

1.	A Marca SOLARIS ENERGY	1
2.	Nossa Comunicação	3
A.	O Mercado e a Concorrência	4
3.	Planejamento e Ações para Inauguração	5
A.	Providências Pré-Inauguração	6
B.	Ações de Marketing de Inauguração	7
C.	Coquetel de Inauguração.....	8

1. A MARCA SOLARIS ENERGY

A marca é um dos principais ativos do negócio – é a representação simbólica da **rede**, da **unidade franqueada**, do **produto** e **serviço**.

Permite identificação imediata e traz à mente do público um conjunto de valores e qualidade associados diretamente à rede e seus funcionários.

Transmite a “promessa” de um produto/serviço, possuindo diversos níveis de significado, entre eles cultura, atributos ou benefícios, diferenciando o negócio de seus concorrentes e **tornando o negócio único e especial**.

Toda e qualquer utilização da marca deve seguir os padrões ditados pela Franqueadora e ser submetida à sua aprovação.

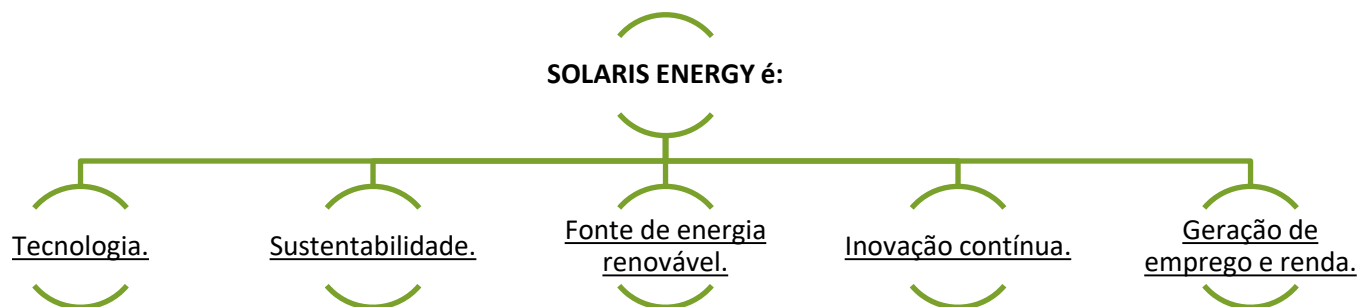


A marca e seus valores associados, por si só, não são algo estático, mas dependem da forma como são trabalhados, do tempo de vida e, principalmente, da percepção e identificação com o público.

Com base nesses conceitos, percebe-se a importância e os cuidados que se deve ter com a marca **SOLARIS ENERGY** e suas representações (logomarca, logotipo e outros).

A logomarca **SOLARIS ENERGY** não poderá ser descaracterizada de seu padrão formal, nem ser utilizada sem autorização prévia da Franqueadora.

Principais características da marca **SOLARIS ENERGY**:



2. NOSSA COMUNICAÇÃO



Somos responsáveis pela operação dos perfis institucionais nas redes sociais, divulgando e criando a cultura da marca.

Utilizamos as seguintes ferramentas com frequência:

Ações de marketing institucional para apresentar a marca e o conceito:

- Social branding e anúncios nas redes sociais (Facebook, Instagram, Youtube).

Mecanismos de buscas na internet, como o Google.

- Técnicas de SEO.
- Links e posts patrocinados - Google AdWords.

Site na Internet realizando a divulgação das unidades, dos produtos e serviços.

Em paralelo, também trabalhamos com ações customizadas de acordo com a necessidade da unidade. Sempre que desejar um folheto, campanha ou desenvolver qualquer material promocional (banners, displays, vídeos etc.), entre em contato com nosso departamento de marketing que iremos orientá-lo e avaliar a aprovação, ou não.



A. O Mercado e a Concorrência

Faça um reconhecimento dos concorrentes na sua região de atuação.



É importante conhecer suas forças e fraquezas para direcionar o atendimento de sua equipe e a comunicação local, principalmente nos casos em que o cliente faz comparações.

