



**BEEING COTTON**  
organic clothing



# A MARCA

- Marca de roupa orgânica feita de algodão orgânico e materiais livres de químicos;
- Certificada pela Ecocert Greenlife e pela Fair Wear;
- O logótipo e as impressões são feitas com tintas certificadas à base de água e sem plástico ou bordadas a linha;
- A roupa da BEEING COTTON é feita de matéria-prima orgânica e produzida de forma sustentável, não poluindo assim a natureza. Para além disso, necessita de menos água na sua produção;
- Tem menos impacto na natureza, menos toxinas, menos alergias e reações alérgicas na pele e roupa é mais durável;
- A marca pretende sensibilizar as pessoas para o impacto que a indústria têxtil tem no planeta, sendo uma das mais poluentes do mundo.



# LOGÓTIPO

- O logótipo vai de encontro ao conceito da marca: a abelha, um dos seres mais importantes do planeta e essências para o equilíbrio dos ecossistemas;
- Consciencializar as pessoas para a redução do uso de pesticidas na agricultura;
- Mudar os hábitos de consumo, como a redução do plástico, por exemplo;
- Reduzir a pegada ecológica no planeta.



# OBJETIVO CAMPANHA DE INBOUND MARKETING

- Lançamento da marca e do conceito, através do site e redes sociais;
- Na primeira fase o objetivo é atrair visitantes, focando o conteúdo na nossa persona;
- Criar artigos no blog do site que vão de encontro ao conceito da marca;
- Ter interação com o público, através das redes sociais;
- Fazer parceiras com lojas físicas que vão de encontro ao conceito da marca (B2B), para chegar ao nosso ICP;
- Apresentar a loja online;
- Call to action, através de Webinares;
- Criar uma landing page que apresenta como a roupa orgânica é produzida;
- Atrair o nosso público-alvo para seguir a Beeing Cotton.



# FERRAMENTAS

Para criar a comunicação da campanha e analisar os dados, a marca irá utilizar:

- Google Trends;
- E-Goi;
- Mailchimp;
- Google Analytics;
- Rival IQ;



# Francisca Correia

## Diretora de Marketing



33 anos



Cascais



Feminino



Solteira

**Bio:** A Francisca é licenciada em Marketing e tem um mestrado em Gestão Internacional.

Diretora de marketing numa empresa de consultoria em Lisboa. Tem um salário de 20 500€ anuais.

Faz as suas compras online.

Vive num apartamento com o seu gato de estimação.

É vegan desde os 18 anos.

**Personalidade:** Extrovertida, organizada, pontual e responsável.

**Hobbies:** Ginário, yoga e fotografia.

**Redes sociais:** Instagram, Facebook, Twitter e Youtube

# PERSONA

<https://patriciagr.xtensio.com/48lf50h0>

## Objetivos

- Gostava de abrir a sua própria empresa e trabalhar a partir de casa;
- Publicar um livro sobre o relacionamento intercultural e sensibilidade às diversidades culturais;
- No próximo ano quer começar aulas de surf.

## Frustrações

- Encontrar lojas de roupa online com um preço razoável, de qualidade e de produção sustentável;
- Gostava de ter menos reuniões de trabalho e de não perder imenso tempo nos transportes públicos;
- Queria publicar mais vezes no Instagram, sobre produtos vegans, ajudar as pessoas que queiram iniciar este estilo de vida e apresentar marcas portuguesas que não estão à venda nas grandes superfícies.



# ICP (Ideal Customer Profile)

- Lojas de produtos artesanais, biológicos e de roupa alternativa em locais estratégicos. Como por exemplo no LX Story, em Lisboa, junto às praias ou zonas com algum turismo;
- Que se dedicam também à sustentabilidade e à redução de produtos tóxicos no planeta;
- Conhecem bem o mercado em que trabalham;
- Fazem encomendas mensais à Beeing Cotton;
- Reconhecem o trabalho que está por detrás da marca;
- Fazem publicidade da marca nos seus canais;
- Recomendam a marca aos seus clientes;

BE U - organic market / therapy / pilates studio  
Ericeira  
<http://www.be-u.pt/>

Num mesmo espaço a empresa tenta dar as ferramentas e o aconselhamento necessário para que cada indivíduo se torne mais saudável e consciente de que as suas escolhas influenciam o bem-estar geral.

O espaço é composto por uma mercearia orgânica, uma cantina, um estúdio de pilates e salas para tratamentos.

5-10 funcionários

# JORNADA DE COMPRA

## Reconhecimento do Problema

A persona sabe que tem um problema e procura no motor de busca e nas redes sociais como resolver.

Encontrar uma loja online de roupa orgânica. Com um estilo jovem, que seja prática e de custo médio.

## Consideração da Solução

A persona encontrou algumas alternativas para o seu problema. E começa a ler sobre os conceitos das marcas e a ver os modelos de roupa que existem na loja.

Certificação da roupa. Marca portuguesa. Loja online fácil de navegar. As roupas têm um design criativo, atual e jovem, existindo também algumas peças mais formais. As redes sociais têm informações úteis e relevantes.

