, garantindo que a empresa mantenha uma presença digital relevante e eficaz. A adaptação constante às mudanças do mercado e o uso de ferramentas digitais modernas foram fatores cruciais para o sucesso do projeto.

Em conclusão, a assessoria acadêmica proporcionou à Farfalla Mesa Posta as ferramentas e conhecimentos necessários para fortalecer sua marca no ambiente digital. A continuidade das estratégias de marketing digital e o monitoramento constante dos resultados permitirão que a empresa continue crescendo e se destacando no mercado de eventos e decoração de mesas postas

21. APÊNDICE

01 – PESQUISA – FARFALLA MESA POSTA



FARFALLA MESA POSTA - Pesquisa

simone.matricarde@esic.edu.br [Alternar conta](#)



 Não compartilhado

* Indica uma pergunta obrigatória

Agradecemos por participar da nossa pesquisa, que visa orientar a criação da Farfalla Mesa Posta. Antes de responder, visite o Perfil do Instagram da Farfalla Mesa Posta [aqui](#).

Esta pesquisa é parte integrante do Projeto Integrador do Curso de Gestão Comercial da ESIC Business & Marketing School



Nome: *

Sua resposta _____

Profissão / Área de Atividade: *

Sua resposta _____

Localização: (Cidade/Estado) *

Sua resposta _____

Idade: *

- 35 - 44 anos
- 55 anos ou mais
- 45 - 54 anos
- 19 - 24 anos
- Menos de 18 anos
- 25 - 34 anos

Gênero: *

- Masculino
- Feminino
- Outro: _____

Como você avalia a proposta da Farfalla Mesa Posta após visitar o Instagram? *

- Muito Interessante
- Interessante
- Neutro
- Pouco Interessante
- Sem Interesse

O que mais chamou sua atenção no Instagram da Farfalla Mesa Posta? *

- Variedade no Cardápio
- Apresentação Estética (Decoração, Montagem)
- Atendimento Personalizado
- Experiência Gourmet
- Outro: _____

Você consideraria contratar serviços da Farfalla Mesa Posta? *

- Sim
- Não
- Talvez

Para quais situações específicas você consideraria contratar a Farfalla Mesa Posta?

- Jantares Especiais
- Comemorações Familiares
- Eventos Corporativos
- Datas Comemorativas
- Outro: _____

O que mais valoriza ao contratar serviços de mesa posta e finger foods para eventos?

- Originalidade na Apresentação
- Diversidade do Cardápio
- Facilidade na Personalização
- Outro: _____

Você acredita que a customização dos serviços, a decoração e o cardápio, conforme o tema do evento é importante?

- Concordo Plenamente
- Concordo
- Neutro
- Discordo
- Discordo Plenamente

Quais canais de comunicação você acha eficazes para promover os serviços da Farfalla Mesa Posta?

- Redes Sociais
- Indicação de Amigos/Familiares
- Anúncios em Jornais/Revistas
- Eventos Locais
- Outro: _____

Quanto estaria disposto a investir em serviços personalizados de mesa posta e finger foods para um evento especial?

- Menos de R\$ 500
- R\$ 500 - R\$ 1.000
- R\$ 1.000 - R\$ 2.000
- R\$ 2.000 - R\$ 3.000
- Mais de R\$ 3.000

OBRIGADO!!!

Agradecemos por dedicar tempo a esta pesquisa após explorar o Instagram da Farfalla Mesa Posta. Suas respostas são vitais e serão usadas como ferramenta auxiliar na elaboração do Plano de Negócio da Farfalla Mesa Posta, e assim moldar nossa oferta de serviços, garantindo que atendamos às suas expectativas.

22. DESENVOLVIMENTO DA SITUAÇÃO PROPOSTA

Análise do ambiente digital atual da Farfalla Mesa Posta

A Farfalla Mesa Posta possuía um perfil no Instagram com menos de 200 seguidores, o que resultava em pouco alcance e engajamento. Diversos fatores contribuíam para essa situação:

1. **Falta de Organização:** O perfil não seguia uma linha editorial clara, o que dificultava a criação de uma identidade visual consistente.
2. **Ausência de Padronização:** As postagens não possuíam um padrão de layout, paleta de cores ou estilo, o que tornava o feed visualmente desorganizado e pouco atraente.
3. **Conteúdo Irregular:** A frequência das postagens era irregular, o que prejudicava o engajamento dos seguidores e a visibilidade do perfil.
4. **Interação Limitada:** Havia pouca interação com os seguidores, como respostas a comentários e mensagens diretas, o que diminuía a sensação de comunidade e engajamento.
5. **Falta de Destaques:** As histórias em destaque não eram utilizadas de forma estratégica para promover os principais serviços e eventos da empresa.

Estratégias para melhorar a rede social da Farfalla Mesa Posta

1. Reorganizem o Layout:

Para reorganizar o layout do perfil da Farfalla Mesa Posta no Instagram, a consultoria sugeriu a empresa seguir estas etapas detalhadas:

1. **Definição da Identidade Visual:**
 - **Paleta de Cores:** Escolha uma paleta de cores que reflita a identidade da marca. Utilize essas cores de forma consistente em todas as postagens para criar uma aparência coesa e profissional.
 - **Tipografia:** Selecione fontes que complementem a identidade visual da marca. Use essas fontes de maneira consistente em todas as postagens.

