

INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO CIÊNCIA E
TECNOLOGIA DE SANTA CATARINA
CÂMPUS LAGES SC – PÓS-GRADUAÇÃO EM MARKETING

FILIPPE DO NASCIMENTO

Plano de Marketing – Pró Cópia Tecnologia em Impressões

LAGES

2026

Filipe do Nascimento

Plano de Marketing – Pró Cópia Tecnologia em Impressões

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao curso de Pós-graduação em Marketing do Instituto Federal de Santa Catarina, para obtenção do título de especialista em Marketing.

Orientadora: Prof. Dr. Thiago Meneghel Rodrigues

Lages

2026

Filipe do Nascimento

Plano de Marketing – Pró Cópia Tecnologia em Impressões

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao curso de Pós-graduação em Marketing do Instituto Federal de Santa Catarina, para obtenção do título de especialista em Marketing.

Lages, 09 de abril de 2026.

Prof. Dr. Thiago Meneghel Rodrigues
IFSC

Prof. Dr. Samuel Ferreira de Melo
IFSC

Prof. Dra. Joelma Kremer
IFSC

SUMÁRIO EXECUTIVO

Este Plano de Marketing Estratégico foi elaborado para a Pró Cópia Tecnologia em Impressões e Cópias, uma empresa já consolidada no segmento de soluções em impressão e que já opera com sucesso o modelo de *outsourcing* de impressão. O objetivo central deste plano é escalar a operação de *outsourcing*, focando no aumento do volume de contratos de longo prazo e na consolidação da Pró Cópia como líder de mercado em gestão de impressão na região do planalto serrano catarinense, mas com campo de atuação em toda Santa Catarina. A análise de ambiente, utilizando ferramentas como PESTEL e as 5 Forças de Porter (2004), reitera um cenário competitivo, mas destaca a crescente demanda por soluções de *outsourcing* que ofereçam previsibilidade de custos e eficiência operacional, um nicho onde a Pró Cópia já possui expertise.

O diagnóstico interno, através da Análise SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*), reafirma a experiência técnica consolidada e o relacionamento próximo com a base de clientes como forças distintivas. Contudo, a necessidade de aprimorar a presença digital e estruturar o marketing para prospecção ativa de contratos de *outsourcing* de longo prazo é evidente. O plano propõe um posicionamento de "Parceira estratégica e inovadora na gestão completa de impressão", enfatizando a capacidade da Pró Cópia de oferecer soluções que geram valor contínuo e otimizam os recursos de seus clientes.

As diretrizes estratégicas incluem a otimização do portfólio de serviços de *outsourcing*, a implementação de um marketing de conteúdo focado em educar o mercado sobre os benefícios do modelo e a utilização de canais digitais para atrair e qualificar *leads* para contratos de longo prazo. Os objetivos para os próximos 12 meses são: aumentar a receita recorrente de *outsourcing* em 30%, conquistar 25 novos contratos de *outsourcing* de longo prazo, e elevar a geração de *leads* qualificados em 60%, solidificando a Pró Cópia como a referência em gestão inteligente de impressão em sua área de atuação.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	8
2 JUSTIFICATIVA.....	10
3 ANÁLISE DE AMBIENTE	11
3.1 ANÁLISE PESTEL	11
3.2 ANÁLISE DO MICROAMBIENTE – 5 FORÇAS DE PORTER	15
3.3 CONCLUSÃO ESTRATÉGICA DA ANÁLISE DE AMBIENTE	17
4 ANÁLISE SWOT	18
4.1 FORÇAS (FATORES INTERNOS POSITIVOS).....	18
4.2 FRAQUEZAS (FATORES INTERNOS NEGATIVOS)	19
4.3 OPORTUNIDADES (FATORES EXTERNOS POSITIVOS)	19
4.4 AMEAÇAS (FATORES EXTERNOS NEGATIVOS)	20
4.5 MATRIZ SWOT E IMPLICAÇÕES ESTRATÉGICAS PARA A EXPANSÃO DO <i>OUTSOURCING</i>	21
5 SEGMENTAÇÃO, PÚBLICO-ALVO E POSICIONAMENTO.....	22
5.1 SEGMENTAÇÃO DE MERCADO	22
5.2 PÚBLICO-ALVO PRIORITÁRIO PARA EXPANSÃO DO <i>OUTSOURCING</i>	23
5.3 POSICIONAMENTO ESTRATÉGICO: LIDERANÇA EM <i>OUTSOURCING</i> DE IMPRESSÃO	23
6 PRODUTO (SOLUÇÕES).....	24
6.1 SITUAÇÃO ATUAL: EXPERTISE EM <i>OUTSOURCING</i> E DESAFIO DA RECEITA RESIDUAL AVULSA	25
6.2 ESTRATÉGIA: OTIMIZAÇÃO E EXPANSÃO DAS SOLUÇÕES DE <i>OUTSOURCING</i>	25
7 DEFINIÇÃO DE MARCA	26
8 DEFINIÇÕES DE OBJETIVOS E METAS	28
9 DEFINIÇÃO DAS ESTRATÉGIAS DE MARKETING	31
9.1 PRODUTO (SOLUÇÕES)	31
9.2 PREÇO	32
9.3 PRAÇA (DISTRIBUIÇÃO)	32
9.4 PROMOÇÃO (COMUNICAÇÃO)	33
10 AVALIAÇÃO E CONTROLE.....	34
10.1 MONITORAMENTO CONTÍNUO E MÉTRICAS DE DESEMPENHO (KPIs).....	34
10.2 ANÁLISE DE DESEMPENHO E AJUSTES ESTRATÉGICOS	35
10.3 ORÇAMENTO E ALOCAÇÃO DE RECURSOS	35

10.4 <i>FEEDBACK</i> DOS CLIENTES.....	36
11. CONCLUSÃO	37
12. BIBLIOGRAFIA	39

1 INTRODUÇÃO

O setor de impressão e cópias continua a evoluir entre 2020 e 2026 estima-se que cerca de 400 bilhões de folhas a4 foram utilizadas no mundo, com a digitalização de documentos e a busca incessante por eficiência e redução de custos, impulsionando novas abordagens. Nesse cenário dinâmico, a Pró Cópia Tecnologia em Impressões e Cópias, uma empresa com atuação consolidada no mercado catarinense, já se posiciona estrategicamente ao operar com o modelo de *outsourcing* de impressão. Este modelo, que oferece soluções completas de gestão de documentos e impressão, tem se mostrado uma resposta eficaz às demandas do mercado *Business to Business* - B2B por previsibilidade de gastos, otimização de processos e suporte técnico especializado.

A história da Pró Cópia começou em 08 de março de 1976, quando José Vicente Martins, então com apenas 17 anos, decidiu transformar coragem, dedicação e espírito empreendedor em um sonho que mudaria sua vida e se tornaria referência no segmento de impressão e tecnologia na região.

Em uma época em que os serviços de reprodução de documentos ainda eram limitados e a tecnologia era muito diferente da realidade atual, José Vicente iniciou suas atividades com um pequeno ponto de cópias. Com muito esforço, atendimento próximo aos clientes e vontade de crescer, a empresa conquistou espaço e credibilidade ao longo dos anos.

A cada nova fase, a Pró Cópia acompanhou a evolução do mercado, investindo em equipamentos modernos, inovação e qualificação. O que começou como um simples serviço de cópias tornou-se uma empresa sólida, preparada para atender as necessidades de empresas, instituições e clientes de diversos segmentos.

Com o passar das décadas, a Pró Cópia expandiu sua atuação e passou a oferecer soluções completas em impressão, gestão documental e tecnologia, acompanhando as transformações digitais e as novas demandas corporativas. Hoje, a empresa atua também no segmento de *outsourcing* de impressão, oferecendo praticidade, redução de custos e eficiência para seus clientes.

Mais do que uma trajetória empresarial, a história da Pró Cópia é marcada pela perseverança, pelo trabalho sério e pela visão empreendedora de José Vicente

Martins, que iniciou essa caminhada ainda muito jovem e construiu um legado que atravessa gerações.

Ao completar sua trajetória de crescimento e inovação, a Pró Cópia mantém vivos os valores que deram origem à empresa em 1976: compromisso, confiança, qualidade e dedicação em cada serviço prestado. Este Trabalho de Conclusão de Curso se baseia na elaboração de um Plano de Marketing Estratégico detalhado, não para iniciar a transição para o *outsourcing*, mas sim para escalar e otimizar a operação já existente da Pró Cópia neste modelo. O foco é baseado em estratégias que permitam à empresa aumentar significativamente o volume de contratos de *outsourcing* de longo prazo, consolidando sua posição como líder e parceira estratégica. A presente análise visa fornecer um roteiro claro para essa expansão, abordando desde o diagnóstico do ambiente externo e interno até a formulação de estratégias de marketing integradas, que permitam à Pró Cópia maximizar sua receita recorrente e fortalecer sua presença no mercado.

