



**UNIVERSIDADE CATÓLICA DO SALVADOR  
ESPECIALIZAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E MARKETING DIGITAIS**

**FERNANDA HAYRANA GOMES MOTA**

**INFORMATIVO DIGITAL:  
ASSOCIAÇÃO DE EMPRESAS PRÓGESTÃO BRASIL**

Salvador

2022

**FERNANDA HAYRANA GOMES MOTA**

**INFORMATIVO DIGITAL:  
ASSOCIAÇÃO DE EMPRESAS PRÓGESTÃO BRASIL**

Projeto de conclusão de curso apresentado à Pós Lato Sensu Especialização em Comunicação e Marketing Digitais da Universidade Católica do Salvador, como requisito obrigatório à obtenção do grau de Especialista em Comunicação e Marketing Digitais.

Orientador: Prof. Haroldo Abrantes

Salvador

2022

À mim mesma, pela dedicação e fortaleza de seguir em frente com fé  
e determinação para seguir meus sonhos.

## **AGRADECIMENTOS**

À Deus em primeiro lugar, pela oportunidade de estar desfrutando da vida, com saúde, me dando oportunidades e olhando por mim, segurando minha mão todos os dias – mesmo quando pensava em desistir, era nele que eu me sentia incentivada e viva com todo o seu amor, sempre me dizendo para continuar e que iria valer a pena.

Aos meus pais, Ivana e Fernando, que me escolheram, através do criador, para estar nesse mesmo mundo que eles, compartilhando amor e o significado de família, que com certeza estão orgulhosos da pessoa e profissional que me tornei e que aos poucos vou melhorando. A minha filha, Maria Sofia, que é o meu norte, o meu tudo, que me escolheu para estar no meu melhor papel, que é ser sua mãe, sem ela não sou, com ela sou tudo que quero ser. Meus sonhos são melhores com a minha pequena grande família e apoiadores do meu sucesso, a minha madrinha Zezé, por trilhar meus caminhos com sua parceria e amor incondicional como se eu fosse sua filha. Espero muito que em vida, eu possa sempre ter a oportunidade de ser orgulho de vocês.

“Empresas que costumavam usar a mídia para entregar informações,  
agora elas mesma tornaram-se a mídia” – Andrew Nachison, diretor  
executivo e co-fundador da We Media

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	<b>7</b>
<b>2 DIAGNÓSTICO</b> .....	<b>9</b>
<b>3 PROGNÓSTICO</b> .....	<b>10</b>
<b>4 PARECER</b> .....	<b>11</b>
<b>5 REFERENCIAL TEÓRICO</b> .....	<b>12</b>
<b>6 AÇÕES SUGERIDAS</b> .....	<b>13</b>
6.1 AÇÕES IMPLEMENTADAS .....	13
<b>7 PÚBLICO</b> .....	<b>15</b>
<b>8 CRONOGRAMA</b> .....	<b>16</b>
<b>9 INSTRUMENTOS DE AVALIAÇÃO E CONTROLE</b> .....	<b>17</b>
<b>10 ANÁLISE DAS AÇÕES IMPLEMENTADAS</b> .....	<b>18</b>
<b>11 REFERÊNCIAS</b> .....	<b>19</b>
<b>12 ANEXOS</b> .....	<b>20</b>
ANEXO A – SELO PROGESTÃO BRASIL .....	20
ANEXO B – CARDS DE PRÉ LANÇAMENTO .....	21
ANEXO C – INFORMATIVO DIGITAL PARA E-MAIL, MARKETING, WHATSAPP E SITES .....	32
ANEXO D – GUIA DE PERSONA, IDEIAS DE CONTEÚDO E CRONOGRAMA PARA AS REDES SOCIAIS, ATRELADO AO LANÇAMENTO DO INFORMATIVO DIGITAL DA PROGESTÃO BRASIL .....	34

## 1 INTRODUÇÃO

Em um cenário econômico e cultural que avança cada vez mais rumo à globalização, onde as pessoas estão muito mais conectadas, o acesso à informação, é cada vez mais abundante e a concorrência é cada vez mais acirrada, a presença digital de uma empresa se tornou condição essencial para que elas possam garantir cada vez mais clientes e fechem muito mais negócios, sem precisar de investimentos em materiais físicos ou deslocamento de pessoal para divulgar seus produtos.

Assim, a proposta sugerida será o Informativo digital. Os informativos digitais, conhecidos também por boletins informativos são uma espécie de publicação digital que uma empresa como a: Consulting, André Torres Advogados, Agência Propagare, PA Informática e Focos Contabilidade precisam. Nesse modelo, é enviado para clientes e prospect informações específicas para estabelecer uma comunicação constante, e se fazer lembrar, construindo uma relacionamento com eles, e dessa forma compartilhando conteúdo de qualidade para o seu público.

