



## PROPOSTA DE PLANEJAMENTO DE COMUNICAÇÃO INTEGRADA DE MARKETING – FRIENDS & FISH

---

### Resumo

**Aline Coutinho  
Bruna Rezende  
Caroline Santos**

Este trabalho tem como objetivo desenvolver um planejamento de comunicação integrada de marketing para o Friends & Fish. Trata-se de uma petiscaria que tem como produto principal a combinação de peixe frito com batata frita. A marca possui duas lojas físicas, uma localizada no centro de Campo Largo e outra no Jockey Plaza Shopping, no bairro Tarumã em Curitiba. Durante o primeiro semestre de 2020, foram realizados estudos e pesquisas com a finalidade de levantar os dados de macroambiente e microambiente acerca da empresa, assim como identificar o perfil institucional e percepção dos consumidores sobre a mesma. Desta forma, foi possível compreender o posicionamento da marca no mercado, e a partir dos resultados, realizar a análise SWOT, identificando as principais forças, fraquezas, oportunidades e ameaças que a marca possui. Com isso, identificaram-se características e cenários possíveis para a elaboração de um diagnóstico da marca, o qual encontrou dificuldades que o Friends & Fish enfrenta com relação a um posicionamento da loja no Jockey Plaza Shopping, devido ainda a falta de conhecimento do público-alvo e potenciais consumidores, além de uma falta de posicionamento diante do cenário atual causado pela pandemia do COVID-19, que levou a empresa a ter a loja física do shopping fechada por 3 meses, atendendo pedidos somente por delivery. A partir do diagnóstico, as estratégias para serem utilizadas na campanha foram identificadas. No segundo semestre de 2020, definiu-se os objetivos SMART e estratégias de marketing e de comunicação, baseados nas informações levantadas no diagnóstico. A campanha, que iniciará em dezembro de 2020 e encerrará em maio de 2021, será realizada primeiramente uma campanha institucional, com o objetivo de posicionar a marca diante do cenário da pandemia, ampliar a percepção de potenciais consumidores sobre seus produtos e torná-la conhecida pelos mesmos, sendo moradores das regiões próximas ao Jockey Plaza Shopping. Em um segundo momento, será realizada uma campanha promocional, a fim de aumentar os pedidos da marca via delivery e fidelizar clientes para que possam frequentar a loja física no cenário pós-pandemia. Por fim, após definidos os objetivos e estratégias, foi elaborado o conceito criativo da campanha, o qual irá conduzir a criação de todas as peças definidas no planejamento de comunicação integrada para o Friends & Fish.

**Palavras-chave:** Comunicação Integrada de Marketing; Friends & Fish; Planejamento; Publicidade; COVID-19; Jockey Plaza Shopping.