

**COMO
MONTAR**

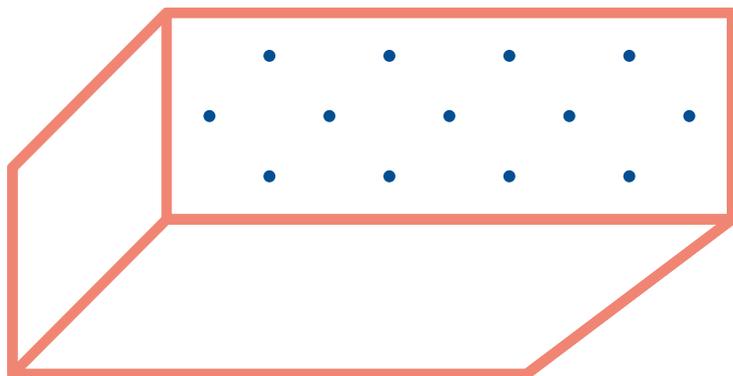
**UMA
EMPRESA DE
MARKETING
DIGITAL**



www.sebraeatende.com.br

SUMÁRIO

Apresentação do Negócio	6
Localização	6
Exigências Legais	8
Estrutura e pessoal (equipe e equipamentos)	9
Matéria-prima e mercadorias	9
Investimento e Capital de Giro	11
Canal de Distribuição	12
Custos	12
Agregação de valor	13
Divulgação	14
Dicas de Negócios	15
Bibliografia	16



IDEIAS E OPORTUNIDADES DE NEGÓCIOS

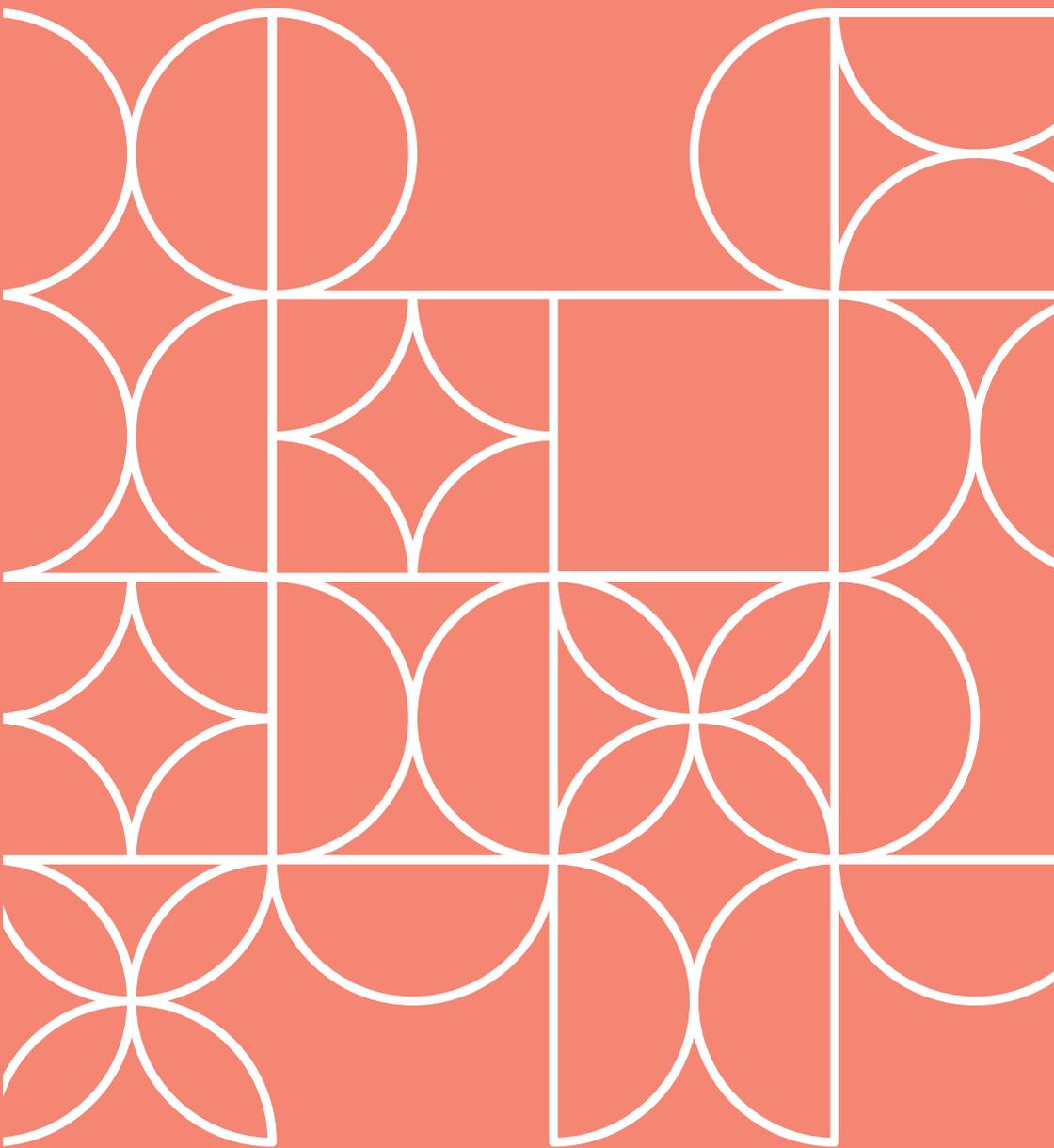
Quer se tornar um empreendedor mas não sabe por onde começar?