Diferentes meios de comunicação que fazem uso desta ferramenta, como revistas, jornais, e-commerce e empresas b2b, hoje, é bastante usada nas estratégias de marketing digital de muitas marcas para venderem seus serviços e atrair mais leitores para a sua comunicação.

É importante entender o que seus clientes precisam, e o que estão interessados, o que a empresa quer vender. Perguntas e duvidas como essas precisam ser determinantes e respondidas efetivamente para ser criado uma comunicação direta com o consumidor:

1. Como conquistar novas prospecções?
2. Como adquirir leads completos?
3. O que é essencial para conseguir novos clientes?
4. Como reter mais os clientes do seu mailing?

O Pró Gestão Brasil é uma Associação de Empresas, criada com o objetivo de oferecer soluções completas em gestão para o seu negócio, baseada em Inovação, Integração e Trabalho Multidisciplinar, permitindo que as empresas e clientes, aproveite as oportunidades do mercado com mais segurança e eficiência, fortalecendo empresas para enfrentar o “NOVO NORMAL”, após essa mudança em todo ambiente corporativo, por conta do Covid-19 e antigos desafios.

O modelo de negócios dessa associação, está baseado na constatação de que a maioria das empresas de pequeno e médio porte possuem expertise nas suas respectivas áreas de atuação, conhecendo plenamente seus mercados e seus negócios, porém esbarram nas dificuldades dos processos de governança corporativa e gestão, envolvendo as áreas financeira, contábil, jurídica, marketing, RH e TI.

Percebendo essa lacuna no mercado, as empresas: Consulting Consultores, André Torres Advogados, Agencia Propagare, PA Informática e Focos Contabilidade, se juntaram com múltiplas especialidades num modelo de parceria com foco no resultado, a partir do trabalho colaborativo e multidisciplinar.



## 2 DIAGNÓSTICO

Mesmo a PróGestão Brasil, tendo uma presença nos seus canais de comunicação, criados a pouco mais de um ano (site, Instagram e WhatsApp), a Associação não tem uma continuidade e frequência estabelecida, nas suas ativações de postagens. Sua deficiência de conteúdo, presença ativa, implica no reconhecimento apropriado da Associação, tornando assim a atração do seu público-alvo e conseqüentemente suas vendas (dos serviços oferecidos), fraca e sem duração.

As cinco empresas, não conhecem as novas realidades e processo da associação, agora na nova realidade da unificação.

O objetivo geral desse informativo digital será reposicionar essas cinco empresas, perante os seus públicos e prospect, sendo a marca agora unificada, aumentando sua carteira de clientes, pelo fato de serem comunicações de topo de funil de vendas, será focado em compartilhar informações uteis e favoráveis.

As empresas existentes nessa associação: Consulting Consultores, André Torres Advogados Associados Agencia Propagare, PA Informática e Focos Contabilidade, já consolidadas individualmente no mercado, torna-se assim um ponto positivo por já terem um público determinante e consistente, um mailing ativo e conhecido.

Essa unificação das empresas, para a criação dessa associação, causa um desconforto pela falta de conhecimento geral, no qual os públicos já consolidados e ativos de cada empresa em sua individualidade não reconhecem as empresas de cada segmento nesse contexto, e não consegue identificar quem é a PróGestão Brasil. A empresas por já terem um público específico individualizado, de cada segmento, mesmo com a dificuldade do reconhecimento da associação, poderá consolidar uma nova comunicação assertiva para divulgar os produtos de cada uma, com mais potencialidade, com a divulgação de um informativo digital, no qual mostrará uma nova abordagem, utilizando também de cards para instagram com oportunidades de pré lançamento e lançamento do informativo.

Um ponto fraco, reconhecido, mesmo sendo empresas a anos de mercado, com segmentos diferentes, mesmo unificadas no propósito de compartilhar clientes ativos, e prospecção de novos, através de campanhas de seus serviços, ainda com um baixo índice de prospecção e divulgação, não tendo conhecimento amplo do que é proposto.

### 3 PROGNÓSTICO

As dificuldades da Associação de empresas PróGestão, conclui-se que sua deficiência em conjunto, é na divulgação assertiva, do seu problema de prospecção. É saber entender o que seu público já consolidado, precisa saber, para que conheça a PróGestão Brasil como um todo, e não as empresas individualizadas. O crescimento da carteira de clientes, baseia-se:

- Lista de leads;
- Prospecção feita, através da divulgação de serviços;
- Campanhas via e-mail marketing;
- Envio de informação pelo site.