2 JUSTIFICATIVA

A relevância deste Plano de Marketing para a Pró Cópia é ampliada pela sua experiência prévia no modelo de *outsourcing*. Embora a empresa já atue nesse segmento, o mercado de impressão ainda é caracterizado por uma comoditização crescente de produtos e uma guerra de preços em vendas avulsas, o que torna a expansão do *outsourcing* uma necessidade estratégica ainda mais premente. A dependência de vendas pontuais, mesmo que em menor grau, ainda gera instabilidade na receita e dificulta o planejamento financeiro.

Em segundo lugar, a digitalização de documentos, embora reduza o volume de impressões em alguns setores, não elimina a necessidade de gestão profissional de documentos. O modelo de *outsourcing* de impressão, já dominado pela Pró Cópia, surge como a solução ideal para empresas que buscam eficiência e controle em seus processos de impressão, transformando um custo variável em um serviço gerenciado e previsível. A Pró Cópia, ao aprofundar sua atuação nesse modelo, alinha-se perfeitamente às demandas atuais do mercado por otimização de recursos.

Adicionalmente, a Pró Cópia, apesar de sua experiência técnica e base de clientes, necessita de uma estratégia de marketing mais robusta e focada para capitalizar suas forças e explorar as oportunidades de expansão do *outsourcing*. A ausência de um marketing estruturado especificamente para atrair e converter clientes para contratos de longo prazo limita o crescimento. Este plano visa preencher essa lacuna, fornecendo as ferramentas e o direcionamento necessários para que a Pró Cópia possa comunicar sua proposta de valor de forma eficaz, atrair novos clientes para o *outsourcing* e fortalecer o relacionamento com os existentes, garantindo um crescimento sustentável e uma posição de destaque no mercado de gestão de impressão.

3 ANÁLISE DE AMBIENTE

A compreensão do ambiente externo é crucial para a formulação de qualquer estratégia de marketing eficaz. Para a Pró Cópia, essa análise se desdobra em duas frentes principais: o Macroambiente, avaliado pela ferramenta PESTEL (Político-legal, Econômico, Sociocultural, Tecnológico, Ambiental e Legal), e o Microambiente, analisado pelas 5 Forças de Porter (2004), que delineiam a estrutura competitiva do setor.

3.1. Análise PESTEL

Fatores Político-legais

O cenário político-legal impõe um conjunto de diretrizes e restrições que moldam a atuação da Pró Cópia. A Lei de Licitações (Lei nº 14.133/2021) é um pilar fundamental, especialmente para empresas que, como a Pró Cópia, buscam expandir sua atuação no setor público com contratos de *outsourcing*. A conformidade com essa legislação exige não apenas a apresentação de documentação fiscal e jurídica regular, mas também a comprovação de qualificação técnica e idoneidade. A Pró Cópia, ao já operar com *outsourcing*, possui experiência na gestão de Acordos de Nível de Serviço (SLA), que definem prazos de atendimento, disponibilidade de equipamentos e fornecimento de insumos, e manutenção preventiva e corretiva, elementos que são cruciais para a competitividade em licitações e para a expansão de sua carteira de clientes públicos.

Outro ponto crítico são as regulamentações ambientais, particularmente as relacionadas ao descarte de resíduos eletrônicos e suprimentos de impressão, como cartuchos e toners. A Política Nacional de Resíduos Sólidos (Lei nº 12.305/2010) estabelece a responsabilidade compartilhada pelo ciclo de vida dos produtos. Para a Pró Cópia, a adoção de práticas de descarte adequado e a busca por certificações ambientais não são apenas uma obrigação legal, mas um diferencial competitivo que pode atrair clientes com forte compromisso ESG (*Environmental, Social, and Governance*) e fortalecer sua imagem institucional, auxiliando na prospecção de novos contratos de *outsourcing*.

As mudanças tributárias representam um risco constante. Dada a alta dependência de insumos importados (aproximadamente 90%), variações em impostos

como Imposto de Importação, ICMS, PIS/COFINS e taxas alfandegárias impactam diretamente a estrutura de custos da Pró Cópia. Um aumento inesperado nesses tributos pode reduzir margens de lucro, exigir reajustes contratuais e comprometer a competitividade. A empresa deve manter um monitoramento fiscal contínuo e desenvolver estratégias de precificação flexíveis para mitigar esses impactos, especialmente em contratos de longo prazo de *outsourcing*.

Fatores Econômicos

O ambiente econômico exerce influência direta sobre o poder de compra dos clientes e a viabilidade dos negócios. A sensibilidade das empresas a custos operacionais é uma característica marcante, especialmente em períodos de instabilidade econômica. Nesse cenário, a busca por corte de gastos, revisão de contratos e negociação de preços se intensifica. A Pró Cópia, com sua proposta de valor focada na otimização de custos através do *outsourcing* de impressão, está bem-posicionada para atender a essa demanda, oferecendo soluções que transformam custos variáveis em fixos e previsíveis, contribuindo para a eficiência financeira de seus clientes. O fato de já operar com *outsourcing* confere à Pró Cópia uma vantagem, pois ela já possui a estrutura e a experiência para demonstrar a previsibilidade de custos e a eficiência operacional que as empresas buscam, facilitando a aquisição de novos contratos.

A variação cambial, em particular a do dólar, é um fator econômico de alta relevância para a Pró Cópia. A importação da maioria dos insumos (*toners*, peças, equipamentos) expõe a empresa a flutuações cambiais, que podem gerar oscilações significativas nos custos de aquisição. Para mitigar esse risco, a Pró Cópia deve considerar estratégias como a diversificação de fornecedores, a negociação de contratos com cláusulas de reajuste cambial e a manutenção de estoques estratégicos. A busca crescente por redução de despesas por parte das empresas clientes, que anseiam por previsibilidade de custos, representa uma oportunidade ímpar para a Pró Cópia. O modelo de *outsourcing*, ao oferecer um valor fixo mensal e um custo por página controlado, elimina surpresas financeiras para o cliente e, simultaneamente, fortalece a receita recorrente da Pró Cópia, conferindo maior estabilidade financeira à empresa.

Fatores Socioculturais

As tendências socioculturais e os hábitos de consumo moldam a demanda por serviços de impressão. A digitalização crescente de documentos, impulsionada pela busca por eficiência, sustentabilidade e acessibilidade, tem levado à migração para assinaturas digitais, documentos eletrônicos e armazenamento em nuvem. Embora essa tendência reduza o volume de impressões em alguns segmentos, a necessidade de impressão não é eliminada, especialmente em setores públicos e jurídicos (órgãos públicos, cartórios, fóruns, escritórios jurídicos), que ainda dependem de documentos físicos para formalidades legais e registros. A Pró Cópia, ao já oferecer *outsourcing*, pode se posicionar como uma facilitadora dessa transição, oferecendo soluções híbridas que integram o ambiente físico e digital, e destacando como o *outsourcing* gerencia essa complexidade.

A valorização de atendimento rápido e eficiente é um diferencial competitivo crucial. Clientes do setor de impressão, especialmente no ambiente corporativo, não podem arcar com longos períodos de inatividade de equipamentos. A Pró Cópia, com sua experiência em *outsourcing*, já possui a estrutura para capitalizar sobre essa demanda, posicionando-se como uma parceira ágil, que oferece suporte técnico imediato, solução rápida de problemas e disponibilidade constante de suprimentos, minimizando o tempo de inatividade e os prejuízos para seus clientes. A construção de um relacionamento de confiança e a entrega de um serviço de excelência são essenciais para a fidelização e para a aquisição de novos contratos de longo prazo.

Fatores Tecnológicos

A tecnologia é um dos principais motores de mudança no setor de impressão. As impressoras multifuncionais inteligentes atuais transcendem a simples função de imprimir, oferecendo recursos avançados como *scanner* integrado, integração com plataformas de nuvem, controle de acesso por usuário e relatórios detalhados de uso. Essas funcionalidades permitem à Pró Cópia oferecer soluções completas de gestão de documentos, que vão além da mera impressão, agregando valor e eficiência aos processos de seus clientes. O monitoramento remoto de equipamentos é uma tecnologia disruptiva, possibilitando o acompanhamento em tempo real do nível de

toner, o diagnóstico preventivo de falhas e a redução de visitas técnicas emergenciais, otimizando a eficiência operacional e a satisfação do cliente. A automação de suprimentos, com sistemas que detectam o baixo nível de *toner* e acionam automaticamente a reposição, evita paradas inesperadas e garante a continuidade das operações do cliente.

Essas inovações tecnológicas representam uma oportunidade estratégica para a Pró Cópia se diferenciar no mercado. Ao posicionar-se como uma empresa de gestão inteligente de impressão, e não apenas como fornecedora de máquinas, a Pró Cópia pode oferecer soluções mais eficientes, de maior valor agregado e que contribuem diretamente para a produtividade e redução de custos de seus clientes. A adoção e o domínio dessas tecnologias, já presentes na operação de *outsourcing* da Pró Cópia, são pilares para a sustentabilidade e o crescimento da empresa.