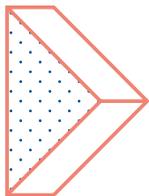
Esta Série é para quem quer descobrir as melhores ideias de negócios lucrativos.

A Série Como Montar traz um perfil de diversos ambientes de negócios para quem está em busca de oportunidades para empreender, apresentando uma visão geral de como cada segmento se posiciona no mercado, quais as variáveis que os afetam, como elas se comportam, qual a estrutura, equipamentos e pessoal para composição do negócio, oferecendo as informações necessárias sobre como fazer o seu empreendimento acontecer na prática.

Mas atenção, futuros empresários: as cartilhas desta Série não substituem o Plano de Negócio. Para elaborá-lo, procure o Sebrae. Dispomos de uma grande variedade de soluções em apoio ao pequeno empreendedor.

Consulte regularmente o site www.sebrae.com.br, descubra quais programas podem atender melhor as necessidades do seu negócio e comece hoje mesmo a colocar em prática tudo que aprendeu.





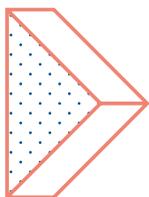
APRESENTAÇÃO DO NEGÓCIO

Trabalhar com marketing digital significa muito mais que criar perfis em mídias digitais. Por trás dessa atividade é necessário que exista uma estratégia eficiente, embasada num estudo detalhado das necessidades da empresa, dos canais de divulgação e, principalmente, do público que precisa ser atingido e conquistado.

Uma agência de marketing digital deve contar com uma equipe apta a cuidar do planejamento, do desenvolvimento e da execução das campanhas na mídia online. A agência de marketing digital apresenta um plano de marketing com metas, objetivos e sugestão de ações.

O papel das agências em uma ação de marketing digital é fundamental, pois elas possuem ferramentas certas para medir resultados e profissionais qualificados para analisar o sucesso ou reparar possíveis falhas nas ações.

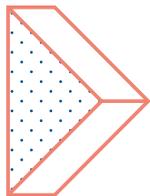
Dessa forma, a agência terá o suporte necessário para desenvolver ações de marketing digital bem sucedida. Para uma empresa desse ramo permanecer no mercado é fundamental que esteja em constante busca por melhores tecnologias e por novos programas e, principalmente, que tenha criatividade para empreender as melhores táticas em marketing para atingir os consumidores.



