




KomPartilhe
Marketing • Parcerias • Projetos

*Clareza para enxergar.
Estratégia para conectar.*

Karla Luany
Fundadora e
Estrategista

O QUE A KOMPARTILHE FAZ?

Boas oportunidades muitas vezes aparecem quando enxergamos o que pode ser conectado.

A KomPartilhe atua na estratégia de marketing, comunicação e relacionamento de empresas e organizações.

Entramos para compreender um desafio, analisar o cenário, identificar oportunidades e construir caminhos que aproximem a organização dos públicos, parceiros e mercados relevantes para seus objetivos.

Nossa atuação se concentra em três frentes:



MARKETING E COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA

Diagnóstico, posicionamento, planejamento de comunicação, experiência do cliente e definição de caminhos.



PARCERIAS E RELACIONAMENTO

Mapeamento de oportunidades, construção de parcerias, relacionamento com públicos estratégicos e desenvolvimento de negócios.



PROJETOS

Concepção e estruturação de projetos, experiências, eventos e iniciativas especiais de comunicação e relacionamento.

A KomPartilhe atua onde as decisões começam: entendendo o cenário, identificando conexões, estruturando possibilidades e transformando boas ideias em caminhos estratégicos.

KomPartilhe

COMO TRABALHAMOS

Começamos pela pergunta certa.
O que estamos tentando resolver?

A partir daí, investigamos:



O que já existe?

Pessoas, competências, relacionamentos, ativos, projetos e recursos.



O que pode ser melhor aproveitado?

Posicionamento, relacionamentos, comunicação, experiência, conexões e oportunidades.



Quem se beneficia quando esse desafio é resolvido?



Quem possui competências, recursos ou interesses complementares?

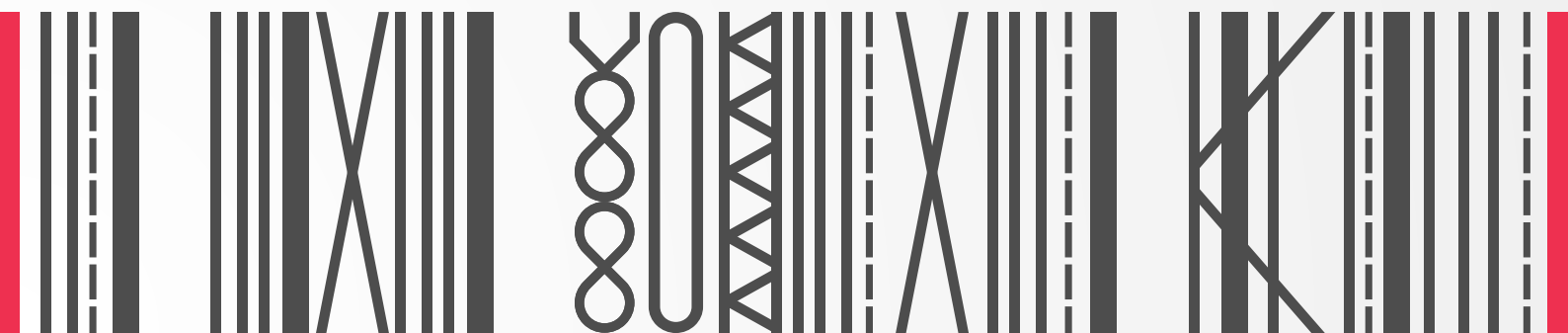
E, principalmente:



Quem mais deveria estar nesta conversa?

A resposta pode levar a uma estratégia de comunicação, uma parceria, um projeto, uma experiência, um evento, uma iniciativa de relacionamento ou a uma nova forma de abordar o mercado.

Conexões ganham valor quando existe estratégia por trás delas.



COMO A KOMPARTILHE PODE ENTRAR

Diferentes desafios pedem diferentes formatos.



Diagnóstico e Planejamento de Marketing e Comunicação

Análise de cenário, posicionamento, públicos, relacionamento e oportunidades para construir uma direção clara de atuação.



Mapeamento Estratégico de Conexões e Oportunidades

Análise de um desafio ou objetivo para identificar conexões, oportunidades de relacionamento, possíveis parceiros, prioridades e próximos movimentos.



Desenvolvimento de Projetos

Concepção e estruturação de projetos de marketing, comunicação, relacionamento, experiência, eventos e iniciativas especiais.



Palestras e Encontros Estratégicos

Conteúdo e discussão sobre parcerias estratégicas, marketing, relacionamento, experiência e construção de oportunidades.

Cada trabalho é estruturado com objetivo, escopo, entregas e prazo definidos. Novas etapas podem ser desenvolvidas a partir das oportunidades identificadas.



NA PRÁTICA

Quando uma livraria virou espaço para falar de saúde ocular

DESAFIO

Como aproximar um hospital de oftalmologia das pessoas fora do ambiente médico e criar oportunidades de orientação e conscientização sobre saúde ocular?