Fatores Ambientais

O fator ambiental tem ganhado crescente relevância, influenciando as decisões de compra e as políticas corporativas. A pressão por sustentabilidade leva empresas a buscar parceiros alinhados a práticas ESG. Para a Pró Cópia, isso se traduz na necessidade de implementar e comunicar ações que minimizem o impacto ambiental de suas operações. A logística reversa de toners e cartuchos, com o recolhimento e descarte adequado desses materiais, não apenas atende à legislação ambiental, mas também gera um diferencial competitivo, fortalecendo a imagem da empresa como socialmente responsável e atraindo clientes para seus contratos de *outsourcing*.

A redução do consumo de papel, embora possa parecer contraditória para uma empresa do setor de impressão, pode ser incentivada pela Pró Cópia através da promoção da impressão consciente, do controle de cotas por usuário e do fornecimento de relatórios de consumo. Essas ações, além de gerarem economia para o cliente, reforçam o compromisso da Pró Cópia com a sustentabilidade. A comunicação transparente sobre o descarte correto de resíduos e o uso de insumos certificados são estratégias eficazes para fortalecer a marca institucional e atrair clientes com consciência ambiental.

3.2. Análise do Microambiente — 5 Forças de Porter

A estrutura do setor de impressão é complexa e pode ser melhor compreendida através das 5 Forças de Porter (2004), que avaliam a intensidade da competição e a atratividade do mercado.

Rivalidade entre Concorrentes — ALTA

O setor de impressão é caracterizado por uma alta rivalidade, impulsionada pela presença de um grande número de *players*. Existem inúmeras lojas de suprimentos, diversas assistências técnicas locais, lojas de cartuchos e toners compatíveis, e uma parcela significativa de empresas que atuam informalmente. Essa pulverização de competidores intensifica a disputa por clientes, resultando em uma guerra de preços onde o diferencial competitivo muitas vezes se resume ao menor custo. Isso leva à redução das margens de lucro e à diminuição da fidelidade dos clientes, que migram facilmente em busca de preços mais baixos. A concorrência informal, em particular, representa um desafio significativo, pois empresas sem estrutura formal e menor carga tributária conseguem oferecer preços abaixo do mercado, pressionando ainda mais as empresas formalizadas como a Pró Cópia. O impacto estratégico dessa alta rivalidade é a necessidade imperativa de diferenciação e agregação de valor através do modelo de *outsourcing* para manter a lucratividade e a sustentabilidade do negócio.

Poder de Barganha dos Clientes — ALTO

Os clientes da Pró Cópia, especialmente no segmento B2B, possuem um alto poder de barganha. Isso se deve à fácil comparação de preços, facilitada pela internet e pela possibilidade de múltiplos orçamentos, e ao baixo custo de troca de fornecedor. A ausência de contratos de fidelização robustos ou a existência de equipamentos compatíveis permitem que os clientes migrem rapidamente para a concorrência. Para mitigar essa força, a Pró Cópia, que já opera com *outsourcing*, precisa ir além da simples venda de produtos, focando na criação de vínculos contratuais sólidos, na entrega de valor percebido e na construção de um relacionamento de longo prazo. A oferta de soluções de *outsourcing*, com SLAs bem definidos e suporte contínuo, é uma estratégia eficaz para reter clientes e reduzir seu poder de barganha, incentivando a adesão a contratos de longo prazo.

Poder de Barganha dos Fornecedores — MÉDIO/ALTO

A Pró Cópia depende de distribuidores autorizados, importadores e fabricantes específicos para a aquisição de equipamentos e suprimentos. Essa dependência confere aos fornecedores um poder de barganha médio a alto. A limitação de opções de fornecimento e a dependência de produtos importados tornam a Pró Cópia vulnerável a aumentos de preços e variações cambiais. Para gerenciar essa força, a empresa deve buscar a diversificação de fornecedores, negociar contratos de longo prazo com condições favoráveis e incluir cláusulas de reajuste em seus próprios contratos de *outsourcing* para repassar eventuais aumentos de custos. O planejamento de estoque também é crucial para evitar interrupções no fornecimento e garantir a continuidade dos serviços de *outsourcing*.

Ameaça de Novos Entrantes — MÉDIA

As barreiras de entrada no setor de impressão são moderadas. Embora exija um certo nível de conhecimento técnico, capital inicial para estoque e uma estrutura mínima de atendimento, o investimento inicial não é proibitivo, o que permite o surgimento frequente de novos concorrentes, especialmente em nichos específicos ou com modelos de negócio informais. Essa ameaça é atenuada pela necessidade de construir reputação, rede de contatos e expertise técnica, mas a Pró Cópia deve estar atenta. Para dificultar a entrada de novos players, a Pró Cópia deve fortalecer sua marca, investir em diferenciação de serviços de *outsourcing* e aprofundar o relacionamento com seus clientes, criando barreiras de saída através da fidelização e da entrega de valor superior.

Ameaça de Produtos Substitutos — ALTA

A digitalização documental representa a principal ameaça de produtos substitutos para o setor de impressão. A crescente adoção de assinaturas digitais, processos eletrônicos e armazenamento em nuvem reduz gradualmente a necessidade de impressão em muitos segmentos, especialmente em empresas privadas e escritórios modernos. Embora a impressão não vá desaparecer completamente, seu volume tende a diminuir. Para enfrentar essa ameaça, a Pró Cópia não pode se limitar a ser uma fornecedora de impressão, mas deve evoluir para uma provedora de soluções de gestão de documentos, que integram o ambiente físico

e digital. Isso inclui oferecer serviços de digitalização, gerenciamento eletrônico de documentos (GED) e consultoria para otimização de fluxos de trabalho, adaptando-se à nova realidade do mercado e transformando a ameaça em oportunidade, e o *outsourcing* já é um passo nessa direção.

3.3. Conclusão Estratégica da Análise de Ambiente

A análise do ambiente revela que a Pró Cópia opera em um mercado desafiador, caracterizado por alta rivalidade, forte poder de barganha dos clientes e a crescente ameaça de substitutos digitais. Competir unicamente com base no preço é uma estratégia insustentável e que compromete a lucratividade a longo prazo. Portanto, a Pró Cópia deve adotar uma postura estratégica que priorize a diferenciação e a agregação de valor através da expansão e otimização de seus serviços de *outsourcing*. As principais diretrizes estratégicas emergentes dessa análise são:

- **Diferenciação pela qualidade de atendimento:** investir em um serviço de excelência, com agilidade, proatividade e suporte técnico especializado, para construir lealdade e superar as expectativas dos clientes de *outsourcing*.
- **Oferta de contratos de *outsourcing* com Acordos de Nível de Serviço (SLA):** formalizar o compromisso com a qualidade e a eficiência, garantindo previsibilidade para o cliente e receita recorrente para a Pró Cópia, com foco em contratos de longo prazo.
- **Investimento contínuo em tecnologia e monitoramento remoto:** utilizar as inovações tecnológicas para otimizar a gestão de equipamentos, prever falhas e automatizar o fornecimento de suprimentos, aumentando a eficiência operacional e a satisfação do cliente em seus contratos de *outsourcing*.
- **Criação de relacionamento de longo prazo com os clientes:** desenvolver parcerias estratégicas, atuando como consultora e oferecendo soluções personalizadas que atendam às necessidades específicas de cada negócio, visando a fidelização e a renovação de contratos de *outsourcing*.
- **Posicionamento como especialista em gestão de impressão:** mudar a percepção de fornecedora de equipamentos para uma consultora estratégica em otimização de processos de impressão, agregando valor e justificando um preço premium em suas soluções de *outsourcing*.

Essas ações permitirão à Pró Cópia navegar com sucesso no ambiente competitivo, transformando desafios em oportunidades de crescimento e consolidando sua posição como líder de mercado na oferta de *outsourcing* de impressão.

4. ANÁLISE SWOT

A Análise SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) é uma ferramenta estratégica fundamental que permite à Pró Cópia avaliar seu ambiente interno (Forças e Fraquezas) e externo (Oportunidades e Ameaças). Essa avaliação integrada é crucial para identificar as capacidades internas que podem ser alavancadas, as deficiências que precisam ser corrigidas, as tendências de mercado que podem ser exploradas e os riscos que devem ser mitigados, subsidiando a tomada de decisões estratégicas mais assertivas, especialmente no contexto de expansão do *outsourcing*.