LOCALIZAÇÃO

Veja o ponto comercial como um cartão de visitas de sua empresa, que podem atrair ou não novos clientes. Se bem localizado, ele pode atrair clientes naturalmente, sem que você tenha que fazer grandes esforços. Diversos são os aspectos a se considerar na escolha do ponto comercial para a sua agência de marketing digital para isso algumas dicas podem ajudar o empreendedor na avaliar o imóvel antes de assinar o contrato. Entre as principais estão:

- 1- É preciso estar perto do seu público alvo e para isso é necessário saber qual é este público. Uma pesquisa de mercado bem feita poderá te dar todas as respostas. Verifique quais serão os seus principais clientes e veja quais os hábitos de compra dos mesmos. Se eles costumam frequentar uma certa região você deverá estar perto desta região;
- 2- Pesquise várias opções, jamais olhe somente um ponto comercial antes de fazer esta escolha, pois você pode perder grandes chances de conseguir um ponto comercial muito melhor. Vários os fatores que podem influenciar nesta decisão: concorrência, fluxo de pessoas, atratividade, espaço e preço são alguns deles;
- 3- Repare na higiene do local Um fator que muitas vezes passa despercebido quando você vai escolher um ponto comercial é a questão da higiene do local. Você deve estar atento se o material utilizado na construção do local está de acordo com as necessidades do seu negócio;
- 4- Verifique a segurança. Todo ponto comercial deve estar adaptado de acordo com as normas de segurança para que evitem acidentes, além de uma saída de emergência, o local deve ter um extintor de incêndio, bem como um acesso facilitado para pessoas portadoras de deficiência, o que mostra um ambiente mais responsável socialmente e também aberto a receber um maior público;
- 5- Confira as documentações. Elas devem estar em dia e você pode pedir para verificar antes de assinar qualquer contrato.
- 6- Instalações Verifique se tem acesso a internet, telefone, energia elétrica em boas condições;
- 7- Espaço Físico Por se uma agência de marketing digital e ser venda de serviço e não produtos, o espaço interno pode ser reduzido. Mas, vale a pena destacar que, quanto mais o ponto estiver próximo a centros comerciais e melhor for a facilidade de acesso, mais clientes poderá ter a empresa. Como o foco dos serviços de uma agência de marketing digital é, de forma geral, a internet, também é importante que a empresa seja encontrada no ambiente virtual, posicionando-se facilmente em mecanismos de busca, como o Google. A empresa deve possuir um site claro e que transmita confiança ao cliente.



EXIGÊNCIAS LEGAIS

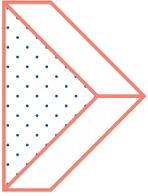
As licenças para a abertura de uma empresa de marketing digital são as mesmas exigidas para todos os outros novos empreendimentos, estando sujeito à obtenção dos registros exigíveis das sociedades empresárias em geral em alguns órgãos, como veremos a seguir:

- *Junta Comercial;*
- *Secretaria da Receita Federal (CNPJ);*
- *Secretaria Estadual de Fazenda;*
- *Secretaria Municipal de Fazenda;*
- *Prefeitura do Município para obter o alvará de funcionamento;*
- *Enquadramento na Entidade Sindical Patronal (empresa ficará obrigada a recolher por ocasião da constituição e até o dia 31 de janeiro de cada ano, a Contribuição Sindical Patronal);*
- *Cadastramento junto à Caixa Econômica Federal no sistema "Conectividade Social – INSS/FGTS";*
- *Corpo de Bombeiros Militar.*

Para finalizar o processo de abertura e iniciar de forma legal o negócio, o empreendedor deverá se dirigir à Secretaria de Estado da Fazenda para solicitar a autorização para impressão das notas e dos livros fiscais.

A ajuda do contador, neste momento, é muito importante.

Agora o negócio está apto a ser iniciado, uma vez que todas as necessidades sejam cumpridas. É essencial lembrar que, a partir deste momento, a empresa deverá cumprir outras obrigações de caráter fiscal, tributário, trabalhista, previdenciário e empresarial.



ESTRUTURA E PESSOAL (EQUIPE E EQUIPAMENTOS)

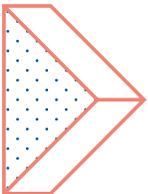
A estrutura para este tipo de empreendimento é bem simples e até compacta, semelhante à de um escritório. É preciso que haja um local para trabalho com computadores com acesso à internet, impressoras, mesas e cadeiras confortáveis, boa iluminação para leitura e telefones. Em muitos casos, dependendo da legislação vigente em relação à localização, pode-se estabelecer o negócio em alguma dependência da residência do empreendedor. Mas, como sempre, tudo irá depender da expectativa de atendimento.

