

## IMPULSIONA CONTEÚDOS - Planejamento e Produção de conteúdo para as redes sociais: Facebook, Instagram e TikTok.

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

Agronegócios, Comércio, Indústria, Serviços

8. Descrição

### ETAPA 01 | ALINHAMENTO DA PROPOSTA E CONCEITOS INICIAIS (Encontro Coletivo)

Este primeiro encontro será coletivo, onde será alinhada a metodologia do ciclo de consultorias. Ao todo, **serão 10 horas de consultoria por empresa, distribuídas em 5 encontros online, que incluirão tanto sessões coletivas quanto individuais** (veja abaixo). Ao iniciar o ciclo de consultorias, é essencial que todos estejam atentos ao número de encontros, aos dias previstos, à carga horária e ao formato de cada sessão. É importante lembrar que os encontros exigem tempo suficiente para a execução das tarefas propostas.



**ETAPA 01:  
COLETIVA**  
2H



**ETAPA 02  
INDIVIDUAL**  
2H



**ETAPA 03  
COLETIVA**  
2H



**ETAPA 04  
INDIVIDUAL**  
2H



**ETAPA 05  
INDIVIDUAL**  
2H

Além do nivelamento do escopo do trabalho, serão explorados temas como digital branding, linhas editoriais e estética, *copys*, identidade e voz de marca, com foco nas redes sociais que, cada vez mais, valorizam os recursos audiovisuais. Compartilhando exemplos práticos de conteúdos de marcas grandes e reconhecidas, assim como de pequenos negócios.

Em conjunto, serão feitas pontuações e sugestões para a criação de linhas editoriais e estéticas próprias para cada empresa participante, insights valiosos que serão refinadas com o consultor(a) durante o encontro individual seguinte.

▼ **ENTREGA:** Pesquisa inicial de diagnóstico, respondido pela empresa. Cronograma geral de execução do serviço, com escopo de trabalho e as datas previstas para este ciclo de consultoria.

### **ETAPA 02 | CRIAÇÃO ORIENTADA DE CONTEÚDOS PRAS REDES** (Prática Aplicada)

Este encontro proporcionará as orientações necessárias para que os participantes possam criar conteúdos mais relevantes e impactantes para as redes sociais, resgatando os conceitos e atividades trabalhadas no encontro anterior.

A partir da definição de suas linhas editoriais e estéticas próprias, este processo incluirá uma orientação próxima e individualizada sobre como aplicar esses conceitos na construção de conteúdos para suas redes sociais, levando em conta o tipo, nicho e a realidade de cada negócio. Focando em conteúdos para Facebook, Instagram e TikTok, conforme a demanda de cada negócio.

▼ **ENTREGA:** Resumo do atendimento, com as principais orientações repassadas à empresa sobre a sua produção de conteúdo para redes sociais. Inclui a análise das peças criadas até o momento e a definição inicial de diretrizes para as linhas editorial e estética, alinhadas ao perfil e aos objetivos específicos de cada negócio.

### **ETAPA 03 | ALGORITMOS E ENTREGA DE CONTEÚDO NAS REDES** (Encontro Coletivo)

Após a definição com as empresas participantes de conteúdos mais relevantes e impactantes para as suas redes sociais, esse segundo encontro coletivo será dedicado a explicar como replicar de forma recorrente essa estratégia. Para isso, serão apresentadas as construções individuais até então e retomados os insights, anotações e orientações propostas, como um exercício de fixação e consolidação do aprendizado adquirido até aqui.

Durante o encontro, serão explorados coletivamente formatos de postagens e conteúdos que possam ser interessantes, frequentes e relevantes para cada um, recebendo feedbacks da turma e nos aprofundando em conceitos como personas, identidade e voz de marca, engajamento e o próprio funcionamento dos algoritmos das redes - Facebook, Instagram e TikTok.

### **ETAPA 04 | CONSTRUÇÃO ORIENTADA DO CALENDÁRIO EDITORIAL** (Prática Aplicada)

Neste encontro, será apresentado um modelo de calendário editorial, que servirá como base para o planejamento estratégico, desenvolvido em colaboração com o consultor(a). O objetivo é propor novos conteúdos, adaptados às necessidades de cada marca atendida.

Durante a sessão, serão analisadas as métricas e as dinâmicas de engajamento dos perfis nas redes sociais, além de revisar as peças já criadas, sempre com foco no perfil dos clientes que a empresa deseja alcançar.

▼ **ENTREGA:** Modelo de Calendário Editorial preenchido com proposições de novos conteúdos alinhados à identidade da marca, considerando uma frequência de publicação adaptada à realidade de cada empresa.

#### **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 conteúdos 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

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

### 10. Benefícios e Resultados esperados

Criação e estruturação de um modelo de calendário editorial de postagens, adaptado à cada tipo, nicho e realidade de negócio participante. Propondo uma identidade e voz de marca próprias para redes sociais, apontando caminhos para uma gestão mais estratégica desses conteúdos, tendo como foco o perfil dos clientes com quem pretende dialogar no ambiente digital.

A criação de um calendário editorial permite que a empresa mantenha uma presença online organizada e constante, evitando lacunas de publicação e ajudando a estabelecer uma conexão contínua com o público.

## 11. Estrutura e materiais necessários

Serão trabalhadas 10 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. 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. 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.



[sebraetec.sebraemg.com.br/perguntas-e-respostas](http://sebraetec.sebraemg.com.br/perguntas-e-respostas)

0800 570 0800

SEBRAE.MG