A estrutura de um informativo Digital também é fundamental para reter a atenção do público e fazer com que as pessoas se interessem por mais informações. Isso é feito ao utilizar links para blog posts, textos do site corporativo, vídeos, etc.

E não é só a estética e o conteúdo que contribuem para o bom funcionamento das ações de marketing. As plataformas utilizadas para construção e disparo dos boletins informativos costumam oferecer ferramentas de análise.

Com elas, é possível mensurar:

- Taxa de abertura do e-mail;
- Taxa de cliques nos links e CTAs;
- Tempo médio de leitura do boletim;
- Quais foram os horários em que os e-mails obtiveram melhor performance de abertura;
- Quais pessoas sinalizaram a mensagem como SPAM;
- Quem pediu descadastramento.

Atenção ao sexto item: todos os boletins informativos devem oferecer aos assinantes a opção de descadastramento.

#### **4 PARECER**

Conclui-se que, com a forma mais direta de divulgação e a identificação da problemática, desse conjunto de empresas, a Associação de Empresas ProGestão Brasil, se mostrará mais ativa, e consistente, ao reconhecimento do seu público, na forma individualizada ( com todos as suas particularidades, como empresa e já com a consolidação de anos) e com o proativo de campanhas, e ações específicas de seus serviços para novas prospecção, já entendendo o tipo de segmento e dificuldades, que estabelecem tanto para seu reconhecimento quanto para seus clientes e futuros clientes. Após implementação das ações, será possível melhorar a comunicação e posicionamento da empresa.

## 5 REFERENCIAL TEÓRICO

O trabalho se guia na estratégia de Feargal Quinn, em seu livro “O cliente acima de tudo”. Ao contrário do que acontecia no passado, agora todo o mundo fala da importância de converter o cliente no centro de todo o negócio, mas Feargal Quinn explica nesta parte que uma coisa é dizer isto e pensar e outra bem diferente é pôr em prática, ele diz nos que é para isso que serve esse segmento e o que fala no livro, para ensinar as pessoas a converter o cliente no centro do negócio de uma forma apaixonante e divertida.

Ele explica que se trabalharmos a nossa estratégia com o objetivo de fazer com que o cliente volte uma e outra vez o lucro vai gerar se por si só, dessa forma não devemos focar nos no lucro da venda imediata mas sim na satisfação total do cliente. Se o cliente obtiver uma boa experiência de compra na nossa empresa por certo vai voltar a comprar conosco e no fundo isso é o que pretendemos que o cliente volte sempre

Ele diz nos que para conhecer o cliente, além de falarmos com ele todos os dias devemos também ouvir a sua opinião e as suas necessidades, mas principalmente devemos olhar para o nosso negócio na perspectiva do cliente. Só desta forma podemos melhorar ou implementar serviços que vão de encontro às necessidades dos nossos clientes.

"Sua empresa vai parecer totalmente diferente do ponto de vista do seu cliente, então pule o balcão e comece a ver as coisas da perspectiva deles" (Quinn, ).

No fundo em algum momento todos teremos que ser clientes e é assim que temos de pensar.

Por isso, o objetivo para impulsionar a associação é deixar perceber e implementar o informativo digital, para que assim, ele possa impulsionar os serviços dessa ProGestão, entendendo o que os cliente precisa, nos colocando no lugar dele, qualificando sua persona, analisando as possibilidades de comunicação, programando as mensagens que queremos passar.

## 6 AÇÕES SUGERIDAS

- Criação do Guia de Persona, Planejamento e Cronograma para as Redes Sociais, atrelado a lançamento do Informativo Digital da ProGestão Brasil;
- Criação do conteúdo do Informativo Digital;
- Criação de um Selo para a ProGestão Brasil, para ser usado nas suas comunicações;
- Editorar o Informativo Digital;
- Fazer o pré-lançamento e lançamento do informativo;
- Campanha de divulgação nas redes sociais da ProGestão Brasil;
- Divulgação nos sites das 5 empresas.

### 6.1 AÇÕES IMPLEMENTADAS

- **Criação do Guia de Persona, ideias de conteúdo e Cronograma para as Redes Sociais, atrelado a lançamento do Informativo Digital da ProGestão Brasil:**
  - Utilizar este espaço para documentar as personas do seu cliente e tê-las sempre à mão para consulta. Também fará o brainstorming e a pesquisa para encontrar as ideias de conteúdo. Com base nas personas da etapa anterior, pensar em que tipo de conteúdo se adequa a cada melhor ao cliente. Definir o formato desses materiais, a palavra-chave, foco e o status desse conteúdo. Utilizar o cronograma para planejar visualmente, mês a mês, as publicações da Associação. Podendo considerar os posts das empresas associadas, materiais ricos, campanhas de e-mail etc.
- **Criação do conteúdo do Informativo Digital:**
  - Desenvolver o conteúdo, através das informações coletadas, das entrevistas realizadas com os associados, e encontradas em seus canais de comunicação existentes.
- **Editorar o Informativo Digital:**
  - Desenvolver o informativo digital, incluindo as informações coletadas, na criação do conteúdo, incluindo sua logo marca, já criada, pela empresa Propagare, e as logo marcas das Empresas, o layout já escolhido pelos

associados, será feito a inclusão, dos serviços que as empresas atuam, e um breve histórico de cada uma.