4.1. FORÇAS (Fatores Internos Positivos)

As forças representam os atributos internos positivos que a Pró Cópia possui e que lhe conferem uma vantagem competitiva no mercado, sendo pilares para a expansão do modelo de *outsourcing*:

- **Experiência técnica consolidada em *outsourcing* (S1):** a Pró Cópia possui um *know-how* acumulado não apenas em manutenção e suprimentos, mas na gestão completa de contratos de *outsourcing* de impressão. Essa expertise técnica na implementação e gerenciamento de soluções de *outsourcing* aumenta a confiança dos clientes e a capacidade da empresa de resolver problemas complexos, sendo um diferencial competitivo para a aquisição de novos contratos.
- **Atendimento próximo e personalizado ao cliente (S2):** o relacionamento direto e a proximidade com a base de clientes locais, incluindo os já atendidos por *outsourcing*, geram um alto nível de confiança e fidelização. Essa proximidade facilita a compreensão das necessidades específicas de cada negócio e a oferta de soluções adaptadas, crucial para a retenção e expansão de contratos de longo prazo.
- **Base de clientes locais ativa e estabelecida, incluindo contratos de *outsourcing* (S3):** a Pró Cópia já possui uma carteira consolidada de clientes, muitos deles já no modelo de *outsourcing*. Essa base ativa representa uma fonte de receita estável e reduz o custo de aquisição de novos clientes. Além disso, facilita a implementação de estratégias de *up-selling* (venda de soluções mais completas) e *cross-selling* (venda de serviços adicionais) dentro da própria base de *outsourcing*.
- ***Know-how* em manutenção e gestão proativa de equipamentos (S4):** conhecimento técnico aprofundado em manutenção de impressoras e multifuncionais, aliado à experiência em gestão proativa de parques de impressão via *outsourcing*, garante a disponibilidade dos equipamentos e a continuidade das operações dos clientes. Essa capacidade é estratégica para

o modelo de *outsourcing*, pois minimiza o tempo de inatividade e reforça a proposta de valor da Pró Cópia.

4.2. FRAQUEZAS (Fatores Internos Negativos)

As fraquezas são os atributos internos negativos que a Pró Cópia precisa superar para otimizar sua operação de *outsourcing* e melhorar sua posição competitiva:

- **Presença digital limitada e pouco estratégica para prospecção de *outsourcing* (W1):** embora a Pró Cópia já atue com *outsourcing*, a baixa visibilidade online, caracterizada por um site desatualizado ou a ausência de estratégias de SEO e marketing de conteúdo focadas em *outsourcing*, reduz significativamente a geração de novos *leads* qualificados para contratos de longo prazo. Em um cenário onde a jornada de compra B2B inicia-se frequentemente com pesquisas online, essa limitação impede a empresa de escalar sua operação de *outsourcing*.
- **Marketing pouco estruturado e reativo para o modelo de *outsourcing* (W2):** dependência de indicações e a ausência de um plano de marketing claro e proativo, especificamente para o modelo de *outsourcing*, resultam em uma falta de previsibilidade comercial para a expansão dessa área. Um marketing reativo impede a Pró Cópia de educar o mercado sobre os benefícios do *outsourcing* e de atrair um fluxo constante de oportunidades de negócio.
- **Dependência residual de vendas avulsas e receita instável (W3):** embora já opere com *outsourcing*, a Pró Cópia ainda pode ter uma parcela significativa de sua receita proveniente de vendas pontuais. Essa dependência residual gera instabilidade e dificulta o investimento em novas tecnologias e na expansão da equipe de *outsourcing*. A meta é reduzir essa dependência, migrando mais clientes para contratos recorrentes
- **Baixa taxa de conversão de clientes transacionais para contratos de *outsourcing* (W4):** a dificuldade em converter clientes que compram produtos avulsos para o modelo de *outsourcing* representa uma fraqueza. Isso pode ser devido à falta de comunicação clara dos benefícios do *outsourcing* ou à ausência de estratégias de *lead nurturing* para educar esses clientes sobre a proposta de valor do serviço.

4.3. OPORTUNIDADES (Fatores Externos Positivos)

As oportunidades são as tendências e condições externas favoráveis que a Pró Cópia pode explorar para expandir e otimizar sua operação de *outsourcing*:

- **Crescimento contínuo da demanda por *outsourcing* de impressão (O1):** e Empresas de todos os portes buscam incessantemente a redução de custos operacionais, a previsibilidade de gastos e a terceirização de serviços não-*core*. O modelo de *outsourcing* de impressão, já oferecido pela Pró Cópia, atende

diretamente a essas necessidades, representando uma grande oportunidade estratégica para a empresa escalar sua atuação e oferecer soluções de valor agregado.

- **Aumento da busca por contratos corporativos de longo prazo com SLA (O2):** empresas de médio e grande porte, bem como órgãos públicos, necessitam de garantias de nível de serviço (SLA) e suporte técnico constante para suas operações de impressão. Esse nicho de mercado, que valoriza a qualidade e a confiabilidade acima do preço, é um terreno fértil para a Pró Cópia, que pode se diferenciar pela excelência no atendimento e na entrega de serviços de *outsourcing*.
- **Potencial do Marketing Digital B2B para prospecção de *outsourcing* (O3):** a utilização estratégica de ferramentas de marketing digital, como SEO, marketing de conteúdo, mídias sociais e campanhas de e-mail marketing, permite à Pró Cópia alcançar um público segmentado, gerar autoridade de marca e prospectar ativamente clientes B2B interessados em *outsourcing*. Essa é uma oportunidade para superar a fraqueza da presença digital limitada e gerar um fluxo constante de *leads* qualificados para contratos de longo prazo.
- **Formação de parcerias estratégicas locais para indicação de *outsourcing*:** a Pró Cópia pode estabelecer parcerias com contadores, empresas de TI, papelarias e outras organizações que atendem ao mesmo público-alvo B2B. Essas parcerias podem gerar indicações de clientes para contratos de *outsourcing*, ampliar a rede de contatos da empresa e fortalecer sua presença no ecossistema de negócios local, criando um canal de aquisição de clientes de baixo custo e alta conversão.

4.4. AMEAÇAS (Fatores Externos Negativos)

As ameaças são os fatores externos que podem impactar negativamente a Pró Cópia e que precisam ser gerenciados, mesmo com a operação de *outsourcing* já estabelecida:

- **Concorrência informal e guerra de preços em serviços avulsos (T1):** a presença de concorrentes informais, que operam com custos mais baixos e sem a mesma carga tributária, pressiona os preços de mercado e as margens de lucro da Pró Cópia, especialmente nos serviços avulsos. Essa guerra de preços dificulta a diferenciação e exige que a empresa foque na entrega de valor superior através do *outsourcing* para justificar seus preços.
- **Comoditização de suprimentos (T2):** *toners* e cartuchos tornaram-se produtos de prateleira, onde a decisão de compra do cliente é quase exclusivamente baseada no preço. Essa comoditização resulta em perda de margem para a Pró Cópia e a impede de construir relacionamentos de longo prazo baseados na venda desses itens. A solução é migrar mais clientes para o modelo de *outsourcing*, onde o suprimento é parte de um pacote de serviços.
- **Redução gradual de impressões devido à digitalização (T3):** embora a impressão não desapareça, a digitalização de documentos e a adoção de processos eletrônicos reduzem o volume de impressões em alguns segmentos. Essa tendência exige que a Pró Cópia se adapte, oferecendo soluções de

gestão de documentos, impressão controlada e inteligente, e serviços que integrem o ambiente físico e digital, transformando a ameaça em uma oportunidade de diversificação e reforçando a necessidade de expandir o *outsourcing*.

4.5. Matriz SWOT e Implicações Estratégicas para a Expansão do *Outsourcing*

A combinação das análises interna e externa na Matriz SWOT permite à Pró Cópia formular estratégias mais robustas para a expansão do *outsourcing* (Tabela 1).

Tabela 1. Dados referentes a análise SWOT aplicada a empresa Pró Cópia, Localizada em Lages-SC.

	Forças (S)	Fraquezas (W)
Oportunidades (O)	Estratégias SO (Maxi-Maxi): utilizar as forças para aproveitar as oportunidades. Ex.: alavancar a experiência técnica consolidada em <i>outsourcing</i> e a base de clientes (S1, S3) para conquistar novos contratos de longo prazo (O1, O2) e fortalecer o marketing digital B2B (O3) focado em <i>outsourcing</i> .	Estratégias WO (Mini-Maxi): superar as fraquezas aproveitando as oportunidades. Ex.: estruturar o marketing digital (W1, W2) para explorar o crescimento do <i>outsourcing</i> (O1) e gerar <i>leads</i> qualificados para contratos de longo prazo (O3).
Ameaças (T)	Estratégias ST (Maxi-Mini): utilizar as forças para mitigar as ameaças. Ex.: usar o atendimento próximo e o know-how em gestão proativa de equipamentos (S2, S4) para diferenciar-se da concorrência informal (T1) e da comoditização (T2), promovendo o <i>outsourcing</i> como solução superior.	Estratégias WT (Mini-Mini): minimizar fraquezas e evitar ameaças. Ex.: reduzir a dependência residual de vendas avulsas (W3) através da conversão para <i>outsourcing</i> (W4) para mitigar a redução de impressões (T3) e a guerra de preços (T1).

Esta matriz demonstra a necessidade de a Pró Cópia capitalizar suas forças internas, como a *expertise* técnica em *outsourcing* e o relacionamento com clientes, para explorar as oportunidades de mercado, como o crescimento da demanda por contratos de longo prazo. Simultaneamente, é imperativo que a empresa invista na superação de suas fraquezas, como a presença digital limitada para prospecção de *outsourcing*, para mitigar as ameaças da concorrência e da digitalização. A estratégia central deve ser a diferenciação através da entrega de valor e da construção de

relacionamentos duradouros no modelo de *outsourcing*, afastando-se da competição por preço em produtos comoditizados.

