

# PLANEJAMENTO DE COMUNICAÇÃO

## ESTRUTURA DE PLANEJAMENTO DE COMUNICAÇÃO

O planejamento de comunicação tem como objetivo pautar os principais elementos que irão compor as mensagens com o público-alvo. A comunicação deve ser aplicada de forma adequada a cada público consumidor. O planejamento de mídia apresenta as plataformas de comunicação que serão utilizadas para impactar o público-alvo. Este planejamento é fundamentado em definições mercadológicas e estratégicas de uma empresa ou organização.

### 1. Introdução

#### 2. Plano de Comunicação

##### 2.1 Orçamento de comunicação

##### 2.2 Problema de comunicação

##### 2.3 Análise da Concorrência

##### 2.4 Objetivo de comunicação

##### 2.5 Análise de Público

##### 2.5.1 Definições demográficas

##### 2.5.2 Definições comportamentais

##### 2.5.3 Persona(s)

##### 2.6 Estratégia de Comunicação

##### 2.6.1 Mote de Campanha

##### 2.6.2 Linguagem

##### 2.6.3 Tipografia

##### 2.6.4 Cores

##### 2.6.5 Elementos gráficos

##### 2.6.6 Ações de Comunicação

### 3. Objetivos de Mídia

#### 3.1 Verba

#### 3.2 Cobertura

#### 3.3 Período de campanha

#### 3.4 Fases da campanha

### 4. Estratégia de Mídia

#### 4.1 Meios eletrônicos

#### 4.2 Meios impressos

#### 4.3 Meios alternativos

### 5. Táticas de Mídia

#### 5.1 Veículos eletrônicos

#### 5.2 Veículos impressos

#### 5.3 Veículos alternativos

### 6. Inserções

#### 6.1 Veículos eletrônicos

#### 6.2 Veículos impressos

#### 6.3 Veículos alternativos

### 7. Orçamento

#### 7.1 Meios eletrônicos

#### 7.2 Meios impressos

#### 7.3 Meios alternativos

#### 7.4 Aplicação da verba