

Estudo Económico de Desenvolvimento da Fileira do Medronho

Plano de Marketing e Promoção



Índice

1 Introdução.....	3
2 Objetivos e Dimensões	4
3 Estratégia de Marketing e Promoção	6
4 Ações e meios de comunicação	8

1 | INTRODUÇÃO

O Plano de Marketing e Promoção do Estudo Económico para o Desenvolvimento da Fileira do Medronho visa definir, numa ótica operacional, quais os públicos-alvo, ações e meios de comunicação a envolver.

O presente documento encontra-se alinhado com os objetivos estratégicos para o desenvolvimento da fileira do medronho e as ações definidas no Plano de Implementação do estudo.

O documento encontra-se organizado em 4 capítulos:

1. **Introdução** – Presente capítulo, explicita o âmbito do plano e a sua organização;
2. **Objetivos e Dimensões** – Explicita quais os objetivos que se pretende atingir e quais as dimensões do plano;
3. **Estratégia de Marketing e Promoção** – Expõe a quem comunicar, porquê comunicar e como comunicar, isto é, quais os segmentos e targets a atingir, porquê e quais os meios comunicacionais a utilizar.
4. **Ações e Meios de Comunicação** – Detalha as características das ações e meios de comunicação a utilizar para cada segmento e a respectiva calendarização, orçamentação e responsáveis.


2 | OBJETIVOS E DIMENSÕES

Objetivos

Este plano, de carácter operacional, visa apresentar como o estudo realizado pode vir a dinamizar a fileira do medronho, atingir os objetivos estratégicos preconizados para o seu desenvolvimento e potenciar o impacto social, económico e ambiental do desenvolvimento do sector.

Os três grandes objetivos deste plano são:

Figura 1 – Objetivos do Plano de Marketing e Promoção



Objetivos

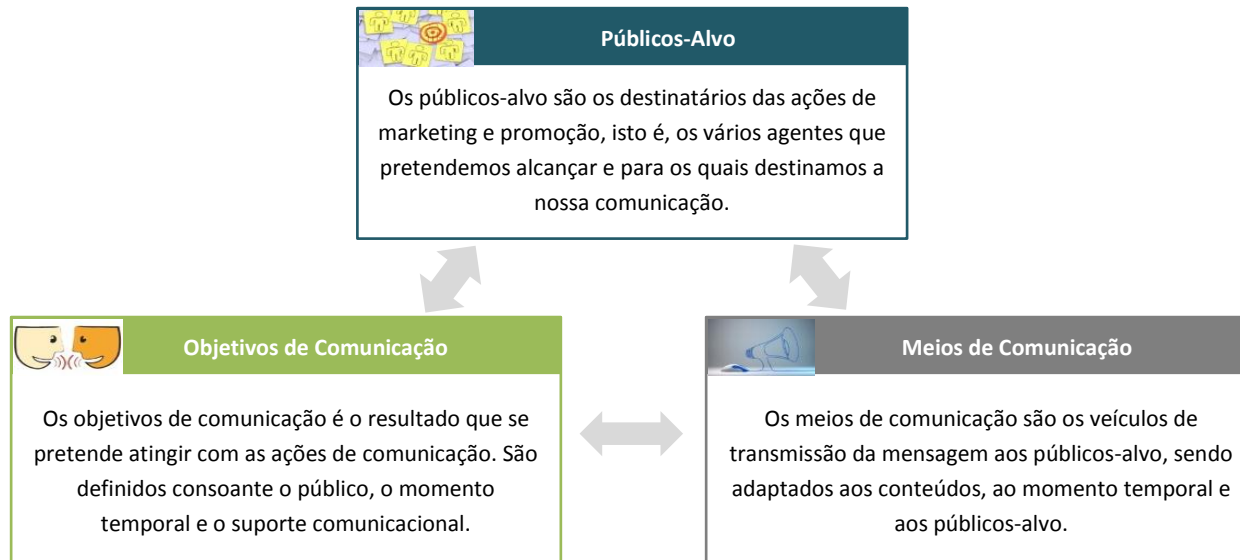
1. Identificar quais os segmentos e públicos-alvo sobre os quais deve incidir a promoção do estudo sobre a fileira do medronho
2. Delinear as ações e objetivos a atingir para cada público-alvo
3. Definir as ações e os meios de comunicação a concretizar e respetiva calendarização, orçamentação e responsáveis.

Se, por um lado, importa definir a quem comunicar, por outro é crítico compreender quais as necessidades de informação de modo a definir o posicionamento e os instrumentos a utilizar na comunicação. Adicionalmente devem ser definidas as prioridades de atuação, os responsáveis e as metas a alcançar.

Dimensões

O plano de marketing e promoção foi desenvolvido no sentido de garantir o alinhamento entre três grandes componentes, interligadas entre si: público-alvo, objetivos de comunicação e meios de comunicação, tal como exposto abaixo:

Figura 2 – Dimensões do Plano de Marketing e Promoção



3 | ESTRATÉGIA DE MARKETING E PROMOÇÃO

A estratégia de marketing e promoção permite compreender quais os públicos-alvo a comunicar o estudo, qual o objetivo e de que forma o fazer.

Neste sentido, foram definidos como públicos-alvo: os proprietários e produtores de medronho e produtos à base de medronho, as associações florestais, potenciais investidores, as universidades, as Autarquias e o Ministério da Agricultura.

Os diferentes públicos-alvo são diferenciados e apresentam necessidades específicas de informação pelo que importa definir quais os objetivos de comunicação para cada um e quais os meios de comunicação a utilizar.

A tabela seguinte detalha quais os públicos-alvo definidos para a divulgação e promoção do Estudo, os respetivos objetivos e meios de comunicação.