5. SEGMENTAÇÃO, PÚBLICO-ALVO E POSICIONAMENTO

Para que a Pró Cópia possa direcionar seus esforços de marketing de forma eficaz e otimizar seus recursos na expansão do *outsourcing*, é fundamental refinar a definição dos segmentos de mercado que pretende atender, o público-alvo prioritário e o posicionamento estratégico que deseja ocupar na mente dos consumidores. Essa etapa, conforme Kotler e Keller (2012), é crucial para a construção de uma estratégia de marketing orientada para o cliente e para a maximização dos contratos de longo prazo.

5.1. Segmentação de Mercado

A segmentação de mercado consiste em dividir um mercado heterogêneo em grupos menores e homogêneos de consumidores que possuem necessidades, características ou comportamentos semelhantes e que podem ser alcançados de forma mais eficiente com produtos e serviços específicos. Para a Pró Cópia, a segmentação deve ser ainda mais granular, focando em perfis que demonstrem maior propensão a aderir a contratos de *outsourcing* de longo prazo:

- **Geográfica:** a Pró Cópia mantém sua atuação em uma região geográfica específica, o que lhe confere uma vantagem logística e de proximidade com os clientes. A concentração de esforços em um raio de atuação definido permite otimizar o tempo de resposta do suporte técnico, reduzir custos de deslocamento e fortalecer o relacionamento local, fatores críticos para a manutenção e expansão de contratos de *outsourcing*.
- **Demográfica (B2B) com foco em potencial de *outsourcing*:** no contexto B2B, a segmentação demográfica envolve características das empresas clientes. Para a Pró Cópia, os segmentos prioritários para a expansão do *outsourcing* incluem: pequenas e médias empresas (PMEs) com volume de impressão moderado a alto, que buscam otimização de custos e não possuem infraestrutura interna para gerenciar impressões; escritórios contábeis e jurídicos, que possuem alta demanda por impressão formal e documentos físicos, e valorizam a previsibilidade e o suporte; órgãos públicos, que necessitam de soluções robustas, conformidade com a Lei de Licitações e SLAs bem definidos; e clínicas e escolas, que demandam impressões em volume, com agilidade e controle de custos. Esses segmentos possuem

necessidades distintas que a Pró Cópia pode endereçar com soluções de *outsourcing* personalizadas e de longo prazo.

- **Comportamental com ênfase em gestão de custos e eficiência:** esta segmentação agrupa clientes com base em seus conhecimentos, atitudes, usos ou respostas a um produto. Para a Pró Cópia, isso inclui empresas que: buscam ativamente reduzir custos operacionais e veem no *outsourcing* uma solução eficaz e já comprovada; valorizam suporte técnico rápido e eficiente, pois o tempo de inatividade de equipamentos de impressão representa prejuízo significativo; e organizações com alto volume de impressão e que desejam profissionalizar a gestão de seu parque de impressão, beneficiando-se da gestão profissional e da previsibilidade de custos oferecidas pelo *outsourcing*. A Pró Cópia pode direcionar suas ofertas e comunicação para esses perfis comportamentais, destacando os benefícios de longo prazo do *outsourcing*.

5.2. Público-Alvo Prioritário para Expansão do *Outsourcing*

Com base na segmentação refinada, o público-alvo prioritário da Pró Cópia são empresas B2B (PMEs, escritórios contábeis/jurídicos, órgãos públicos, clínicas e escolas) que já reconhecem a importância da gestão de custos e eficiência, possuem demanda recorrente por impressão e buscam um parceiro estratégico para um contrato de *outsourcing* de longo prazo. Essas empresas, muitas vezes, já compreendem os desafios de gerenciar internamente seu parque de impressão e estão abertas a soluções que ofereçam previsibilidade de gastos e garantia de funcionamento. Este foco permite à Pró Cópia concentrar seus esforços de vendas e marketing, desenvolvendo soluções e mensagens que atendam precisamente às dores e necessidades desse grupo, visando a adesão a contratos de longo prazo.

5.3. Posicionamento Estratégico: Liderança em *Outsourcing* de Impressão

O posicionamento estratégico é a forma como a Pró Cópia deseja ser percebida pelos seus clientes em relação à concorrência. Em um mercado competitivo e commoditizado, o posicionamento deve ser claro, diferenciado e relevante para o público-alvo, especialmente para a expansão do *outsourcing*. O posicionamento da Pró Cópia no mercado é de:

"Líder e parceira estratégica em outsourcing de impressão, garantindo otimização de custos, eficiência operacional e tranquilidade total na gestão de documentos para contratos de longo prazo."

Este posicionamento busca diferenciar a empresa da concorrência baseada apenas em preço, elevando a percepção de valor e focando na entrega de soluções completas e na construção de relacionamentos duradouros. Os eixos desse posicionamento incluem:

- **Confiabilidade técnica e expertise em outsourcing:** garantia de equipamentos de alta qualidade, suprimentos originais ou compatíveis de alto desempenho e serviços de manutenção especializados, assegurando a continuidade das operações do cliente em contratos de *outsourcing*.
- **Agilidade e Proatividade no suporte:** rapidez no atendimento, na resolução de problemas e na reposição de suprimentos, minimizando o tempo de inatividade e os impactos nas operações do cliente. A proatividade no monitoramento remoto e na manutenção preventiva reforça essa agilidade, essencial para contratos de longo prazo.
- **Otimização de Custos e Previsibilidade:** através do modelo de *outsourcing*, a Pró Cópia oferece previsibilidade e redução de gastos com impressão, transformando um custo variável em um investimento controlado e eficiente para o cliente, com foco em benefícios financeiros a longo prazo.
- **Relacionamento Próximo e Consultivo:** construção de parcerias estratégicas, atuando como consultora para identificar as necessidades específicas de cada cliente e propor as melhores soluções de *outsourcing*, indo além da simples venda de produtos e visando a fidelização.
- **Inovação em Gestão de Impressão:** utilização de tecnologias de monitoramento remoto e automação de suprimentos para oferecer uma gestão inteligente e eficiente do parque de impressão dos clientes, como um diferencial competitivo no mercado de *outsourcing*.

Este posicionamento estratégico visa consolidar a Pró Cópia como a escolha preferencial para empresas que buscam soluções de *outsourcing* de impressão, reforçando sua liderança e justificando a adesão a contratos de longo prazo.

6. PRODUTO (SOLUÇÕES)

No contexto do composto de marketing (4 Ps), o Produto não se refere apenas a bens físicos, mas também a serviços e soluções que atendem às necessidades dos

clientes. Para a Pró Cópia, a otimização e expansão de seu portfólio de soluções de *outsourcing* são centrais para a estratégia de crescimento.

6.1. Situação Atual: Expertise em *Outsourcing* e Desafio da Receita Residual Avulsa

A Pró Cópia já possui expertise consolidada na oferta de *outsourcing* de impressão, além de comercializar impressoras, toners, cartuchos, e oferecer manutenção técnica avulsa e serviços de cópia. Embora o modelo de *outsourcing* já seja uma realidade, o desafio reside em reduzir a dependência residual de vendas pontuais e converter mais clientes para contratos de longo prazo. A comoditização de toners e cartuchos ainda pressiona as margens nas vendas avulsas, gerando uma receita instável e imprevisível nessa parcela do negócio. A Pró Cópia, nesse cenário, busca ser percebida predominantemente como uma parceira estratégica em gestão de impressão, e não apenas como fornecedora de insumos.

6.2. Estratégia: Otimização e Expansão das Soluções de *Outsourcing*

A estratégia para a Pró Cópia é focar na otimização e expansão de suas soluções completas de gestão de impressão via *outsourcing*. Isso implica em uma comunicação mais assertiva sobre os benefícios do modelo e na personalização das ofertas para atrair e reter contratos de longo prazo. As principais ofertas devem incluir:

- ***Outsourcing* de Impressão como Solução Core:** esta é a solução central e deve ser o carro-chefe da Pró Cópia. O cliente paga uma mensalidade fixa e recebe um pacote completo que inclui: equipamentos modernos e adequados à sua demanda, manutenção preventiva e corretiva, fornecimento de suprimentos (toners, cartuchos) e suporte técnico especializado. Para o cliente, o benefício é a previsibilidade de custos, a redução de despesas operacionais (eliminando a necessidade de capital para compra de equipamentos e gestão de estoque de suprimentos) e a tranquilidade de ter um parque de impressão sempre funcional. Para a Pró Cópia, significa receita recorrente e a construção de um relacionamento de longo prazo.
- **Contratos Mensais de Serviço Otimizados:** a Pró Cópia deve aprimorar seus contratos contínuos de serviço, buscando maior flexibilidade e personalização. Isso gera fidelização do cliente, permite um planejamento financeiro mais preciso para a Pró Cópia e reduz a dependência de vendas pontuais. Esses contratos podem incluir diferentes níveis de serviço, adaptados às

necessidades de cada cliente, desde a manutenção básica até a gestão completa do parque de impressão, com foco em pacotes de longo prazo.