- **Fazer o pré lançamento e lançamento do Informativo Digital:**

- Criação de Cards, para pré lançamento e lançamento do Informativo
- Criação de Campanhas de divulgação para unificar as redes sociais: Site, instagram, criando peças que chamem atenção para o informativo digital.
- Será uma estrutura de lançamento do informativo digital. Essas peças, terá como finalidade transformar os usuários em potenciais clientes, das cinco empresas separadamente, como também da associação. Essa ação é chamada de estratégia de isca digital para mostrar a audiência que a associação (que já tem uma carteira de clientes nas suas individualidades) seja autoridade no seu nicho.

- **Divulgação nos sites das 5 empresas:**

- Informativo Digital será enviado aos sites das empresas, e no site da Associação ProGestão Brasil.

## 7 PÚBLICO

Através da persona, que é uma ferramenta de usabilidade que utiliza pessoas fictícias para representar usuários de um site ou produto, foi identificado o público alvo da ProGestão Brasil.

A persona, é utilizada em projetos centrados no usuário, definindo os objetivos e desejos dos reais usuários, orientando decisões como: a interface, a navegação, os recursos e demais elementos do projeto.

A criação da persona é muito mais específica e demanda muito mais tempo do que a definição do público alvo. É como se o público alvo fosse o esboço e a persona o trabalho finalizado.

Em pesquisa feita, foi analisado que homens e mulheres, 35+, superior incompleto/completo, empresários, médicos, profissionais de TI, pequenos comerciantes e engenheiros, de pequenas e médias empresas b2b (Empresa para empresa), com dificuldades nos processos de governança corporativa e gestão, é o público determinante e consumidor dos serviços ProGestão.

## 8 CRONOGRAMA

O período que as ações serão feitas está dentro do tempo da elaboração do trabalho de conclusão de curso (TCC), que foram de (28 de março à 28 de maio de 2022) e, após finalizado e apresentado o projeto executivo, será entregue ao grupo de associados da ProGestão Brasil, como proposta de implementar a uma nova comunicação digital.

- 1° Passo: Pesquisa sobre as empresas associadas a ProGestão Brasil – Data/Prazo: 06/04/2022.
- 2° Passo: Pesquisa sobre o tipo de comunicação já utilizada, e pretendida pelas empresas associadas – Data/Prazo: 06/04/2022
- 3° Passo: Criação dos formulários da ProGestão Brasil para conhecimento da sua persona e planejamento de sua comunicação digital nas mídias – Data/Prazo: 22/04/2022
- 4° Passo: Estruturação/criação do conteúdo do informativo digital – Data/Prazo: 11/05/2022
- 5° Passo: Editoração do Informativo Digital – Data/Prazo: 13/05/2022
- 6° Passo: Editoração da comunicação/cards de divulgação do Informativo Digital – Data/Prazo: 15/05/2022
- Programação de envio do Informativo Digital nos canais de comunicação - Data/Prazo: Semanalmente, após a divulgação do lançamento.
- Divulgação do Informativo no site das Empresas – Data/prazo: Mensalmente sendo atualizado.



## **9 INSTRUMENTOS DE AVALIAÇÃO E CONTROLE**

- Site ProGestão Brasil : [www.progestaobrasil.com.br](http://www.progestaobrasil.com.br)
- Acesso ao Folder Digital da ProGestão Brasil
- Informações adquiridas pelos sócios/diretores das empresas associadas
- Planejamento ProGestão (Persona, ideias de conteúdo, cronograma de postagens).

## **10 ANÁLISE DAS AÇÕES IMPLEMENTADAS**

As ações implementadas apenas serão possíveis como sugestão de execução pelo curto prazo pra serem desenvolvidas, assim sendo seguidos o passo a passo do detalhamento dos instrumentos de avaliação e controle para assim analisar a persona de cada empresa individualmente.

