

Na Fase 2, o aluno vai aprender a fazer o **diagnóstico da presença digital** do cliente: olhar para o perfil atual, avaliar se está alinhado com o objetivo estratégico, entender quem é a persona, levantar dados reais de performance e já começar a definir a personalidade da marca (adjetivos, tom de voz, não verbais). É o estudo que transforma percepção subjetiva em clareza prática. O resultado final é um raio-x completo que vai orientar todas as próximas fases do planejamento.