- **Monitoramento Remoto e Proativo Aprimorado:** utilização de softwares e tecnologias que permitem o acompanhamento em tempo real do status dos equipamentos, do nível de suprimentos e do volume de impressão. Isso possibilita o diagnóstico preventivo de falhas, a reposição automática de toners antes que acabem e a redução de chamados emergenciais. Para o cliente, significa menos interrupções e maior produtividade; para a Pró Cópia, otimização dos recursos de suporte técnico e maior eficiência na gestão dos contratos de *outsourcing*.
- **Gestão de Suprimentos Integrada ao *Outsourcing*:** a Pró Cópia assume a responsabilidade pelo controle e reposição do estoque de suprimentos do cliente dentro do contrato de *outsourcing*. Isso elimina a necessidade de o cliente se preocupar com a compra, o armazenamento e a gestão de consumíveis, garantindo que nunca falem toners ou cartuchos. É um serviço de conveniência que agrega valor e reforça a parceria, sendo um pilar para a manutenção dos contratos de longo prazo.
- **Consultoria em Otimização de Impressão como Diferencial:** este é um grande diferencial estratégico. A Pró Cópia pode atuar como consultora, analisando o perfil de impressão do cliente, identificando gargalos, sugerindo modelos de equipamentos mais econômicos e eficientes, e implementando políticas de impressão consciente. Essa consultoria resulta em redução significativa de custos para o cliente e posiciona a Pró Cópia como uma parceira estratégica na otimização de recursos, e não apenas como uma fornecedora, justificando a adesão a contratos de *outsourcing* de longo prazo.

Ao adotar essa abordagem, a Pró Cópia otimiza suas soluções de *outsourcing*, focando na entrega de valor, eficiência e previsibilidade para seus clientes, fortalecendo sua posição no mercado e garantindo um crescimento sustentável através da expansão de contratos de longo prazo.

7. DEFINIÇÃO DE MARCA

A marca é um dos ativos mais valiosos de uma empresa, representando sua identidade, valores e a promessa de valor aos clientes. Para a Pró Cópia Tecnologia em Impressões e Cópias, a definição e o fortalecimento de sua marca são cruciais para consolidar sua liderança e expandir seus contratos de *outsourcing* de impressão.

A marca Pró Cópia evoca profissionalismo, expertise e especialização no segmento de cópias e impressões. O complemento "Tecnologia em Impressões e Cópias" reforça a modernidade e a capacidade da empresa em oferecer soluções avançadas e inovadoras, alinhadas às demandas tecnológicas do mercado atual. A

identidade da marca deve ser construída e comunicada de forma consistente, transmitindo:

- **Confiança:** a Pró Cópia é uma parceira confiável, com experiência comprovada em *outsourcing*, que garante a qualidade dos equipamentos, suprimentos e serviços.
- **Eficiência:** a empresa oferece soluções de *outsourcing* que otimizam os processos de impressão dos clientes, gerando economia de tempo e recursos comprovados.
- **Compromisso:** a Pró Cópia está comprometida com a satisfação do cliente e com a entrega de resultados que superem as expectativas, especialmente em contratos de longo prazo.
- **Inovação:** a marca se posiciona como uma empresa que busca constantemente as melhores e mais modernas soluções em gestão de impressão, com foco em tecnologias de monitoramento e automação.

O posicionamento estratégico da Pró Cópia como "Líder e parceira estratégica em *outsourcing* de impressão, garantindo otimização de custos, eficiência operacional e tranquilidade total na gestão de documentos para contratos de longo prazo" deve ser o pilar de toda a comunicação da marca. Isso significa que cada interação com o cliente, cada material de marketing e cada serviço prestado deve reforçar essa promessa de valor, destacando a experiência da Pró Cópia no modelo de *outsourcing*. Embora não haja um slogan específico fornecido, a própria proposta de valor da empresa já atua como um forte elemento de comunicação de sua identidade, diferenciando-a de concorrentes que se limitam à venda de produto.

Para fortalecer a marca, a Pró Cópia deve investir em uma comunicação visual consistente, que inclua um logotipo moderno e profissional, paleta de cores e tipografia que transmitam os valores da empresa. Além disso, a comunicação verbal deve ser clara, objetiva e focada nos benefícios comprovados das soluções de *outsourcing*, educando o mercado sobre o valor agregado que a Pró Cópia oferece e incentivando a adesão a contratos de longo prazo. A construção de uma marca forte não é apenas sobre o que a empresa diz sobre si mesma, mas sobre o que os clientes experimentam e percebem em cada ponto de contato.

8. DEFINIÇÃO DE OBJETIVOS E METAS

A definição de objetivos e metas (Tabela 2) é um componente crítico de qualquer plano de marketing, pois fornece a direção e os parâmetros para medir o sucesso das estratégias implementadas. Para a Pró Cópia, os objetivos devem ser SMART (*Specific, Measurable, Achievable, Relevant, Time-bound*) e alinhados à sua estratégia de expansão do modelo de *outsourcing* e consolidação de contratos de longo prazo. As metas a seguir são propostas para o período dos próximos 12 meses:

Tabela 2. Metas e objetivos delineados para a empresa Pró Cópia, Localizada em Lages-SC.

Objetivo Estratégico	Meta Quantitativa	Indicador (KPI)	Forma de Mensuração e Justificativa
1. Aumentar a Receita Recorrente de Outsourcing	Aumentar em 30% a receita proveniente de contratos de <i>outsourcing</i> de impressão.	Percentual de aumento na receita recorrente de <i>outsourcing</i> .	Mensuração: análise comparativa do faturamento mensal de contratos de <i>outsourcing</i> em relação ao período anterior. Justificativa: este objetivo é central para a estratégia de crescimento da Pró Cópia, visando maximizar o fluxo de caixa e a estabilidade financeira. A meta de 30% é ambiciosa, mas alcançável com a implementação das estratégias de marketing digital e prospecção ativa focadas em <i>outsourcing</i>, refletindo o potencial de expansão do mercado.

Objetivo Estratégico	Meta Quantitativa	Indicador (KPI)	Forma de Mensuração e Justificativa
2. Expandir a Base de Clientes de Outsourcing de Longo Prazo	Conquistar 25 novos contratos de <i>outsourcing</i> de impressão com duração mínima de 24 meses.	Número de novos contratos de <i>outsourcing</i> de longo prazo assinados.	Mensuração: contagem de novos contratos firmados no período, registrados no sistema de CRM, com verificação da duração do contrato. Justificativa: a aquisição de novos clientes de <i>outsourcing</i> de longo prazo é fundamental para o crescimento sustentável da receita recorrente. A meta de 25 novos contratos representa um esforço concentrado da equipe comercial e de marketing, focado nos segmentos de PMEs, escritórios e órgãos públicos identificados como prioritários
3. Fortalecer a Presença Digital e Geração de Leads Qualificados para Outsourcing	Aumentar em 60% o tráfego orgânico do site e gerar 40 leads qualificados por mês através de canais digitais, especificamente interessados em soluções de <i>outsourcing</i> .	Aumento do tráfego orgânico e número de <i>leads</i> qualificados para <i>outsourcing</i> .	Mensuração: relatórios do Google Analytics para tráfego orgânico e do sistema de CRM/automação de marketing para <i>leads</i> , com qualificação específica para interesse em <i>outsourcing</i> . Justificativa: Superar a fraqueza da presença digital limitada é crucial para a expansão do <i>outsourcing</i> . O aumento do tráfego orgânico e a geração de <i>leads</i> qualificados são passos essenciais para nutrir o funil de vendas, educar o mercado sobre os benefícios do <i>outsourcing</i> e reduzir o custo de aquisição de clientes a longo prazo.

Objetivo Estratégico	Meta Quantitativa	Indicador (KPI)	Forma de Mensuração e Justificativa
4. Melhorar a Taxa de Conversão de Clientes Transacionais para Outsourcing	Aumentar em 15% a taxa de conversão de clientes que compram produtos avulsos para contratos de <i>outsourcing</i> .	Percentual de clientes transacionais convertidos para contratos de <i>outsourcing</i> .	Mensuração: acompanhamento da base de clientes transacionais e registro das conversões para contratos de <i>outsourcing</i> no CRM. Justificativa: A Pró Cópia já possui uma base de clientes que compram produtos avulsos. Converter esses clientes para o modelo de <i>outsourcing</i> é uma estratégia de baixo custo de aquisição e alta rentabilidade, fortalecendo a receita recorrente e a fidelização.
5. Posicionar a Marca como Líder em Gestão de Impressão	Realizar 6 webinars ou workshops sobre gestão de impressão, otimização de custos e os benefícios do <i>outsourcing</i> para o público B2B.	Número de eventos realizados e participantes.	Mensuração: listas de presença, relatórios de participação e <i>feedback</i> dos eventos. Justificativa: para consolidar a Pró Cópia como líder e especialista em soluções de <i>outsourcing</i> , é necessário educar o mercado e demonstrar expertise. <i>Webinars</i> e <i>workshops</i> são ferramentas eficazes para gerar valor, atrair clientes qualificados e reforçar o posicionamento da marca.