Podendo ser instalada em locais de tamanhos variados divididos entre:

- *Recepção, com um televisor e poltronas, para o conforto do cliente que aguarda o atendimento;*
- *Local de atividade dos trabalhos, que poderá ser dividido ou não por baias e estações de trabalho*
- *Copa para os funcionários e para poder oferecer água, cafés ou chás nas reuniões com clientes.*

A fachada da agência e a recepção podem auxiliar no processo de atração de clientes e transmissão do conceito do empreendimento. Uma decoração interna alegre e leve, com temas específicos, pode criar uma atmosfera lúdica ao ambiente e encantar todos os tipos de clientes.

Nesse modelo de negócio um dos maiores segredos para o sucesso está nas pessoas, por isso é essencial ser criterioso durante a contratação dos profissionais. Contar com profissionais capacitados e experientes na área de atuação é fundamental para garantir um serviço de qualidade.



MATÉRIA-PRIMA E MERCADORIAS

A gestão de estoques no varejo é a procura do constante equilíbrio entre a oferta e a demanda. Este equilíbrio deve ser sistematicamente aferido através de, entre outros, os seguintes três importantes indicadores de desempenho:

Giro dos estoques

O giro dos estoques é um indicador do número de vezes em que o capital investido em estoques é recuperado através das vendas. Obs.: Quanto maior for a frequência de entregas dos fornecedores, logicamente em menores lotes, maior será o índice de giro dos estoques, também chamado de índice de rotação de estoques.

Cobertura dos estoques

O índice de cobertura dos estoques é a indicação do período de tempo que o estoque, em determinado momento, consegue cobrir as vendas futuras, sem que haja suprimento.

Nível de serviço ao cliente

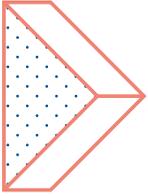
O indicador de nível de serviço ao cliente para o ambiente do varejo de pronta entrega. Demonstra o número de oportunidades de venda que podem ter sido perdidas, pelo fato de não existir a mercadoria em estoque ou não se poder executar o serviço com prontidão.

As principais matérias-primas utilizadas por uma empresa de marketing digital são:

- *A internet de alta velocidade;*
- *Materiais de escritório e computadores com boa capacidade de processamento de informações gráficas;*

Além dos equipamentos de informática, o grande diferencial para as empresas desse ramo é a diversidade de softwares para a elaboração das mídias digitais que serão usadas no marketing digital.

Principais softwares utilizados pelo setor: DreamWeaver, FrontPage, NVU, FireWorks, PhotoShop, Corel Draw, Gif Animator, Diniz Gif Animator.



INVESTIMENTO E CAPITAL DE GIRO

O investimento necessário para viabilizar a abertura da sua agência de marketing digital estará relacionado diretamente à estrutura desejada para o empreendimento e aos serviços ofertados. Assim, acreditamos que a melhor forma de chegar a esse valor seja através da elaboração de um Plano de Negócio, onde os recursos necessários, em função dos objetivos estabelecidos, poderão ser determinados.

Para chegar à estimativa do custo de abertura de agência de marketing digital, deve-se levar em conta:

- **Necessidade de reforma e ajustes no ponto comercial escolhido;**
- **Sistema para controle de temperatura e umidade;**
- **Móveis e equipamentos;**
- **Estoque inicial;**
- **Telefone, microcomputador e impressora;**
- **Taxas de abertura da Empresa;**
- **Marketing Inicial.**

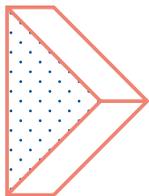
Necessário para funcionamento de qualquer empresa, o capital de giro é o montante de recursos financeiros que a empresa precisa manter para garantir fluidez dos ciclos de caixa. O capital de giro funciona com uma quantia imobilizada no caixa (inclusive banco) da empresa para suportar as oscilações de caixa.

