

corpobueno<sup>®</sup>

# MANUAL DE *Marketing*

[www.corpobueno.com.br](http://www.corpobueno.com.br)

APRESENTAÇÃO PARA  
Franqueado

APRESENTADO POR  
Franqueador

07/02/2024

## Público-Alvo



Grupo de consumidores que tem interesse no produto/serviço.

## Persona



É o cliente ideal.  
Pode variar conforme idade ou sexo.

# PLANO DE AÇÃO

## *Inauguração*



# Plano de Ação Inauguração

## Pré-Inauguração e Pós-Inauguração

### PLANO DE AÇÃO - 5W2H

Who? (Quem?), What? (O quê?), Where? (Onde?), When? (Quando?)  
Why? (Por quê?), How? (Como?), How much? (Quanto?)



# Plano de Ação 5W2H

QUANDO	O QUÊ	QUEM	ONDE	POR QUE	COMO	QUANTO	RETORNO
DATA EXATA OU PERÍODO	AÇÃO	ENCARREGADOS (AS)	UNIDADE OU LOCAL	QUAL OBJETIVO DA AÇÃO	QUAL A DINÂMICA DA AÇÃO	R\$ -	QUAL O RETORNO ESPERADO
25/02/2023	DECORAÇÃO	Marketing /Gerente de Unidade	Campinas/SP	Fortalecer a marca e gerar uma experiência única. Proporcionar um ambiente agradável.	Decoração com flores; Balões, mesas e cadeiras seguindo a identidade visual.		Uma experiência agradável e única.
25/02/2023	BANQUETO E COQUETEL	Gerente de Unidade	Campinas/SP	Servir e despertar um senso de gratidão para quem foi convidado.	Contratar buffet que ficará responsável pela entrega do banquete/coquetel		Uma experiência agradável e única.

# AÇÕES PARA *Tráfego Pago*





1

# Ações para Tráfego

## AÇÕES - PRIMEIRA FASE

Objetivo principal: Nessa etapa as campanhas tem como foco gerar valor e fortalecer a marca da clínica por meio de campanhas mais direcionadas

## AÇÕES - SEGUNDA FASE

Objetivo principal: Vincular os procedimentos a marca Corpo Bueno evidenciando a qualidade nos tratamentos à marca, o intuito é gerar cadastros por meio de campanhas nas redes sociais.



2

## Ações para Tráfego

### ESTRATÉGIA PRIMEIRA FASE

**Institucional**  
Alcance e Tráfego

**Tratamentos**  
Visualização e engajamento

### ESTRATÉGIA SEGUNDA FASE

**Re-marketing**  
Cadastro

**Tratamentos Promocionais**  
Cadastro



## 3 Ações para Tráfego

### PÚBLICO PRIMEIRA FASE

#### VISUALIZAÇÃO DE VÍDEO:

Aberto com filtro de palavras-chave relacionado ao assunto do vídeo.

#### ENGAJAMENTO:

Base de leads/Visitantes do Instagram e Facebook/Visitante site.