Esses objetivos e metas fornecem um roteiro claro para a Pró Cópia, permitindo o monitoramento contínuo do desempenho e a realização de ajustes estratégicos conforme necessário para alcançar o sucesso na expansão do modelo de *outsourcing* de impressão.

9. DEFINIÇÃO DAS ESTRATÉGIAS DE MARKETING:

Composto de Marketing

O Composto de Marketing, ou 4 Ps (Produto, Preço, Praça e Promoção), é o conjunto de ferramentas táticas de marketing que a empresa utiliza para produzir a resposta desejada no mercado-alvo. Para a Pró Cópia, a redefinição e otimização desses elementos são fundamentais para apoiar a estratégia de expansão do modelo de *outsourcing* e consolidação de contratos de longo prazo.

9.1. Produto (Soluções)

Conforme detalhado na Seção 6, a Pró Cópia já oferece soluções completas de gestão de impressão via *outsourcing*. A estratégia agora é aprimorar e comunicar ainda mais o valor dessas soluções para atrair contratos de longo prazo. As principais características dessas soluções são:

- **Bem físico ou serviço:** a Pró Cópia oferece uma combinação de ambos. Os equipamentos (impressoras, multifuncionais) são os bens físicos, enquanto a gestão, manutenção, suporte e consultoria são os serviços que compõem a solução de *outsourcing*. Essa integração é crucial para a proposta de valor e para a fidelização em contratos de longo prazo.
- **Benefício central:** o cliente obtém redução dos custos operacionais, previsibilidade de despesas e tranquilidade na gestão de impressão. A Pró Cópia elimina a preocupação do cliente com a compra de equipamentos, gestão de suprimentos e manutenção, permitindo que ele foque em seu *core business*. Este benefício é ainda mais relevante quando garantido por contratos de longo prazo.
- **Características do produto esperado pelo público-alvo:** o público-alvo B2B espera uma solução completa que elimine a necessidade de se preocupar com a compra de equipamentos, suprimentos e manutenção. Valorizam um parceiro que ofereça suporte rápido, eficiente e proativo, garantindo a continuidade de suas operações, especialmente em um compromisso de longo prazo.
- **Inovação:** a inovação da Pró Cópia reside na integração de tecnologias de monitoramento remoto, automação de suprimentos e um modelo de negócio consultivo. Essa abordagem transforma a relação com o cliente de transacional para estratégica, oferecendo uma gestão inteligente e eficiente do parque de impressão, que se torna um diferencial competitivo para contratos duradouros.
- **Nível de qualidade:** a Pró Cópia deve manter um alto nível de qualidade, utilizando equipamentos de marcas reconhecidas, suprimentos originais ou compatíveis de alto desempenho e um serviço de assistência técnica ágil e

especializado. A qualidade percebida é um pilar para a fidelização e a diferenciação, e é fundamental para a renovação de contratos de *outsourcing*.

9.2. Preço

A estratégia de precificação da Pró Cópia deve ser cuidadosamente elaborada para refletir o valor agregado de suas soluções de *outsourcing* e incentivar a adesão a contratos de longo prazo. Em vez de competir por preço em produtos commoditizados, a empresa deve focar no valor gerado por suas soluções completas.

- **Contratos de *Outsourcing* (Preço Baseado em Valor e Longo Prazo):** a precificação para o *outsourcing* será baseada em uma mensalidade fixa, que pode incluir uma franquia de páginas, e um custo por página excedente. O valor será definido com base em fatores como o volume de impressão estimado, o tipo e a quantidade de equipamentos fornecidos, o nível de serviço (SLA) contratado e os benefícios de redução de custos e eficiência que a solução proporciona ao cliente. Essa abordagem de preço baseado em valor justifica um preço premium, pois o cliente não está comprando apenas um equipamento, mas uma solução completa que resolve um problema e gera economia a longo prazo. A Pró Cópia pode oferecer descontos progressivos ou benefícios adicionais para contratos de maior duração, incentivando a fidelização e a estabilidade da receita.
- **Venda de Equipamentos e Suprimentos (Preço Competitivo com Estratégia de Conversão):** para clientes que ainda preferem o modelo transacional, a Pró Cópia deve manter uma política de preços competitiva para equipamentos e suprimentos, mas sempre buscando agregar valor através de serviços de consultoria, suporte técnico diferenciado e programas de fidelidade. O objetivo principal, no entanto, é utilizar essas vendas avulsas como uma porta de entrada para apresentar os benefícios do *outsourcing* e converter esses clientes para contratos de longo prazo, demonstrando a superioridade do modelo de serviço gerenciado.

9.3. Praça (Distribuição)

A estratégia de Praça, ou distribuição, define como o produto ou serviço chegará ao cliente. A Pró Cópia, atuando em uma região geográfica específica, possui vantagens que devem ser exploradas para a expansão do *outsourcing*.

- **Atendimento Direto e Consultivo Focado em *Outsourcing*:** a equipe comercial da Pró Cópia será o principal canal de vendas. Os vendedores devem atuar de forma consultiva, ou seja, não apenas apresentar produtos, mas entender profundamente as necessidades e desafios dos clientes para propor a solução de *outsourcing* mais adequada. Esse modelo de venda direta permite

a construção de relacionamentos mais fortes e a personalização da oferta, sendo crucial para fechar contratos de longo prazo.

- **Canais Digitais para Geração de *Leads* Qualificados para *Outsourcing*:** o site da empresa, otimizado para SEO com termos relacionados a "*outsourcing* de impressão", "gestão de documentos" e "redução de custos com impressão", e as redes sociais (especialmente LinkedIn para B2B) serão utilizados como canais estratégicos para gerar *leads* qualificados e como um ponto de contato inicial para a comunicação com os clientes. A presença digital é fundamental para alcançar novos públicos e educar o mercado sobre as soluções de *outsourcing* da Pró Cópia.
- **Parcerias Estratégicas Locais para Indicação de *Outsourcing*:** a Pró Cópia buscará parcerias com empresas de TI, contadores, administradoras de condomínios e outras organizações que atendem ao mesmo público-alvo B2B. Essas parcerias podem gerar indicações de clientes para contratos de *outsourcing*, ampliando a rede de contatos da empresa e fortalecendo sua presença no ecossistema de negócios local. É um canal de distribuição indireto que pode gerar um fluxo constante de novas oportunidades para o modelo de serviço gerenciado.

9.4. Promoção (Comunicação)

A estratégia de Promoção, ou comunicação, visa informar, persuadir e lembrar o mercado sobre os produtos e serviços da Pró Cópia. Dada a prioridade na expansão do *outsourcing*, a comunicação deve ser focada em educar o mercado sobre os benefícios dessa solução e posicionar a empresa como uma especialista no assunto.

- **Marketing de Conteúdo Focado em *Outsourcing*:** produção de artigos para *blog*, *e-books*, *whitepapers* e *webinars* sobre temas relevantes para o público B2B, como "Como o *outsourcing* de impressão reduz custos em sua empresa", "Gestão eficiente de documentos com *outsourcing*" e "Benefícios do contrato de longo prazo em *outsourcing* de impressão". O objetivo é atrair, engajar e educar potenciais clientes, estabelecendo a Pró Cópia como uma autoridade no setor e gerando *leads* qualificados para contratos de *outsourcing*.
- **Marketing Digital (SEO e Anúncios Pagos para *Outsourcing*):** investimento em SEO (*Search Engine Optimization*) para aumentar a visibilidade do site nos resultados de busca orgânica, garantindo que a Pró Cópia seja encontrada por empresas que buscam soluções de *outsourcing* de impressão. Complementarmente, campanhas de anúncios pagos (Google Ads, LinkedIn Ads) segmentadas para o público B2B, com foco em palavras-chave relacionadas a *outsourcing* de impressão e gestão de documentos, para gerar tráfego qualificado e *leads* de forma mais rápida para o modelo de serviço gerenciado.
- **Relacionamento com Clientes (E-mail Marketing e CRM para Fidelização):** utilização de e-mail marketing para nutrir os *leads* gerados, enviar conteúdo relevante sobre os benefícios do *outsourcing*, informar sobre novas soluções e

manter um relacionamento contínuo com os clientes atuais, visando a fidelização e a renovação de contratos de longo prazo. A implementação de um CRM (*Customer Relationship Management*) é fundamental para gerenciar o relacionamento com clientes e potenciais clientes, personalizando a comunicação e acompanhando o funil de vendas de *outsourcing*.

- **Eventos e Workshops sobre Gestão de Impressão:** participação em feiras do setor, eventos de negócios e organização de *workshops* sobre gestão de impressão, otimização de custos e os benefícios do *outsourcing*. Esses eventos são oportunidades para prospecção de novos clientes, networking, demonstração de expertise e fortalecimento da marca Pró Cópia no mercado local e regional como líder em soluções de *outsourcing*.

