

## IDENTIFICAÇÃO DO PRODUTO

**Título:** ■ [S] Planejamento para Presença Digital e Links Patrocinados

## APLICAÇÃO DO PRODUTO

**Quantidade de Encontros Presenciais:**

4

**Observação Quantidade de Encontros:**

04 (quatro) encontros, conforme Cronograma apresentado na Etapa 01, podendo ser 01 encontro presencial.

**Público Alvo:**

ME - Microempresa

**Complemento Público Alvo:**

Portes atendidos:  
- Microempresa;  
- Microempreendedor Individual;  
- Empresa de Pequeno Porte;  
- Produtor Rural;  
- Artesão.

**Objetivo:**

**OBJETIVO**

A consultoria busca elaborar um plano estratégico para a presença digital da empresa, com foco em aumentar a visibilidade dos produtos ou serviços para um público mais específico. Isso envolve o desenvolvimento de estratégias para aumentar o tráfego nos websites e redes sociais por meio de links patrocinados, visando maximizar resultados e minimizar custos. Também visa gerar leads qualificados e promover conversações relevantes nas plataformas digitais da empresa.

**Obs.:** O escopo do serviço poderá incluir execução de campanha, a depender da necessidade do cliente.

**Nota 01:** O atendimento padrão é A DISTÂNCIA ocorrerá via plataforma digital.

**Nota 02:** A Consultoria NÃO apresenta enfoque no desenvolvimento do website ou de redes sociais. Para esta finalidade, o SEBRAE dispõe da solução de Desenvolvimento de Mídias Digitais de Comunicação. Caso o Cliente NÃO disponha de website ou de redes sociais previamente estruturadas, esta Consultoria NÃO deverá ser contratada.

## DESCRIÇÃO DOS SERVIÇOS

São etapas da Consultoria:

### ETAPA 01 | ALINHAMENTO

1.1 Reunião remota com o cliente, para nivelamento do escopo do trabalho e validação do cronograma de execução dos serviços.

1.2 Elaboração de Briefing contendo:

- Informações sobre a empresa;
- Características dos produtos/serviços da empresa e canais de atendimento;
- Informações sobre os clientes e mercado;
- Levantamento de estratégias de marketing e campanhas já realizadas;
- Definição dos objetivos da estratégia digital/campanha.

**ENTREGAS DA ETAPA 01:** Briefing contendo: informações sobre a empresa; características dos produtos/serviços da empresa e canais de atendimento; informações sobre os clientes e mercado; levantamento de estratégias de marketing e campanhas já realizadas; objetivos da estratégia digital/campanha; e cronograma de execução da consultoria em alinhamento com o cliente.

### ETAPA 02 | DESENVOLVIMENTO DE ESTRATÉGIA E PLANEJAMENTO DE ATUAÇÃO

2.1 Desenvolvimento detalhado da estratégia e planejamento de atuação da empresa no ambiente digital. Nesta etapa, deve ser realizado o contato com o cliente para obter informações adicionais.

Serão realizadas as seguintes atividades:

- Análise dos perfis da empresa nos meios digitais;
- Estudo e pesquisa de concorrência e posicionamento;
- Definição de personas, contemplando a jornada do cliente e a trajetória da persona no canal;
- Definição de canais web a serem utilizados;
- Criação de estratégia de conteúdo baseado nos canais escolhidos;
- Estruturação de campanha com base nos estudos realizados;
- Estratégia para links patrocinados (**quando selecionado pelo cliente**);
- Identificação de palavras-chave relevantes para o negócio;
- Criação de arte (até 12 peças por campanha, de acordo com o interesse do cliente);
- Integração com ações de marketing offline;
- Definição de indicadores;
- Elaboração do Plano de Marketing Digital;

2.2 Desenvolvimento detalhado da estratégia para links patrocinados, com base no estudo realizado e levando em consideração: localidade, sexo, faixa etária, idade, entre outros (**quando selecionado pelo cliente**).

