

IDENTIFICAÇÃO E PLANEJAMENTO PARA ATUAÇÃO EM *LINKS* PATROCINADOS

1. Tema

Desenvolvimento Tecnológico

2. Subtema

Transformação Digital

3. Categoria de serviço

Acesso a Serviços de Terceiros

4. Tipo de serviço / instrumento

Consultoria tecnológica / Acesso a serviços tecnológicos

5. Modalidade

Presencial e à distância

6. Público alvo

ME, MEI, EPP e Produtor Rural

7. Setor indicado

Indústria, Comércio, Serviços e Agronegócio

8. Macrosssegmento

-

9. Descrição

A consultoria objetiva:

- Contribuir para o desenvolvimento de estratégias para o aumento do tráfego do site através de links patrocinados;
- Contribuir para que a empresa aumente a visibilidade do produto ou serviço através de público mais qualificado;

- Contribuir para que a empresa possa realizar investimentos com publicidade em links patrocinados com enfoque na minimização de custos e maximização de resultados;
- Contribuir para que a empresa gere leads e conversações para o site.

ETAPA 01 | ESTUDO DO PÚBLICO-ALVO/NEGÓCIO

- 1.1. Estudo do público alvo;
- 1.2. Investigação do segmento de atuação;
- 1.3. Estudo de concorrência;
- 1.4. Estudo em como minimizar o Custo por Clique (CPC) e em como aumentar a Taxa de Cliques (CTR);
- 1.5. Definição de personas e canais web a serem utilizados;
- 1.6. Definição de conteúdos baseados nos canais escolhidos.

ENTREGA ETAPA 01: Planilha com a estrutura da campanha organizada por Grupos; Anúncios; Plataforma; Palavras Chaves.

ETAPA 02 | CRIAÇÃO DAS CONTAS/ CAMPANHAS

- 2.1. Definição dos objetivos da campanha com base nos estudos realizados;
- 2.2. Criação das contas nas plataformas de links patrocinados com base no estudo realizado levando em consideração: Localidade, Sexo, Faixa etária, Idade etc;
- 2.3. Definição das palavras chaves e local de veiculação (Display e/ou Pesquisa);
- 2.4. Definir investimento com base em aumento do ROI e diminuição do custo por aquisição CPA;
- 2.5. Criação das campanhas com base no estudo realizado;
- 2.6. Otimização do recurso para aumento do ROI.

ENTREGA ETAPA 02: Evidência de criação das contas para gerenciamento da empresa.

ETAPA 03 | MONITORAMENTO

- 3.1. Revisão e definição de campanhas com mídias pagas;
- 3.2. Monitoramento e otimização dos anúncios;
- 3.3. Verificação das conversões;
- 3.4. Análise do Custo por Clique (CPC);
- 3.5. Análise da Taxa de Cliques (CTR);
- 3.6. Validar a segmentação do público;
- 3.7. Verificar melhorias possíveis para as próximas campanhas.

ENTREGA ETAPA 03: Relatório composto pelas métricas da campanha e principais alterações realizadas.

ETAPA 04 | CONCLUSÃO

- 4.1. Entrega dos relatórios com os dados da campanha.

ENTREGA ETAPA 04: Documento com possíveis melhorias para as próximas campanhas.

10. Benefícios e resultados esperados

São potenciais benefícios da Consultoria:

1. Atrair novos clientes através de pesquisas e displays em sites de interesse;
2. Aumentar o tráfego de visitas no site gerando leads e conversões;
3. Atrair um público mais qualificado para o site;
4. Atingir novos consumidores;
5. Melhor posicionamento da marca do produto/serviço e sua reputação online.

11. Estrutura e materiais necessários

-

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. Acompanhar o prestador de serviço em visita(s) técnica(s) aos espaços físicos, se previsto no escopo do trabalho;
6. 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. Cumprir com as obrigações previstas no Regulamento do Sebraetec.

14. Perfil desejado da prestadora de serviço

Corpo técnico formado por profissionais com experiência em Links Patrocinados.

15. Pré-diagnóstico

1. A empresa tem praticado o marketing de conteúdo?
2. A empresa monitora com frequência o crescimento de acesso do seu site?
3. A empresa já dispõe de uma *Landing Page* para captação de leads?
4. Criar campanha segmentadas por dispositivos é interessante para o seu negócio?
5. O cliente já fez um estudo de palavras chaves?

6. O cliente já definiu quanto quer investir em links patrocinados?
7. O cliente deseja contemplar nesta consultoria o *Google Adwords*?
8. O cliente deseja contemplar nesta consultoria o *Facebook Ads*?
9. O cliente deseja contemplar nesta consultoria o *Instagram Ads*?

16. Observações

PRÉ REQUISITO: É imprescindível que para este atendimento a empresa tenha estabelecido Política Comercial e de Marketing para a internet. Estas ações tem o intuito de garantir que os Leads (oportunidades) virem conversões de vendas.

Prazo de Entrega: 45 (quarenta e cinco) dias.

HISTÓRICO DE ALTERAÇÕES			
Versão	Data	Link	Responsável
1	10/04/2019	https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2019/06/Identificação-e-Planejamento-para-Atuação-em-Links-Patrocinaados-TD4006-1.pdf	