### PÚBLICO SEGUNDA FASE

#### Re-marketing

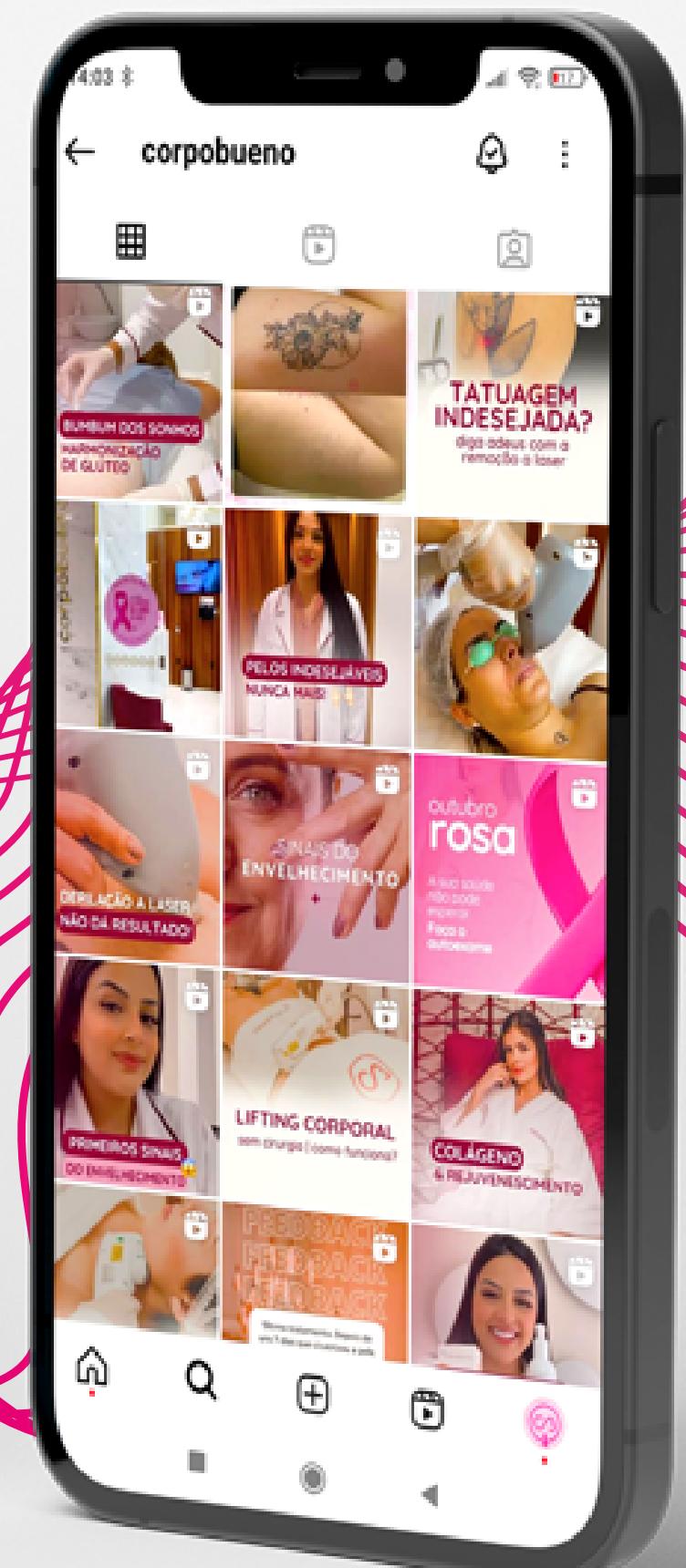
Direcionar para quem visualizou todos os vídeos 1<sup>a</sup> fase, visitou o site, visitou o instagram e o facebook.

Ações de anúncios de remarketing devem excluir os públicos cadastrados.



