**[](https://pt.smartsheet.com/try-it?trp=57597)**

**MODELO DE PLANO DE   
GERENCIAMENTO DE PROJETO   
DE MARKETING**

NOME DO PLANO DE   
GERENCIAMENTO DE   
PROJETO DE MARKETING

Descrição do plano de projeto de marketing

Versão 0.0.0

00/00/0000

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| PREPARADO POR | TÍTULO | DATA |
|  |  |  |
| E-MAIL | | TELEFONE |
|  | |  |
| APROVADO POR | TÍTULO | DATA |
|  |  |  |

índice

[1. RESUMO CRIATIVO DO PLANO DE FUNDO DO PROJETO DE MARKETING 3](#_Toc186206252)

[1.1 Quem se beneficiará mais deste projeto de marketing? 3](#_Toc186206253)

[1.2 O que esse projeto de marketing envolve? 3](#_Toc186206254)

[1.3 Como este projeto de marketing beneficiará seu público definido? 3](#_Toc186206255)

[1.4 Quais recursos são necessários para concluir este projeto de marketing? 4](#_Toc186206256)

[1.5 Qual é a definição de "Concluído" para este projeto? 4](#_Toc186206257)

[1.6 Quais desafios ou obstáculos previstos devem ser abordados antes do início   
do projeto? 4](#_Toc186206258)

[2. ESPECIFICAÇÕES DO PROJETO DE MARKETING 5](#_Toc186206259)

[2.1 Especificação de economia de tempo 5](#_Toc186206260)

[2.1.1 Automação 5](#_Toc186206261)

[2.1.2 Eliminar redundância 5](#_Toc186206262)

[2.1.3 Manutenção 5](#_Toc186206263)

[2.2 Especificação de desempenho 6](#_Toc186206264)

[2.2.1 Padrões de desempenho 6](#_Toc186206265)

[3. ESCOPO DO PROJETO DE MARKETING: SPRINTS, HISTÓRIAS E TAREFAS 7](#_Toc186206266)

[4. DATA DE ENTREGA DO PROJETO DE MARKETING 9](#_Toc186206267)

[5. ROTEIRO DIÁRIO DE REUNIÃO DE PROJETOS DE MARKETING 9](#_Toc186206268)

[6. ROTEIRO DE REUNIÃO DE MELHORIA DE DESEMPENHO 10](#_Toc186206269)

[7. ROTEIRO DE REVISÃO DE SPRINT 11](#_Toc186206270)

[8. ROTEIRO DE REUNIÃO RETROSPECTIVA DO PROJETO 12](#_Toc186206271)

# RESUMO CRIATIVO DO PLANO DE FUNDO DO PROJETO DE MARKETING

Esta seção de resumo criativo fornecerá a você a base para todas as etapas do seu plano de projeto de marketing.

## Quem se beneficiará mais deste projeto de marketing?

|  |
| --- |
| Defina seu público-alvo. |

## O que esse projeto de marketing envolve?

|  |
| --- |
| Especifique o que, exatamente, precisa ser entregue. |

## Como este projeto de marketing beneficiará seu público definido?

|  |
| --- |
| Especifique sua "proposta de valor" para o público-alvo. |

## Quais recursos são necessários para concluir este projeto de marketing?

|  |
| --- |
| Insira uma estimativa do tempo e dos recursos que seu projeto de marketing envolverá. |

## Qual é a definição de "Concluído" para este projeto?

|  |
| --- |
| Para benefício de sua equipe, especifique o que constitui a conclusão bem-sucedida de um projeto de marketing. |

## Quais desafios ou obstáculos previstos devem ser abordados antes do início do projeto?

|  |
| --- |
| Especifique o que você antecipa que pode causar atrasos ou obstáculos em seu projeto de marketing. |

# ESPECIFICAÇÕES DO PROJETO DE MARKETING

Insira as especificações (requisitos) do seu projeto de marketing.

## Especificação de economia de tempo

### Automação

|  |
| --- |
| Especifique se é possível "automatizar" partes do seu projeto de marketing para poupar tempo/esforço. |

### Eliminar redundância

|  |
| --- |
| Os esforços do seu projeto de marketing servirão para eliminar outro esforço (talvez em/para outro projeto)? Se sim, qual? |

### Manutenção

|  |
| --- |
| Como sua equipe pode executar o projeto de marketing de forma correta para evitar correções? |

## Especificação de desempenho

### Padrões de desempenho

Liste pelo menos três características do seu plano de projeto de marketing que definem como será seu projeto concluído.

CARACTERÍSTICA UM

|  |
| --- |
|  |

CARACTERÍSTICA DOIS

|  |
| --- |
|  |

CARACTERÍSTICA TRÊS

|  |
| --- |
|  |

# ESCOPO DO PROJETO DE MARKETING: SPRINTS, HISTÓRIAS E TAREFAS

Seu projeto de marketing provavelmente tem muitas especificações e "histórias". É útil dividir o "escopo" deste projeto em fases (ou "sprints", como são chamados na metodologia Agile).

