## OBJETIVOS DO MARKETING E SUA COMUNICAÇÃO

| MARCA | INSTITUCIONAL | PROMOÇÃO | GERAÇÃO DE DEMANDA | MD | COMUNICAÇÃO NA WEB | E-COMMERCE | E-MAIL MARKETING | INCENTIVO | RELACIONAMENTO | NEGÓCIO | PONTO DE VENDA | OUTRAS ATIVIDADES |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | | | | | | | | |
| Posicionamento | Responsabilidade Social | | | | | | | Milhagem | | | | Eventos |
| | Eco Responsabilidade | | | | | | | | | | | |

## PÚBLICO ALVO (Principal)

| | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| cliente / Usuário final | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | | X | X |
| parceiros no canal: distribuidor, revendedor, franqueado, etc | X | X | X | | | X | | X | X | X | X | X | X |
| outros parceiros: provedor de soluções, integrador de tecnologias, etc | X | X | X | X | | X | | X | X | X | X | X | X |
| força de vendas | X | X | X | | | X | | X | X | X | X | | X |
| público interno | X | X | | | | X | | X | X | X | | | X |

## TIPO DE AGÊNCIA MAIS QUALIFICADA

| | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| tradicional | X | X | X | X | | | | | | | | | |
| digital | | X | X | X | | X | X | X | | | | X | |
| estudio, oficina ou fábrica criativa, birô ou similares | X | X | X | X | | | | X | | | | | |
| de marketing direto | | | X | X | X | | X | X | | X | | | |
| DE MARKETING DE CANAL | X | X | X | X | | X | | X | X | X | X | | |
| de marketing de incentivo | | | | X | | | | X | X | X | | X | |
| de eventos | | | | | | | | | | | | X | X |