



# **Curso de Graduação Tecnológica em Marketing**

**Wesley Domingues Martins**

**PROJETO INTEGRADOR MÓDULO 6/2021  
WD PUBLICIDADE E EVENTOS: DO OFF PARA O ONLINE**

**Caraguatatuba  
2021**



# **Curso de Graduação Tecnológica em Marketing**

**Wesley Domingues Martins**

## **WD PUBLICIDADE E EVENTOS: DO OFF PARA O ONLINE**

Trabalho do Curso de Tecnologia em Marketing da Universidade Santo Amaro – UNISA, Como Requisito Parcial para Aprovação da Disciplina Projeto Integrador, Sob a Orientação dos Profs Dr. FABIOLA ASSUMPÇÃO BARELLA ANDERSON DE CASTRO SOARES NETO

**Caraguatatuba**

**2021**

**Wesley Domingues Martins**

**DO OFF PARA O ONLINE**

Trabalho do Curso de Tecnologia em Marketing da Universidade Santo Amaro – UNISA, Como Requisito Parcial para Aprovação da Disciplina Projeto Integrador, sob a Orientação dos Profs Dr. FABIOLA ASSUMPÇÃO BARELLA e ANDERSON DE CASTRO SOARES NETO.

Caraguatatuba, 23 de Maio de 2021

**Banca Examinadora**

---

Prof. Dr<sup>a</sup>. FABIOLA ASSUMPÇÃO BARELLA

---

Profa.Dr ANDERSON DE CASTRO SOARES NETO

Conceito Final: \_\_\_\_\_

“Dedico este projeto de pesquisa ao meu pai João Antenor (in memoriam)  
e à minha mãe Sonia Aparecida, meus maiores incentivadores desde o  
início de minha vida.”

# AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente à Deus, família, professores e tutores, que compreenderam e me ajudaram nos diversos detalhes que fazem a diferença para que eu chegasse até aqui.

**WD PUBLICIDADE E EVENTOS**  
**“DO OFF PARA O ONLINE”**

## RESUMO

ESSE É UM RESUMO DA SITUAÇÃO DA EMPRESA WD PUBLICIDADE, ONDE ABORDAMOS ALGUNS DOS PROBLEMAS ENFRENTADOS E SUGERIMOS IDEIA DE POSSÍVEL SOLUÇÃO PARA QUE DIMINUA A PROBABILIDADE DAS QUEDAS NAS VENDAS, CONTINUE O PLANO DE EXPANSÃO E AUMENTO DO LEQUE DE SERVIÇOS, DO OFF PARA O ONLINE.

**Palavras-chave:** Vendas. Expansão. Serviços.

## **ABSTRACT**

THIS IS A SUMMARY OF THE SITUATION OF THE COMPANY WD ADVERTISING, WHERE WE ADDRESS SOME OF THE PROBLEMS FACED AND SUGGESTED THE IDEA OF POSSIBLE SOLUTION TO REDUCE THE PROBABILITY OF FALLS IN SALES, CONTINUE THE EXPANSION PLAN AND INCREASE THE OFFLINE LENGHT OF THE SERVICE.

**Keywords:** Sales. Expansion. Services.



## SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO .....	10
2. HISTÓRICO DA EMPRESA.....	11
2.1 ANÁLISE DA PROBLEMÁTICA.....	13
2.2 OBJETIVO.....	13
3. PROPOSTA DA SOLUÇÃO.....	13
4. DETALHAMENTO DA PROPOSTA.....	14
5. BENEFÍCIOS, VANTAGENS E LUCRATIVIDADE.....	15
6. CONCLUSÃO.....	17
7. REFERÊNCIAS.....	18
8. LINKS REFERÊNCIAS.....	19

## 1. INTRODUÇÃO

Neste projeto, abordaremos uma análise para verificar as possíveis oportunidades na área de marketing da WD Publicidade e Eventos. Apesar de ser uma agência de publicidade, que atua no ramo desde 2013 formalizada, não trabalha com o meio digital que atualmente este mercado está em constante crescimento. Na área publicitária, tem em seu leque de serviços carro de som, locutor para ponto de venda, promotora para eventos, entre outros.

Atualmente com 8 anos de existência e não só atendendo seus clientes com estrutura própria como também através de parceiros via agenciamento/terceirização, a WD continua em constante crescimento e aperfeiçoamento. A empresa está com projeto de expansão, onde pretende montar bases em algumas outras cidades da região de atuação, assim reduzindo os custos operacionais e aumentando a margem de lucro, ou até mesmo melhorar a margem de negociação com clientes.

