

## LIVE COMMERCE NA PRÁTICA: ESTRATÉGIAS PARA VENDER AO VIVO

### 1. Tema:

DESENVOLVIMENTO TECNOLOGICO

### 2. Subtema:

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

### 3. Categoria de Serviço

Acesso a Serviços de Terceiros

### 4. Tipo de serviço / Instrumento

Consultoria tecnológica

### 5. Modalidade

Híbrido (Online + Presencial)

### 6. Público-alvo:

ME, MEI, EPP, Artesão

### 7. Setor indicado

Agronegócios, Comércio, Indústria, Serviços

### 8. Descrição

#### **ETAPA 01 | Diagnóstico inicial de estrutura e *Briefing* do cliente**

Consultoria voltada a pequenos negócios para produção de Live Commerce/Live Shopping. Integrando estratégia comercial, comunicação, produto e promoção, com o objetivo de ampliar engajamento e conversão nas transmissões de vendas ao vivo.

Objetivo: Apresentar as estratégias de Live Commerce e realizar um diagnóstico inicial da estrutura necessária e da estratégica para realização de transmissões de vendas ao vivo na empresa.

A consultoria combina estratégica e acompanhamento prático, em formato híbrido (online e presencial), com etapas de planejamento, execução, acompanhamento e

análise de transmissões de vendas ao vivo. Com auxílio garantido na execução e autonomia progressiva para o negócio nas transmissões de vendas ao vivo.

Conteúdos e atividades:

O que é Live Commerce/Live Shopping

Análise inicial de como pode ser aplicado ao negócio.

Apresentação de exemplos e boas práticas.

Levantamento dos recursos já disponíveis (espaço, equipamentos, equipe).

Identificação do que será necessário providenciar para realizar uma transmissão de vendas ao vivo.

✓**ENTREGA:** Diagnóstico inicial de estrutura e recursos. Cronograma geral de execução do serviço, com escopo de trabalho e as datas previstas para este ciclo de consultoria.

### **ETAPA 02 | Planejamento da Live: Oferta e Promoção**

Objetivo: Planejamento da Live, com estruturação da lógica comercial e promocional da live, ou seja, Oferta e Promoção.

Conteúdos e atividades:

Definição de objetivo da live e público-alvo.

Estruturação da oferta (produtos, condições, gatilhos).

Planejamento da promoção da live (canais, formatos e timing).

Orientação para criação de conteúdos de divulgação. \*

\*A efetivação da divulgação é essencial para o sucesso da live e será orientada pelo consultor, porém executada pelo cliente, que ficará responsável pela criação dos conteúdos e publicação nos formatos e prazos definidos.

✓**ENTREGA:** Plano de oferta e promoção da live.

### **ETAPA 03 | Planejamento da Live: Roteiro, Tom de Voz e Imagem**

Objetivo: planejamento da live: roteiro, tom de voz e imagem. Definir a experiência comunicacional da live.

Conteúdos e atividades:

Construção do roteiro da transmissão.

Definição de tom de voz, linguagem e abordagem comercial.

Orientações sobre figurino, postura e presença em vídeo.

Alinhamento final da preparação da divulgação.

✓**ENTREGA:** Roteiro da live + diretrizes de comunicação e imagem.

## **ETAPA 04 | Preparação, Execução e Pós-Live**

Objetivo: Preparação, Execução e Pós-Live. Garantir a execução profissional da live, do início aos pós.

Conteúdos e atividades:

Preparação do ambiente, cenário e equipamentos.

Testes técnicos e ajustes finais.

Acompanhamento integral da transmissão ao vivo.

Orientações durante a live (ritmo, interação e fechamento).

Primeiras ações de pós-live.

↓ENTREGA: Live comercial executada (se possível salva) com acompanhamento especializado.

## **ETAPA 05 | Análise de Resultados e Encaminhamentos**

Objetivo: Análise de Resultados e Encaminhamentos. Avaliar a live realizada e iniciar o planejamento da próxima.

Conteúdos e atividades:

Análise de indicadores (alcance, engajamento, vendas).

Avaliação dos pontos fortes e oportunidades de melhoria.

Encaminhamentos estratégicos para a próxima live.

↓ENTREGA: Análise de performance + recomendações práticas.

## **ETAPA 06 | Preparação da Próxima Live (Online)**

Objetivo: Estruturar a segunda live com base nos aprendizados.

Conteúdos e atividades:

Definição de tema, produtos e oferta.

Ajustes no roteiro e estratégia promocional.

Planejamento operacional da nova transmissão.

↓ENTREGA: Planejamento da próxima live.

## **ETAPA 07 | ACOMPANHAMENTO NO DIA DA LIVE**

Objetivo: Apoiar remotamente a execução da segunda live.

Conteúdos e atividades:

Acompanhamento online em tempo real.

Apoio técnico e comunicacional.  
Orientações durante a transmissão.

✓**ENTREGA:** Live acompanhada com mentoria especializada.

#### **ETAPA 08 | ANÁLISE FINAL E PLANEJAMENTO SAZONAL**

Objetivo: Análise Final e Planejamento Sazonal. Consolidar aprendizados e estruturar a recorrência das lives.

Conteúdos e atividades:

Análise comparativa das lives realizadas.  
Planejamento sazonal de lives para a marca.  
Orientações de continuidade, conteúdo e pós-venda.

✓**ENTREGA:** Plano sazonal de lives + diretrizes de continuidade.

### **9. Benefícios e Resultados esperados**

Ao final deste ciclo de consultoria, as empresas estarão capacitadas a planejar, executar e analisar ações de Live Shopping de forma estratégica e profissional, integrando oferta, comunicação e promoção aos seus canais digitais de venda.

Com auxílio garantido na execução e autonomia progressiva para o negócio nas transmissões de vendas ao vivo.

### **10. Estrutura e materiais necessários**

Cada empresa contará com consultorias especializada, distribuídas em formato híbrido (online e presencial). É fundamental acompanhar o cronograma e a carga horária prevista para cada sessão com o consultor(a). Os encontros online 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.

### **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 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.

## **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. 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.