

IMPULSIONA VENDAS - Foco nas vendas pelas Mídias Sociais: Facebook, Instagram e Whatsapp

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 apresentada 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 os principais canais e plataformas de venda online, abordando conceitos e termos técnicos que serão aplicados na prática em seguida. Discutindo temas como E-commerce, Social Commerce e Marketplace

Haverá uma dedicação especial ao Social Commerce/Social Shopping, que refere-se à prática de utilizar redes sociais para promover e vender produtos diretamente aos consumidores online. Essa abordagem combina o engajamento das redes sociais com a experiência de compra, permitindo que os usuários descubram produtos por meio de postagens, anúncios e interações em plataformas como Instagram, Facebook, TikTok e Pinterest.

Neste encontro, será dada ênfase aos recursos necessários para estruturar um Social Commerce para a empresa de forma simples. Por exemplo, as informações mais importantes e os arquivos necessários para criar uma 'lojinha do Instagram', como:

- Catálogo de Produtos: Como organizar e apresentar seus produtos de forma atraente.
- Imagens de Qualidade: A importância de boas fotos e descrições detalhadas.
- Configurações de Pagamento: O processo de integração com plataformas de pagamento para facilitar a compra online.

↳ **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 DO SEU SOCIAL COMMERCE (Prática Aplicada)

Neste encontro, será realizado o fechamento de um briefing personalizado com cada empresa atendida, revisitando os conceitos e atividades trabalhadas no encontro anterior.

Orientando como criar e estruturar as principais “vitrines de venda” disponíveis pela META (antigo Facebook Group) que sejam relevantes para cada negócio. Serão abordadas as seguintes opções:

- Catálogo do Facebook: Como criar e gerenciar um catálogo que destaque seus produtos e facilite as compras.
- Lojinha do Instagram: Passo a passo para configurar sua loja no Instagram, utilizando imagens atraentes e descrições cativantes.
- Facebook Marketplace: Estratégias para listar seus produtos de forma eficaz e alcançar um público mais amplo.
- Catálogo do WhatsApp: Orientações sobre como usar o WhatsApp para apresentar seus produtos e se conectar diretamente com os clientes.

↳ **ENTREGA:** Resumo do atendimento, contendo as orientações repassadas à empresa sobre a gestão de suas "vitrines de venda" nas redes sociais e as estratégias de comunicação e vendas sugeridas. Incluindo prints das contas criadas ou atualizadas, demonstrando as adequações realizadas.

ETAPA 03 | ALGORITMOS E ENTREGA DE CONTEÚDOS NAS REDES (Encontro Coletivo)

Após a definição e a estruturação de suas “vitrines de venda” nas redes sociais, este terceiro encontro coletivo será dedicado a explicar como atuar nessas mídias, com a intenção de despertar o interesse e atrair a atenção de potenciais clientes. A ideia é que a compra se torne parte da experiência “social” da rede, facilitando a descoberta e a aquisição de produtos de forma mais intuitiva e envolvente.

Serão explorados coletivamente formatos de postagens e conteúdos interessantes que possam ser frequentes, com foco especial para Facebook, Instagram e TikTok. Durante o encontro, todos os negócios receberão feedbacks da turma e aprofundaremos juntos em conceitos e termos técnicos como personas, engajamento e os algoritmos dessas redes.

- Engajamento: Dicas sobre como usar interações sociais, como comentários e mensagens diretas, para impulsionar as vendas.

Além disso, com foco na ativação, manutenção e no relacionamento com o cliente online, será discutido o uso estratégico de ferramentas e recursos de automação, como CRM, Chatbots e as opções de mensagens automáticas e descritivos do negócio disponíveis nas plataformas META (Facebook, Instagram e WhatsApp).

ETAPA 04 | ORIENTAÇÕES DE “COMO” E SOBRE “O QUE” POSTAR NAS REDES (Prática Aplicada)

Neste encontro, será realizada uma análise individual dos conteúdos já produzidos por cada negócio, com foco na identificação de novas oportunidades para estabelecer conexões com potenciais clientes nas redes sociais. Serão avaliadas as métricas e dinâmicas de engajamento de cada perfil.

O encontro fornecerá insights valiosos para fortalecer o relacionamento com os clientes e maximizar a presença digital da marca, sempre considerando uma frequência e produção de conteúdos adaptadas à realidade de cada negócio.

▼ **ENTREGA:** Resumo do atendimento, com as orientações necessárias para que a empresa desenvolva conteúdos mais relevantes e impactantes para plataformas como Facebook, Instagram e TikTok, alinhados às características e interesses do público-alvo e aos objetivos 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

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

10. Benefícios e Resultados esperados

Criação e estruturação das principais “vitrines de venda” (abaixo) disponíveis pela META (antigo Facebook Group) com foco em capacitar as empresas participantes com autonomia sobre a sua correta utilização:

- Catálogo do Facebook,
- Lojinha do Instagram,
- Facebook Marketplace,
- Catálogo do Whatsapp.

Além disso, apontar caminhos para uma gestão mais estratégica de conteúdos voltados à venda online nesses canais, tendo como foco o perfil dos clientes com quem pretende dialogar no ambiente digital.

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

0800 570 0800

SEBRAE.MG