## 11 REFERÊNCIAS

1. **André Torres.** Disponível em: <https://www.andretorres.adv.br/>. Acesso em: 26 de maio de 2022.
2. **Associação de Empresas ProGestão Brasil.** Disponível em: <http://progestaobrasil.com.br/> Acesso em: 05 de abril de 2022.
3. Blog Abcontent. **Botetins Informativos: O que são, para que servem e como produzi-los.** Disponível em: <https://blog.abcontent.com.br/negocios-e-empendedorismo/boletins-informativos-o-que-sao-para-que-servem-e-como-produzi-los/> Acesso em: 15 de abril de 2022.
4. CiaWebSites. **Saiba mais sobre a importância de uma boa Newsletter.** Disponível em: <https://www.ciawebsites.com.br/marketing-digital/saiba-mais-sobre-a-importancia-de-uma-boa-newsletter/> Acesso em: 12 de maio de 2022.
5. **Consulting.** Disponível em: <https://consulting.srv.br/>. Acesso em: 05 de abril de 2022.
6. Cunha, Núbia Susana Santos da. **Projeto de Implementação do Boletim Informativo da Biblioteca Central da Secretaria Municipal de Educação de Porto Alegre-RS.** Disponível: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/67773> Acesso em: 20 de maio de 2022.
7. **Focos Mais.** Disponível em: <https://www.focosmais.com.br/>. Acesso em: 26 de maio de 2022.
8. **Instagram André Torres Advogados.** Disponível em: <https://www.instagram.com/andretorresadvogados/>. Acesso em: 26 de maio de 2022.
9. **Instagram Consulting Consultores.** Disponível em: <https://www.instagram.com/consultingconsultores/> Acesso em: 26 de maio de 2022.
10. **Instagram Focos Mais.** Disponível em: <https://www.instagram.com/focosmais/> Acesso em: 26 de maio de 2022.
11. **Instagram Painformática.** Disponível em: <https://www.instagram.com/painformatica/> Acesso em: 26 de maio de 2022.
12. **Instagram Propagare Salvador.** Disponível em: <https://www.instagram.com/propagaresalvador/>. Acesso em: 26 de maio de 2022.
13. **Pain Informática.** Disponível em: <http://www.painformatica.com.br/site/index.aspx>. Acesso em: 26 de maio de 2022.
14. **Propagare Agência.** Disponível em: <http://www.propagareonline.com.br/>. Acesso em: 26 de maio de 2022.