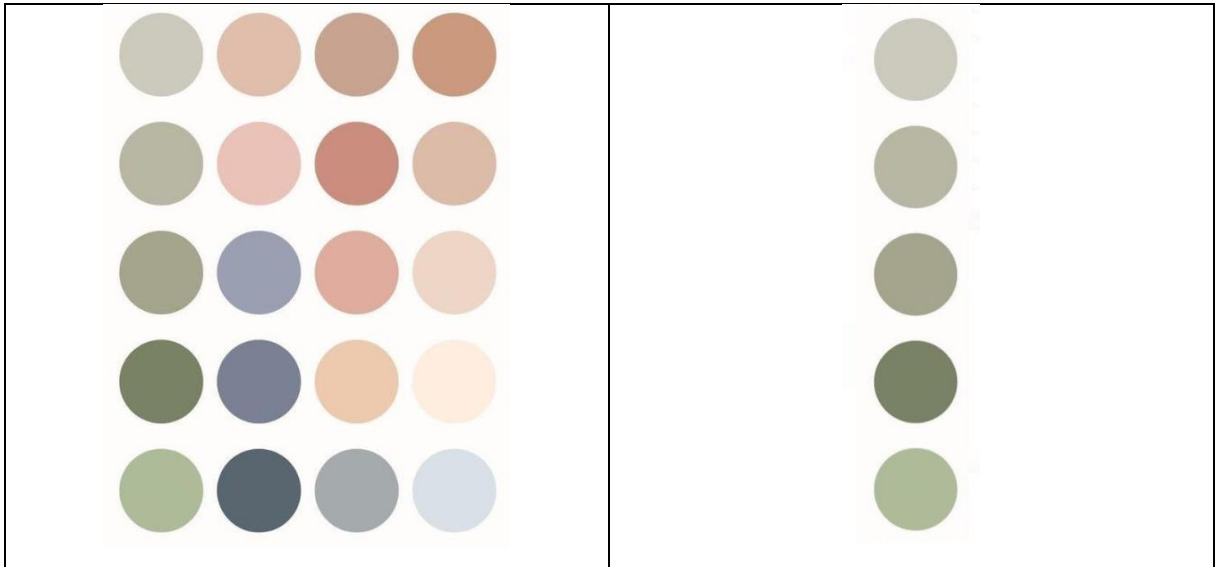


Figura 11 – Paleta de Cores

2. Criação de Templates:

- **Templates para Postagens:** Desenvolva templates para diferentes tipos de conteúdo, como promoções, eventos, depoimentos de clientes e dicas de decoração. Isso ajudará a manter a consistência visual e facilitará a criação de novas postagens.
- **Templates para Stories:** Crie templates para stories que sigam a mesma identidade visual das postagens. Utilize esses templates para destacar eventos, promoções e outros conteúdos importantes.

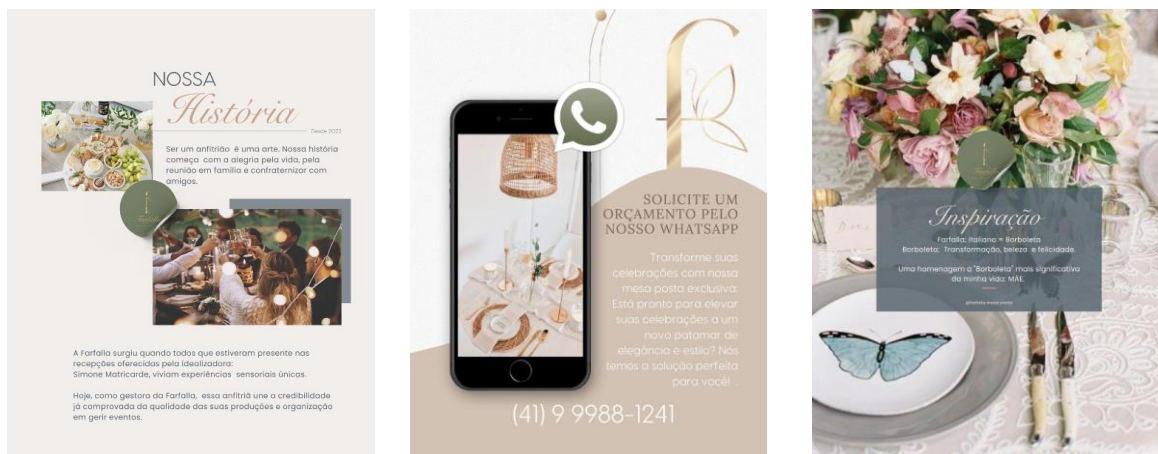


Figura 12 – Templates para Postagens e Stories

3. Organização do Feed:

- **Planejamento do Conteúdo:** Utilize um calendário de conteúdo para planejar as postagens com antecedência. Isso ajudará a garantir que o feed seja visualmente atraente e bem organizado.