"Histórias" (ou "histórias de usuário") são como você faz referência ao que seu público-alvo está buscando dos resultados que seu projeto de marketing fornecerá a eles.

**Exemplo**: "Como [público-alvo], quero [x como resultado] para que eu receba [um valor específico]."

As equipes trabalham juntas para determinar como cada história se aplica ao(s) resultado(s) "geral(is)" do plano de projeto de marketing. Tarefas individuais são atribuídas aos membros da equipe.

***Observação****: as informações a seguir podem ser copiadas para criar sprints e stories adicionais.*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| NOME DO SPRINT | DATA DE INÍCIO | DATA DE TÉRMINO |
|  |  |  |

|  |
| --- |
| NOME DA HISTÓRIA |
|  |

|  |
| --- |
| Participação de [Nome do membro da equipe] na história: [#] horas (ou "pontos")  Participação de [Nome do membro da equipe] na história: [#] horas (ou "pontos")  Participação de [Nome do membro da equipe] na história: [#] horas (ou "pontos")   1. [Nome da tarefa] / [Membro da equipe] / Nível de esforço: [#} Horas / Pontos: Vencidos [#] Dias antes da entrega do projeto 2. [Nome da tarefa] / [Membro da equipe] / Nível de esforço: [#} Horas / Pontos: Vencidos [#] Dias antes da entrega do projeto 3. [Nome da tarefa] / [Membro da equipe] / Nível de esforço: [#} Horas / Pontos: Vencidos [#] Dias antes da entrega do projeto 4. [Nome da tarefa] / [Membro da equipe] / Nível de esforço: [#} Horas / Pontos: Vencidos [#] Dias antes da entrega do projeto 5. [Nome da tarefa] / [Membro da equipe] / Nível de esforço: [#} Horas / Pontos: Vencidos [#] Dias antes da entrega do projeto |

# DATA DE ENTREGA DO PROJETO DE MARKETING

|  |
| --- |
| Defina o prazo para a entrega do seu projeto de marketing. |

# ROTEIRO DIÁRIO DE REUNIÃO DE PROJETOS DE MARKETING

Reuniões diárias (ou "scrum") com todos os membros da equipe do projeto garantem a entrega pontual do projeto de marketing. Nessas reuniões, é útil que cada membro da equipe responda às três perguntas a seguir:

1. Em que você trabalhou ontem para este sprint?
2. Em que você está trabalhando hoje para este sprint?
3. Quais "bloqueadores", se houver, estão impedindo você de concluir suas tarefas para este sprint?

|  |
| --- |
|  |

# ROTEIRO DE REUNIÃO DE MELHORIA DE DESEMPENHO

Se for necessário se reunir com um membro da equipe que não está concluindo as tarefas relacionadas ao projeto de marketing, faça as seguintes perguntas para ajudar a realinhá-lo com a "visão" e os resultados do projeto:

1. O que exatamente está impedindo você de concluir uma tarefa específica?

2. Quais medidas você pode tomar para garantir que a(s) tarefa(s) seja(m) concluída(s) conforme o esperado?

3. O que você sugere que façamos para garantir que as tarefas futuras sejam entregues no prazo?

4. O que você precisa de mim (ou de qualquer outro membro da equipe) para concluir suas tarefas?

|  |
| --- |
|  |

# ROTEIRO DE REVISÃO DE SPRINT

Ao final de cada sprint, é melhor se reunir em equipe e revisar o processo fazendo o seguinte:

1. Reintroduza as histórias que a equipe pretendia concluir no sprint.

2. Revise o status e o nível de sucesso de cada história.

3. Solicite feedback sobre cada história para melhorar seu processo.

|  |
| --- |
|  |

# ROTEIRO DE REUNIÃO RETROSPECTIVA DO PROJETO

Use uma reunião de retrospectiva, às vezes chamada de "post-mortem", para revisar o sucesso do seu projeto de marketing e determinar o que poderia ser melhorado.

1. O que correu bem em relação ao projeto de marketing?

2. O que devemos continuar a fazer, ou seja, incluir como "padrão", para garantir o sucesso de futuros projetos de marketing?

3. O que poderia ter sido melhor em relação ao projeto de marketing?

4. Para projetos de marketing futuros, o que devemos considerar eliminar?

5. Algum outro comentário (ou sugestão) sobre a melhoria do nosso processo/implementação do plano de marketing?

|  |
| --- |
|  |

|  |
| --- |
| **AVISO DE ISENÇÃO DE RESPONSABILIDADE**  Artigos, modelos ou informações disponibilizados pela Smartsheet no site são apenas para referência. Trabalhamos para manter as informações atualizadas e corretas, mas não damos garantia de qualquer natureza, seja explícita ou implícita, a respeito da integridade, precisão, confiabilidade, adequação ou disponibilidade do site ou das informações, dos artigos, dos modelos ou dos gráficos relacionados contidos no site. Portanto, toda confiança que você depositar nas informações será estritamente por sua própria conta e risco. |