## 12 ANEXOS

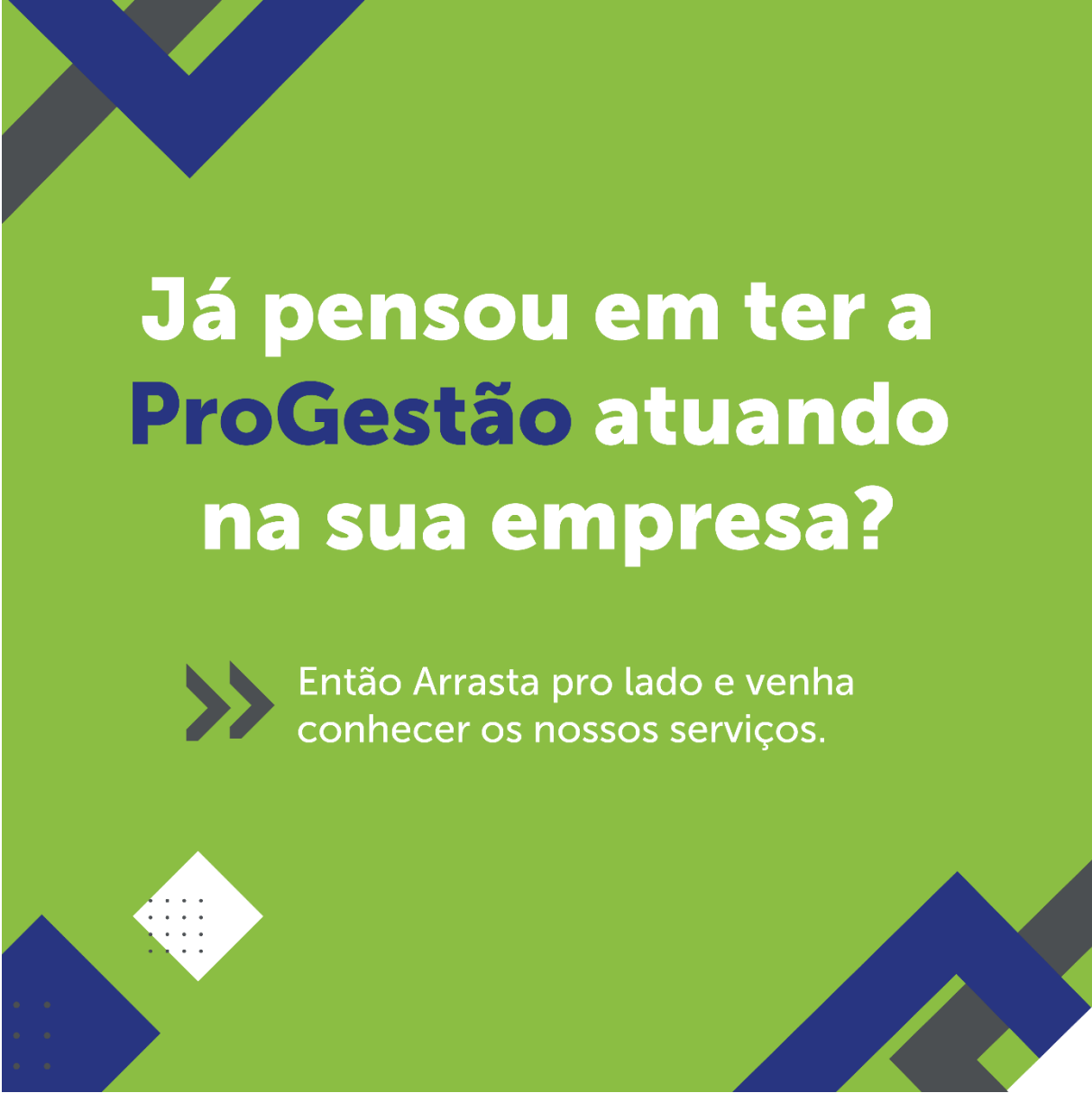
### ANEXO A – SELO PROGESTÃO BRASIL



Disponível

em:




<https://drive.google.com/drive/folders/1Fq4ITozLa0EXLWq6SG5Ie4EkmqjcpJAC?usp=sharing>



**Já pensou em ter a  
ProGestão atuando  
na sua empresa?**



Então Arrasta pro lado e venha  
conhecer os nossos serviços.

- 
- 
- Consultoria Empresarial
  - Captação de Recursos
  - Financiamento
  - Tecnologia da Informação
  - Assessoria Jurídica
  - Contabilidade
  - RH
  - Treinamento
- 

Quer entender um  
pouquinho mais sobre a  
**ProGestão?**

Fiquem ligados, no  
lançamento do nosso  
**Informativo Digital**

 06/06/2022, às 10h



## Já imaginou uma empresa, que resolve seus problemas?


Agora, imagine várias  
empresas, que podem te ajudar.



No dia 06/06 venha conhecer  
mais da ProGestão Brasil







Com a Pro Gestão Brasil, a sua empresa aproveita as oportunidades de mercado com mais segurança, eficiência e resultado.

Tudo isso, acompanhada de empresas parceiras, com múltiplas especialidades e foco em retorno para o seu negócio.



[contato@progestãobrasil.com.br](mailto:contato@progestãobrasil.com.br)



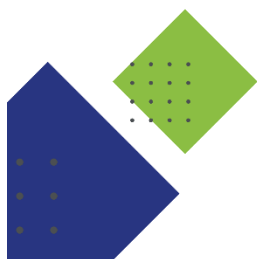
(71) 3450-6507





Nova marca *Mesmos valores*  
Novos **desafios** *Mesmo*  
*comprometimento*  
Novos caminhos *Mesma energia*

## **CONHEÇA A PROGESTÃO BRASIL**



Save the date:  
06/06/2022, às 10h





Faltam  
*05 dias*



PRÓGESTÃO  
BRASIL



Faltam  
*04 dias*

PRÓGESTÃO  
BRASIL



**Faltam**  
***03 dias***

**PRÓGESTÃO**  
BRASIL

**Faltam**  
***02 dias***

**PRÓGESTÃO**  
BRASIL



# Falta *01 dia*



PRÓGESTÃO  
BRASIL



Disponível

[https://drive.google.com/drive/folders/19Cb2hXINmEbiWdlz374bf5q1M5Fnl\\_4-?usp=sharing](https://drive.google.com/drive/folders/19Cb2hXINmEbiWdlz374bf5q1M5Fnl_4-?usp=sharing)

em:

## ANEXO C – INFORMATIVO DIGITAL PARA E-MAIL, MARKETING, WHATSAPP E SITES



**Conheça a associação que vai mudar a sua empresa**

ProGestão Brasil – Associação de Empresas, oferece soluções completas para o seu negócio, baseadas em inovação, integração e trabalho multidisciplinar, permitindo que você aproveite as oportunidades do mercado com mais segurança e eficiência sem se limitar as dificuldades dos processos de governança corporativa e gestão, que muitas empresas de pequeno e médio porte enfrentam.

Nós agregamos empresas com múltiplas especialidades em um modelo de parceria com foco no resultado, a partir de um trabalho colaborativo e multidisciplinar.