Serão realizadas as seguintes atividades:

- Definição da plataforma e mecanismo de busca (por exemplo: *Google Adwords*) e/ou rede social (por exemplo: *Facebook Ads*);
- Criação das contas (com inclusão dos dados de cobrança) nas plataformas de links patrocinados;
- Definição da estrutura dos anúncios: quantidade, frequência e orientação quanto ao processo de criação dos anúncios;
- Definição do investimento considerando o Retorno Sobre o Investimento (ROI) e o Custo por Aquisição (CPA);

2.3 Reunião com o cliente para validação do Plano de Marketing Digital e da Estratégia de Links Patrocinados (quando aplicável), com a realização de ajustes necessários.

### ENTREGAS DA ETAPA 02:

- Plano de Marketing Digital contendo análise dos perfis da empresa nos meios digitais; estudo e pesquisa de concorrência e posicionamento; definição de personas, contemplando a jornada do cliente e a trajetória da persona no canal; definição de canais web a serem utilizados; criação de estratégia de conteúdo baseado nos canais escolhidos; estruturação de campanha com base nos estudos realizados; identificação de palavras-chave relevantes para o negócio; integração com ações de marketing offline; definição de KPIs; e Estratégia de Links Patrocinados.
- Artes criadas (até 12 peças por campanha, de acordo com o interesse do cliente).

### ETAPA 03 | OPERACIONALIZAÇÃO DA ESTRATÉGIA

3.1 Operacionalização da estratégia de atuação da empresa no ambiente digital, conforme definido na etapa anterior. Nesta etapa, deve ser realizado o contato com o cliente para obter informações adicionais.

Serão realizadas as seguintes atividades:

- Implementação dos canais digitais escolhidos e/ou configuração dos canais já existentes;
- Configuração de ferramentas de análise e monitoramento;
- Configuração de ferramentas de automação de marketing;
- Programação do conteúdo a ser publicado nos canais digitais, levando em consideração a estratégia de conteúdo definida na fase de planejamento;
- Implementação das campanhas com base no estudo realizado. Deve ser realizado um Teste AxB das campanhas para a análise de melhores resultados;
- Implementação da estratégia de links patrocinados definida na etapa anterior (**quando selecionado pelo cliente**).

3.2 Reunião com o cliente para alinhamento/orientação sobre a operacionalização da estratégia e implementação das campanhas.

**ENTREGA DA ETAPA 03:** Relatório com detalhamento das atividades realizadas contendo orientações para que o empresário possa dar continuidade à estratégia.

### ETAPA 04 | MONITORAMENTO DOS RESULTADOS

4.1 Monitoramento dos resultados obtidos e realização de ajustes necessários, levando em conta os indicadores definidos;

4.2 Reunião com o cliente para apresentação do desempenho da estratégia, com orientações quanto aos critérios de análise das métricas e recomendações para melhorias.

**ENTREGA DA ETAPA 04:** Relatório com detalhamento dos resultados obtidos contendo orientações quanto aos critérios de análise das métricas e recomendações para melhorias.

**ENTREGA FINAL:** Declaração de Conclusão de Serviço, conforme modelo Sebrae, ou documento similar aplicável aprovado previamente pelo SEBRAE/BA.