Semana 1		
Segunda-feira	Postagem de boas-vindas ao mês com uma foto de uma mesa decorada	Tema: Inspiração
Terça-feira	Dica de decoração para eventos	Tema: Dicas
Quarta-feira	Foto de um evento recente com depoimento de um cliente satisfeito	Tema: Testemunhos
Quinta-feira	Story com enquetes sobre preferências de decoração	Tema: Interação
Sexta-feira	Promoção especial do mês	Tema: Promoções
Sábado	Foto de um produto em destaque	Tema: Produtos
Domingo	Postagem de agradecimento aos seguidores e resumo da semana	Tema: Engajamento

Semana 2		
Segunda-feira	Foto de uma mesa temática	Tema: Inspiração
Terça-feira	Vídeo curto mostrando o processo de montagem de uma mesa	Tema: Bastidores
Quarta-feira	Dica de etiqueta para eventos	Tema: Dicas

Quinta-feira	Story com perguntas e respostas	Tema: Interação
Sexta-feira	Foto de um evento corporativo	Tema: Eventos
Sábado	Postagem sobre uma parceria com outra empresa	Tema: Parcerias
Domingo	Foto de uma mesa decorada com flores	Tema: Inspiração

Semana 3		
Segunda-feira	Postagem sobre tendências de decoração	Tema: Tendências
Terça-feira	Foto de um evento infantil	Tema: Eventos
Quarta-feira	Dica de organização para eventos	Tema: Dicas
Quinta-feira	Story com um quiz sobre decoração	Tema: Interação
Sexta-feira	Foto de um produto em promoção	Tema: Promoções
Sábado	Vídeo curto com depoimento de um cliente	Tema: Testemunhos
Domingo	Postagem de agradecimento aos seguidores e resumo da semana	Tema: Engajamento

Semana 4		
Segunda-feira	Foto de uma mesa decorada para casamento	Tema: Inspiração

Terça-feira	Dica de decoração sustentável	Tema: Dicas
Quarta-feira	Postagem sobre a história da Farfalla Mesa Posta	Tema: Sobre Nós
Quinta-feira	Story com enquetes sobre preferências de decoração	Tema: Interação
Sexta-feira	Foto de um evento temático	Tema: Eventos
Sábado	Postagem sobre um novo serviço oferecido	Tema: Novidades
Domingo	Foto de uma mesa decorada com elementos naturais	Tema: Inspiração

Dicas Adicionais

- **Planejamento Antecipado:** Utilize ferramentas de agendamento de postagens para garantir que o conteúdo seja publicado conforme planejado.
- **Análise de Desempenho:** Revise o desempenho das postagens regularmente para ajustar a estratégia conforme necessário.
- **Interação Constante:** Mantenha a interação com os seguidores respondendo a comentários e mensagens diretas.
- **Harmonia Visual:** Certifique-se de que as postagens estejam visualmente harmoniosas quando vistas no feed. Evite postagens que destoem da paleta de cores ou do estilo visual definido.

4. Utilização de Elementos Visuais:

- **Imagens de Alta Qualidade:** Utilize imagens de alta qualidade que sejam visualmente atraentes e que reflitam a identidade da marca. Evite imagens pixeladas ou de baixa resolução.

- **Elementos Gráficos:** Incorpore elementos gráficos, como ícones e ilustrações, que complementem o conteúdo e a identidade visual da marca.

5. **Consistência nas Postagens:**

- **Frequência de Postagens:** Mantenha uma frequência de postagens regular para manter os seguidores engajados. Utilize o calendário de conteúdo para garantir que as postagens sejam feitas de forma consistente.
- **Legendas e Hashtags:** Utilize legendas que sejam envolventes e que incentivem a interação dos seguidores. Inclua hashtags relevantes para aumentar o alcance das postagens.

6. **Análise e Ajustes:**

Monitoramento de Desempenho: Para monitorar o desempenho das postagens no Instagram e identificar quais tipos de conteúdo geram mais engajamento, existem várias ferramentas de análise que podem ser utilizadas. A Consultoria sugeriu o uso da ferramenta Instagram Insights, que é a ferramenta nativa do Instagram para contas comerciais. Ela fornece uma variedade de métricas que ajudam a entender o desempenho das postagens e o comportamento dos seguidores. Com o Instagram Insights, você pode monitorar:

- **Alcance:** Número de contas únicas que visualizaram suas postagens.
- **Impressões:** Número total de vezes que suas postagens foram vistas.
- **Engajamento:** Número de curtidas, comentários, compartilhamentos e salvamentos.
- **Dados Demográficos:** Informações sobre a localização, idade e gênero dos seus seguidores.
- **Desempenho das Stories:** Visualizações, respostas e interações nas stories.

- 7. Desenvolvam um Logotipo:** Atualizem ou criem um logotipo que seja facilmente reconhecível e que possa ser utilizado em todas as postagens e materiais de marketing.



