

ACELERA DIGITAL - Estratégia e Canais de Marketing 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

Online - Remoto/A distância

6. Público alvo

ME, MEI, EPP, Artesão

7. Setor indicado

Agronegócio, Comércio, Indústria, Serviços

8. Descrição

ETAPA 01 | BRIEFING INICIAL E ALINHAMENTO DA PROPOSTA

Conversa inicial de briefing para alinhamento do escopo do trabalho e a prestação do serviço. Serão 11 horas de consultoria total por empresa, distribuídas em 5 encontros online, que incluirão tanto sessões coletivas quanto individuais (veja abaixo). Ao iniciar o ciclo de consultorias, é importante que todos fiquem atentos ao número de encontros, aos dias previstos, à carga horária e ao tipo de cada sessão, seja individual ou coletiva. Lembre-se de que os encontros exigem tempo suficiente para a execução das tarefas propostas.

O
**ETAPA 01:
INDIVIDUAL**
2H

O
**ETAPA 02:
COLETIVA**
2H30

O
**ETAPA 03:
COLETIVA**
2H30

O
**ETAPA 04:
INDIVIDUAL**
2H

O
**ETAPA 05:
INDIVIDUAL**
2H

Neste primeiro encontro individual, o consultor(a) estará com cada empresário(a) participante para definirem um diagnóstico completo do nível de maturidade digital atual do seu negócio e, a partir disso, preparar os próximos passos.

O foco será construir, de forma orientada, a Proposta de Valor e as Personas (brand e buyer persona) do negócio. Isso permitirá a empresa uma visão mais estratégica para utilizar os canais digitais de forma mais eficiente.

ENTREGA: Relatório inicial sobre a maturidade digital do negócio, elaborado a partir das respostas ao diagnóstico e da análise dos principais pontos fortes e oportunidades de melhoria identificados durante as interações na consultoria. Inclui a definição e o preenchimento da Proposta de Valor e das Personas (brand e buyer persona) do negócio. Também será entregue um cronograma detalhado de execução do serviço, contendo o escopo e as datas previstas para cada etapa do ciclo de consultoria.

ETAPA 02 | CANAIS DO TOPO DE FUNIL: FACEBOOK, INSTAGRAM E TIKTOK (Encontro Coletivo)

Neste encontro em grupo, serão explorados modelos estratégicos para pensar um funil de conversão pra empresa, detalhando e entendendo cada um de seus estágios. O foco será em três das principais redes sociais de massa, que atuam como a primeira fase desse funil, onde o objetivo é atrair a atenção e despertar o interesse de potenciais clientes. Será apresentada a diferenciação das redes de acordo com suas potencialidades, considerando o tipo, nicho e a realidade de cada negócio participante.

FACEBOOK: Será apresentada a distinção entre o uso de um perfil pessoal no Facebook e a criação de uma Página de Negócios. Será avaliado, caso a caso, se há necessidade de melhorias ou até mesmo de criar uma página profissional para a empresa. Também serão explorados os recursos e ferramentas disponíveis, incluindo a integração com contas profissionais no Instagram e WhatsApp, proporcionando maior conectividade entre as plataformas

INSTAGRAM: Serão apresentadas as diferentes possibilidades de perfil no Instagram: pessoal, comercial ou de criador de conteúdo. Será avaliada qual a melhor opção para cada realidade de negócio, e exploradas as suas ferramentas e recursos disponíveis, como o agendamento de conteúdo e o acesso aos dados de análise (analytics) oferecidos em cada tipo de perfil.

TIKTOK: Será apresentada a diferença central do TikTok em relação a outras redes, como uma plataforma voltada para o compartilhamento de vídeos curtos. Serão exploradas as principais estratégias, tipos de conteúdo e ferramentas mais usadas para engajar nessa rede. Será avaliado, de forma personalizada, a necessidade de criar uma conta pessoal ou corporativa, considerando o tipo, nicho e a realidade de cada negócio.

ETAPA 03 | CANAIS DO MEIO/FUNDO DE FUNIL: GOOGLE PERFIL EMPRESA E WHATSAPP BUSINESS (Encontro Coletivo)

Neste novo encontro expositivo, o foco será no WhatsApp Business e no Perfil da Empresa no Google. Será explorado como esses canais possibilitam uma comunicação mais personalizada com os clientes, especialmente nas etapas intermediárias e finais do funil de conversão

Serão exemplificadas as melhores práticas e as formas de uso mais profissionalizadas, para que o empresário/a participante possa aproveitar ao máximo essas ferramentas no seu negócio

WHATSAPP BUSINESS: Será apresentada a distinção entre o WhatsApp “comum” e o WhatsApp Business, mostrando na prática como criar e gerenciar uma conta, exemplificando as diversas possibilidades de recursos disponíveis, como as informações de funcionamento, status, catálogo de produtos, grupos e listas de transmissão. Dessa forma, a empresa poderá utilizar essa ferramenta de forma mais eficiente e profissional.

