

# Introdução ao Plano de mídias

BY  
CO

**ROCKY**  
FULL DIGITAL PERFORMANCE



## Plano de Mídias



Maior retorno  
Menor custo

Definição das  
ações

Plano de  
Mídias

Ações ideais

Objetivos  
atingidos

## Plano de Mídias



O Plano de mídias é um trabalho estratégico e que tem como finalidade, definir quais canais de divulgação serão usados e como.

As definições estratégicas têm como proposta o sucesso das ações, ou seja, chegar na meta desejada.



**Público-alvo:** Se comunicar com o público interessado no seu produto ou serviço, da maneira mais assertiva possível, assim, nossas chances de sucesso serão maiores.

**Orçamento:** Utilizar o orçamento de maneira inteligente, buscar os canais mais estratégicos para nossos objetivos, sendo certo e produtivo e encontrar as mídias que possibilitam os melhores resultados dentro da nossa realidade financeira.





**Canais:** Definir canais de veiculação das campanhas garantindo uma comunicação assertiva entre empresa e público e buscar o canal em que o público-alvo está, a etapa mais adequada para impactar esse público e usar uma comunicação assertiva para despertar seu interesse.

**Análise do mercado:** Explorar as mídias com melhor perspectiva de trazer resultados esperados, além de entender o momento do mercado.



**Persona:** Entender a persona do seu negócio para se comunicar de forma assertiva e no momento certo com seu público. Além de saber algumas características do seu público, você terá informações valiosas como interesses, comportamentos, desejos e hábitos comuns.

**Personalidade e comunicação:** Consumidores esperam que uma empresa se comunique dentro de um tom e uma linguagem específicos. A escolha das mídias deve ser feita de acordo com a possibilidade de exercer essa personalidade, se comunicando com o público, seja através de vídeos, textos ou criativos.



**Obrigada**