# PLANO DE AÇÃO

## Mídias Sociais



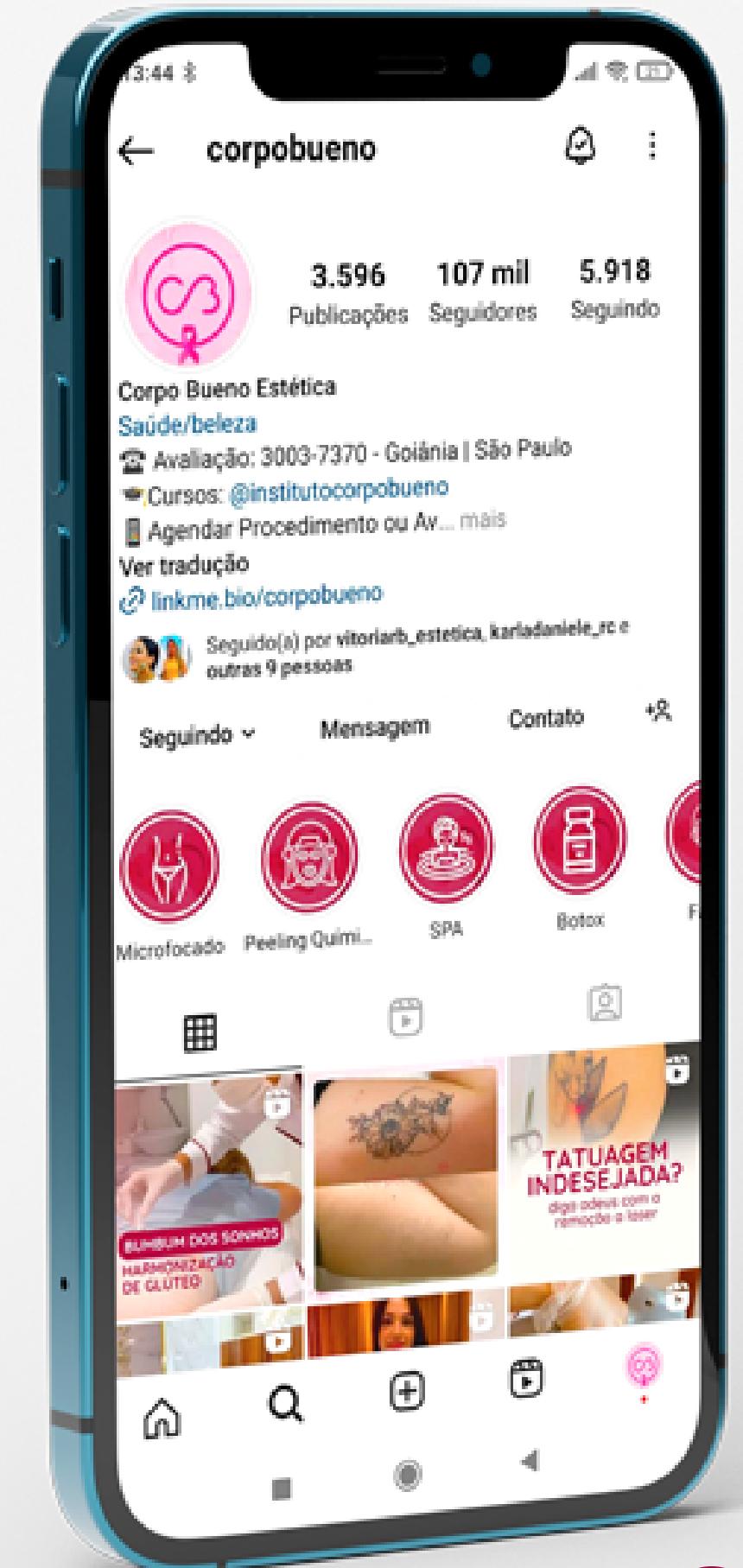
# Linha Editorial

A linha editorial é um planejamento textual dos conteúdos orgânicos, onde é definido títulos, legendas e tipo de post de todo o mês. Cada franquia ficará responsável por desenvolver sua linha editorial por se tratar de um público mais regionalizado.

# Estrutura de Post

- Título ou headline;
- Legenda com palavras-chave referente a headline;
- Hastags, no máximo 10.

*Obs: Tomar cuidado com # pejorativas como #sextou por exemplo.*



# BOM USO *Redes Sociais*

Instagram, Facebook e Google





# Bom Uso Redes Sociais

## PERFIL

No perfil deixar claro a autoridade no seguimento. Informações que validem essa ideia, objetividade e clareza para que a mensagem seja passada de forma precisa.

