



> AQUI, CONVERTEMOS
IDEIAS EM **RESULTADOS.**



SAIBA **COMO**

1. Quem somos <…>
2. Nossa gestão <…>
3. Soluções <…>
4. Metodologia <…>
5. Fale conosco <…>



1. QUEM SOMOS

A **Fuchs Inteligência Digital** é uma agência com mais de 10 anos de atuação em Santa Catarina que oferece consultoria e assessoria de COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL e MARKETING ESTRATÉGICO. Voltada para micro, pequenas e médias empresas, a **Fuchs ID** aplica técnicas e ferramentas das grandes companhias para desenvolver e acelerar negócios dos mais variados segmentos e idades, inserindo todos no **universo inovador do Marketing 5.0**.

Nossa estratégia envolve elementos de **Marketing, Branding, Comunicação Empresarial** e passa por etapas como análise de comportamento de consumo, avaliação da concorrência e mensuração de resultados para tornar as MARCAS MAIS CONSISTENTES, SUSTENTÁVEIS E ENGAJADAS com os públicos de interesse.

Utilizamos o *Design Thinking* para diagnosticar o negócio e traçar um Plano de Ação pautado por soluções modernas, criativas, rentáveis e personalizadas. Assumimos do PLANEJAMENTO à EXECUÇÃO do trabalho ou orientamos as equipes das empresas para que conduzam com foco em **RESULTADO**.

Conheça nossas SOLUÇÕES e nossa **METODOLOGIA** e desvende um potencial de mercado e do seu negócio até então pouco explorado para, finalmente, criar um **vínculo emocional** e duradouro com o público.



2. NOSSA GESTÃO

Quem **conduz** o time de trabalho é a consultora e mentora **Danielle Fuchs**. Com mais de 20 anos de experiência na cadeia de COMUNICAÇÃO e MARKETING, a profissional é formada em Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo, pela Univali, tem especialização em Marketing Empresarial e MBA em Marketing Digital pela Uniasselvi e Faculdade Metropolitana.

Foi *Publisher* da Mundi Editora, então maior editora de revistas customizadas e digitais do **Estado de SC**, e esteve à frente da Ymbos Propaganda. Como jornalista, atuou por quase 10 anos no Grupo RBS (hoje NSC) como repórter de Política e editora de Economia. Também foi correspondente do jornal A Notícia no Planalto Norte e editora-chefe da Folha de Blumenau.

À frente da Fuchs Comunicação Estratégica – hoje **Fuchs Inteligência Digital** – há 11 anos, a paranaense radicada em SC contribuiu com o desenvolvimento de inúmeras empresas do Estado onde atua e, em 2021, lançou o **Portal iMulher | A Revista Digital d’Elas**, para estimular, conectar e capacitar mulheres economicamente ativas.

Danielle tem envolvimento direto com o **universo feminino** desde 2015, quando ingressou no movimento associativista, vindo a ser vice-presidente de Marketing da Acibalc e do CEME (Conselho Estadual da Mulher Empresária de SC).





NOSSAS SOLUÇÕES





Consultoria, Mentoria e Projetos <...>



Marketing de Conteúdo <...>



Marketing Digital e Infoprodutos <...>



Gestão de Mídias Sociais <...>



Palestras e Cursos <...>



Portal iMulher | A Revista Digital d'Elas <...>





CONSULTORIA, MENTORIA

E PROJETOS ○ ○ ○

“

O objetivo do marketing é entender o consumidor tão bem que o produto ou serviço se ajuste a ele e se venda sozinho.”

– Peter Drucker, escritor e professor



Sua empresa tem características únicas, mas vem adotando **sem sucesso** técnicas conhecidas no mercado para ter visibilidade e vender? O resultado alcançado está **aquém do esperado** e os investimentos em tempo e recurso estão desproporcionais aos ganhos? Por fim, a estratégia adotada **não conecta** a marca ao público-alvo como deveria? O que está ERRADO, afinal? Algo entre PLANEJAMENTO e PERSONALIDADE!

Adotar ferramentas e técnicas que estão despontando no mercado é **providencial**, mas é preciso planejar as ações e adequá-las ao perfil do seu negócio. Cada empresa tem o próprio orçamento, objetivo de marketing e proposta valor. Reproduzir a estratégia de concorrentes ou grandes companhias sem levar em conta as **especificidades do negócio** é um tiro no pé.