Figura 13 – Logotipo

- 8. Implementem Estratégias de Impulsioneamento:** Invistam em anúncios pagos no Instagram para aumentar o alcance das postagens e atrair novos seguidores. Utilizem segmentação de público para alcançar potenciais clientes que estejam interessados em eventos e decoração de mesas.

No contexto do Projeto Integrador II, foram desenvolvidas e implementadas diversas estratégias de impulsioneamento para melhorar a presença digital da Farfalla Mesa Posta no Instagram. Este capítulo descreve as estratégias sugeridas e aplicadas com sucesso pela empresa, resultando em um aumento significativo no alcance e engajamento do perfil.

Anúncios Pagos

Uma das principais estratégias implementadas foi o uso de anúncios pagos no Instagram. A Farfalla Mesa Posta criou anúncios específicos para promover ofertas especiais, descontos e promoções sazonais. Utilizando imagens atraentes e chamadas para ação claras, os anúncios conseguiram captar a atenção dos

seguidores e incentivar a interação com as postagens. Além disso, a empresa utilizou as ferramentas de segmentação do Instagram para direcionar os anúncios a públicos específicos, como pessoas interessadas em decoração de eventos, casamentos e festas. Essa segmentação garantiu que os anúncios fossem vistos por pessoas com maior probabilidade de se interessar pelos serviços oferecidos.

Parcerias com Influenciadores

Outra estratégia eficaz foi a colaboração com influenciadores do setor de eventos e decoração. A Farfalla Mesa Posta estabeleceu parcerias com influenciadores para promover seus serviços em postagens e stories. Essas colaborações incluíram conteúdo patrocinado, como vídeos de eventos, depoimentos e demonstrações de produtos. A visibilidade e o alcance do perfil aumentaram significativamente, atraindo novos seguidores e potenciais clientes.

Promoções e Sorteios

Para incentivar a participação dos seguidores e aumentar o engajamento, a Farfalla Mesa Posta organizou concursos e sorteios no Instagram. Os participantes eram incentivados a curtir as postagens, marcar amigos e seguir o perfil para concorrer a prêmios atraentes, como serviços de decoração gratuitos ou descontos em eventos. Essas ações geraram um aumento considerável no número de seguidores e na interação com as postagens.

Conteúdo Patrocinado

A empresa também utilizou postagens e stories patrocinadas para aumentar o alcance de conteúdos específicos, como novos produtos, eventos e promoções. As postagens patrocinadas garantiram que mais pessoas vissem e interagissem com o conteúdo, enquanto as stories patrocinadas proporcionaram uma forma dinâmica e interativa de promover os serviços da Farfalla Mesa Posta.

Utilização de Hashtags

A utilização estratégica de hashtags foi outra medida importante. A Farfalla Mesa Posta pesquisou e utilizou hashtags relevantes e populares no setor de eventos e

decoreção para aumentar a visibilidade das postagens. Além disso, a empresa criou hashtags exclusivas e incentivou os seguidores a usá-las em suas postagens, ajudando a criar uma comunidade em torno da marca e aumentando a visibilidade.

Resultados

A implementação dessas estratégias de impulsionamento resultou em um aumento significativo no alcance e engajamento do perfil da Farfalla Mesa Posta no Instagram. A empresa conseguiu atrair novos seguidores e clientes, fortalecer sua presença digital e criar uma comunidade engajada em torno da marca. As estratégias aplicadas demonstraram ser eficazes e contribuíram para o sucesso do Projeto Integrador II.

Conclusão

As estratégias de impulsionamento descritas neste capítulo foram fundamentais para o sucesso da Farfalla Mesa Posta no Instagram. Através de anúncios pagos, parcerias com influenciadores, promoções e sorteios, conteúdo patrocinado e utilização estratégica de hashtags, a empresa conseguiu melhorar significativamente sua presença digital e alcançar seus objetivos de marketing. Essas ações servem como um exemplo de boas práticas que podem ser aplicadas por outras empresas do setor para obter resultados semelhantes.

23. IMPLEMENTAÇÃO OU SIMULAÇÃO DA SITUAÇÃO PROPOSTA

Neste capítulo, detalharemos a implementação das soluções propostas para melhorar a presença digital da Farfalla Mesa Posta no Instagram. As estratégias foram cuidadosamente planejadas e executadas para alcançar os objetivos estabelecidos no Projeto Integrador II. A seguir, explicaremos cada uma das implementações, listando e exemplificando as ações realizadas.

Reorganização do Layout

A primeira etapa foi a reorganização do layout do perfil no Instagram. Definimos uma identidade visual consistente, escolhendo uma paleta de cores que refletisse a marca da Farfalla Mesa Posta. Criamos templates padronizados para diferentes tipos de conteúdo, como promoções, eventos e depoimentos de clientes. A utilização de

imagens de alta qualidade e elementos gráficos complementares ajudou a criar um feed visualmente atraente e harmonioso.

Desenvolvimento de um Logotipo

Atualizamos o logotipo da Farfalla Mesa Posta para torná-lo mais moderno e reconhecível. O novo logotipo foi incorporado em todas as postagens e materiais de marketing, reforçando a identidade visual da marca.