Portanto, a WD Publicidade sempre teve seu foco na mídia OFF LINE, mais especificamente em Carro de som e Locutor PDV, porém, como o novo cenário, os investimentos em publicidade no geral está maior a demanda no Marketing Digital, onde não oferecem em seu leque de serviços atualmente. Juntando essa crescente demanda, com a ideia do plano de expansão, viu-se a necessidade de ter mais este serviço, pois além de vender para os clientes, também será necessário para fazer a comunicação nas novas praças que estarão atendendo com estrutura própria.

Então o objetivo deste trabalho é buscar as raízes do problema no cenário atual da empresa, para desvendar possíveis soluções e continuar com o plano de expansão de forma mais estruturada.

## 2. HISTÓRICO DA EMPRESA

A WD Publicidade nasceu em 2011 apenas como uma forma de ganhar dinheiro na época pelo fundador, através de serviços de panfletagem porta a porta. Em 23 de maio de 2013 foi formalizada com CNPJ dando mais um passo ao novo sonho, com a ideia de trazer inovações e soluções em marketing off-line, logo, vem trazendo formas diferenciadas de se trabalhar em meio a tanta concorrência, porém, o próprio dono que fazia praticamente todas funções.

A WD Publicidade iniciou com serviços de entrega de material gráfico porta em porta (Panfletagem), no ano seguinte acrescentou bicicleta de som para propaganda e em 2013 parou com o serviço de panfletagem e bicicleta de som, formalizou - e, começou a ter como foco e “carro chefe” o carro de som (pequeno porte) para publicidade, também conhecido como carro de propaganda volante. Esta ferramenta é muito utilizada por pequenas, médias e grandes empresas, desde as instaladas em cidades interioranas à grandes metrópoles.

Tudo no início é mais fácil de se ter o controle, porém a simples empresa prestadora de serviços começou a crescer, foi aumentando o volume de clientes, o quadro de funcionários, aumentando as estruturas para atender as demandas maiores não só na própria cidade mas como também nas cidades vizinhas, até que chegou em 2017 tornou se uma agência, onde teve e mantém como clientes de rede de lojas com uma demanda mais alta e agressiva, porém, como até então não era necessário sistematizar os processos internos, pois os gestores guardavam “na cabeça” ou em documentos de anotações/Word o que estava se passando, os compromissos a serem feitos, pastas para os clientes, enfim, tudo organizado da melhor forma de acordo com as condições que tinha no momento.

Observa-se que, nestas condições, prejudica o real controle da administração, e potencial de crescimento, pois para haver falta de comunicação ou até mesmo não cumprir com o acordado entre a equipe com cliente/fornecedor é muito fácil, basta apenas um deslize. É perceptível que as grandes empresas têm as informações do que se passa no dia a dia tudo de forma mais fácil e concentrada, sendo assim os gestores não precisam “perder tempo” procurando informação e sim vai direto ao ponto que tem a necessidade de uma forma mais rápida e objetiva quando sistematizado.

De 2017 a 2020, continuou desta forma o controle, sem sistema e sem base de dados, mas com o velho sonho de crescimento e expansão que não fugia quando se pensava em planos.

No início de 2021, um grande passo nos processos internos, finalmente implantou um sistema de gestão administrativa e financeira eficaz e também gestão de frota, além de digitalização de processos internos, contribuindo com o meio ambiente reduzindo o uso de impressos e desperdícios. Realmente 2021 em meio à pandemia, foi um marco para a agência WD publicidade, com tudo isso, agora reestruturado internamente, volta com uma aceleração maior o plano de expandir as praças de atuação para os próximos meses/ anos.

## **2.1 ANÁLISE DA PROBLEMÁTICA**

Mas com isso, volta à estaca zero, como expandir? onde? Qual estratégia de marketing utilizar para que a nova cidade de atuação fique sabendo que a agência WD Publicidade estará chegando com sua frota de carros de som, para auxiliar nas estratégias de vendas locais?

Seu público alvo são empresários, lojistas e gestores com idade média entre 25 à 45 anos, geralmente já estruturados em sua base familiar e com um certo alicerce também na empresa, porém com sede de crescimento como todo bom empreendedor.

Mas como esse potencial cliente vai ficar sabendo, por qual meio?

## **2.2 OBJETIVO**

Com estas informações em mãos, é hora de “arregaçar” as mangas e colocar a mão na massa para discutirmos como podemos solucionar este problema da empresa, para que não sofra mais com isso e não corra o risco de “Fechar as portas” por estar “atrasado no tempo.”