Antes de entrar em ação no mercado é preciso colocar a 'mão na massa' com um bom PLANEJAMENTO DE COMUNICAÇÃO E MARKETING, estratégia que passa pelo Plano de Marketing de Conteúdo e Plano de Marketing Digital e Off-line. Lançar canais aleatoriamente, sem identificar o **perfil do melhor cliente**, seu comportamento de consumo e necessidades, é prejuízo certo.



O que podemos fazer por VOCÊ:

- Elaboração de Diagnóstico e Planejamento de Comunicação e Marketing com definição de Persona, Mapa de Empatia, Jornada de Compra do Cliente, Mix de Marketing e Canvas.
- Implantação do Setor de Comunicação e Marketing na empresa.
- Elaboração de Projetos Editoriais (jornais, revistas customizadas, livros e outros produtos).
- Consultoria ou Mentoria para tornar as ações da sua equipe mais assertivas.



MARKETING DE CONTEÚDO ○○○



*Conteúdo constrói relacionamentos.
Relacionamentos são baseados em confiança.
Confiança gera receita.”*

– Andrew Davis, diretor e produtor de cinema



Para ter popularidade nos dias de hoje é essencial buscar **visibilidade online**, mas para ganhar e reter a atenção do público antes e depois da venda, ou seja, para se **destacar** e virar **autoridade** é preciso trabalhar com **MARKETING DE CONTEÚDO**.

O Marketing de Conteúdo é o principal pilar do Marketing Digital e do Marketing Tradicional. Juntos eles são responsáveis por buscar e manter clientes nas empresas. Explicando: trata-se da estratégia responsável pela **criação e distribuição de conteúdo relevante e diversificado** que não promove explicitamente a marca, mas garante um relacionamento contínuo e qualificado com os públicos de interesse.

O Marketing de Conteúdo está relacionado com a **Jornada de Compra do Cliente** e tem o objetivo de captar, educar, entreter e resolver os problemas da Persona e dos Clientes Ideais, gerando uma **conexão emocional** entres as partes.

O trabalho segue **5 etapas**: **ATRAIR** (o visitante desconhecido | audiência); **CONVERTER** (de visitante a potencial cliente | assinante); **RELACIONAR** (qualificar como lead); **VENDER**; (de lead a cliente) e **ANALISAR** (mensurar resultados).

Em cada uma dessas etapas diferentes tipos de conteúdo (multimídia) e canais (online ou offline) são utilizados para promover o engajamento do público. A estratégia como um todo leva em conta o **Planejamento Estratégico**, o **Posicionamento**, a **Proposta de Valor** e os **Objetivos de Marketing** da empresa.



ETAPAS DO MARKETING DE CONTEÚDO

 **PRODUZIR CONTEÚDO OTIMIZAR CONTEÚDO, COMPRAR MÍDIA**

 **OFERTAS, LANDING PAGES**

 **MÍDIAS SOCIAIS, MAIL MARKETING, NUTRIÇÃO DE LEADS**

 **QUALIFICAR OS LEADS, ABORDAR NO MOMENTO CERTO ALINHAMENTO ENTRE MARKETING E VENDAS**

 **OTIMIZAR AS ETAPAS ANTERIORES**





Algumas possibilidades que podem integrar uma estratégia de Marketing de Conteúdo

CONTEÚDO para **Mídias Sociais**



CONTEÚDO OFF-LINE para **Outdoor e Placas**



CONTEÚDO para **Mídia Indoor**



CONTEÚDO para **Anúncios em diferentes Mídias ON e OFF**



CONTEÚDO INTERATIVO para **Reels e Podcast**



MARKETING DIGITAL E INFOPRODUTOS ○○○



*“Satisfazer os clientes não é mais o suficiente:
é preciso encantá-los”*

*– Philip Kotler, reconhecido como o pai do
marketing moderno*



Aumentar a **visibilidade digital** das marcas em diferentes **canais**, com ferramentas modernas e sustentação em uma estratégia de **Marketing de Conteúdo**. Este é o foco do **MARKETING DIGITAL**.

Além de adotar táticas conhecidas no mercado que garantem mais alcance e segmentação, como ações de **Google ADS**, **SEO** e **Email/WhatsApp Marketing**, o modelo possibilita criar Infoprodutos exclusivos para **potencializar os resultados**.

Quem usa a internet há bastante tempo certamente já consumiu um Infoproduto. Trata-se de um **produto não tangível de informação** que está disponível nos mais diversos locais e formatos. São produtos digitais que têm como objetivo educar sobre um tópico específico, auxiliar na resolução de um problema ou facilitar a execução de tarefas.

