

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

Agronegócio, 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

-

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 serviço

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.

