



PROJETO DE PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO PARA ARTETOCA, COM FOCO NO MARKETING DIGITAL

Armando Jesus de Oliveira

Fábio da Silva Guidoni

Geovane Lacerda Satler

Théo Prata de Oliveira

Vanessa Almeida de Abreu¹

Prof^a Tatiana da Lus Santos Farias²

Introdução: Por meio do projeto de extensão do curso de Planejamento e Gestão Estratégica, os alunos do presente trabalho se dedicaram à inserção no estudo da gestão do ateliê de artes Artetoca e apresentar formas de inovação e sugestões no tocante ao *marketing* digital para comercialização de seus produtos. Trata-se de uma empresa voltada para os públicos de segmentos A e B, que fabrica obras de arte personalizadas e de caráter exclusivo. O intuito de inserção no trabalho de consultoria por parte do grupo de alunos se deve ao objetivo de explorar formas de maior abrangência de divulgação de suas obras através do *marketing* de uso das mídias sociais e também por intermédio da criação de um website para vendas de seus produtos em todo o território nacional. As formas de coleta de imagens (por fotografias ou vídeos) para posterior divulgação e estudos sobre cronogramas de atendimento às demandas da empresa obtiveram maior destaque nessa tratativa. **Objetivos:** Como forma de estratégias de uso do *marketing*, observa-se a necessidade da criação de meios de estudos sobre as formas de captação das imagens das obras de arte através

¹ Discentes do curso de Administração da FESV.

² Docente do curso de Administração da FESV e FESVV. E-mail: tatianalsfarias@gmail.com.



de um *workshop* de treinamento em fotografias para os colaboradores do ateliê, perquirir processos de abrangência para o mercado alvo consumidor por meio do uso das mídias sociais e promover consultoria no que se refere à criação do website de vendas. **Referencial Teórico:** Os 4 P's (produto, preço, praça e promoção), bem como a relação de interdependência dos departamentos de uma empresa, por Philip Kotler. A criação de produtos únicos para os clientes, e também a importância do posicionamento da empresa em resultados de buscas virtuais, por Seth Godin. **Metodologia:** Os estudos por meio de artigos publicados em sites voltados para o tema de marketing, funcionamento de ateliês de obras de arte, formas de captura e otimização de uso de imagens e funcionamento de uma cadeia de produção de obras foram de elevada importância e uso durante o processo de estudo de gestão da empresa. As trocas de informações e reuniões efetuadas ao longo do período de análise foram feitas em sua maioria por meio de aplicativos de redes sociais (*Whatsapp* e *Google Meet*) e também tendo reuniões presenciais, a fim de debater e deliberar soluções mediante as situações diversas que por ventura surgissem. Houve também o treinamento através de um *workshop* de fotografias ministrado por um dos integrantes do grupo, que é fotógrafo profissional, no intuito de promover autonomia ao ateliê no tocante ao registro de suas criações. **Resultados e Discussão:** A criação do *website* encontra-se no presente momento em andamento, e a atividade de concepção do mesmo está sendo monitorada pelos integrantes do grupo, no intuito de utilizar as ferramentas necessárias advindas dos conhecimentos adquiridos na graduação, bem como fazer uso das imagens e registros obtidos no decorrer do presente estudo. As reuniões e debates foram muito proveitosos, e trouxeram uma visão holística do mercado de obras de arte, bem como elucidaram pontos de otimização importantes na cadeia de produção dos produtos. A assimilação de ideias por parte do sócio proprietário Ivan trouxe um encaixe perfeito na engrenagem de



funcionamento do sistema organizacional, sendo o mesmo muito receptivo às sugestões apresentadas. **Conclusões:** Houve um acréscimo de conhecimento de ambas as partes, reforçando a importância da vivência do trabalho de extensão e a aplicação na prática da teoria aprendida ao longo da graduação. Foi uma oportunidade ímpar de conglobar conhecimentos e assimilar a dinâmica de funcionamento e aplicação do marketing em uma empresa voltada para o público consumidor de obras de arte. Houve importante contribuição na criação de estratégias de gestão do ateliê por meio de trabalho escrito e documentado, sob o poder dos proprietários do estúdio. Há um elevado potencial de vendas de obras de arte quando o *website* estiver em funcionamento.

Palavras-chave: *marketing*; inovação; arte; público-alvo.