São distribuídos somente pela internet, ou seja, têm o processo de aquisição totalmente virtual e geralmente podem ser acessados de qualquer lugar, o que lhes confere **alta escalabilidade** e possibilita que os gestores concentrem o **foco nas vendas** e num suporte de qualidade. Normalmente eles vêm associados a uma estratégia de **Inbound Marketing**.



Algumas possibilidades de **INFOPRODUTO**

Ebook
Podcast
Audiobook
Revista eletrônica
Webinar
Newsletter

Algumas **VANTAGENS** da estratégia

É mensurável
Gera mais alcance
Fácil adequação
Ótimo custo-benefício
Permite segmentação
Traz competitividade



GESTÃO DE MÍDIAS SOCIAIS ○○○



É um diálogo, não um monólogo. Social Media é mais como um telefone do que como uma televisão.”

– Amy Jo Martin, fundadora da Digital Royalty



PALESTRAS E CURSOS ○○○

“

O sucesso é ir de fracasso em fracasso sem perder o entusiasmo.”

– Winston Churchill.



Interação

Conexão

Motivação

Conhecimento

Transformação

Com *expertise* de mais de 10 anos na cadeia de **Comunicação e Marketing**, dispomos de várias palestras, cursos e workshops na área, seja para pessoa física (autônomos, empreendedores, estudantes) ou jurídica (empresas).

O conteúdo pode ser disponibilizado presencialmente (privado ou em grupo), online ou híbrido e o escopo pode ser **personalizado** conforme a demanda.

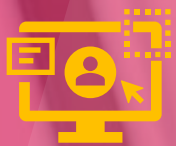
Conteúdos dessa natureza **motivam**, auxiliam no **desenvolvimento** e na **produtividade** dos profissionais, uma vez que agem nas suas reais necessidades.



Algumas
POSSIBILIDADES

- Noções de **Marketing** para empreendedores
- Introdução ao **Marketing Digital**
- **Mídias Sociais** para Resultado
- **Conteúdo** que Converte
- **Instagram** para Empresas
- **Planejamento** de Marketing
- Noções de **SEO** para performar no **Google**





PORTAL iMULHER

A REVISTA DIGITAL D'ELAS ○○○

+ EXPANSÃO

+ CONEXÃO

+ INOVAÇÃO



O *Portal iMulher* é uma **revista digital em formato de portal** dedicada a criar conteúdo multimídia e disseminar conhecimento entre mulheres economicamente ativas para expandir horizontes, estimular o pensamento crítico e conectar mentes curiosas em busca de **evolução**.

O canal foi lançado em **julho de 2021** com uma Linha Editorial orientada para os públicos B2B e B2C, que destaca: negócios, qualidade de vida, desenvolvimento humano, tecnologia, associativismo, marketing, carreiras, comportamento, estilo, entre outros temas do universo feminino.

O público é qualificado e com **poder de decisão**. São empresárias, empreendedoras, executivas, investidoras, profissionais liberais entre outras mulheres economicamente ativas em busca de novos conhecimentos.


A proposta é aumentar a **presença digital d'ELAS** e de todos os envolvidos no processo para **fomentar negócios e aprendizado**.



iMulher PORTAL
A REVISTA DIGITAL D'ELAS

www.portalimulher.com.br

Porque
DIGITAL

- 
- Mais **exposição**
 - **Custo** reduzido
 - Atendimento **ágil**
 - **Respeito** ambiental
 - **Resultados** mais rápidos
 - Segmentação do **público**
 - **Flexibilidade** de investimento
 - Fácil **mensuração** de resultado



OPORTUNIDADES COMERCIAIS

Infoprodutos

- E-books, Lives e Podcasts,
- Story animado temático,
- Vídeo Institucional / Comercial,
- Publish Editorial,
- Newsletter,
- Postagem social.

Qualificação

- Cursos e Mentorias;
- Palestras e Workshops;
- Podcasts e Vídeos;
- Livros e eBooks.

Edições Especiais

- Conteúdo multimídia + Ação Online.

Conteúdo segmentado e personalizado.



Newsletter
semanal



Post/StoryReels nas
Mídias Sociais do portal



Banners 728 x 90



Banners 950 x 90





NOSSA METODOLOGIA ○ ○ ○



O Marketing é um **setor estratégico** para manter as empresas bem-posicionadas no mercado. Ele é responsável pela **visibilidade e reputação das marcas** perante o público. Por isso é fundamental pensar e planejar cada ação que será implementada, considerando aspectos como prazos, canais, público-alvo, orçamento, design, entre outros. O Plano de Marketing é uma **ferramenta de apoio à gestão** que contribui com a manutenção da **competitividade** neste mercado volátil.