## Decisão de Compra

Faz a sua compra online. Com a garantia que a roupa é de qualidade e tem um preço mais acessível em relação às outras marcas. Resposta rápida às dúvidas colocadas nas redes sociais. Vantagem de ao fazer a compra irá ter na próxima 10% de desconto.

## Keywords

Roupa orgânica;  
Onde comprar roupa de algodão orgânico;  
Roupa ecológica;  
Roupa Vegan;  
Roupa sustentável;  
Lojas online de roupa orgânica;  
Produtos vegans;

Roupa orgânica Portugal;  
Loja de t-shirts orgânicas;  
Moda sustentável;  
Nova coleção primavera-verão;  
Tendências da moda 2020;

Beeing Cotton;  
Nova coleção Beeing Cotton;  
Roupa orgânica Portugal;  
Nova coleção primavera-verão;  
T-shirts Beeing Cotton;  
Pólos Beeing Cotton;  
Acessórios Beeing Cotton;



# CANAIS E SUPORTES DE COMUNICAÇÃO

## Reconhecimento do Problema

**Site** - Criação de artigos para o blog com um bom SEO. Temas como: O que é a roupa sustentável? O papel importante das abelhas no planeta; Tendências da moda; Roupa Vegan?

**Facebook** - Apresentação da marca e do conceito; Posts sobre a sustentabilidade e como reduzir a pegada ecológica e ligados aos artigos do blog.

**Instagram** - Apresentação da marca; Influencer com t-shirt Beeing Cotton.

**Youtube** - Vídeo de apresentação da marca; vídeos a explicar o que são produtos orgânicos.

**Twitter** - Apresentação da marca e conceito.

**Pinterest** - Registo da marca.

**Linkedin** - Registo da marca e apresentação do conceito.

**Objetivo: Atrair visitantes**

# CANAIS E SUPORTES DE COMUNICAÇÃO

## Consideração da Solução

Apresentação da marca em algumas lojas físicas em Lisboa, Porto e Faro.

**Site** - Criação de uma Landing page (vídeo com um pequeno documentário como a roupa orgânica é produzida); Criação de artigos para o Blog (com SEO), com os temas: Roupa Orgânica em Portugal; Coleção primavera-verão 2020; Escolha roupa certificada, quais as organizações mais importantes para a sustentabilidade do planeta.

**Facebook** - Apresentação da coleção que está à venda na loja online. Apresentação dos sítios físicos onde a Beeing Cotton está à venda. E as parcerias. Publicações relacionadas com o ambiente e dicas; Ligação aos temas do artigo.

**Instagram** - Vídeos e posts da coleção; Post com dicas: como poupar água no dia-a-dia; Porquê ter plantas em casa; Escolha marcas certificadas.

**Youtube** - Vídeos da coleção Beeing Cotton; vídeos da Beeing Cotton nas lojas físicas.

**Twitter** - Apresentação da marca e coleção.

**Linkedin** - Registo da marca. Videos sobre a sustentabilidade.

**Pinterest** - Conjugação de roupas Beeing Cotton.

**Objetivo: Converter em leads.**

# CANAIS E SUPORTES DE COMUNICAÇÃO

## Decisão de compra

**Site** - Publicação de clientes satisfeitos através de Webinars. Mail Marketing: Newsletter e mensagem de agradecimento aos clientes. Inquérito de satisfação. Ofertas exclusivas. Descontos nos parceiros da marca. Possibilidade de personalização de t-shirts. Criação de conteúdo para o blog com um bom SEO. Webinars com os clientes satisfeitos com a roupa da Beeing Cotton.

**Facebook** - Interação com os seguidores; Posts e vídeos da roupa da Beeing Cotton; Dicas como lavar a roupa, aprenda a ler os símbolos; Evento: Vamos plantar uma árvore; Vamos estar na praia X. Aparece e vem conhecer a Beeing Cotton.

**Instagram** - Passatempos; Apresentação de várias peças em carrocel, ligadas à loja online.

Posts de clientes com as t-shirts Beeing Cotton. Criação de uma peça de vestuário, em que X% do valor é para uma organização ambiental; Divulgação do evento da praia.

**Youtube** - Vídeos mensais que irão ser partilhados nas restantes redes sociais, com as dicas de sustentabilidade.

**Twitter** - Divulgação de promoções e as vantagens de ter roupa Beeing Cotton.

**Linkedin** - Campanhas e eventos que a marca está a fazer para melhorar o meio ambiente. Apresentação das embalagens eco-friendly.

**Pinterest** - Apresentação das embalagens eco-friendly.

**Marketing offline** - Colocação de comunicação da Beeing Cotton nas lojas parceiras, em feiras alternativas e festivais e eventos ecológicos.

**Objetivo: Vender. Fidealizar clientes.**

# PRÓXIMA CAMPANHA DE INBOUND MARKETING

- Criação de e-mails promocionais, para promover ou dar ofertas ao clientes;
- Artigos de opinião na imprensa;
- Comunicação Offline;
- Apresentação da nova campanha outono-inverno;
- Vídeos onde demonstram que a marca é reconhecida e acarinhada pelos clientes;





**BEEING COTTON**  
organic clothing

**ISLA SANTARÉM**  
Marketing Digital  
Inbound Marketing  
Patrícia Oliveira