

PLANEJAMENTO PARA PRESENÇA DIGITAL E LINKS PATROCINADOS

1. Tema

Desenvolvimento Tecnológico

2. Subtema

Transformação Digital

3. Categoria de serviço

Acesso a Serviços de Terceiros

4. Tipo de serviço / instrumento

Consultoria tecnológica / Acesso a serviços tecnológicos

5. Modalidade

Presencial e/ou a distância

6. Público alvo

MEI, ME, EPP, Produtor Rural e Artesão

7. Setor indicado

Agronegócio, Comércio, Indústria e Serviço

8. Macrosssegmento

-

9. Descrição

A consultoria visa a construção de um planejamento para atuação da empresa em ambiente digital, contribuindo, assim, para o aumento da visibilidade do produto ou serviço para um público mais qualificado.

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

ETAPA 01 | ALINHAMENTO

Reunião de alinhamento sobre a condução do trabalho. Nesta reunião deverão ser tratados os seguintes itens:

- Características dos produtos/serviços e do mercado alvo.
- Recursos e qualificação das pessoas envolvidas.
- Planejamento dos trabalhos.

ENTREGA ETAPA 01: Ata da Reunião e cronograma de execução.

ETAPA 02 | DIAGNÓSTICO

Diagnóstico da organização e do mercado alvo, incluindo, **quando aplicáveis**, aspectos como:

- Diagnóstico interno: levantamento das estratégias e ações de marketing digital da empresa e suas repercussões; identificação de pontos de melhoria; uso de recursos; SEO; métricas; retorno sobre o investimento.
- Diagnóstico externo: análise do mercado; estudo do público alvo; definição de personas; investigação do segmento de atuação; estudo de concorrência; reputação da marca; oportunidades e ameaças;
Quando houver execução de campanha: estudo em como minimizar o Custo por Clique (CPC) e em como aumentar a Taxa de Cliques (CTR); definição de canais web a serem utilizados; definição dos conteúdos baseados nos canais escolhidos.
- Alinhamento com o planejamento estratégico da empresa: definição de objetivos, metas e indicadores de performance das ações digitais, levando em consideração os objetivos estratégicos do negócio.
- Levantamento das necessidades do negócio, a partir da imersão nos objetivos estratégicos do cliente.
- Levantamento da presença dos clientes no ecossistema digital da empresa, como insumo para o planejamento.
- Elaboração do relatório.

ENTREGAS ETAPA 02: Relatório do Diagnóstico Inicial (obrigatório) e Planilha com a estrutura da campanha organizada por Grupos; Anúncios; Plataforma; Palavras Chaves (opcional, quando houver campanha)

ETAPA 03 | PROJETO PARA PLANEJAMENTO DIGITAL

Projeto detalhado, com planejamento dos serviços e das ações a serem implementados para tecnologias digitais. Podem estar inclusos os seguintes itens:

- Plano de ação: definição de canais, personas, mensagens, investimentos, cronograma de implantação, monitoramento e mensuração de resultados;
- Identificação de padrões, recursos, funcionalidades e tendências de mercado no projeto para o posicionamento digital;
- Planejamento para atuação em mídias sociais;
- Planejamento para busca orgânica – análise e relatório;
- Diretrizes de Governança para manutenção da estratégia de posicionamento na internet.

- Planejamento para atuação com links patrocinados e outras estratégias de mídia paga em ambiente digital.
Quando houver campanha:
 - Definição dos objetivos da campanha com base nos estudos realizados;
 - Criação das contas nas plataformas de links patrocinados com base no estudo realizado levando em consideração: Localidade, Sexo, Faixa etária, Idade etc;
 - Definição das palavras chaves e local de veiculação (Display e/ou Pesquisa);
 - Definir investimento com base em aumento do ROI e diminuição do custo por aquisição CPA;
 - Criação das campanhas com base no estudo realizado;
 - Otimização do recurso para aumento do ROI.
 - Monitoramento das campanhas:
 - Revisão e definição de campanhas com mídias pagas;
 - Monitoramento e otimização dos anúncios;
 - Verificação das conversões;
 - Análise do Custo por Clique (CPC);
 - Análise da Taxa de Cliques (CTR);
 - Validar a segmentação do público;
 - Verificar melhorias possíveis para as próximas campanhas.
- Planejamento para implantação de métricas (*Analytics*, monitoramento da estratégia digital, etc.)
- Desenvolvimento, melhorias ou customizações de ambientes tecnológicos na web conforme necessidades apontadas no planejamento.

ENTREGAS ETAPA 03: Projeto Detalhado, métricas a serem implementadas (*Analytics*, monitoramento da estratégia digital, etc.) e documento com possíveis melhorias para as próximas campanhas (opcional).

ETAPA 04 | FECHAMENTO E ENTREGA

Reunião para validação e entrega do Relatório.

ENTREGAS ETAPA 04: Ata da Reunião realizada com o cliente.

10. Benefícios e resultados esperados

Benefícios: oferecer planos de ação para a divulgação e comercialização de serviços e produtos em meio online, ampliando mercados e melhorando a rede de relacionamentos das empresas.

Resultados:

1. Melhoria do desempenho comercial.
2. Acesso a novos mercados.
3. Redução dos custos de marketing e vendas.
4. Imagem mais atual.
5. Domínio sobre os novos serviços permitidos pela tecnologia.

Quando houver campanha incluída no serviço, acrescentar:

Benefício: Contribuir para que a empresa consiga realizar investimentos com publicidade em links patrocinados.