Com o objetivo de alcançar com mais assertividade os objetivos organizacionais dos clientes, a **Fuchs Inteligência Digital** aplica uma **METODOLOGIA** que segue o pensamento científico para estruturar as ações e gerar **resultados positivos** no menor tempo possível.

O método envolve desde pesquisas até a mensuração de resultados, e tem suas particularidades, dependendo da **abordagem escolhida**. Esse mapa de estratégias que será utilizado para que as empresas atinjam as metas e objetivos definidos é uma **linha de conduta** que exige elevado grau de conhecimento a respeito do mercado, das pessoas, dos produtos e dos serviços. Por isso deve ser aplicado com tempo, **comprometimento** e mente aberta.

Confira nossa METODOLOGIA e entenda por que a **Fuchs ID** recomenda fugir de modelos prontos e estratégias ultrapassadas que já não trazem resultado, mas consomem recursos e tempo.



Prazo mínimo de 40 dias

NOSSA METODOLOGIA

Observação/
Conhecimento
prévio

1. Análise de Briefing

- Roteiro contendo informações diversas coletadas com o cliente.

2. Pesquisa de Mercado

- Avaliação do segmento, dos concorrentes diretos e indiretos e dos clientes atuais para identificação de elementos para inspirar e compor o Plano.

3. Avaliação da Marca

- Avaliação dos elementos do Branding: canais utilizados, identidade visual, linguagem adotada, conteúdo publicado/veiculado, público-alvo, rotina de publicações, métricas e parceiros.

4. Canvas de Marketing

- Mapa de orientação do Plano, com definição de Persona, Mapa de Empatia, Proposta de Valor, Rotina de trabalho, Parceiros potenciais, Ferramentas a serem utilizados, Canais escolhidos, Orçamento de Marketing, Objetivo de Marketing, Métricas adotadas e resumo da Atividade-chave.

Validação/Rejeição

5. Validação da Persona

- Pesquisa online com formulário Google para validar a Persona escolhida, assim como as demais diretrizes do Plano. Levantamento feito com público similar a Persona escolhida.

6. Plano Marketing de
Conteúdo

- Elaboração do plano que determina o tipo de conteúdo a ser veiculado em cada uma das 5 etapas da Jornada de Compra da Persona.

7. Plano de Marketing Digital
+ Mídias Offline

- Elaboração do plano de distribuição do conteúdo orgânico, do conteúdo para Tráfego (pago) e do Plano Off-line para nutrir os canais escolhidos.

8. Geração de Conteúdo

- Produção de conteúdo estratégico (Copy) para nutrir os canais em todas as etapas da Jornada de Compra.

Experimentos
/
Testes

9. Cronograma de
Publicações

- Planilha com a distribuição do conteúdo nos respectivos dias, horários e canais estabelecidos.

10. Planilha de Métricas

- Planilha com os indicadores de Marketing escolhidos para serem analisados todos os meses.

Explicação
da Teoria

11. Início das Publicações

- Inícios das publicações nos canais determinados, a serem feitas, no mínimo, 3 x por semana.

Execução da Teoria

12. Mensuração de
Resultados

- Análise mensal dos indicadores de Marketing para acompanhamento.

Validação
/Rejeição/novos
conhecimentos

13. Revisão do Plano

- Avaliação dos indicadores do trimestre para encaminhar eventuais ajustes no plano.





ALGUNS CLIENTES

JÁ ATENDIDOS ○ ○ ○



MURILOBEDUSCHI
CIRURGIA PLÁSTICA
CRM/SC 16.670 • RQE 16.114



NUMEA



Canal
Permita-se
Com Estela Schaab



Hiperfórmulas
FARMÁCIA DE MANIPULAÇÃO

FASHION
**LAW
& LUXO**
por Frederica Richter

VCV VESTE
COM
VOCÊ

ALHOFREE®



Sh HOLZ
GESTÃO CONDOMINIAL



**Voltaire
Dandreaux Silva**

DNA
EDITORA

**EDIFIC
CONSTRUÇÕES**

mundi

**ONEKÃO
COWORKING**
ESCRITÓRIO COMPARTILHADO



MAIS INFORMAÇÕES



 www.fuchsinteligenciadigital.com.br

#fuchscomunica



Até breve!

Danielle Fuchs

Diretora , mentora e designer de conteúdo

 danielle@fuchsinteligenciadigital.com.br

+ 55 (47) 9 9653.6961 (VIVO) 

@fuchsce 

/fuchscomunica 

/fuchs inteligência digital 

<https://t.me/fuchscomunica> 