**PRAZO MÁXIMO PARA EXECUÇÃO DO SERVIÇO:** 90 DIAS CORRIDOS.

<b>Conteúdo programático:</b>	Não se aplica.
<b>Benefícios:</b>	<b>BENEFÍCIOS</b> São potenciais benefícios da Consultoria: <ul style="list-style-type: none"><li>• Melhor posicionamento da marca do produto ou serviço e sua reputação online;</li><li>• Aumentar o tráfego de visitas no site gerando leads e conversões;</li><li>• Atrair um público mais qualificado para o website e/ou para as redes sociais;</li><li>• Atingir novos consumidores.</li></ul>
<b>Informações Complementares:</b>	<b>RESPONSABILIDADE DA EMPRESA DEMANDANTE</b> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Aprovar a proposta do Sebrae, valores e condições de pagamento;</li><li>2. Conhecer e validar a proposta de trabalho, o escopo das etapas e as entregas do prestador de serviço;</li><li>3. Disponibilizar agenda prévia para visitas, reuniões e atividades propostas pelo prestador de serviço;</li><li>4. Fornecer informações técnicas sobre os processos, produtos ou serviços ao prestador de serviço para o desenvolvimento do trabalho;</li><li>5. Avaliar o serviço prestado;</li><li>6. Custos com o impulsionamento no Google, Facebook ou Instagram são de responsabilidade do Cliente e NÃO são subsidiados pela Consultoria. Recomenda-se que o Cliente realize um aporte estimado de no mínimo R\$ 200,00. Este investimento deve ser realizado diretamente junto ao Google, Facebook ou Instagram.</li></ol> <b>RESPONSABILIDADE DA PRESTADORA DE SERVIÇO</b> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Realizar reunião para alinhamento e apresentação das atividades previstas;</li><li>2. Analisar a demanda e as informações fornecidas pela empresa;</li><li>3. Elaborar proposta, escopo de trabalho, cronograma das etapas do projeto, agenda de reuniões e atividades, sendo necessário validar com a Empresa Demandante;</li><li>4. Fornecer as entregas previstas, validadas pela empresa demandante, ao Sebrae;</li><li>5. Cumprir com as obrigações previstas no Regulamento do Sebraetec.</li></ol> <b>ÚLTIMA ATUALIZAÇÃO</b> 15/03/2024.
<b>Descrição Comercial:</b>	São potenciais benefícios da Consultoria: - Melhor posicionamento da marca do produto ou serviço e sua reputação online; - Aumentar o tráfego de visitas no site gerando leads e conversões; - Atrair um público mais qualificado para o website e/ou para as redes sociais; - Atingir novos consumidores.

## ENTREGAS DO PRODUTO

ENTREGAS	DOCUMENTO(S) - EVIDÊNCIA(S)	Percentual
Entrega 1 - Briefing	1) Briefing contendo: informações sobre a empresa; características dos produtos/serviços da empresa e canais de atendimento; informações sobre os clientes e mercado; levantamento de estratégias de marketing e campanhas já realizadas; objetivos da estratégia digital/campanha; e cronograma de execução da consultoria em alinhamento com o cliente.	10,00
Entrega 2 - Plano de Marketing Digital e Artes	2.1) Plano de Marketing Digital contendo análise dos perfis da empresa nos meios digitais; estudo e pesquisa de concorrência e posicionamento; definição de personas, contemplando a jornada do cliente e a trajetória da persona no canal; definição de canais web a serem utilizados; criação de estratégia de conteúdo baseado nos canais escolhidos; estruturação de campanha com base nos estudos realizados; identificação de palavras-chave relevantes para o negócio; integração com ações de marketing offline; definição de KPIs; e Estratégia de Links Patrocinados. 2.2) Artes criadas (até 12 peças por campanha, de acordo com o interesse do cliente).	40,00
Entrega 3 - Relatório da Etapa de Operacionalização	3) Relatório com detalhamento das atividades realizadas contendo orientações para que o empresário possa dar continuidade à estratégia.	30,00
Entrega 4 - Relatório da Etapa de Monitoramento	4.1) Relatório com detalhamento dos resultados obtidos contendo orientações quanto aos critérios de análise das métricas e recomendações para melhorias. <b>Print de tela do sistema SAS que evidencia o registro do atendimento.</b>	20,00

## DIMENSIONAMENTO DA DEMANDA

Código	Dimensionamento (Respondido pelo Cliente)	Unidade
00. UGEP-00210-2019	00. O Cliente tem conhecimento absoluto do conteúdo da Ficha Técnica do Produto e está de acordo com as Condições descritas no Documento? Se a resposta for NÃO, o produto NÃO poderá ser contratado.	Sim ou Não
01. UGEP-00087-2020	01. A empresa já possui e utiliza website e/ou redes sociais? Observação: Caso a resposta seja NÃO, esta Consultoria NÃO deverá ser contratada.	Sim ou Não
02. UGEP-2024-0011	02. A empresa deseja contratar os serviços de estratégia e implementação de links patrocinados?	Sim ou Não
03. UGEP-2024-0012	03. Caso a empresa deseje contratar os serviços de estratégia e implementação de links patrocinados, está ciente de que deverá realizar um aporte mínimo para execução da estratégia? Obs.: recomenda-se um mínimo de R\$ 200,00.	Sim ou Não
04. UGEP-2024-0013	04. O Cliente deseja incluir UMA reunião PRESENCIAL obrigatória com o prestador de serviço tecnológico (PST)?	Sim ou Não