

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

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 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 subseqüentes 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

-

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 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.