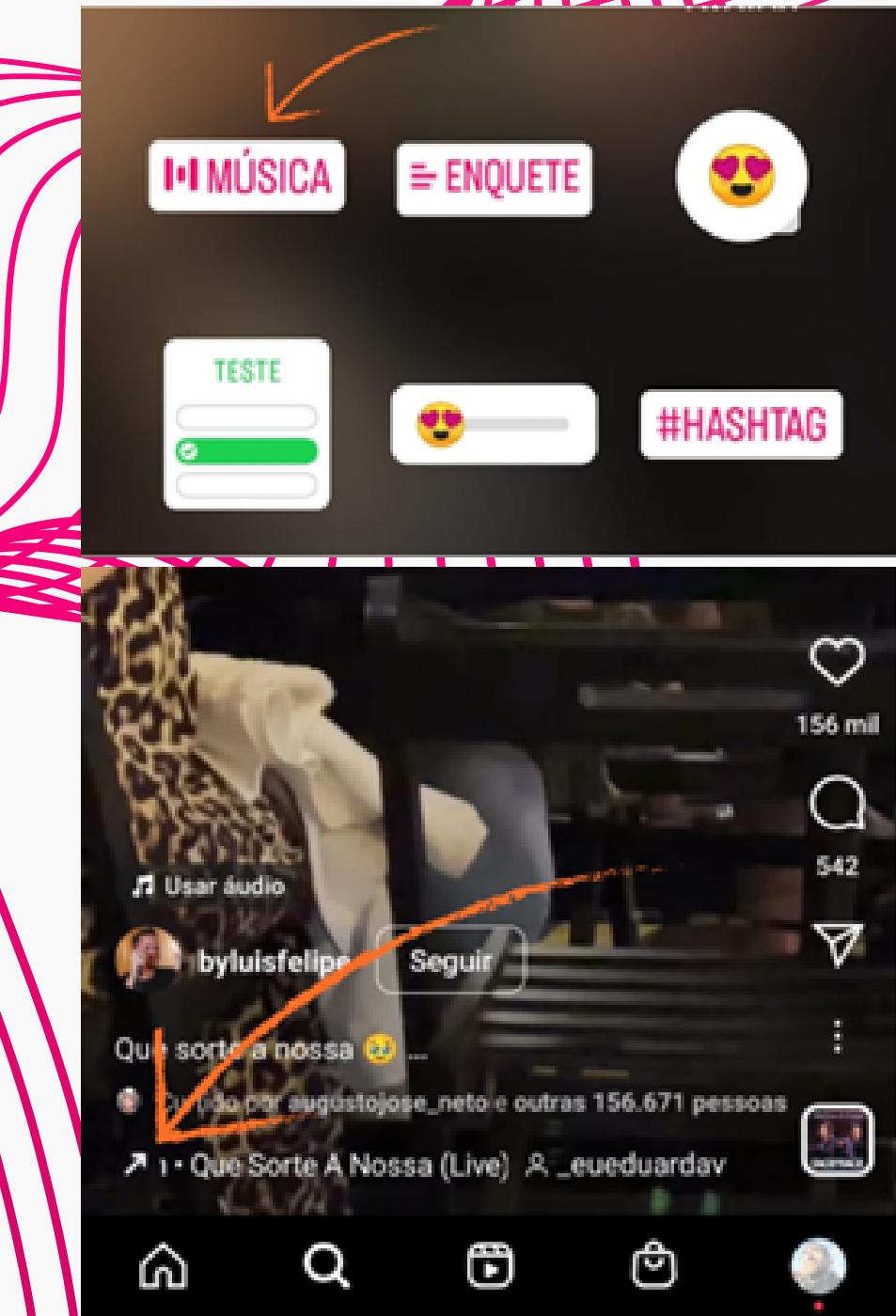
## DESTAQUES

Quem somos / Tratamentos / Planos / Antes e Depois / Dúvidas / Promoções / Unidades / Contatos

# Bom Uso Redes Sociais

## TRENDS

Ao utilizar alguma trend musical, sempre inserir o áudio dentro do instagram para assim termos um maior alcance e propagação do conteúdo.



**BOM USO**  
*Midias Impressas  
e Digitais*



## Mídia: Impresso e Digital

Campanhas temáticas serão exibidas pela TV e impresso A4, aqui o objetivo é fortalecer a mensagem e conduzir para a compra.

Suportes para mídias internas:

- TV;
- A4;
- Banner;
- Display de balcão.



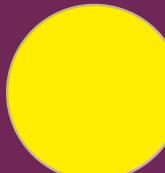
# Termômetro Mês



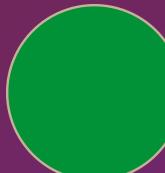
*Consultar Planejamento Modelo*



Alerta



Atenção

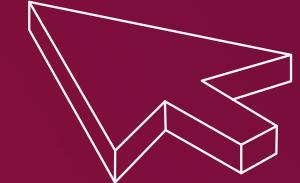


Oportunidade

Cada franquia deverá destacar os meses de vendas em: Alerta, atenção e oportunidade.

No ciclo de um ano, essas informações ajudarão a direcionar melhor todo planejamento de mkt e alcance de metas.

# Qualidade Corpo Bueno



Sistema próprio de CRM para a gestão do lead e funis.



Marketing, design e criatividade em prol de estratégias para conversão.



Dados para planos de ação e tomada de decisão. Business Intelligence.



Compartilhamento de resultados e centro próprio para capacitação de profissionais (IECB).

“Todos os seus sonhos podem se tornar realidade se você tem coragem para persegui-los”.

Walt Disney

