

## ACELERA DIGITAL - Estratégia e Canais de Mkt Digital

---

### 1. Tema:

Desenvolvimento Tecnológico

### 2. Subtema:

Transformação Digital

### 3. Categoria de Serviço

Acesso a Serviços de Terceiros

### 4. Tipo de serviço / Instrumento

Consultoria tecnológica

### 5. Modalidade

A distância

### 6. Público Alvo:

ME, MEI, EPP, Artesão

### 7. Setor indicado

Agronegócios, Comércio, Indústria, Serviços

### 8. Descrição

ETAPA 01 | DIAGNÓSTICO DA EMPRESA

- Realizar reunião de abertura junto ao cliente para nivelamento do escopo do trabalho;
- Briefing através da ferramenta PNBOX (descrição PNBOX) para levantamento de dados, requisitos e informações que nortearão o desenvolvimento do projeto;
- Elaboração da lista de necessidades, do cronograma de atividades com as datas de cada etapa do projeto.

- Realização de diagnóstico da empresa e de seu segmento observando os seguintes aspectos, quando aplicáveis:

- Caracterização do público-alvo;
- Levantamento do estilo da loja;
- Caracterização do produto ou serviço da empresa.

ENTREGA ETAPA 01: Documento contendo os responsáveis pela prestação do serviço, o escopo do serviço, relatório do diagnóstico, o plano de ação com o cronograma das atividades e outros aspectos acordados entre as partes, assinado pela Empresa Demandante.

## ETAPA 02 | ESCOPO DO ATENDIMENTO

- Assistir aos vídeos instrutivos da plataforma PNBOX e preenchimento dos seguintes cartões:

- Círculo Dourado (proposta de valor no PNBOX)
- Persona (buyer persona dentro do gerador de persona no PNBOX)
- Revisão de Segmentação de mercado e Análise de concorrência
- Ferramentas básicas de digitalização do negócio: E-mail, Drive e Google Agenda

- Criação de personas;

- Criação de um e-mail Gmail;

- Cadastro da empresa no Google Business (é necessário ter um Gmail);

- Criação ou adequação de uma página empresarial no Facebook;

- Criação ou adequação de um perfil profissional no Instagram;

- Orientação para criação de loja no Facebook e Instagram;

- Orientação sobre recursos da plataforma Facebook;

- Orientação sobre recursos da plataforma Instagram;

- Orientação para estratégias de vendas e relacionamento nas redes sociais;

- Orientação sobre modelos e possibilidade de interação com a audiência;

- Orientação para adequação da conta do WhatsApp Business (como criar catálogo, perfil com apresentação comercial, lista de transmissão, grupos, criação de etiquetas e dicas para melhor utilização da plataforma WhatsApp Business);

- Implantar junto às empresas a análise de dados e métricas de cada plataforma;

- Orientação para calendário de postagens com ideias e tipos de conteúdo para cada rede social para os próximos 30 dias;

- Desenvolvimento de estratégias de divulgação orgânica, captação de audiência e leads, bem como, uso de hashtags.

- Orientação para a entrada da empresa em plataformas de Marketplaces.

- Encontro expositivo com os seguintes canais de Marketing Digital, mostrando e exemplificando as possibilidades: Facebook e Instagram.

- Encontro expositivo com os seguintes canais de Marketing Digital, mostrando e exemplificando as possibilidades: WhatsApp Business, Google Meu Negócio

- Personalização da trilha posterior, ou seja, upsell orientando os próximos passos possíveis para esse cliente na própria trilha.
- Estruturação do relatório final e possíveis arquivos individuais para a entrega ao cliente.

#### ENTREGA ETAPA 02:

Relatório com as orientações repassadas para operação dos canais digitais e material em PDF com prints das contas criadas Facebook, Instagram e Google Meu Negócio.

### 9. Pré-Requisito

Ficha a ser realizada com o mínimo de 5 e máximo de 15 de empresas.

### 10. Benefícios e Resultados esperados

- Entregável mínimo: criação e/ou estruturação dos 04 canais de marketing digital prioritários, definidos para essa ficha: facebook, Instagram, WhatsApp business e Google meu negócio.
- Além disso, apontar caminhos de gestão, estratégias e ferramentas de marketing digital e as inúmeras possibilidades que o meio online pode oferecer para maximizar os lucros e tornar as empresas mais competitivas no mercado, tendo como foco o perfil dos clientes que pretendem dialogar no ambiente online. Ainda, despertar a consciência de que planejamento e métricas são tão fundamentais na internet quanto no mundo offline, preparando para atuar com segurança na web.
- Capacitar os empresários/participantes sobre as vantagens da correta utilização das redes sociais, apresentando as estratégias e ferramentas mais utilizadas que se aplicam ao relacionamento com o cliente, identificando-as de acordo com cada tipo de negócio.

### 11. Estrutura e materiais necessários

Serão trabalhadas 10 horas de consultorias por empresa, diluídas em 05 encontros, 1 Checkin inicial e 1 Checkout final, assessorando na implementação dos conceitos e ferramentas do marketing digital. Utilizando ferramentas tais como, para a realização dos encontros virtuais: **Google Meet, Zoom ou Microsoft Teams**. A plataforma será disponibilizada pelo Sebrae, conforme agenda programada.

O trabalho deverá gerar um paralelo conceitual/prático entre os conceitos e ferramentas do marketing digital.

## 12. Responsabilidade da empresa demandante

1. Aprovar a proposta do Sebrae, valores e condições de pagamento;
2. Conhecer e validar a proposta de trabalho, o escopo das etapas e as entregas do prestador de serviço;
3. Disponibilizar agenda prévia para visitas, reuniões e atividades propostas pelo prestador de serviço;
4. Fornecer informações técnicas sobre os processos, produtos ou serviços ao prestador de serviço para o desenvolvimento do trabalho;
5. Enviar para a prestadora de serviços fotos/vídeos e dimensões gerais do espaço físico que sofrerá a intervenção (quando aplicável);
6. Acompanhar o prestador de serviço em visita(s) técnica(s) aos espaços físicos, se previsto no escopo do trabalho (quando aplicável);
7. Avaliar o serviço prestado.

## 13. Responsabilidade da prestadora de serviços

1. Realizar reunião para alinhamento e apresentação das atividades previstas;
2. Analisar a demanda e as informações fornecidas pela empresa;
3. Elaborar proposta, escopo de trabalho, cronograma das etapas do projeto, agenda de reuniões e atividades, sendo necessário validar com a Empresa Demandante;
4. Fornecer as entregas previstas, validadas pela empresa demandante, ao Sebrae;
5. Cumprir com as obrigações previstas no Regulamento do Sebraetec;
6. Buscar toda a legislação e regras locais aplicadas ao projeto e seguir as orientações necessárias;
7. Orientar a empresa que os gastos subsidiados pelo Sebrae, quando for o caso, sejam apenas para itens permitidos pelas regras da linha de reembolso determinadas pelo Sebrae, e não atuar em conluio com fornecedores e/ou empresa demandante para obter vantagens indevidas ou permitir a prática de preços acima do mercado.

## 14. Pré-Diagnóstico

-

## 15. Observações

Cada encontro, individual ou coletivo, exige ao menos 5 dias úteis para execução das tarefas propostas. Pois cada encontro gera uma nova demanda de execução e, se ele(a) não der conta do mínimo aprendendo, não haverá transformação real no negócio.