PERFIL DA EMPRESA NO GOOGLE (Google Meu Negócio): O Perfil de Empresa no Google, mais do que uma simples ficha de informações, é uma ferramenta gratuita que permite gerenciar como sua empresa aparece nas buscas do Google e no Google Maps. Será apresentado o passo a passo para criar e administrar uma conta, fornecendo orientações gerais para que todos possam enriquecer a descrição do seu negócio. Isso garantirá maior facilidade de localização nas buscas e destacará estabelecimentos próximos à localização dos usuários no Google Maps.

ETAPA 04 | DEFINIÇÃO E ESTRUTURAÇÃO DOS CANAIS (Prática Aplicada)

Neste encontro individual, será analisada a criação e configuração dos canais digitais definidos para cada empresa, explorando junto ao consultor(a) as melhores práticas para a utilização dos recursos e ferramentas conforme as necessidades específicas do negócio. Durante a sessão, serão preenchidas todas as informações essenciais e realizadas verificações de segurança, incluindo a ativação da autenticação em duas etapas nas contas. Os canais abordados incluem: Página de Negócios no Facebook Perfil comercial ou de criador de conteúdo no Instagram Perfil pessoal ou corporativo no TikTok Conta específica no WhatsApp Business Perfil da empresa no Google (Google Meu Negócio)

↘**ENTREGA:** Resumo do atendimento, com orientações personalizadas repassadas à empresa sobre a gestão de cada canal mencionado, acompanhado de prints das contas atualizadas. Inclui também um modelo simples de funil de conversão preenchido, alinhado às metas do negócio. ETAPA

05 | ANÁLISE DE RESULTADOS E PRÓXIMOS PASSOS (Prática Aplicada)

Este último encontro será um momento importante para refletir sobre o progresso feito e planejar as próximas ações, garantindo que cada empresa continue a crescer e se adaptar no ambiente digital. Assim, haverá tempo reservado para analisar os resultados alcançados até o momento. Em seguida, uma sessão personalizada para discutir possíveis ajustes na estratégia de gestão dos canais de cada empresa

Se houver interesse, neste estágio, as empresas participantes poderão personalizar seus próximos passos dentro do programa, escolhendo fichas/soluções subsequentes ou complementares, oferecidas pelo SEBRAETEC para pequenos e médios negócios.

↘**ENTREGA:** Relatório final entregue à empresa, capaz de traçar um paralelo da evolução de cada negócio atendido após este ciclo de consultoria, reforçando as principais recomendações, métricas e estratégias abordadas durante os encontros.

9. Pré- Requisito

-

10. Benefícios e resultados esperados

Criação e estruturação dos canais digitais previstos na ficha (abaixo) com foco em capacitar as empresas com autonomia sobre a sua correta utilização, apontando caminhos para uma gestão mais estratégica desses canais, de acordo com cada tipo, nicho e realidade de negócio participante:

- Página de Negócios no Facebook;
- Perfil comercial ou de criador de conteúdo no Instagram;
- Perfil pessoal ou corporativo no TikTok;
- Conta distinta no WhatsApp Business;
- Perfil da empresa no Google (Google Meu Negócio);

11. Estrutura e materiais necessários

Serão trabalhadas 11 horas totais de consultoria por empresa, distribuídas em 05 encontros online, entre coletivos e individuais. Utilizando ferramentas para a realização dos encontros virtuais, tais como: Google Meet, Zoom ou Microsoft Teams, conforme a agenda programada. O trabalho será desenvolvido em paralelo teórico/prático, compreendendo também o acompanhamento e confirmação dos encontros (follow-up) do consultor(a) para/com o cliente atendido, por mensagens no WhatsApp por exemplo, acompanhando os entregáveis feitos/não feitos entre as sessões propostas.

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. Acompanhar o prestador de serviço em visita(s) técnica(s) aos espaços físicos, se previsto no escopo do trabalho;
6. Disponibilizar Drone Pulverizador para a execução de serviço, quando realizar a Etapa 04, item k;

13. Responsabilidade da prestadora de serviço

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.