3. PLANEJAMENTO E AÇÕES PARA INAUGURAÇÃO

Marketing de Inauguração:

- Conjunto de ações que tem o objetivo de divulgar a abertura da unidade, em curto prazo e em sua região de atuação.

Planejamento de Inauguração

- Estabelecer ações necessárias, a prioridade, a sequência e o orçamento necessário.

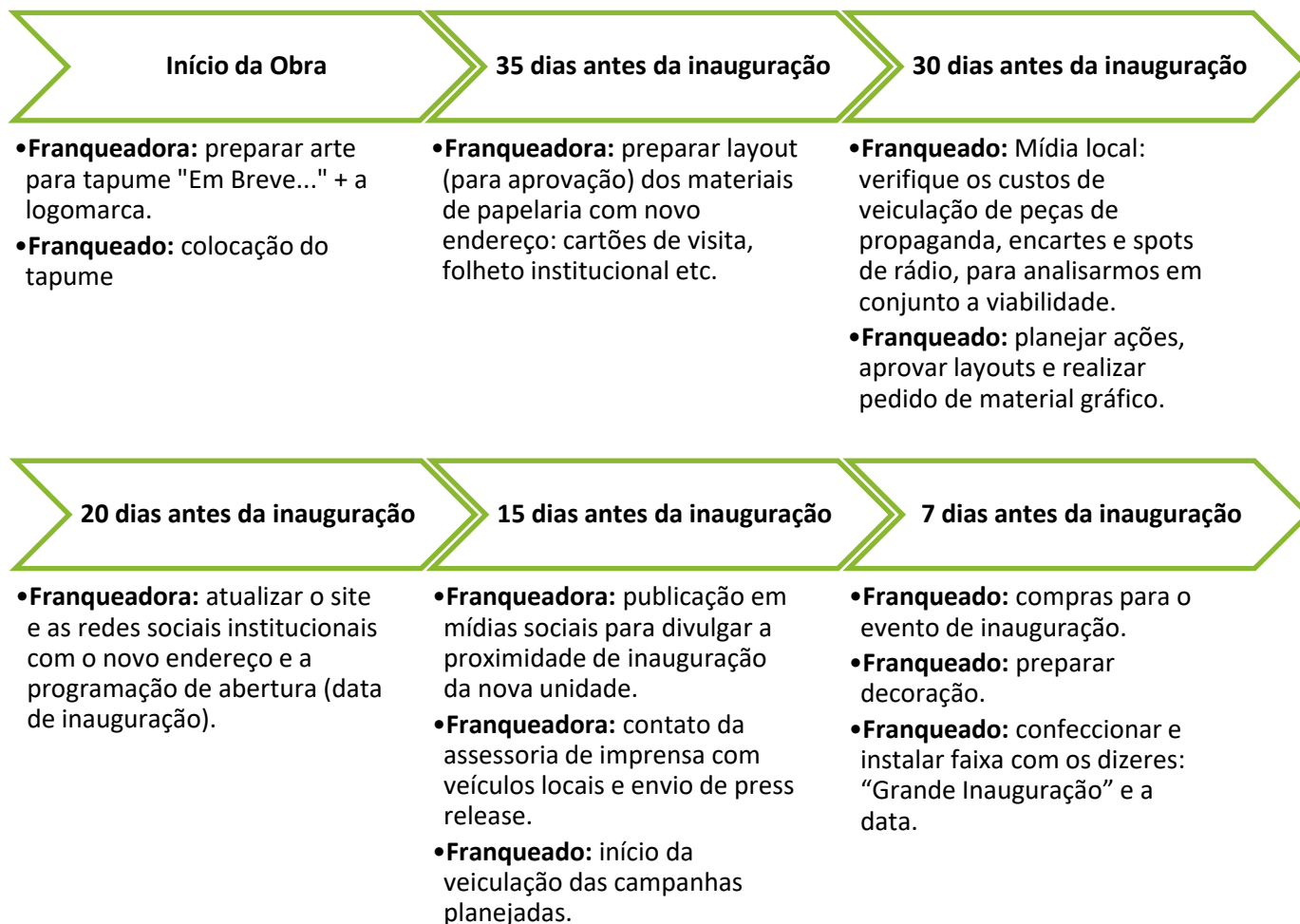
No cronograma, vamos definir juntos uma data de inauguração.

