



Convento

Relatório do Pitch Convento – cyberart da Empresa Convento

CONVENTO – CYBERART

O PROBLEMA

As principais lacunas do Convento, que se querem solucionar com este plano de marketing são, o pouco foco no marketing. A falta de estratégia de marketing digital, definir estratégias para que se consiga alcançar um maior público, conseguir dar a conhecer o Convento ao público nacional, e à posteriori público internacional.

Aumentar o leque de visitantes, captar mais clientes, tornar o Convento um maior caso de sucesso para além dos prémios ganhos.

Para criar essa estratégia, adicionar um maior número de atividades, captar a atenção dos visitantes com os pontos fortes do Convento que são conhecidos apenas durante a visita, como é o caso da Galeria e da Equitação.

A SOLUÇÃO

O objetivo da criação deste plano é resolver os maiores problemas, com a implementação do marketing digital. As soluções passam por:

- Aplicar uma boa estratégia de marketing para aumentar o público, criação de um plano para ter uma presença forte nas redes sociais. Implementar os cronogramas mensais para captar o maior número de clientes.
- Partilhar todas as atividades e pormenores das mesmas, como reservas e visitar. Criar estratégias de captar clientes para estas atividades, com testemunhos e fotografias apelativas dos mesmo.
- Através das redes sociais trazer mais visitantes, não só ao Convento, como também à região, dar valor a esta.

MERCADO ALVO

Pública nacional e internacionais, na faixa etária dos 24 - 45, classe média alta, ticket médio de 250€, casais com ou sem filhos. Gosto pelo campo, animais e arte. Amante de viagens, conhecer sítios novos, e com uma qualidade de vida muito mais tranquila.

CONCORRÊNCIA

Os principais alojamentos concorrentes do Convento são alojamentos locais, inseridos no meio rural. Apesar do Convento se diferenciar pelas suas características e ofertas únicas.

Os principais concorrentes são:

- Casas da Piedade (Azinhaga)
- Salvaterra Country House (Salvaterra de Magos)
- Nature Forest Tourism (Martingil)
- Herdade do Alecrim (Santiago do Cacém)
- Marchanta (Valada do Ribatejo)
- Cerdeira (Serra da Lousã)

A EQUIPA

A equipa de trabalho do Convento inclui:

- Administração e gestão
- Caseiro/manutenção
- Limpeza

SUMÁRIO FINANCEIRO

Sumário financeiro do Convento:

- Volume de negócios

SUMÁRIO FINANCEIRO

PRESTAÇÕES DE SERVIÇOS - EXPORTAÇÕES	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Quarto single	15 000	24 000	40 800	73 440	132 192	
Taxa de crescimento		60,00%	70,00%	80,00%	80,00%	
Quarto twin	17 500	28 000	47 600	85 680	154 224	
Taxa de crescimento		60,00%	70,00%	80,00%	80,00%	
Quarto double	20 000	32 000	54 400	97 920	176 256	
Taxa de crescimento		60,00%	70,00%	80,00%	80,00%	
Atividades de atração turística	20 000	34 000	57 800	104 040	187 272	
Taxa de crescimento		70,00%	70,00%	80,00%	80,00%	
TOTAL	72 500	118 000	200 600	361 080	649 944	

Fonte: IAPMEI

- Balanço – Ativo, Capital próprio, Passivo

CAPITAL PRÓPRIO						
Capital realizado	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000
Ações (quotas próprias)						
Outros instrumentos de capital próprio						
Reservas	-117 570	-190 094	-180 845	-12 554		331 285
Excedentes de revalorização						
Outras variações no capital próprio						
Resultado líquido do período	-117 570	-72 525	9 249	168 291	343 838	476 928
TOTAL DO CAPITAL PRÓPRIO	32 430	-40 094	-30 845	137 446	481 285	958 212
PASSIVO						
Passivo não corrente						
Provisões						
Financiamentos obtidos						
Outras Contas a pagar						
Passivo corrente						
Fornecedores	63 622	132 140	122 502	56 844	167 272	215 820
Estado e Outros Entes Públicos	2 267	2 267	2 267	2 267	2 267	2 267
Acionistas/sócios	4 577	4 577	4 577	4 577	115 005	163 553
Financiamentos Obtidos	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000
Outras contas a pagar	6 778	75 296	65 658			
TOTAL PASSIVO	63 622	132 140	122 502	56 844	167 272	215 820
TOTAL PASSIVO + CAPITAIS PRÓPRIOS	96 052	92 046	91 657	194 290	648 557	1 174 032

Fonte: IAPMEI

ACTIVO	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Activo Não Corrente	88 233	82 967	77 700	72 600	67 500	63 000
Activos fixos tangíveis	87 900	82 800	77 700	72 600	67 500	63 000
Propriedades de investimento						
Activos Intangíveis	333	167				
Investimentos financeiros						
Activo corrente	7 819	9 079	13 957	121 690	581 057	1 111 000
Inventários						
Clientes	5 317	7 928	12 806	22 568	40 141	47 000
Estado e Outros Entes Públicos	2 302	951	951	951	951	951
Acionistas/sócios						
Outras contas a receber						
Diferimentos						
Caixa e depósitos bancários	200	200	200	98 171	539 965	1 063 000
TOTAL ACTIVO	96 052	92 046	91 657	194 290	648 557	1 174 032

Fonte: IAPMEI

SUMÁRIO FINANCEIRO

Tabela de custos da aplicação da estratégia de marketing digital:

Custos	Custos mensais		Custos anuais
	Domínio do site	20€	200€
	Adobe Creative Cloud	40€	480€
	Canva Premium	12€	144€
	Promoção das redes sociais	20€	240€
	Material e catering para evento de apresentação	500€	-

MILESTONES

MILESTONES

Milestones		
Mês	Tarefa	Data
Abril	Entrega o plano detalhado	4 de abril de 2022
	Apresentar protótipo do site	11 de abril de 2022
	Apresentar cronogramas de publicações das redes sociais, dos próximos três meses	15 de abril de 2022
	Apresentar planeamento da newsletter, email marketing	15 de abril de 2022
Maio	Lançamento do site	7 de maio de 2022
	Lançar as primeiras publicações nas várias redes sociais	7 de maio de 2022
	Envio da newsletter	7 de maio de 2022
	Evento de lançamento/apresentação das novas estratégias	14 de maio de 2022
	Sessão fotográfica e videográfica (criação de conteúdos)	20 de maio de 2022 (repetir de 3 em 3 meses)
Daqui a um ano	Registrar evolução e avaliar outras redes sociais para começar a lançar publicações	Abril de 2023