Ao integrar essas estratégias de comunicação, a Pró Cópia poderá educar o mercado, gerar demanda qualificada e consolidar sua imagem como a parceira ideal para a gestão inteligente de impressão, com foco na expansão de contratos de *outsourcing* de longo prazo.

10. AVALIAÇÃO E CONTROLE

A fase de avaliação e controle é fundamental para garantir que o Plano de Marketing Estratégico da Pró Cópia atinja seus objetivos de expansão do *outsourcing* e consolidação de contratos de longo prazo. Sem um sistema de monitoramento eficaz, as estratégias podem se desviar do curso ou falhar em gerar os resultados esperados. Esta seção detalha os mecanismos de acompanhamento e as métricas-chave para avaliar o desempenho do plano.

10.1. Monitoramento Contínuo e Métricas de Desempenho (KPIs)

O monitoramento será realizado de forma contínua, com reuniões semanais da equipe de marketing e vendas para revisar o progresso em relação às metas estabelecidas. Os principais Indicadores Chave de Performance (Key Performance Indicators - KPIs) serão:

- **Receita Recorrente de *Outsourcing*:** medida mensalmente, comparando o faturamento atual com o período anterior e com a meta de 30% de crescimento. Ferramentas: sistema de gestão financeira e CRM.
- **Número de Novos Contratos de *Outsourcing* de Longo Prazo:** acompanhado semanalmente e mensalmente. Ferramentas: CRM, registrando a data de assinatura e a duração do contrato. A meta é de 25 novos contratos em 12 meses.

- Geração de *Leads* Qualificados para *Outsourcing*: monitorado semanalmente. Ferramentas: Google *Analytics* (tráfego orgânico), plataformas de automação de marketing (formulários preenchidos, *downloads* de *e-books*) e CRM (qualificação dos *leads*). A meta é de 40 *leads* qualificados por mês e 60% de aumento no tráfego orgânico.
- Taxa de Conversão de Clientes Transacionais para *Outsourcing*: avaliada mensalmente. Ferramentas: CRM, comparando o número de clientes avulsos que migraram para contratos de *outsourcing*. A meta é de 15% de aumento na taxa de conversão.
- Engajamento em Conteúdo de *Outsourcing*: métricas como visualizações de artigos, *downloads* de materiais ricos, participação em *webinars*. Ferramentas: Google Analytics, plataformas de e-mail marketing e de *webinars*. Isso indicará o sucesso das estratégias de marketing de conteúdo e posicionamento da marca.

10.2. Análise de Desempenho e Ajustes Estratégicos

Reuniões Mensais de Análise: ao final de cada mês, será realizada uma reunião estratégica com a diretoria e as equipes de marketing e vendas para analisar os KPIs, identificar desvios e discutir as causas. Esta análise permitirá:

- Identificação de Oportunidades e Desafios: compreender o que está funcionando e o que precisa ser ajustado nas estratégias de marketing e vendas para *outsourcing*.
- Otimização de Campanhas: ajustar o orçamento de marketing, as mensagens e os canais de comunicação com base nos resultados obtidos.
- Treinamento da Equipe de Vendas: reforçar o treinamento da equipe para melhorar a abordagem consultiva e a conversão de *leads* em contratos de *outsourcing*.

Revisão Trimestral do Plano: a cada três meses, o plano de marketing será revisado de forma mais abrangente, considerando as mudanças no ambiente de mercado (novos concorrentes, tecnologias, regulamentações) e o desempenho acumulado. Essa revisão pode levar a ajustes significativos nas estratégias, nos objetivos ou até mesmo no público-alvo, garantindo que o plano permaneça relevante e eficaz para a expansão do *outsourcing*.

10.3. Orçamento e Alocação de Recursos

O controle orçamentário será realizado mensalmente, comparando os gastos planejados com os gastos reais em cada iniciativa de marketing (marketing digital,

eventos, produção de conteúdo). A alocação de recursos será flexível, permitindo que a Pró Cópia realoque investimentos para as estratégias que demonstrarem maior retorno sobre o investimento (ROI) na aquisição de contratos de *outsourcing* de longo prazo.

10.4. Feedback dos Clientes

Serão implementados canais de *feedback* contínuo com os clientes de *outsourcing*, como pesquisas de satisfação (NPS - *Net Promoter Score*), entrevistas e grupos focais. O *feedback* dos clientes é essencial para identificar pontos de melhoria nos serviços, aprimorar a proposta de valor e fortalecer o relacionamento, contribuindo para a retenção e a expansão da base de contratos de longo prazo.

Ao estabelecer um robusto sistema de avaliação e controle, a Pró Cópia garante que seu Plano de Marketing Estratégico seja um documento vivo, capaz de se adaptar às dinâmicas do mercado e de impulsionar o crescimento sustentável de sua operação de *outsourcing*.

11. CONCLUSÃO

Este Plano de Marketing Estratégico foi desenvolvido com o propósito de guiar a Pró Cópia Tecnologia em Impressões e Cópias em sua jornada de expansão e consolidação no mercado de *outsourcing* de impressão. Ao longo deste trabalho, foi possível diagnosticar um cenário de mercado dinâmico e competitivo, onde a digitalização e a busca por eficiência operacional redefinem as necessidades dos clientes B2B. A Pró Cópia, com sua expertise já estabelecida no modelo de *outsourcing*, encontra-se em uma posição privilegiada para capitalizar essas tendências, desde que adote uma abordagem estratégica e proativa.

A análise aprofundada do ambiente externo (PESTEL e 5 Forças de Porter, 2004) e interno (SWOT) revelou que, embora a empresa possua forças significativas, como a experiência técnica e o relacionamento próximo com os clientes, há a necessidade de superar fraquezas, como a presença digital limitada e um marketing pouco estruturado para o *outsourcing*. As oportunidades de crescimento na demanda por contratos de longo prazo e a utilização do marketing digital para prospecção são claras, enquanto as ameaças da concorrência e da comoditização de produtos reforçam a urgência de uma diferenciação estratégica.

O posicionamento proposto, de "Líder e parceira estratégica em *outsourcing* de impressão, garantindo otimização de custos, eficiência operacional e tranquilidade total na gestão de documentos para contratos de longo prazo", é o alicerce para todas as estratégias de marketing. Ele reflete a proposta de valor da Pró Cópia e a diferencia de concorrentes que ainda se limitam à venda de produtos avulsos. Os objetivos e metas estabelecidos são ambiciosos, mas alcançáveis, focando no aumento da receita recorrente, na expansão da base de clientes de *outsourcing* de longo prazo e no fortalecimento da presença digital.

As estratégias detalhadas no Composto de Marketing (Produto, Preço, Praça e Promoção) foram desenhadas para apoiar esses objetivos. A otimização das soluções de *outsourcing*, a precificação baseada em valor, a distribuição focada em atendimento consultivo e a promoção através de marketing de conteúdo e digital são

pilares que, quando implementados de forma integrada, permitirão à Pró Cópia educar o mercado, atrair *leads* qualificados e converter clientes para contratos de longo prazo.

Finalmente, a seção de Avaliação e Controle estabelece um sistema robusto de monitoramento e ajuste, garantindo que o plano seja um documento vivo, capaz de se adaptar às mudanças do mercado e de impulsionar o crescimento sustentável. A Pró Cópia, ao abraçar e executar este plano, não apenas fortalecerá sua posição como referência em gestão inteligente de impressão, mas também garantirá um futuro de crescimento e sucesso no dinâmico mercado de tecnologia e serviços

12. BIBLIOGRAFIA

ABRELPE. **Panorama dos Resíduos Sólidos no Brasil**. Disponível em: <https://abrelpe.org.br/panorama/>. Acesso em: 11 mar. 2026.

BRASIL. **Lei nº 12.305, de 2 de agosto de 2010**. Institui a Política Nacional de Resíduos Sólidos. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 3 ago. 2010. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2010/lei/l12305.htm. Acesso em: 11 mar. 2026.

BRASIL. **Lei nº 14.133, de 1º de abril de 2021**. Lei de Licitações e Contratos Administrativos. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 1 abr. 2021. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2021/lei/L14133.htm. Acesso em: 11 mar. 2026.

CANON. **Sustainability in Printing**. Disponível em: <https://www.canon.com/en/sustainability/>. Acesso em: 11 mar. 2026.

HP. **The Future of Print: Trends and Technologies**. Disponível em: <https://www.hp.com/us-en/hp-information/newsroom/blog/2023/the-future-of-print.html>. Acesso em: 11 mar. 2026.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de Marketing**. 14. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2012.

PORTER, Michael E. **Estratégia Competitiva: Técnicas para Análise de Indústrias e da Concorrência**. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

PORTER, Michael E. **Estratégia Competitiva: Técnicas para Análise de Indústrias e da Concorrência**. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

PORTER, Michael E. **Estratégia Competitiva: Técnicas para Análise de Indústrias e da Concorrência**. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004

XEROX. **Managed Print Services: The Benefits of a Smart Approach to Print**. Disponível em: <https://www.xerox.com/en-us/services/managed-print-services/benefits>. Acesso em: 11 mar. 2026.