Reserve uma parte do capital para investir nas ações de marketing de inauguração: os custos de produção e divulgação são sua responsabilidade.

Todas as ações de marketing da rede **SOLARIS ENERGY** serão desenvolvidas pelo departamento de marketing ou deverão ter seu aval e autorização.

A. Providências Pré-Inauguração

Lista básica e genérica de providências pré-inauguração, que poderá ser acrescida de novos itens, para preparar o cronograma de ações de comunicação.



B. Ações de Marketing de Inauguração

OBJETIVO:

- Apresentar a marca ao mercado local.

Tapume da obra:

- É a primeira ação de divulgação da **SOLARIS ENERGY** no território.
- Envie as medidas para nosso depto. de marketing (marketing@brasilsolaris.com.br) preparar o layout.
- Contrate a produção e adesivação do tapume em sua localidade, seguindo nossas orientações.

Assessoria de imprensa:

- Enviaremos releases sobre a marca para os principais jornalistas que cobrem nosso segmento de atuação.
- Convidaremos jornalistas e formadores de opinião para a inauguração.

Divulgação nas redes sociais:

- Nossa equipe fará os posts divulgando a data de inauguração, informando nossas características e buscando engajamento.
- Na data de inauguração, faremos a divulgação e a cobertura do evento.

C. Coquetel de Inauguração

OBJETIVO: apresentar a marca ao mercado local.

PÚBLICO-ALVO: contatos pessoais do Franqueado, formadores de opinião locais, empresários, jornalistas e órgãos de imprensa.

Papel da Franqueadora:

- Auxiliar na elaboração da lista de convites.
- Consultor de campo presente na véspera e no dia do evento, auxiliando na organização e preparação.

Papel do Franqueado:

- Responsável pelas despesas e a realização do bufê, o que lhe permite decidir sobre a quantidade de convidados e o cardápio.

Envie convites impressos com solicitação de confirmação de presença, para que seja possível ter uma ideia aproximada do número de pessoas, a fim de dimensionar corretamente a quantidade de alimento, bebida e garçons necessários.

Algumas recomendações:

- ☺ *O número de pessoas convidadas não deve ser superior à capacidade de comportá-las dentro do recinto.*
- ☺ *Caso sejam servidas bebidas alcoólicas, que seja controlada a distribuição aos convidados, evitando-se excessos.*
- ☺ *Tenha disponíveis assentos suficientes para acomodar os convidados de idade avançada.*
- ☺ *As quantidades de comida e bebida devem ser compatíveis com o consumo estimado da quantidade de pessoas convidadas.*
- ☺ *A equipe da unidade deve estar presente no evento e preparada para atender as solicitações dos convidados.*

- Vale lembrar que, em média, cerca de 20% dos convidados não comparecem.
- A relação de um garçom para cada 20 convidados é considerada adequada.
- Serão necessários pelo menos dois ajudantes de cozinha para montar e reorganizar os pratos com aperitivos.
- Prazo para enviar convites: 15 a 20 dias antes da inauguração, solicitando confirmação.
- **Modelo de Convite:** solicite ao nosso depto. de marketing.

Cardápio

Sugestão: Nada de frituras, nem salgados quentes que esfriam e murcham.

Alimentos:

- Canapés frios
- Torradas com patês
- Doces finos
- Trufas

Bebidas:

- Vinho tinto / prosecco
- Cerveja
- Refrigerantes ou sucos
- Água

Dicas:

- A equipe deve estar toda uniformizada e treinada.
- A inauguração é um momento chave na história da nova franquia. A ansiedade e a preocupação de dar tudo certo são inevitáveis. Mas se tudo foi preparado de acordo com o planejamento, pouca coisa poderá dar errado.
- O importante é manter uma postura calma e confiante, e se concentrar em receber bem os convidados e o público, mostrando a proposta da loja e seus serviços.