## **3 PROPOSTA DE SOLUÇÃO**

Por conta disso e da necessidade do público em potencial, identificamos neste projeto a necessidade em lançar mais um novo serviço, agora, partindo para o lado digital.. A agência WD Publicidade que só trabalhava com marketing offline, agora poderia também reestruturar e ofertar serviços de marketing digital. Mas, quem fará este serviço digital, sendo que até o momento era o próprio dono que ainda fazia- o pouco, para sua própria empresa?!

Pois bem, elaboramos adiante uma análise SWOT, para fazer a verificação se realmente precisamos incluir este serviço e identificar os pontos fortes e fracos, oportunidades e ameaças para assim podermos dar sequência no planejamento de crescimento da empresa.

#### 4 DETALHAMENTO DA PROPOSTA

Os serviços da WD publicidade - carro de som e locutor, são contratados por empresas (B2B), por meio dos gestores, proprietários, para fazer divulgação local das promoções da loja e atrair os consumidores finais. Durante todo o ano tem uma demanda bacana, mas quando chegam datas festivas como dia das mães, pais, namorados, natal etc, a demanda aumenta consideravelmente. Mesmo o preço dos serviços não sendo o mais barato se tratando em investimento em marketing, ainda tem uma boa aceitação no mercado. Porém, com o passar dos anos, tem crescido drasticamente o meio digital conforme pesquisa realizada pela IAB Brasil em parceria com a Nielsen em fevereiro de 2021, “63% dos respondentes de *buy side* declararam investir mais da metade de suas verbas totais de mídia em meios digitais. Destes, 20% declararam direcionar até 80% de seus investimentos para o digital”, onde a WD publicidade não atua e está perdendo espaço para a concorrência. Visto isso, e analisando o plano de expansão em que a empresa tem, de montar bases próprias de carros de som na região do ABC Paulista e na Região de Campinas, vamos unir o “Útil e agradável” e análise de informações, e contratar inicialmente um colaborador especialista na área digital, mais especificamente na área de Instagram e Facebook e google Ads para termos este apoio no crescimento e aumentar o leque de serviços.

#### ANALISE SWOT

<p><u>Força:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <u>Nome no mercado:</u></li> <li>- <u>Boa reputação:</u></li> <li>- <u>Serviços feito com toda transparência possível</u></li> </ul>	<p><u>Fraqueza:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <u>Atende somente via Offline:</u></li> <li>- <u>Pouco serviços no MIX:</u></li> <li>- <u>Custo alto para atender cidades mais longe.</u></li> </ul>
<p><u>Oportunidades:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <u>Ofertar serviços de Marketing Digital:</u></li> <li>- <u>Montar filiais em outras cidades.</u></li> </ul>	<p><u>Ameaça:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <u>Concorrência local:</u></li> <li>- <u>Preço não compatível com região de fora:</u></li> <li>- <u>Agências Digitais.</u></li> </ul>

Abaixo segue layouts prévios da campanha a ser realizada via Facebook e Instagram Ads, comunicando o público local que a WD Publicidade está chegando.

Arte simples, gerando curiosidade, qual serviços realmente a empresa irá oferecer na região, sendo assim, os interessados vão ficar atentos e se interessar em buscar mais informações.

### PRÉ CAMPANHA:



### CAMPANHA INAUGURAÇÃO:



## 5 BENEFÍCIOS, VANTAGENS E LUCRATIVIDADE

Com base própria na cidade de campinas, agora ao invés de ser agenciado/terceirizado os serviços dos clientes na região, a WD Publicidade atenderá com frota própria, reduzindo o custo para os clientes, aumentando a margem de lucratividade e melhor ainda, com probabilidade de ter um ticket médio maior, pois poderá ofertar serviços de gestão de redes sociais. Com o aumento de serviços em seu leque, poderá fazer espécie de combos de serviços, um agregando ao outro com benefício para ambas partes em todos os sentidos, tendo maior alcance, melhor retorno e com preço diferenciado, ainda com a fidelização de clientes através de descontos e bonificações diferenciais para clientes fixos. Vale lembrar que clientes WD, tem em algumas campanhas durante o ano, o chamado "Cashback", onde o cliente além de ter desconto, recebe serviços à mais do que for contratado durante a campanha, exemplo, neste mês de maio (Aniversário da WD publicidade), o cliente ganha 10% em serviços conforme campanha vigente,

Ou seja, o cliente contrata R\$1.000 em serviços e leva R\$1.100 para dar um Up na campanha promocional e fidelizar o cliente. Para facilitar, a forma de pagamento pode ser via PIX, boleto, transferência ou em espécie, o cliente acompanha de forma totalmente transparente os serviços e ao término da ação, é feito um relatório e enviado para análise do cliente no momento aproveitando o contato, já é feito também a coleta de um pós venda, perguntando o que o cliente achou da forma de trabalho, se tem algo que gostaria que fosse diferente para deixar o cliente satisfeito e a vontade para que sugira alterações afins de melhorias nos processos de atendimento e execução dos serviços, e com isso, a WD publicidade segue em crescente com a satisfação e fidelização dos clientes.