Fotos nos Destaques

Organizamos as histórias em destaque no Instagram, criando capas personalizadas que seguem a identidade visual da marca. Utilizamos os destaques para promover os principais serviços, eventos e depoimentos de clientes, facilitando o acesso a informações importantes para os seguidores.

Estratégias de Impulsioneamento

Implementamos diversas estratégias de impulsioneamento para aumentar o alcance e o engajamento no Instagram:

1. Anúncios Pagos: Criamos anúncios específicos para promover ofertas especiais e descontos, utilizando segmentação de público para alcançar pessoas interessadas em decoração de eventos.
2. Parcerias com Influenciadores: Estabelecemos colaborações com influenciadores do setor de eventos e decoração, que promoveram os serviços da Farfalla Mesa Posta em suas postagens e stories.
3. Promoções e Sorteios: Organizamos concursos e sorteios no Instagram, incentivando a participação dos seguidores e aumentando o engajamento.
4. Conteúdo Patrocinado: Utilizamos postagens e stories patrocinadas para aumentar o alcance de conteúdos específicos, como novos produtos e eventos.
5. Utilização de Hashtags: Pesquisamos e utilizamos hashtags relevantes e populares no setor de eventos e decoração, além de criar hashtags exclusivas para a marca.

Desenvolvimento de um Calendário de Conteúdo

Criamos um calendário de conteúdo para garantir a regularidade das postagens e manter os seguidores engajados. O calendário incluía uma variedade de conteúdos,

como fotos de eventos, dicas de decoração, promoções e depoimentos de clientes. Utilizamos ferramentas de agendamento de postagens para planejar e programar o conteúdo com antecedência, garantindo que as postagens fossem feitas de forma consistente.

Monitoramento de Desempenho

Utilizamos ferramentas de análise, como Instagram Insights, para monitorar o desempenho das postagens e identificar quais tipos de conteúdo geravam mais engajamento. Com base nos dados de desempenho, fizemos ajustes contínuos na estratégia de conteúdo para otimizar os resultados.

Resultados

A implementação das soluções propostas resultou em um aumento significativo no alcance e engajamento do perfil da Farfalla Mesa Posta no Instagram. A empresa conseguiu atrair novos seguidores e clientes, fortalecer sua presença digital e criar uma comunidade engajada em torno da marca. As estratégias aplicadas demonstraram ser eficazes e contribuíram para o sucesso do Projeto Integrador II.

As implementações descritas neste capítulo foram fundamentais para o sucesso da Farfalla Mesa Posta no Instagram. Através de uma identidade visual consistente, estratégias de impulsionamento eficazes e um calendário de conteúdo bem planejado, a empresa conseguiu melhorar significativamente sua presença digital e alcançar seus objetivos de marketing. Essas ações servem como um exemplo de boas práticas que podem ser aplicadas por outras empresas do setor para obter resultados semelhantes.

24. Treinamento

Para garantir o sucesso das estratégias de marketing digital implementadas na Farfalla Mesa Posta, a consultoria desenvolveu uma estratégia de treinamento abrangente. Este capítulo detalha o plano de treinamento criado e sugerido para a equipe da Farfalla Mesa Posta, com o objetivo de melhorar a gestão de marketing digital e garantir a continuidade das boas práticas adotadas.

Objetivos do Treinamento

O principal objetivo do treinamento foi capacitar a equipe da Farfalla Mesa Posta para gerenciar de forma eficaz as atividades de marketing digital, garantindo a manutenção e o aprimoramento das estratégias implementadas. Os objetivos específicos incluíram:

- Desenvolver habilidades técnicas e estratégicas em marketing digital.
- Capacitar a equipe para utilizar ferramentas de análise e monitoramento de desempenho.
- Promover a compreensão das melhores práticas de criação de conteúdo e engajamento nas redes sociais.
- Garantir a continuidade das estratégias de impulsionamento e crescimento do perfil no Instagram.

Estrutura do Treinamento

O treinamento foi estruturado em módulos, cada um focado em um aspecto específico da gestão de marketing digital. A seguir, detalhamos cada módulo e suas respectivas atividades:

Módulo 1: Fundamentos do Marketing Digital

- **Conteúdo**: Introdução ao marketing digital, importância das redes sociais, e conceitos básicos de SEO (Search Engine Optimization).
- **Atividades**: Palestras e workshops interativos para apresentar os conceitos fundamentais e discutir casos de sucesso.

Módulo 2: Gestão de Redes Sociais

- **Conteúdo**: Estratégias de criação de conteúdo, planejamento de postagens, e utilização de hashtags.
- **Atividades**: Sessões práticas de criação de postagens, desenvolvimento de um calendário de conteúdo, e exercícios de brainstorming para geração de ideias.

Módulo 3: Ferramentas de Análise e Monitoramento

- **Conteúdo**: Introdução às principais ferramentas de análise, como Instagram Insights, Hootsuite e Sprout Social.
- **Atividades**: Demonstrações práticas de uso das ferramentas, análise de métricas de desempenho, e exercícios de interpretação de dados.