Divididos em três partes, os investimentos iniciais são aqueles necessários para viabilizar a execução das atividades até que a empresa possa se sustentar por conta própria. São eles:

Investimentos pré-operacionais: são todos os gastos ou despesas realizadas com projetos, pesquisas, registro da empresa, honorários profissionais;

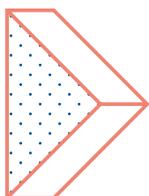
Investimento fixo: compreende o capital empregado na compra de imóveis, equipamentos, móveis, utensílios, instalações, reformas;

Capital de giro inicial: é o capital necessário para suportar todos os gastos e despesas iniciais, geradas pela atividade produtiva da empresa. Destinam-se a viabilizar as compras iniciais, pagamento de salários nos primeiros meses de funcionamento, impostos, taxas, honorários de contador, dentre outros gastos.



CANAL DE DISTRIBUIÇÃO

O canal de distribuição é a própria empresa, ao realizar e divulgar os serviços contratados pelo cliente. Entretanto, uma alternativa é o desenvolvimento de um site na Internet para apresentar seus serviços e criação de perfis oficiais nas redes e mídias sociais.



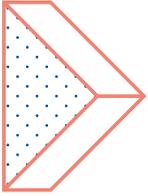
CUSTOS

Dos gastos relacionados a produção aos da estrutura física da empresa como: aluguel, água, luz, salários, honorários profissionais, despesas de vendas, matéria-prima e insumos consumidos no processo de produção, são considerados custos.

Os custos típicos deste tipo de empreendimento devem ser estimados considerando pelo os itens básicos descritos a seguir:

- **Salários, comissões e encargos;**
- **Aluguel, taxa de condomínio, segurança;**
- **Água, Luz, Telefone e acesso a internet;**
- **Limpeza, higiene, manutenção;**
- **Assessoria contábil;**
- **Propaganda e Publicidade da empresa.**

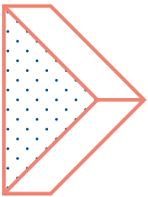
É importante ter atenção especial na administração e redução dos custos envolvidos na compra e distribuição dos produtos e serviços que compõem o negócio, pois quanto menores os custos, maiores as chances de lucratividade.



AGREGAÇÃO DE VALOR

Contar com uma oferta variada de produtos e serviços é fundamental para a sobrevivência do empreendedor no mercado, seja para poder ter suporte em momentos de crise que o ajudem a escoar produtos encalhados, seja para ampliar a receita e atingir novos públicos, diversificar é fundamental.

Na acirrada competitividade não basta oferecer produtos/serviços diferentes e inovadores, é fundamental que esse diferencial seja enxergado pelo cliente como algo vantajoso e atrativo, e no caso da agência de marketing digital, inúmeras são as possibilidades de diversificação, pois a empresa pode funcionar ainda como agência de publicidade, oferecer serviços de comunicação visual, construção de websites entre outros.



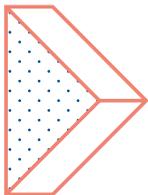
DIVULGAÇÃO

Crucial para se fazer conhecido entre os seus clientes potenciais, a propaganda é um instrumento para apoiar a construção da imagem positiva da sua empresa e serviços ou produtos para os seus clientes.

Antes de divulgar uma agência de marketing digital, é fundamental definir seu público-alvo, seja uma pessoa, grupo ou empresa, uma vez que isso varia conforme o serviço a ser prestado. Existem diferentes tipos de mídia para divulgação e cada uma delas é mais apropriada para uma determinada classe social a ser atingida.

Para o segmento de agência de marketing digital, vale ressaltar que de todas as opções para campanhas o que realmente vai fazer o grande diferencial é o investimento pesado no próprio serviço, um bom site, uma rede social bem alimentada, provando que sua empresa também utiliza seus próprios serviços como canal de vendas.

Seja qual for o canal escolhido, é fundamental adotar uma linguagem clara e objetiva. Acrescentar informações sobre como ter acesso a orçamentos e propostas pode facilitar o primeiro contato com clientes em potencial. Adotar ações voltadas para públicos específicos no Facebook, Instagram ou Twitter pode impulsionar o engajamento do seu público com as mídias da sua empresa, e aumentar a visibilidade dela.



