

TRÁFEGO PAGO: PLANO DE CAMPANHA DE MÍDIA PARA GRUPO META (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 | 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 importância de utilizar contas profissionais nas plataformas da Meta.

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 ORIENTADA DE UMA CAMPANHA DE MÍDIA DIGITAL

- Consultoria voltada para a criação de uma campanha simples, porém estratégica, desenvolvida de forma orientada pelo consultor(a) com o objetivo de aumentar as visitas ao site ou à página da empresa nas redes sociais, com foco especial em Instagram, Facebook e na integração estratégica com o WhatsApp Business.

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 e a performance dos algoritmos das redes.

As empresas serão guiadas pelo Gerenciador de Anúncios da META e, ao final deste encontro, terão uma campanha funcional e pronta para atrair mais visitantes e se conectar com seu público. Haverá flexibilidade para decidir se a campanha será veiculada imediatamente ou salva como rascunho, permitindo sua publicação em um momento mais estratégico. Considerando os recursos disponíveis e os objetivos específicos de cada negócio.

↳ **ENTREGA:** Resumo do atendimento de cada empresa a respeito de sua campanha de mídia digital, com prints de registro do Gerenciador de Anúncios (META) e orientações repassadas para gestão da campanha durante a sua veiculação no Instagram e/ou no Facebook.

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:
 - Perfil do público-alvo impactado e adequação da segmentação.
 - Raio de localização e abrangência geográfica das campanhas.
 - Uso de tags de interesse e seu impacto na entrega dos anúncios.
 - Qualidade e eficácia das artes e 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. Destacando boas práticas e recomendações para aprimorar sua performance.

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 orientações repassadas para gestão de uma nova campanha de anúncios no Instagram e/ou no Facebook.

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 anúncios que aumentem a visibilidade da sua empresa nas redes sociais. As empresas participantes aprenderão a identificar o perfil do cliente a ser impactado, incluindo aspectos como localização, tags de interesse e ofertas relevantes.

Ao final do ciclo, os empresários/as estarão capacitados para implementar campanhas eficazes nas redes sociais, que promovam o crescimento da visibilidade de suas marcas, utilizando as técnicas e conhecimentos adquiridos durante as consultorias.

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

0800 570 0800

SEBRAE.MG