## 6 CONCLUSÃO

Concluimos que, para solucionar o problema da empresa WD Publicidade, “dois em um” (O próprio marketing digital da agência e para atender aos potenciais clientes), a melhor opção para não perder mercado, agregar valor para os atuais e novos clientes e continuar com o plano de expansão, é realmente contratar um especialista em marketing digital, sendo assim, o mesmo fará a campanha direcionada nas novas praças do plano de expansão com uma “pré ação”, analisa o engajamento e potencial demanda, e na sequência a empresa faz as instalações físicas das estruturas e o lançamento oficial da base na determinada região.

Para isso, a análise de perfil do candidato é indispensável, atentar se ao currículo, experiências anteriores e referências.

Enfim, sendo assim, o plano de expansão dará continuidade de forma sustentável e equilibrada, agregando valor tanto para a WD Publicidade quanto para os clientes e com tudo isso, tomando as decisões de crescimento no mercado off e online, e crescimento do faturamento da empresa.

**REFERÊNCIAS:**

- SOUZA**, Yascara, As Tendências do mercado publicitário em 2021. Mercado Digital, 2021.
- STRALIOTTO**, Ariadna, Censo de agências para o mercado publicitário 2021, Tendências e oportunidades, 2021.
- IAB Brasil**, Previsões e tendências de investimentos em publicidade para 2021. São Paulo 2021.
- Martins**, Wesley, Informações e história da WD publicidade. Caraguatatuba, 2021
- Tradutor**, Google Resumo, 2021.
- Manual Normalização. Unisa, 2018.

**LINKS DE REFERÊNCIA DE PESQUISAS:**

<https://techbreak.ig.com.br/as-tendencias-do-mercado-publicitario-em-2021/>

<https://blog.operand.com.br/censo-de-agencias-o-mercado-publicitario-2021-2/>

<https://wdpublicidade.com.br/>

<https://iabbrasil.com.br/pesquisa-traz-previsoes-e-tendencias-de-investimento-em-publicidade-para-2021/#:~:text=Pesquisa%20traz%20previs%C3%B5es%20e%20tend%C3%Aancias%20de%20investimento%20em%20publicidade%20para%2021,-Em%20sua%20segunda&text=Quanto%20aos%20formatos%2C%2027%25%20dos.e%2018%25%20para%20Native%20Advertising.>

[https://www.google.com.br/search?q=tradutor+para+ingles&sxsrf=ALeKk01xqU6LzyVJHTmqm-SNqcoMZLrjEA%3A1621659973511&source=hp&ei=RZGoYNXDHJre1sQPhcOuiAc&iflsig=AINFCbYAAAAAYKifVWdJcjo\\_a-x3v7wBA8JE6Smz3auD&og=gs\\_lcp=Cgdnd3Mtd2l6EAMyADIECCMQJzIICAAQsQMqgwEyCAgAELED EIMBMgUIABCxAzICCAAyBQgAELEDMggIABCxAxCDATICCAAyAggAMgIADoKCAAQsQMqgwEQQzoECAAQQzoOCAAQsQMqgwEQxwEQrWE6AgguOgUILhCxAzO HCAAQsQMqQ1DrBVjSD2DnJGgAcAB4AIABblgB9AOSAQMyljOYAQCgAQGqAQ dnd3Mtd2l6&sclient=gws-wiz](https://www.google.com.br/search?q=tradutor+para+ingles&sxsrf=ALeKk01xqU6LzyVJHTmqm-SNqcoMZLrjEA%3A1621659973511&source=hp&ei=RZGoYNXDHJre1sQPhcOuiAc&iflsig=AINFCbYAAAAAYKifVWdJcjo_a-x3v7wBA8JE6Smz3auD&og=gs_lcp=Cgdnd3Mtd2l6EAMyADIECCMQJzIICAAQsQMqgwEyCAgAELED EIMBMgUIABCxAzICCAAyBQgAELEDMggIABCxAxCDATICCAAyAggAMgIADoKCAAQsQMqgwEQQzoECAAQQzoOCAAQsQMqgwEQxwEQrWE6AgguOgUILhCxAzO HCAAQsQMqQ1DrBVjSD2DnJGgAcAB4AIABblgB9AOSAQMyljOYAQCgAQGqAQ dnd3Mtd2l6&sclient=gws-wiz)