CONEXÃO

Uma Livraria promove leitura e conhecimento.
Um hospital oftalmológico promove cuidado com a saúde ocular.

Havia um território comum: aproximar informação, prevenção e cuidado das pessoas.

A Livraria Leitura ocupava um dos espaços comerciais mais valorizados da cidade, dentro de um grande shopping, e já mantinha uma programação de atividades voltadas ao seu público.

A KomPartilhe identificou uma oportunidade de aproximar dois universos: leitura, informação e cuidado com a saúde ocular.

O hospital passou a participar das atividades de contação de histórias, incorporando conteúdos relacionados à visão de uma maneira lúdica.

A parceria também avançou para ações de abordagem aos clientes da livraria, com aferição da pressão intraocular e orientação sobre a importância do acompanhamento oftalmológico, ampliando ainda mais a conscientização sobre os perigos do glaucoma e o diagnóstico precoce.

A parceria abriu para o hospital um espaço de relacionamento de alto valor, praticamente sem custo de ocupação, e transformou a livraria em parceira de outros projetos de saúde desenvolvidos posteriormente pela KomPartilhe.

O espaço já existia. O público já estava lá. O que faltava era enxergar a conexão



A MESMA LÓGICA. OUTRO MERCADO.

Quando a oncologia entrou em um supermercado

DESAFIO

Como transformar orientação nutricional para pacientes oncológicos em uma experiência mais prática e próxima da vida real?

CONEXÃO

Uma clínica de oncologia.

Uma nutricionista especializada.

Pacientes em tratamento.

Um supermercado de alto padrão.

A KomPartilhe levou um grupo de pacientes oncológicos ao Supermercado Palato, para um encontro com a nutricionista da clínica.

A conversa sobre alimentação deixou o ambiente clínico e aconteceu **onde as escolhas alimentares efetivamente eram feitas.**

Os pacientes receberam material com receitas e orientações e puderam relacionar essas informações aos produtos disponíveis no próprio supermercado.

Todos tinham um interesse legítimo naquela conversa.

A clínica ampliava a experiência oferecida ao paciente. A nutricionista oncológica transformava conhecimento em orientação prática. Os pacientes encontravam informação aplicável ao cotidiano. O supermercado aproximava sua estrutura e seus produtos de um público com necessidades específicas.

Interesses diferentes. Valor compartilhado. Uma parceria com sentido para todos os envolvidos.



QUANDO UMA CLÍNICA DE IMAGEM ENTROU EM CAMPO

DESAFIO

Como fortalecer o posicionamento de uma clínica de diagnóstico por imagem e de seus especialistas em um mercado no qual o radiologista ainda era pouco percebido pelo público e até por outros profissionais como protagonista do diagnóstico?

CONEXÃO

A KomPartilhe conectou a clínica à Federação Alagoana de Futebol, estruturando uma parceria que gerava valor para os dois lados.

Os clubes filiados passaram a contar com uma cota mensal de exames (ressonância e tomografia) para seus atletas, ampliando o acesso ao diagnóstico por imagem.

Em contrapartida, a clínica passou a integrar ações de ativação e comunicação durante jogos importantes do Campeonato Alagoano, com presença de marca em campo, espaços de merchandising e distribuição de conteúdo ao torcedor, ampliando sua visibilidade dentro de um ambiente diretamente relacionado à prática esportiva.

A parceria se conectava ainda ao Clube do Osso, projeto científico criado para aproximar radiologistas musculoesqueléticos de ortopedistas, fisioterapeutas e outros profissionais ligados ao cuidado de lesões e patologias do sistema musculoesquelético.

A clínica oferecia capacidade diagnóstica. O futebol oferecia acesso, relacionamento e visibilidade. A estratégia conectou esses ativos em torno de interesses complementares.



EXPERIÊNCIA + AUTORIA

Karla Luany



Publicitária, especialista em Marketing pela USP e fundadora da **KomPartilhe – Parcerias Estratégicas**.

Há mais de 20 anos atuo em marketing, saúde, relacionamento institucional, experiência do cliente e do paciente, eventos, parcerias e desenvolvimento de projetos.

Ao longo dessa trajetória, trabalhei com médicos, clínicas, hospitais, indústria, empresas e organizações de diferentes segmentos.

Com o tempo, percebi que uma competência atravessava praticamente todos esses trabalhos: **enxergar relações entre problemas, pessoas e oportunidades que normalmente eram analisados separadamente**.

Hoje, esse olhar ocupa o centro da atuação da KomPartilhe: identificar conexões capazes de resolver desafios de marketing e comunicação, ampliar oportunidades de relacionamento e transformar ideias em projetos com propósito e direção.



***Quem mais deveria
estar nesta conversa?***

Karla Luany
Fundadora e Estrategista



karlaluany@kompartilhe.com.br



(+34) 640382947