

Pompeia, 3 de abril de 2023.

Ao Vereador interessado.
Pompeia,

Ofício GP nº 089/2023

Excelentíssimo Senhor Presidente,

17 ABR 2023

Presidente

Cumprimentando-o cordialmente e em atenção Ofício nº 229/2023, proveniente da aprovação do Requerimento nº 74/2023, vimos informar o que segue:

Projeto de Marketing para a Campanha “Abril Laranja”, instituída pela Lei n. 3.074, de 20 de abril de 2022, de Prevenção à Crueldade contra os Animais.

- **Introdução**

Este projeto tem como objetivo criar um plano de ações de marketing online e offline para a campanha “Abril Laranja”, realizada pela Secretaria de Comunicação da Prefeitura de Pompeia, com o intuito de conscientizar a população sobre a importância de prevenir a crueldade contra os animais.

A campanha será executada no mês de abril, e as ações de marketing serão essenciais para divulgar as atividades e mobilizar a sociedade.

- **Planejamento Estratégico**

Para a elaboração do planejamento estratégico, utilizou-se a matriz SWOT, que tem como objetivo analisar os pontos fortes, fracos, oportunidades e ameaças do projeto.

2.1. Análise SWOT

Pontos fortes:

- Apoio da prefeitura de Pompeia;
- Engajamento da sociedade local em causas sociais;

- Data estratégica para a realização da campanha (mês de abril).

Pontos fracos:

- Recursos financeiros limitados;
- Inexistência de experiências anteriores no Município de campanhas de conscientização animal dessa proporção;
- Dificuldade de mensuração dos resultados da campanha.

Oportunidades:

- Aumento da conscientização da população sobre a importância da proteção animal;
- Parcerias com instituições de proteção animal para ampliar o alcance da campanha;
- Uso das redes sociais como ferramenta de divulgação e mobilização.

Ameaças:

- Resistência da população em adotar práticas de proteção animal;
- Concorrência com outras campanhas sociais realizadas no mesmo período;
- Pouca adesão da mídia local para divulgar a campanha.

2.2. Objetivos

- Divulgar a campanha “Abril Laranja” para a sociedade de Pompeia e região;
- Sensibilizar a população sobre a importância da prevenção à crueldade contra os animais;
- Incentivar a adoção de práticas de proteção animal;
- Ampliar o alcance da campanha através das redes sociais;
- Mensurar os resultados da campanha.

2.3. Público-alvo

- População de Pompeia e região;
- Instituições de proteção animal;
- Meios de comunicação local;
- Influenciadores digitais.

2.4. Estratégia de Marketing

A estratégia de marketing será dividida em duas frentes: online e offline.

2.4.1. Marketing Online

Criação de uma página específica da campanha “Abril Laranja” no site da prefeitura de Pompeia, com informações sobre as atividades e dicas de proteção animal;

Utilização das redes sociais (Facebook e Instagram) para divulgação da campanha, criação de conteúdos informativos e engajamento da população;

Criação de uma hashtag oficial da campanha para facilitar a divulgação nas redes sociais;

Parceria com influenciadores digitais que tenham afinidade com a causa animal;

Criação de anúncios pagos nas redes sociais para ampliar o alcance da campanha.

2.4.2. Marketing Offline

Distribuição de panfletos e folders informativos em locais estratégicos, como praças, parques, comércio e escolas;

Colocação de banners e faixas em locais de grande circulação de pessoas;

Realização de eventos e atividades lúdicas para conscientização, como palestras, exposições de animais e passeatas.

2.5. Cronograma de Ações

- 05/04/2023: Criação da página da campanha no site da prefeitura de Pompeia;
05/04/2023: Criação da hashtag oficial da campanha;
07/04/2023: Início das postagens nas redes sociais e parceria com influenciadores digitais;
10/04/2023: Distribuição de panfletos e folders informativos;
12/04/2023: Colocação de banners e faixas em locais de grande circulação;
15/04/2023: Realização de palestra sobre proteção animal;
20/04/2023: Exposição de animais para adoção;
27/04/2023: Passeata pela proteção animal.

2.6. Mensuração dos Resultados

- Acompanhamento do número de acessos na página da campanha;
- Monitoramento das interações nas redes sociais;
- Contagem do número de panfletos distribuídos e banners colocados;
- Quantidade de participantes nas atividades realizadas;
- Pesquisa de opinião para avaliar o impacto da campanha na conscientização da população.

• Orçamento

O orçamento para a execução da campanha será informado ao setor de compras e contabilidade da Prefeitura Municipal de Pompeia, distribuído da seguinte forma:

- Criação da página da campanha no site da prefeitura de Pompeia;
- Anúncios pagos nas redes sociais;
- Impressão de panfletos e folders;
- Criação de banners e faixas;
- Realização de eventos e atividades.

- **Conclusão**

A campanha “Abril Laranja” de prevenção à crueldade contra os animais é uma iniciativa importante para conscientizar a população sobre a importância da proteção animal. A estratégia de marketing proposta, com ações online e offline, tem como objetivo ampliar o alcance da campanha e incentivar a adoção de práticas de proteção animal. Com a execução desse projeto, espera-se sensibilizar a população e contribuir para a construção de uma sociedade mais justa e responsável em relação aos animais.

Sendo o que tínhamos para o momento, aproveitamos a oportunidade para renovar a Vossa Excelência os nossos votos de elevada estima e distinta consideração.

Atenciosamente,



ISABEL CRISTINA ESCORCE
Prefeita Municipal



RUAN SALES DE PAULA PINHEIRO
Diretor Nível I

