

## TRÁFEGO PAGO: PLANO DE CAMPANHA DE MÍDIA PARA GOOGLE

---

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 | LEVANTAMENTO INICIAL E BRIEFING DO CLIENTE

- Pesquisa inicial respondida pela empresa para diagnosticar seu estágio atual de digitalização.
- Briefing com um resumo das impressões sobre as empresas atendidas, orientando as próximas etapas da consultoria.
- Reforço dos recursos necessários para a veiculação de campanhas, incluindo prazos, alocação de verbas, estruturação de ofertas e a necessidade de criar ou resgatar suas informações de login de contas no Google e Google Perfil de Empresas (antigo Google Meu Negócio).

O objetivo é que as empresas participantes estejam mais preparadas e confiantes para iniciar suas campanhas digitais com mais clareza e estratégia. Preparando o terreno para a personalização das estratégias nos próximos encontros.

↳ **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 | CONSTRUÇÃO DA CAMPANHA PARA ENTREGA NO GOOGLE**

- Consultoria voltada para a criação de uma campanha simples, porém estratégica, desenvolvida de forma orientada pelo consultor(a) com o objetivo de melhorar o ranqueamento nos resultados do Google.
- O Google Perfil de Empresas (antigo Google Meu Negócio) será utilizado como um exemplo prático e acessível, demonstrando como as empresas podem criar e gerenciar campanhas diretamente pela plataforma, mesmo sem um site próprio.

Este é um momento mão na massa, onde cada empresa trabalhará em sua própria campanha com suporte e orientação personalizados do consultor(a). Explorando termos-chave, boas práticas e fatores que influenciam a entrega de resultados na pesquisa do Google.

Ao final da consultoria, as empresas poderão optar por veicular suas campanhas imediatamente ou salvá-las como rascunho no Gerenciador de Anúncios do Google, permitindo sua publicação em um momento mais estratégico. Considerando os recursos disponíveis e os objetivos específicos de cada negócio.

↳ **ENTREGA:** Resumo personalizado de cada atendimento, incluindo registros visuais (prints) da campanha no Gerenciador de Anúncios do Google, acompanhado de orientações práticas para a gestão e otimização da campanha durante sua veiculação.

## **ETAPA 03 | ANÁLISE DAS CAMPANHAS E AJUSTES ESTRATÉGICOS**

- Consultoria focada na análise da campanha veiculada até o momento (ativa ou encerrada) e no impacto das ações implementadas. O objetivo é revisar os resultados, identificar oportunidades de melhoria e refinar as estratégias para otimizar o desempenho das próximas campanhas.
- Avaliação de pontos-chave, como:
  - Palavras-chave utilizadas e adequação da segmentação.
  - Raio de localização e abrangência geográfica das campanhas.
  - Uso de tags de interesse e seu impacto nas ofertas veiculadas.
  - Qualidade e eficácia das copys veiculadas.

Essa etapa é uma excelente oportunidade para aplicar imediatamente os aprendizados adquiridos e, com base na análise, realizar ajustes estratégicos na campanha.

↳ **ENTREGA:** Relatório parcial entregue à empresa, com resumo de métricas e aprendizados da primeira campanha veiculada.

#### **ETAPA 04 | APRIMORAMENTO DE CAMPANHAS E PLANEJAMENTO FUTURO**

- Nesta última consultoria, as empresas participantes terão a oportunidade de criar uma nova campanha para veiculação, com o objetivo de fortalecer a confiança no que foi desenvolvido até o momento.

Ao final do encontro, a nova campanha poderá então ser veiculada imediatamente ou salva como rascunho no Gerenciador de Anúncios, de acordo com suas preferências e necessidades. Assim, cada um poderá escolher o melhor momento para avançar em seu planejamento estratégico.

O intuito é garantir que cada empresa saia deste encontro com um plano claro e estratégico para o futuro, pronto para aplicar os insights adquiridos. Ainda, serão consideradas as possibilidades de 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, com resumo de métricas e aprendizados gerais de campanha, ressaltando as estratégias compartilhadas para maximizar o desempenho desta ou de campanhas futuras.

### 9. Pré-Requisito

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

### 10. Benefícios e Resultados esperados

Este ciclo de consultorias foi projetado para oferecer uma abordagem prática e estratégica, com o objetivo de definir as informações técnicas essenciais para a veiculação de campanhas de mídia online no Google. As empresas participantes aprenderão a identificar o perfil do cliente a ser impactado e a definir aspectos fundamentais, como palavras-chave, copy e ofertas necessárias para a criação de uma campanha eficaz.

Ao final do ciclo, os empresários estarão prontos para continuar evoluindo em suas estratégias de marketing digital, aplicando as técnicas e conhecimentos adquiridos para otimizar a visualização de seus produtos e serviços.

## 11. Formato e Estrutura necessária

Cada empresa contará com 10 horas de consultoria, distribuídas em quatro encontros online. É fundamental acompanhar o cronograma e a carga horária prevista para cada sessão com o consultor(a). Os encontros serão realizados em plataformas como Google Meet, Zoom ou Microsoft Teams, conforme a programação estabelecida.

Além disso, o consultor(a) fará o acompanhamento das sessões (follow-up) com o cliente por meio do WhatsApp ou outros canais acordados. Esse acompanhamento inclui a verificação dos entregáveis concluídos ou pendentes entre as sessões.

## 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. 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