

Sumário

Agradecimentos.....	9
Sobre a organizadora	9
Sobre os autores.....	10
Prefácio	11
Introdução	13
Capítulo 1 – O marketing acessível.....	17
1.1 Definindo a vocação da empresa	18
1.2 Missão, visão e valores.....	19
1.3 A empresa socialmente responsável	22
1.4 Entendendo o marketing	23
1.5 Análise de ambientes.....	25
1.6 Os 4 As do marketing.....	28
1.7 Planejamento estratégico, tático e operacional.....	29
1.8 O plano de marketing passo-a-passo	32
1.9 Análise e diagnóstico.....	34
1.10 Definindo objetivos e metas, estratégias e ações	35
1.11 O plano de comunicação	38
1.12 Marketing de segmentação e de nicho.....	41
1.13 Relacionamento com o cliente	43
1.14 Relacionamento no PDV – estratégia de vendas.....	46
Capítulo 2 – A comunicação interna essencial.....	49
2.1 Afetividade: valor agregado ao ambiente organizacional	50
2.2 Valorizando o público interno.....	52
2.3 Gestão do compromisso na comunicação interna.....	53
2.4 Planejamento de endomarketing.....	55
2.5 Planejando “passo a passo”	57
2.5.1 Diagnóstico interno	58
2.5.2 Objetivos, metas, estratégias e ações da comunicação interna	62
2.6 Meios de comunicação interna.....	65
2.6.1 Meios orais.....	65
2.6.2 Meios impressos.....	66
2.6.3 Audiovisuais.....	70
2.6.4 Novas tecnologias.....	71
2.7 Pensando um grupo com respeito às individualidades	73

Capítulo 3 – A publicidade e a gestão de marca criativas	75
3.1 Uma marca forte é uma marca vencedora.....	76
3.2 Construindo e fortalecendo a imagem da marca	81
3.3 Quando a publicidade é necessária.....	86
3.4 O consumidor	90
3.5 Divulgando sua organização.....	92
3.6 A publicidade e seus formatos	98
3.6.1 TV	98
3.6.2 Rádio	98
3.6.3 Revista	99
3.6.4 Jornal.....	100
3.6.5 Outdoor	100
3.6.6 Internet.....	101
3.6.7 Mídia exterior	101
3.6.8 Metrô.....	102
3.6.9 Cards	102
3.7 Visual merchandising.....	103
Capítulo 4 – A assessoria de imprensa eficaz	108
4.1 Comercial versus editorial.....	109
4.2 O que é notícia	110
4.3 O caminho da notícia	112
4.3.1 O envio das notícias	112
4.3.2 Como as notícias são recebidas.....	114
4.3.3 Como as notícias são divulgadas.....	115
4.4 O que se ganha com a assessoria de imprensa?.....	124
4.4.1 Importância da imprensa no dia-a-dia.....	124
4.4.2 Criando oportunidades	127
4.4.3 Cuidados no dia-a-dia.....	129
4.4.4 Administração de crises	133
4.4.5 Dicas úteis	137
4.4.6 Responsabilidade social	139
4.4.7 Reputação	142
Capítulo 5 – Ações integradas imprescindíveis	143
Apêndice A – Glossário de marketing e comunicação	145
Bibliografia.....	161
Índice remissivo	163