Resultados:

6. Atrair novos clientes através de pesquisas e displays em sites de interesse;
7. Aumentar o tráfego de visitas no site gerando leads e conversões;
8. Atrair um público mais qualificado para o site;
9. Atingir novos consumidores;
10. Melhor posicionamento da marca do produto/serviço e sua reputação online.

11. Estrutura e materiais necessários

-

12. Responsabilidade da empresa demandante

1. Aprovar a proposta.
2. Participar da reunião de alinhamento do trabalho e das demais reuniões previamente marcadas, conforme cronograma aprovado.
3. Disponibilizar um responsável para fornecer as informações e fazer o acompanhamento de todo o serviço.
4. Fornecer os requisitos e demais informações necessárias à entidade executora para o desenvolvimento do trabalho.
5. Participar da reunião de entrega dos resultados.
6. Validar o Relatórios Final

Nota: É obrigatório a empresa demandante responder as pesquisas do SEBRAE.

13. Responsabilidade da prestadora de serviço

1. Realizar reunião para colher informações e apresentar os detalhes da execução do trabalho previsto.
2. Analisar a demanda, a estratégia e o mercado alvo.
3. Fazer um diagnóstico dos recursos tecnológicos e de capacitação existentes, registrando em um relatório a situação observada.
4. Preparar um Projeto Detalhado, com orientações que levem em conta a realidade da empresa e seus objetivos.
5. Realizar reunião presencial com a demandante para apresentar o diagnóstico e o Projeto detalhado.
6. Entregar os documentos nas versões impressa e digital ao Sebrae e a empresa cliente.
7. Cumprir todos os prazos e agendas estabelecidas.

14. Perfil desejado da prestadora de serviço

Corpo Técnico formado por analistas, desenvolvedores e especialistas em marketing e mídias digitais com experiência em serviços online e em links patrocinados.

15. Pré-diagnóstico

1. A Empresa deve ter seus objetivos e mercados desejados claramente definidos.
2. A Empresa deve designar um responsável para fornecer os requisitos e demais orientações para a executora.

Caso haja campanha é importante ter essas respostas:

3. A empresa tem praticado o marketing de conteúdo?
4. A empresa monitora com frequência o crescimento de acesso do seu site?
5. A empresa já dispõe de uma *Landing Page* para captação de leads?
6. Criar campanha segmentadas por dispositivos é interessante para o seu negócio?
7. O cliente já fez um estudo de palavras chaves?
8. O cliente já definiu quanto quer investir em links patrocinados?
9. O cliente deseja contemplar nesta consultoria o *Google Adwords*?
10. O cliente deseja contemplar nesta consultoria o *Facebook Ads*?
11. O cliente deseja contemplar nesta consultoria o *Instagram Ads*?

16. Observações

1. Na impossibilidade desta ficha técnica ser aplicada presencialmente, ela poderá ser aplicada de forma remota (ferramentas de videoconferência, ligações telefônicas, aplicativos de mensagens e/ou e-mails). No momento da contratação a empresa demandante deverá ser comunicada que parte do serviço ou a integralidade dele, quando aplicável, acontecerá de forma remota. Além disso, o alinhamento do formato do atendimento deve ser feito na Etapa 01 entre a empresa demandante e a prestadora de serviço tecnológico;
2. Na impossibilidade de as entregas serem assinadas fisicamente pela empresa demandante, elas poderão ser validadas via assinatura digital, aceite eletrônico ou e-mail, em que a empresa demandante deverá manifestar o aceite e encaminhar para a prestadora de serviço tecnológico, e esta deverá incluir o comprovante de validação da empresa demandante nas entregas para o registro do atendimento;
3. A consultoria não inclui a produção de informações técnicas necessárias ao consumidor de modo a se atender requisitos legais.
4. Os valores dos honorários apresentados devem incluir todas as despesas com impostos e encargos sociais, conforme legislação tributária em vigor, que possa incidir sobre o objeto da proposta;
5. Despesas adicionais com terceiros (direitos autorais, fotografias, hospedagem, imagens, registro de domínio, revisões, textos, conteúdo dinâmico, entre outros) ficam a cargo exclusivo do cliente e devem ser previamente autorizadas por ele durante a validação da proposta de trabalho;
6. É de responsabilidade do prestador de serviço todo o projeto, da concepção à aprovação do cliente;

7. O prestador de serviço não pode ser responsabilizado por erros de terceiros contratados pelo cliente.
8. **PRÉ REQUISITO PARA LINKS PATROCINADOS:** É imprescindível que para este atendimento a empresa tenha estabelecido Política Comercial e de Marketing para a internet. Estas ações têm o intuito de garantir que os **Leads** (oportunidades) virem conversões de vendas.

HISTÓRICO DE ALTERAÇÕES			
Versão	Data	Link	Responsável
1	10/04/2019	https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2019/06/Planejamento-para-Presença-Digital-TD46005-1.pdf	
2	16/09/2019	https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2020/03/Planejamento-para-Presença-Digital-TD46005-2.pdf	Arthur Guimaraes Carneiro Vanessa Gusmao Silva
3	03/04/2020	https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2020/12/Planejamento-para-presença-digital-e-links-patrocinados-TD46005-3.pdf	
4	01/01/2021	https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2020/12/Planejamento-para-presença-digital-e-links-patrocinados-TD46005-4.pdf	Glauco Barboza Joacir Souto Liza Bádue Lyana Silva Wagner Carvalho
5	08/08/2024	http://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2024/08/Planejamento-para-presença-digital-e-links-patrocinados-TD46005-5.pdf	Osvaldo Lino Alves Júnior