Módulo 4: Estratégias de Impulsionamento

- **Conteúdo**: Técnicas de anúncios pagos, parcerias com influenciadores, e promoções e sorteios.
- **Atividades**: Criação de campanhas de anúncios, simulações de parcerias com influenciadores, e planejamento de concursos e sorteios.

Módulo 5: Engajamento e Interação com Seguidores

- **Conteúdo**: Melhores práticas para interação com seguidores, gestão de comentários e mensagens diretas, e criação de enquetes e perguntas.
- **Atividades**: Sessões práticas de resposta a comentários e mensagens, criação de enquetes e perguntas, e exercícios de role-playing para simular interações com seguidores.

Implementação do Treinamento

O treinamento foi implementado ao longo de quatro semanas, com sessões presenciais e online para acomodar a disponibilidade da equipe. Cada módulo foi conduzido por especialistas em marketing digital, que forneceram orientação prática e feedback contínuo. Além disso, foram disponibilizados materiais de apoio, como guias de referência rápida e tutoriais em vídeo, para auxiliar a equipe no dia a dia.

Resultados do Treinamento

A implementação da estratégia de treinamento resultou em uma equipe mais capacitada e confiante na gestão de marketing digital. A Farfalla Mesa Posta observou

uma melhoria significativa na qualidade e consistência das postagens, maior engajamento dos seguidores, e um aumento no alcance e visibilidade do perfil no Instagram. A equipe agora possui as habilidades necessárias para manter e aprimorar as estratégias de marketing digital, garantindo o sucesso contínuo da empresa.

A estratégia de treinamento desenvolvida e sugerida pela consultoria foi fundamental para o sucesso das iniciativas de marketing digital da Farfalla Mesa Posta. Através de um plano de treinamento estruturado e abrangente, a equipe foi capacitada para gerenciar de forma eficaz as atividades de marketing digital, garantindo a continuidade das boas práticas adotadas e o crescimento sustentável da presença digital da empresa.

25. AVALIAÇÃO DO CRONOGRAMA

Março 2024

- **04/03/2024:** Início do projeto. Reunião inicial com a equipe da Farfalla Mesa Posta para definir objetivos e expectativas.
 - **Proposto:** Definir claramente os objetivos do projeto e alinhar as expectativas da equipe.
 - **Realizado:** A reunião inicial foi realizada com sucesso, estabelecendo uma base sólida para o projeto.
- **Semana 2:** Análise do ambiente digital atual da Farfalla Mesa Posta. Coleta de dados e diagnóstico das redes sociais.
 - **Proposto:** Realizar uma análise detalhada do perfil no Instagram e identificar áreas de melhoria.
 - **Realizado:** A análise foi concluída, identificando problemas como falta de organização, ausência de padronização e baixo engajamento.
- **Semana 3:** Definição da identidade visual e criação de templates padronizados para postagens.

- **Proposto:** Desenvolver uma identidade visual consistente e criar templates para postagens.
- **Realizado:** A identidade visual foi definida e os templates foram criados, resultando em um feed mais atraente e organizado.
- **Semana 4:** Desenvolvimento do novo logotipo e organização das histórias em destaque no Instagram.
 - **Proposto:** Atualizar o logotipo e organizar as histórias em destaque.
 - **Realizado:** O novo logotipo foi desenvolvido e as histórias em destaque foram organizadas com capas personalizadas.

Abril 2024

- **Semana 1:** Implementação das primeiras estratégias de impulsionamento, incluindo anúncios pagos e parcerias com influenciadores.
 - **Proposto:** Iniciar campanhas de anúncios pagos e estabelecer parcerias com influenciadores.
 - **Realizado:** As campanhas de anúncios foram lançadas e parcerias com influenciadores foram estabelecidas, aumentando o alcance do perfil.
- **Semana 2:** Criação do calendário de conteúdo para garantir a regularidade das postagens.
 - **Proposto:** Desenvolver um calendário de conteúdo para manter a consistência das postagens.
 - **Realizado:** O calendário de conteúdo foi criado e implementado, garantindo postagens regulares.
- **Semana 3:** Treinamento da equipe em fundamentos do marketing digital e gestão de redes sociais.
 - **Proposto:** Capacitar a equipe nos conceitos básicos de marketing digital e gestão de redes sociais.

- **Realizado:** O treinamento foi realizado com sucesso, proporcionando à equipe uma compreensão sólida dos fundamentos.
- **Semana 4:** Monitoramento inicial do desempenho das postagens utilizando Instagram Insights.
 - **Proposto:** Começar a monitorar o desempenho das postagens.
 - **Realizado:** O monitoramento inicial foi realizado, fornecendo dados valiosos para ajustes futuros.

