

SOCIAL MEDIA NA PRÁTICA – Mais autonomia na gestão das suas mídias sociais POCKET

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/a distância

6. Público-alvo:

ME, MEI, EPP, Artesão

7. Setor indicado

Agronegócios, Comércio, Indústria, Serviços

8. Descrição

ETAPA 01 | ANÁLISE DIGITAL E PLANEJAMENTO

- Pesquisa inicial respondida pela empresa para diagnosticar sua maturidade digital na gestão das próprias mídias sociais;
- Avaliação das mídias sociais existentes, público-alvo e posicionamento de marca;
- Definição de brand persona (personalidade ideal da marca) e buyer persona (perfil fictício de cliente ideal) para direcionamento da estratégia digital.

- Definição de KPIs: engajamento, alcance orgânico, leads, número de seguidores etc.

O objetivo é realizar um diagnóstico completo da presença digital da empresa, avaliando o estágio de maturidade na gestão das mídias sociais, o posicionamento de marca e o perfil do público-alvo. A partir disso, estruturar as bases estratégicas da comunicação digital por meio da definição das personas (brand e buyer) e dos KPIs (indicadores-chave de desempenho), que orientarão todas as ações futuras.

Entrega: Relatório com a Pesquisa inicial/diagnóstico, análise de presença digital e determinação de posicionamento de marca (brand e buyer personas).

2. ETAPA 02: PLANEJAMENTO EDITORIAL

- Definição de objetivos estratégicos de comunicação
- Criação de linha editorial e banco de temas para 30 (trinta) ideias de posts (sem publicação)
- Criação de calendário editorial para 30 (trinta) dias, cuja publicação é de responsabilidade do cliente.

O objetivo é estruturar o conteúdo de forma estratégica e organizada, definindo objetivos de comunicação, linha editorial e um banco de ideias com 30 sugestões de posts. Com isso, facilitar a rotina da empresa com um calendário editorial de 30 dias, garantindo consistência e alinhamento às metas da marca.

Entrega: Relatório contendo banco de temas com 30 (trinta) ideias de conteúdo e calendário editorial para 30 (trinta) dias de publicações.

3. ETAPA 03: GESTÃO DE CONTEÚDO INTELIGENTE

- Consultoria para instrução do cliente sobre boas práticas de design, redação e programação de postagens, considerando as principais mídias da empresa (Instagram, Facebook, TikTok, LinkedIn, Pinterest);
- Produção de 3 (três) artes e 2 (dois) roteiros, legendas e hashtags para cada publicação;
- Consultoria para instrução do cliente sobre agendamento das publicações desenvolvidas na plataforma Meta Business Suite.

O objetivo é transferir conhecimento e habilitar o empresário ou equipe para que possam produzir e gerenciar o conteúdo das redes sociais com autonomia. A consultoria aborda boas práticas de design, redação e agendamento de postagens, e inclui a entrega de materiais prontos (artes e roteiros), além de instruções sobre o uso de ferramentas como o Meta Business Suite.

Entrega: Relatório contendo produção de 3 (três) artes alinhadas aos objetivos estratégicos e identidade visual da empresa, e de 2 (dois) roteiros para que a

empresa possa produzir os vídeos conforme as instruções recebidas. Todos os materiais produzidos deverão incluir legendas e hashtags.

4. ETAPA 04: MONITORAMENTO ESTRATÉGICO DE MÍDIAS

- Medir, por meio de relatórios de desempenho, engajamento, alcance, curtidas, compartilhamentos e geração de leads;
- Disponibilizar suporte contínuo para tirar dúvidas, ajustar estratégias e orientar na resposta a comentários e mensagens diretas.

O objetivo é acompanhar e otimizar continuamente o desempenho das ações digitais com base em relatórios analíticos. Além disso, oferecer suporte contínuo para dúvidas, ajustes de rota e orientações sobre a interação com o público, garantindo uma gestão eficiente e adaptável das mídias sociais.

Entrega: Relatório com as principais métricas obtidas e análises interpretativas apontando quais conteúdos geraram melhores resultados, quais estratégias precisam de ajustes e sugestões de próximos passos. Incluir recomendações práticas sobre a interação com seguidores e orientações sobre como manter ou elevar o desempenho em etapas futuras.

5. ETAPA 05: ENCERRAMENTO COM DIREÇÃO

- Apresentar relatório consolidado com resultados comparativos (antes/depois do projeto), destacando melhores práticas e lições aprendidas.
- Consultoria para alinhamento dos próximos passos, definição de novas metas.

O objetivo é consolidar e analisar os resultados obtidos ao longo do projeto, comparando indicadores antes e depois das consultorias. Identificar boas práticas e lições aprendidas, e promover um alinhamento estratégico sobre os próximos passos, visando a continuidade e expansão sustentável das ações digitais.

Entrega: Relatório consolidado com as métricas comparativas de antes e depois das consultorias, as melhores práticas identificadas ao longo da jornada e as lições aprendidas que podem guiar ações futuras.

9. Benefícios e Resultados esperados

A empresa passa a ter autonomia na gestão das mídias sociais, aprendendo a manter seus canais digitais ativos de forma estratégica. Os conteúdos são produzidos para gerar aumento no engajamento, com mais curtidas, comentários e interações genuínas

com potenciais clientes. Além disso, poderá haver expansão do alcance orgânico, permitindo que a marca seja vista por um público maior e mais qualificado.

Ao final do ciclo, haverá melhoria na imagem da marca, já que a comunicação passará a seguir uma linha editorial consistente, com identidade visual e textual profissional. Com isso, as postagens deixam de ser meramente ilustrativas e passam a cumprir papel comercial, promovendo a geração de leads qualificados. Como objetivo final das consultorias, pretende-se observar aumento nas vendas, com conteúdo que convertem seguidores em compradores reais.

10. Estrutura e materiais necessários

As consultorias serão realizadas em plataforma Google Meet, Zoom ou Microsoft Teams, conforme a programação estabelecida no Plano de Trabalho.

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

11. 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 tempo para a execução completa do conteúdo e exercícios práticos, sem interrupções;
4. Responsabilidade em iniciar as aulas com o equipamento (hardware) e aplicativos (softwares) previamente solicitados.
5. Realizar todos os exercícios solicitados, participando das discussões, e compartilhando os resultados com os demais participantes quando solicitado;
6. Avaliar o serviço prestado.

12. 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. Realizar as entregas previstas, validadas pela empresa demandante, ao Sebrae;