DICAS DE NEGÓCIOS

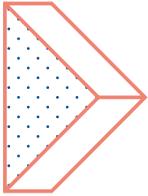
A qualidade de atividades, sejam sociais ou profissionais, estão diretamente ligadas ao seu planejamento. Ele permite não apenas definir qual, como e quando cada atividade será realizada, seus processos e ferramentas, como prevê problemas e ajuda a solucioná-los.

Mas é fundamental ter em mente que isto não significa um engessamento das ações. Significa, sim, não fugir do plano inicial, muito embora ao longo do processo algumas das coisas que se planejou tenham que ser revistas e/ou adaptadas.

Ou seja, o planejamento é um instrumento dinâmico, mas o foco não deve ser perdido. É fundamental ainda que o empreendedor dirija sua atenção para:

- *A importância de evitar a tentação de improvisar para agregar valor e acabar fazendo muitas coisas, de baixa qualidade;*
- *A Necessidade de avaliar permanentemente a receptividade da clientela ao atendimento dos serviços na qualidade global de atendimento ao cliente, ou seja: qualidade do serviço, do ambiente, dos profissionais, além de comodidades adicionais como acessibilidade, estacionamento, facilidade de agendamento de horário, cumprimento de horário ou prazos, etc;*
- *Fidelização da clientela com ações de pós-venda, como envio de cartões de aniversário, comunicação de novos serviços ofertados, etc.*

O empreendedor deve estar sintonizado com a evolução do setor, pois esse é um negócio que requer inovação e adaptação constantes, em face das novas tendências que surgem dia a dia.



BIBLIOGRAFIA

AIUB, George Wilson et al. *Plano de Negócios: serviços*. 2. ed. Porto Alegre: Sebrae, 2000.

ANDERSON, Chris. *A Cauda Longa (Long Tail): do marketing de massa para o marketing de nichos*. Campus, 2006.

BARBOSA, Mônica de Barros; LIMA, Carlos Eduardo de. *A Cartilha do Ponto Comercial: como escolher o lugar certo para o sucesso do seu negócio*. São Paulo: Clio Editora, 2004.

BATTELLE, John. *A Busca: como o Google e seus competidores reinventaram os negócios e estão transformando nossas vidas*. Campus, 2005.

BIRLEY, Sue; MUZYKA, Daniel F. *Dominando os Desafios do Empreendedor*. São Paulo: Pearson/Prentice Hall, 2004.

BRASIL. *Código civil brasileiro, 2003*. BRASIL. *Lei Complementar 123/2006 – Estatuto da Micro e Pequena Empresa*.

COSTA, Nelson Pereira. *Marketing para Empreendedores: um guia para montar e manter um negócio*. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2003.

DEPARTAMENTO NACIONAL DE REGISTRO DE COMÉRCIO – DNRC. *ServiçosCódigo Civil/2002*. Disponível em: <http://www.dnrc.gov.br> . Acessado em: 20 de Julho 2014.

INSTITUTO NACIONAL DE PROPRIEDADE INTELECTUAL (INPI). Disponível em:<http://www.inpi.org.br> . Acessado em: 20 julho 2014.

KOTLER, Philip. *Administração de Marketing: a edição do novo milênio*. 10. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

MONTEIRO, Ricardo Vaz. *Google Adwords - a Arte da Guerra: Guia para gestão de AdWords*. Brasport, 2008.

RECEITA FEDERAL DO BRASIL. Disponível em: <http://www.receita.fazenda.gov.br> . Acessado em: 20 julho 2014.

SERVIÇO BRASILEIRO APOIO A MICRO E PEQUENA EMPRESA (SEBRAE). Disponível em: <http://www.sebrae.com.br> SILVA, José Pereira. *Análise Financeira das Empresas*. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2006.



*Quer saber mais?
Acesse o site do Sebrae e conheça outros conteúdos.*

www.sebraeatende.com.br 0800 570 0800



SebraeBahia