Maio 2024

- **Semana 1:** Ajustes nas estratégias de conteúdo com base nos dados de desempenho coletados.
 - **Proposto:** Ajustar as estratégias de conteúdo conforme necessário.
 - **Realizado:** As estratégias foram ajustadas com base nos dados de desempenho, melhorando o engajamento.
- **Semana 2:** Continuação do treinamento da equipe, focando em ferramentas de análise e monitoramento.
 - **Proposto:** Capacitar a equipe no uso de ferramentas de análise.
 - **Realizado:** O treinamento foi concluído, capacitando a equipe a utilizar ferramentas como Instagram Insights e Hootsuite.
- **Semana 3:** Implementação de promoções e sorteios para aumentar o engajamento.
 - **Proposto:** Realizar promoções e sorteios.
 - **Realizado:** Promoções e sorteios foram realizados, resultando em maior engajamento dos seguidores.
- **Semana 4:** Avaliação dos resultados das estratégias de impulsionamento e ajustes conforme necessário.
 - **Proposto:** Avaliar e ajustar as estratégias de impulsionamento.
 - **Realizado:** A avaliação foi realizada e ajustes foram feitos para otimizar os resultados.

Junho 2024

- **Semana 1:** Revisão e atualização do calendário de conteúdo.
 - **Proposto:** Atualizar o calendário de conteúdo.
 - **Realizado:** O calendário foi revisado e atualizado conforme necessário.
- **Semana 2:** Treinamento da equipe em estratégias de impulsionamento avançadas.
 - **Proposto:** Capacitar a equipe em estratégias avançadas de impulsionamento.
 - **Realizado:** O treinamento foi realizado, proporcionando à equipe conhecimentos avançados.
- **Semana 3:** Implementação de novas campanhas de anúncios pagos e conteúdo patrocinado.
 - **Proposto:** Lançar novas campanhas de anúncios e conteúdo patrocinado.
 - **Realizado:** As novas campanhas foram lançadas, aumentando ainda mais o alcance do perfil.
- **Semana 4:** Monitoramento contínuo do desempenho e ajustes nas estratégias.
 - **Proposto:** Continuar monitorando e ajustando as estratégias.
 - **Realizado:** O monitoramento contínuo foi realizado, com ajustes feitos conforme necessário.

Julho 2024

- **Semana 1:** Análise de dados de engajamento e alcance das postagens.
 - **Proposto:** Analisar os dados de engajamento e alcance.
 - **Realizado:** A análise foi concluída, fornecendo insights valiosos para ajustes futuros.
- **Semana 2:** Treinamento da equipe em engajamento e interação com seguidores.

- **Proposto:** Capacitar a equipe em técnicas de engajamento.
- **Realizado:** O treinamento foi realizado, melhorando a interação com os seguidores.
- **Semana 3:** Implementação de novas parcerias com influenciadores.
 - **Proposto:** Estabelecer novas parcerias com influenciadores.
 - **Realizado:** Novas parcerias foram estabelecidas, aumentando a visibilidade do perfil.
- **Semana 4:** Avaliação dos resultados das campanhas de anúncios e promoções.
 - **Proposto:** Avaliar os resultados das campanhas.
 - **Realizado:** A avaliação foi realizada, com ajustes feitos conforme necessário.

Agosto 2024

- **Semana 1:** Revisão do desempenho das postagens e ajustes no calendário de conteúdo.
 - **Proposto:** Revisar e ajustar o calendário de conteúdo.
 - **Realizado:** O calendário foi revisado e ajustado conforme necessário.
- **Semana 2:** Continuação do treinamento da equipe em melhores práticas de criação de conteúdo.
 - **Proposto:** Capacitar a equipe em melhores práticas de criação de conteúdo.
 - **Realizado:** O treinamento foi realizado, melhorando a qualidade das postagens.
- **Semana 3:** Implementação de novas estratégias de engajamento, como enquetes e perguntas nas stories.
 - **Proposto:** Implementar novas estratégias de engajamento.
 - **Realizado:** As novas estratégias foram implementadas, aumentando o engajamento dos seguidores.

- **Semana 4:** Monitoramento contínuo do desempenho e ajustes nas estratégias.
 - **Proposto:** Continuar monitorando e ajustando as estratégias.
 - **Realizado:** O monitoramento contínuo foi realizado, com ajustes feitos conforme necessário.

Setembro 2024

- **Semana 1:** Análise de dados de desempenho e ajustes nas estratégias de conteúdo.
 - **Proposto:** Analisar os dados de desempenho e ajustar as estratégias.
 - **Realizado:** A análise foi concluída, fornecendo insights valiosos para ajustes futuros.
- **Semana 2:** Treinamento da equipe em análise de dados e interpretação de métricas.
 - **Proposto:** Capacitar a equipe em análise de dados.
 - **Realizado:** O treinamento foi realizado, melhorando a capacidade da equipe de interpretar métricas.
- **Semana 3:** Implementação de novas campanhas de promoções e sorteios.
 - **Proposto:** Realizar novas campanhas de promoções e sorteios.
 - **Realizado:** As novas campanhas foram realizadas, aumentando o engajamento dos seguidores.
- **Semana 4:** Avaliação dos resultados das estratégias de impulsionamento e ajustes conforme necessário.
 - **Proposto:** Avaliar e ajustar as estratégias de impulsionamento.
 - **Realizado:** A avaliação foi realizada, com ajustes feitos conforme necessário.