Tabela 1 – Público-Alvo, Objetivos e Meios de Comunicação/ Ações

PÚBLICO-ALVO	OBJETIVOS	MEIOS DE COMUNICAÇÃO/AÇÕES
PROPRIETÁRIOS E PRODUTORES FLORESTAIS	<ul style="list-style-type: none"> • Apresentação do estudo e discussão sobre o seu papel no: i) aumento da produtividade das explorações; ii) utilização de novas técnicas de plantação e produção; iii) necessidade de cooperação na fileira e de agregação de produtores; e iv) necessidade de estabelecimento de parcerias com o meio universitário. 	<ul style="list-style-type: none"> • Apresentação do estudo nas próximas Jornadas do Medronho • Folhetos informativos • Micro-website do estudo integrado no website do Fórum Florestal • Ligação às Redes Sociais
ASSOCIAÇÕES DE PROPRIETÁRIOS E PRODUTORES FLORESTAIS	<ul style="list-style-type: none"> • Apresentação do estudo e discussão sobre o papel das associações para o desenvolvimento da fileira, nomeadamente em termos de: i) promoção da criação e sistematização do conhecimento sobre a espécie e as suas utilizações; ii) formação dos associados (proprietários e produtores florestais); iii) valorização do medronho e dos produtos derivados; e iv) exploração de novos canais de comercialização e novos públicos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Road Shows pelas associações de maior relevância no setor • Folhetos informativos • Booklet para apresentação institucional • Micro-website do estudo integrado no website do Fórum Florestal

INVESTIDORES	<ul style="list-style-type: none"> Sensibilização para o potencial económico da fileira e ações a desenvolver com vista ao aumento da produtividade e da rentabilidade do setor. 	<ul style="list-style-type: none"> Road Shows de apresentação do estudo a investidores Booklet para apresentação institucional
UNIVERSIDADES	<ul style="list-style-type: none"> Sensibilização para a importância que o meio universitário tem na investigação e no apoio aos proprietários e produtores florestais. 	<ul style="list-style-type: none"> Reuniões de apresentação do estudo Booklet para apresentação institucional Micro-website do estudo integrado no website do Fórum Florestal
AUTARQUIAS	<ul style="list-style-type: none"> Sensibilização para a importância das Autarquias no apoio aos proprietários e produtores florestais, em termos de promoção dos produtos regionais, participação em Feiras e Eventos agroalimentares, obtenção de financiamento e fiscalização. 	<ul style="list-style-type: none"> Reuniões de apresentação do estudo Booklet para apresentação institucional
MINISTÉRIO DA AGRICULTURA	<ul style="list-style-type: none"> Apresentação das necessidades da fileira e sensibilização para ações da responsabilidade estatal, nomeadamente a inclusão do medronheiro no Inventário Florestal Nacional, na criação de Denominações de Origem Protegida e na obtenção de financiamento para o desenvolvimento da fileira. 	<ul style="list-style-type: none"> Sessão de apresentação formal do estudo Booklet para apresentação institucional
POPULAÇÃO EM GERAL	<ul style="list-style-type: none"> Dar a conhecer o estudo a todos os interessados por esta temática. 	<ul style="list-style-type: none"> Micro-website do estudo integrado no website do Fórum Florestal Ligação às Redes Sociais

4 | AÇÕES E MEIOS DE COMUNICAÇÃO

As ações definidas para os diferentes públicos-alvo serão realizadas entre final deste ano e início de 2013 e terão como principal promotor o Fórum Florestal.

Tabela 2 – Meios de Comunicação/ Ações, Público-Alvo, Calendarização, Orçamentação e Responsável

MEIOS DE COMUNICAÇÃO/ AÇÕES	PÚBLICO-ALVO	CALENDARIZAÇÃO	ORÇAMENTAÇÃO	RESPONSÁVEL
• ROAD SHOW/ SESSÕES DE APRESENTAÇÃO DO ESTUDO	<ul style="list-style-type: none"> • Proprietários • Produtores • Associações Florestais 	• Janeiro – Março 2013	<ul style="list-style-type: none"> • 240€ (Preparação) • 760€ por Sessão 	• Fórum Florestal
• REUNIÕES INDIVIDUAIS DE APRESENTAÇÃO	<ul style="list-style-type: none"> • Investidores • Universidades • Autarquias 	• Janeiro – Março 2013	• 300 € por Reunião	• Fórum Florestal
• SESSÃO DE APRESENTAÇÃO FORMAL DO ESTUDO	• Ministério da Agricultura	• Fevereiro/Março 2013	• 300 €	• Fórum Florestal
• BOOKLET DE APRESENTAÇÃO INSTITUCIONAL DO ESTUDO	<ul style="list-style-type: none"> • Associações Florestais • Investidores • Universidades • Autarquias • Ministério da Agricultura 	• Dezembro 2012	• 1.500 €	• Fórum Florestal

• FOLHETOS INFORMATIVOS	<ul style="list-style-type: none">• Proprietários• Produtores• Associações Florestais	• Dezembro 2012	• 600 €	• Fórum Florestal
• MICRO-WEBSITE DO ESTUDO INTEGRADO NO WEBSITE DO FÓRUM FLORESTAL	<ul style="list-style-type: none">• Proprietários• Produtores• Associações Florestais• Universidades• População em Geral	• Janeiro 2013	• 480 €	• Fórum Florestal
• REDES SOCIAIS	<ul style="list-style-type: none">• Proprietários• Produtores• Associações Florestais• Universidades• População em Geral	• Janeiro 2013	• 120 €	• Fórum Florestal
