

Na Fase 3, o aluno aprende a **mapear os concorrentes diretos do cliente**, identificar pontos fortes e fracos, levantar benchmarks de tráfego pago e transformar tudo isso numa Análise SWOT prática. O grande ganho é enxergar onde a marca pode se diferenciar, definir sua promessa e destacar seus diferenciais. É o passo que conecta o diagnóstico interno (fase 2) com o cenário externo (fase 3).