

PROJETO DE CONCEPÇÃO DE AGÊNCIA DE MARKETING: ARYA FEMININA

Ana Caroline Joska¹
Ana Lucia dos Santos Silva²
Júlia Carolina Perez³

Andrea de Freitas Ferreira⁴
Camila da Silva Schmitt⁵
Jeferson Lana⁶
Kamila Uberto⁷
Marcos Aurelio Batista⁸
Marianna Correa⁹
Simone Batista Tomasulo¹⁰

RESUMO

A Arya Feminina é uma agência de Marketing Digital que, entrando em um nicho de mercado em ascensão, presta serviços para empresas que desejam atingir o público feminino através do empoderamento, utilizando abordagem direta e inovadora para fortalecer a marca do cliente atingindo seu público-alvo. A localização escolhida para o espaço físico da agência foi a cidade de Balneário Camboriú, Santa Catarina. Entre as cidades do Vale do Itajaí e suas proximidades estão também Blumenau, Joinville e a capital Florianópolis, as quais agregam valor à região sendo referências no ramo de tecnologia e comunicação no Brasil, sendo assim, a agência está presente em uma região em evidência em seu segmento. Entre os estudos feitos sobre a cidade também foi considerada a qualidade de vida da cidade que, inclusive, foi eleita campeã na categoria desenvolvimento social pela consultoria Urban Systems no ranking de 2015 das melhores cidades para os negócios. A marca da Arya Feminina foi criada especificamente para evidenciar a mulher, agregando valor aos serviços prestados, direcionados a fazer com que outras empresas sejam capazes de engajar a sociedade como um todo, agregando valor à sua identidade com a visibilidade positiva conquistada através do conceito de empoderamento feminino, renovando o papel da mulher na sociedade através da publicidade que, inclusive, ainda pode ser bastante opressora. Para tal, a agência contará em sua estrutura organizacional com a colaboração das sócias proprietárias divididas entre setores que dinamizam o fluxo de processos e garantem a organização e foco nos objetivos da empresa. Cada sócia deverá colaborar com os custos de implementação, de acordo com as análises presentes neste documento, visando receitas positivas.

Palavras-chave: Marketing Digital; Mídias; Visibilidade; Representatividade feminina.

¹ Acadêmico (a) do CST Marketing, UNIVALI – Campus Balneário Camboriú/SC anacjoska@gmail.com

² Acadêmico (a) do CST Marketing, UNIVALI – Campus Balneário Camboriú/SC ana_luciavideira@hotmail.com

³ Acadêmico (a) do CST Marketing, UNIVALI – Campus Balneário Camboriú/SC juliaperez2015@gmail.com

⁴ andreaferreira@univali.br

⁵ camila.s.schmitt@gmail.com

⁶ jeff@rovian.com.br

⁷ kamila_uberto@univali.br

⁸ marcosbatista@univali.br

⁹ mariannacorrea@univali.br

¹⁰ tomasulo@univali.br