Outubro 2024

- **Semana 1:** Revisão final do desempenho das postagens e ajustes no calendário de conteúdo.

- **Proposto:** Realizar uma revisão final e ajustar o calendário de conteúdo.
- **Realizado:** A revisão final foi concluída e o calendário foi ajustado conforme necessário.
- **Semana 2:** Treinamento final da equipe em gestão de marketing digital.
 - **Proposto:** Capacitar a equipe em gestão de marketing digital.
 - **Realizado:** O treinamento final foi realizado, garantindo que a equipe estivesse totalmente capacitada.
- **Semana 3:** Implementação de estratégias de longo prazo para manter o engajamento e o alcance.
 - **Proposto:** Desenvolver e implementar estratégias de longo prazo.
 - **Realizado:** As estratégias de longo prazo foram implementadas, garantindo a sustentabilidade das práticas de marketing digital.
- **Semana 4:** Encerramento do projeto e apresentação dos resultados finais à equipe da Farfalla Mesa Posta.
 - **Proposto:** Encerrar o projeto e apresentar os resultados.
 - **Realizado:** O projeto foi encerrado com sucesso e os resultados foram apresentados à equipe, destacando as melhorias alcançadas.

26. CONCLUSÃO

O Projeto Integrador II desenvolvido para a Farfalla Mesa Posta teve como objetivo principal aprimorar a presença digital da empresa no Instagram, utilizando estratégias de marketing digital eficazes e inovadoras. Ao longo do projeto, foram implementadas diversas ações que resultaram em melhorias significativas no alcance, engajamento e visibilidade do perfil da empresa.

A análise inicial do ambiente digital da Farfalla Mesa Posta revelou diversas áreas de melhoria, como a falta de organização e padronização das postagens, baixo engajamento e alcance limitado. Com base nesses diagnósticos, foram propostas e implementadas soluções abrangentes, incluindo a reorganização do layout do perfil, desenvolvimento de um novo logotipo, criação de um calendário de conteúdo e implementação de estratégias de impulsionamento.

A capacitação da equipe foi um elemento crucial para o sucesso do projeto. Através de um plano de treinamento estruturado, a equipe da Farfalla Mesa Posta foi capacitada em fundamentos do marketing digital, gestão de redes sociais, utilização de ferramentas de análise e monitoramento, e melhores práticas de engajamento e interação com seguidores. Esse treinamento garantiu que a equipe estivesse preparada para manter e aprimorar as estratégias implementadas, assegurando a continuidade das boas práticas adotadas.

As estratégias de impulsionamento, como anúncios pagos, parcerias com influenciadores, promoções e sorteios, e utilização estratégica de hashtags, foram fundamentais para aumentar o alcance e o engajamento do perfil no Instagram. A implementação dessas estratégias resultou em um crescimento significativo no número de seguidores, maior interação com o público e fortalecimento da presença digital da Farfalla Mesa Posta.

O monitoramento contínuo do desempenho das postagens, utilizando ferramentas como Instagram Insights, permitiu ajustes constantes nas estratégias de conteúdo, garantindo a otimização dos resultados. A análise de dados e a interpretação de métricas forneceram insights valiosos que orientaram as decisões estratégicas ao longo do projeto.

Em conclusão, o Projeto Integrador II alcançou seus objetivos de forma eficaz, proporcionando à Farfalla Mesa Posta uma presença digital mais robusta e engajada no Instagram. As estratégias implementadas demonstraram ser eficazes e

sustentáveis, contribuindo para o crescimento e sucesso da empresa no ambiente digital. Este projeto serve como um exemplo de boas práticas em marketing digital, que podem ser aplicadas por outras empresas do setor para alcançar resultados semelhantes. A capacitação contínua da equipe e o monitoramento regular do desempenho são essenciais para garantir a manutenção e o aprimoramento das estratégias de marketing digital, assegurando o sucesso a longo prazo da Farfalla Mesa Posta.

27. REFERÊNCIAS

ADOLPHO, Conrado. Os 8 Ps do Marketing Digital. 7. ed. São Paulo: Editora Novatec, 2011.

ARAÚJO, S. Tábuas de Frios: Estilo e Sabor para Eventos. Rio de Janeiro: Editora ABC, 2019.

CHAFFEY, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice (7th ed., p. 11). Pearson.

FERREIRA, M. A Arte da Mesa Posta. São Paulo: Editora LMN, 2017.

GIL, A. C. Métodos e técnicas de pesquisa social. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

JOHNSON, G.; SCHOLLES, K. Exploring Corporate Strategy. 6. ed. Harlow: Pearson Education, 2002.

KOTLER, P., & Keller, K. L. (2012). Marketing Management (14th ed., p. 27). Pearson.

LAS CASAS, A. L. (2011). Administração de Marketing: Conceitos, Planejamento e Aplicações à Realidade Brasileira (10ª ed., p. 29). Atlas.

QUEIROZ, A. (2018). Fundamentos de Marketing Digital (1ª ed., p. 45). Elsevier.