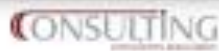
Neste modelo de negócios está baseado na constatação de que a maioria das empresas de pequeno e médio porte possuem expertise nas suas respectivas áreas de atuação, conhecendo plenamente seus mercados e seus negócios, porém esbarram nas dificuldades dos processos de governança corporativa e gestão, envolvendo as áreas financeira, contábil, jurídica, marketing, RH e TI.

Percebendo essa lacuna no mercado, agregamos empresas com múltiplas especialidades num modelo de parceria com foco no resultado, a partir do trabalho colaborativo e multidisciplinar.

### ATUAÇÕES:

- > Consultoria Empresarial
- > Captação de Recursos
- > Financiamento
- > Tecnologia da Informação
- > Assessoria Jurídica
- > Contabilidade
- > RH
- > Comunicação e Marketing





A Consulting atua há 25 anos na área de consultoria empresarial, assessorando sociedades empresariais, sociedades simples, fundações, institutos, cooperativas, ONG's dos mais diversos portes, e setores na melhoria contínua da sua governança corporativa. Através de planejamento empresarial e da celebração de alianças estratégicas, a Consulting busca diagnosticar e oferecer soluções integradas e inovadoras aos seus clientes, proporcionando-lhes melhores resultados. Seus principais serviços são: Consultoria em gestão envolvendo diagnóstico, implantação e acompanhamento, Captação de recursos, Estudo de viabilidade, Valuation, Gestão de tesouraria, dentre outros.

[www.consulting.org.br](http://www.consulting.org.br)



A PA Informática é uma empresa especializada em software de gestão empresarial para pequenas e médias empresas. O software de gestão da PA é tudo o que você precisa para obter o máximo de qualidade e resultados no seu negócio. Gerencie sua empresa de onde estiver, de forma produtiva e totalmente integrado a sua contabilidade. Esse software de gestão pode funcionar local ou online, para otimizar os processos da sua empresa, pois conta com funcionalidades independentes, além de ser simples e intuitivo.

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



A André Torres Advogados Associados, atua há 28 anos, prestando serviços de advocacia com ênfase em sociedades empresariais. Com uma equipe de advogados e profissionais engajados, técnicos e resolutivos, busca entender a realidade dos seus clientes e atender às suas necessidades, com ênfase por soluções ágeis e bem negociadas. Possui conhecimento amplo da realidade local, o que lhe permite oferecer soluções completas, ágeis e sob medida, no âmbito jurídico e empresarial.

[www.andretorres.adv.br](http://www.andretorres.adv.br)



A FocoMais Contabilidade é uma empresa de contabilidade completa para pequenas e médias empresas. Com vinte anos de experiência e mais de mil clientes satisfeitos. Oferece soluções desde a abertura do seu negócio até o suporte de todas as rotinas contábeis, tributárias e trabalhistas da organização, sempre pautada em princípios éticos para melhor servir aos seus clientes.

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



A Propagare Publicidade e Branding, já ajudou a construir muitas marcas de sucesso ao longo dos seus 18 anos de história. Uma agência onde design, propaganda e marketing digital trabalham de forma integrada dentro de um planejamento estratégico focado em resultados. Tudo isso em uma estrutura enxuta, ágil e inteligente. Porque ideias criativas fazem bem à qualquer negócio.

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

Disponível

[https://drive.google.com/drive/folders/1o9ap7tvzZvFIQgot14sQn\\_HBVU803L5X?usp=sharing](https://drive.google.com/drive/folders/1o9ap7tvzZvFIQgot14sQn_HBVU803L5X?usp=sharing)

tr

em:

## ANEXO D – GUIA DE PERSONA, IDEIAS DE CONTEÚDO E CRONOGRAMA PARA AS REDES SOCIAIS, ATRELADO AO LANÇAMENTO DO INFORMATIVO DIGITAL DA PROGESTÃO BRASIL

### Personas

Utilize esta seção para documentar as personas do usuário e tê-las sempre à mão para consulta. Crie nas colunas da direita duas planilhas, não conectadas, você encontrará um exemplo de preenchimento

Sobre quem compra sua solução	
Nome da Pessoa	X
Idade	25+
Educationalidade	Superior Completo
Sexo	M/F
O que sua persona faz? (Cargo/Ocupação)	Empresário, Médico, Profissional de TI, Pesquisador científico, Engenheiro.
Tamanho da empresa onde ela trabalha	pequena e média empresa

Comportamento	
Descreva sua persona, seus hábitos, seus dia a dia	Frequentar restaurantes, usar internet com frequência, consumir produtos e serviços relacionados a beleza e saúde, gastar do meio automóvel (ex. gastar de entretenimento como viagens, festas, ...)
Quais canais de comunicação utiliza, pela Pessoa?	<input checked="" type="checkbox"/> Redes Sociais
	<input checked="" type="checkbox"/> E-mail
	<input checked="" type="checkbox"/> Anúncios online de todo o tipo
	<input checked="" type="checkbox"/> Anúncios de mídia digital (google adswords, facebook ads)
	<input checked="" type="checkbox"/> Rádio
	<input checked="" type="checkbox"/> Telefone
	<input type="checkbox"/> Outros

Objetivos e Desafios	
Qual o objetivo pessoal ou profissional desta pessoa que você poderia ajudá-la a atingir?	Resolver problemas internos ou sendo burocrático
Quais desafios impedem esta pessoa de atingir seus objetivos?	Dificuldade em processos operacionais e fluxo de decisão e como consequência problemas causados pela pandemia
Como nossa solução ajudaria esta pessoa a superar os desafios listados?	Ajudar em processos operacionais auxiliando nas dificuldades das pessoas (internas, vendas, produto, comunicação, administrativos, contábeis, jurídicas, tecnologia de informação...)
Qual é o objetivo atual da empresa e o que está impedindo esta pessoa de alcançá-lo?	Se avaliar, sair de burocracia
O que está impedindo ou retardando este processo?	Falta de estratégia organizacional, falta econômica.
Qual a percepção do comprador quanto à necessidade que esta aquisição pode trazer para seu trabalho?	Acesso do trabalho, atendimento, melhorar processos internos da empresa
Para quem ele vai digitar quando precisar de informação ou assistência profissional?	consultas empresariais e contábil, agência de comunicação, escritório de advocacia, empresa de informática e tecnologia
O que poderia fazer esta aquisição se tornar desnecessária?	Não aceitar o projeto
Qual o tipo de especialista Pessoa se presta ao pesquisa por mais informações?	Relacionado a resultados.
Qual sua objeção, mais comum da Pessoa sobre a produção da solução?	Achar que não é caso ou desnecessário
O que essa Pessoa mais valoriza em relação a esta produção da solução?	Soluções inovadoras.
O que a Pessoa está tentando alcançar que ela não valoriza?	Resistência da empresa

# Ideias de conteúdo

Aqui você fará seu brainstorming e a pesquisa para encontrar as ideias de conteúdo. Com base nas personas da etapa anterior, pense em que tipo de conteúdo se adequa a cada melhor a seu cliente. Defina o formato desses materiais, a palavra-chave foca e o status desse conteúdo.

Tema do conteúdo	
1. Institucional (Fale um pouco da sua empresa)	
2. Quais são os seus produtos/serviços	
3. Como vender os seus produtos/serviços	
4. Avisar sempre sobre o lançamentos de um novo produto/serviço	
5. Material institucional da marca, mostrando os produtos caso tenha envie folders, fluteto ou afins...	
6. Ideias de como vender o seu produto/serviço pelo Progestão	
7. Sugestões: Escreva aqui	

PLANEJAMENTO:

8 POST MÊS

POST 1 Data comemorativa

POST 2 Frase da semana/pergunta de engajamento/curiosidades

POST 3 Institucional PROGESTÃO

## Cronograma

Utilize esta aba para planejar visualmente, mês a mês, as publicações da sua empresa. Você pode considerar aqui os posts no blog, materiais ricos, campanhas de email etc.

Janeiro   Conteúdo	Segunda	Terça	Quarta	Quinta	Sexta	Sábado	Domingo
Semana 1		1 Ano Novo	2	3	4	5	6
Semana 2	7	8	9	10	11	12	13
Semana 3	14	15	16	17	18	19	20
Semana 4	21	22	23	24	25	26	27
Semana 5	28	29	30	31			

Fevereiro   Conteúdo	Segunda	Terça	Quarta	Quinta	Sexta	Sábado	Domingo
Semana 1					1	2	3
Semana 2	4	5	6	7	8	9	10
Semana 3	11	12	13	14	15	16	17
Semana 4	18	19	20	21	22	23	24
Semana 5	25	26	27	28			

Março   Conteúdo	Segunda	Terça	Quarta	Quinta	Sexta	Sábado	Domingo
Semana 1					1	2	3
Semana 2	4	5 Carnaval	6 Quarta-feira de Cinzas	7	8	9	10
Semana 3	11	12	13	14	15	16	17
Semana 4	18	19	20	21	22	23	24

Disponível

[https://drive.google.com/drive/folders/11Cw7lscCCX2XatU9ZLaWGhed3LBf\\_iCZ?usp=sharing](https://drive.google.com/drive/folders/11Cw7lscCCX2XatU9ZLaWGhed3LBf_iCZ?usp=sharing)

em: