

*Promel*

# PROPOSTA COMERCIAL **CLIENTE BOM**

# Objetivos

-  Conquistar a primeira página do Google;
-  Falar uma linguagem clara com audiência;
-  Aumentar market share e tráfego recebido;
-  Ter um SEO eficiente e completo;
-  Melhorar a experiência dos usuários;



# Quem eu sou

Head de Marketing, tendo atendido vários clientes e projetos inovadores, hoje trago 4 anos de intensidade e experiência. Com enorme bagagem prática de diagnósticos e técnicas que aceleram resultados, transformo processos e ideias ultrapassadas em ações altamente conversivas que são capazes de mudar completamente a história de empresas tradicionais que desejam ser gigantes nos meios digitais.

Meu trabalho é focado em diagnosticar, planejar, desenvolver e otimizar estratégias de Growth Marketing e tráfego pago.

*Ronan* **ar**

**100+**

Projetos Concluídos

**3**

Anos de mercado

**90%**

Satisfação dos nossos  
clientes

**45%+**

Do crescimento médio dos  
nossos clientes por ano.

**Esses resultados são  
percebidos a olho nú.**

De nossa cultura, para seu resultado.

Somos sensíveis aos detalhes!  
Focamos em projetos estratégicos,  
sejam simples ou complexos.

Quando nos contratam, entregamos  
projetos que realmente são capazes de  
resolver o problema e brigar no  
mercado como gente grande.

## **Alguns dos nossos clientes:**

# Sumário



Análise do  
modelo de  
negócio;



Análise do  
mercado e  
infraestrutura;



Estratégia de  
Growth e  
Plano de  
ação;



Investimento,  
metas e  
entregáveis.



**Análise do  
modelo de  
negócio;**

# Canva Business Model

## Problema

Não será um nicho "comum" para se competir no leilão. Será necessário focar no desenvolvimento do site como um ativo que recebe pesquisas orgânicas.

## Alternativas existentes

Uma alternativa é o ganho de relevância orgânica nos mecanismos de buscas, além de levar mais tráfego para o site, na qual deve ter uma apresentação com mais autoridade e recursos que despertem o desejo de adquirir o produto.

## Solução

Focar na experiência do usuário e comunicação da marca.

## Métricas principais

Mediremos nosso sucesso através do ROAS ideal x ROAS realizado.

## Proposta de Valor Único

Focaremos na comunicação dos clientes para despertar sentimentos e emoções, na qual os mesmos visam uma transformação final ao adquirir os produtos (como alegria, paz, diversão, descontração) e com uma boa percepção de valor, como segurança na entrega, confiabilidade, produto de qualidade, entre outros.

Além disso, todas as práticas corretas de SEO e gestão de tráfego omnichannel serão aplicadas.

Isso trará para a realidade da marca uma comunicação efetiva com a audiência.

## Vantagem Injusta

A velocidade de execução e o olhar analítico para os dados trazem um método sólido para ganhos crescentes de resultados.

## Canais

Marketing direto, mídia social, anúncios, parcerias, SEO, email marketing, disparos em massa, mídia off.

## Segmentos dos clientes

Buscamos pessoas que queiram receber suas bebidas a domicílio.

Buscamos pessoas que já possuem hábitos de compras e estejam na faixa etária acima dos 18 anos.

## Early Adapters

Pessoas que buscam bebidas localmente, bebidas especiais baratas, compras em atacado e etc...

## Estrutura de Custo

O custo será composto por investimentos em anúncios diretamente nas respectivas plataformas, investimentos em backlinks e compras de citações e honorários da equipe de marketing.

## Fluxo de receitas

A marca precisa estar presente nas pesquisas relacionadas à bebidas no Brasil. Esse posicionamento não pode ter o tráfego orgânico como coadjuvante.

# Análise Swot

## Pontos Fortes

Serviços com elevada intenção de compra por parte do público alvo, o que facilita em trabalhar o foco nas vantagens competitivas da empresa (como preços, qualidade na entrega, segurança, atenção, entre outros).

## Pontos Fracos

Ainda não encontrou o caminho correto para o funil de vendas, possui baixa relevância e autoridade no digital e a comunicação (a nível de conjunto) não traz tanta credibilidade como a dos concorrentes.

## Oportunidades

Ter maior credibilidade com o público, criar meios de contato para com os potenciais clientes, estimular conexão, ofertar omnichannel, facilidade para ranqueamento no Google, etc.

## Riscos

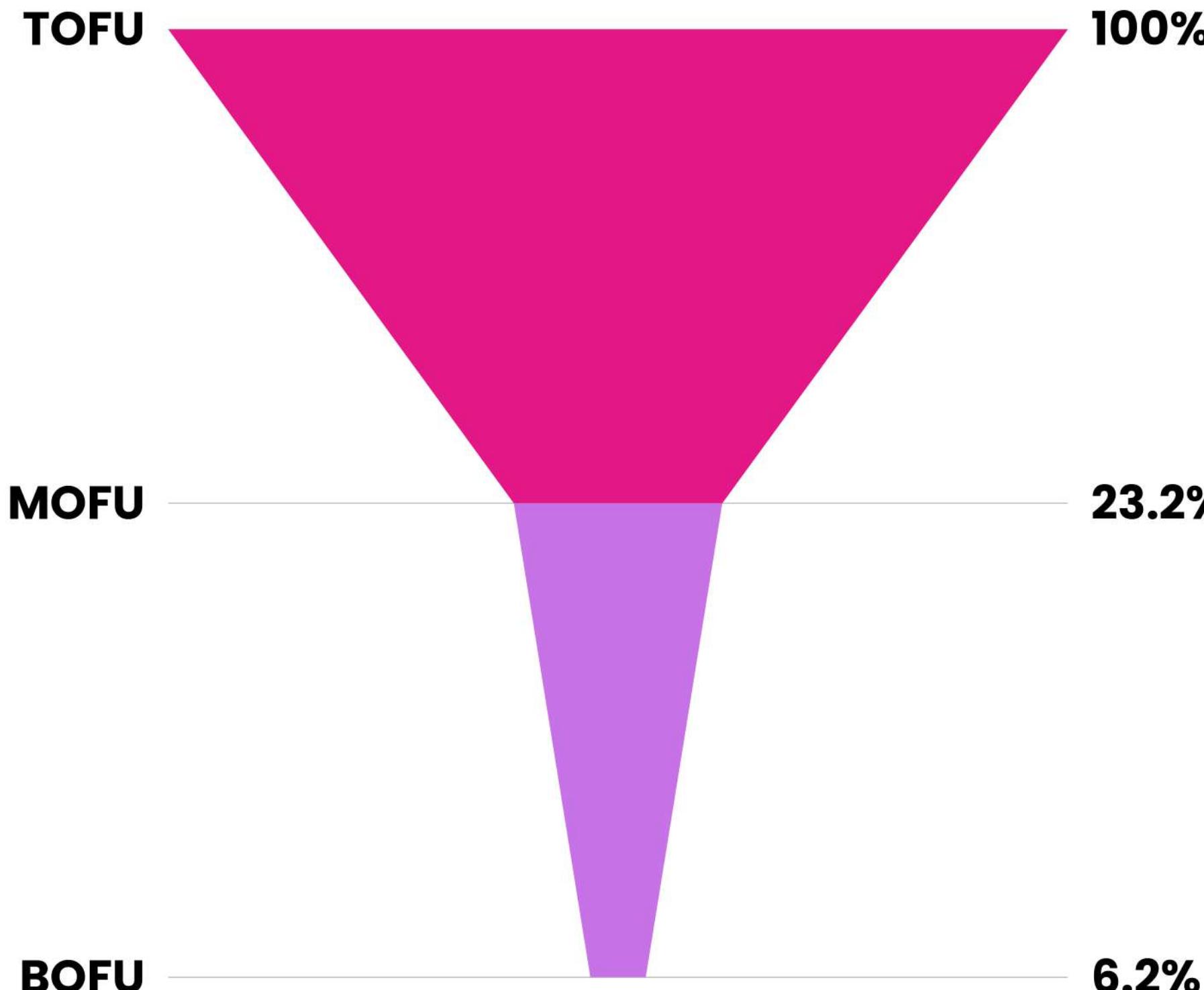
Demorar algum tempo testando e validando hipóteses para encontrar o caminho mais correto e seguro para a atuação em marketing.





**Análise do  
mercado e  
infraestrutura;**

# Tamanho de mercado



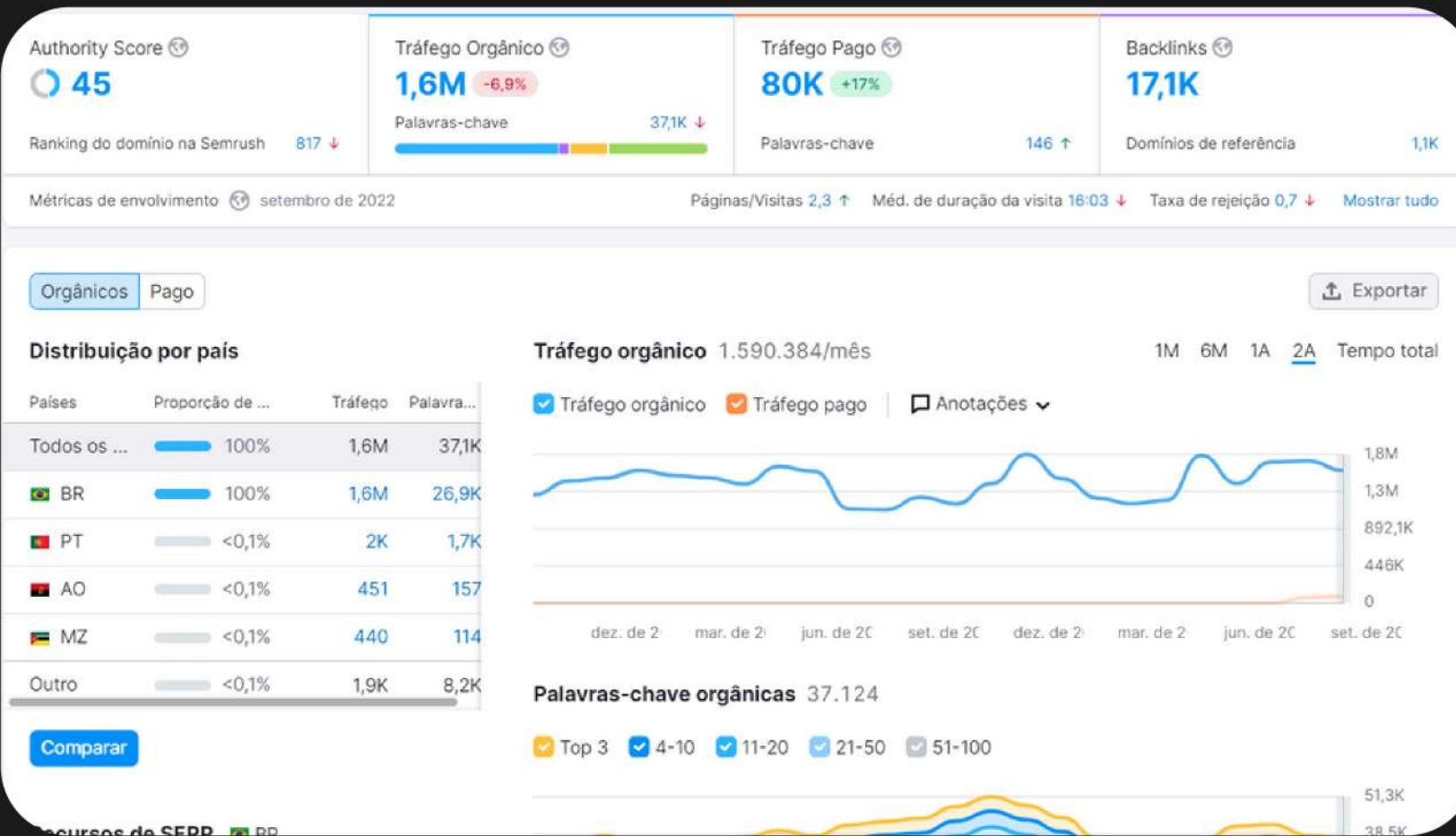
**38.400.000**  
de pesquisas relacionadas

**8.900.000**  
pesquisas diretas

**2.365.000** de pesquisas com  
intenção de compra imediata

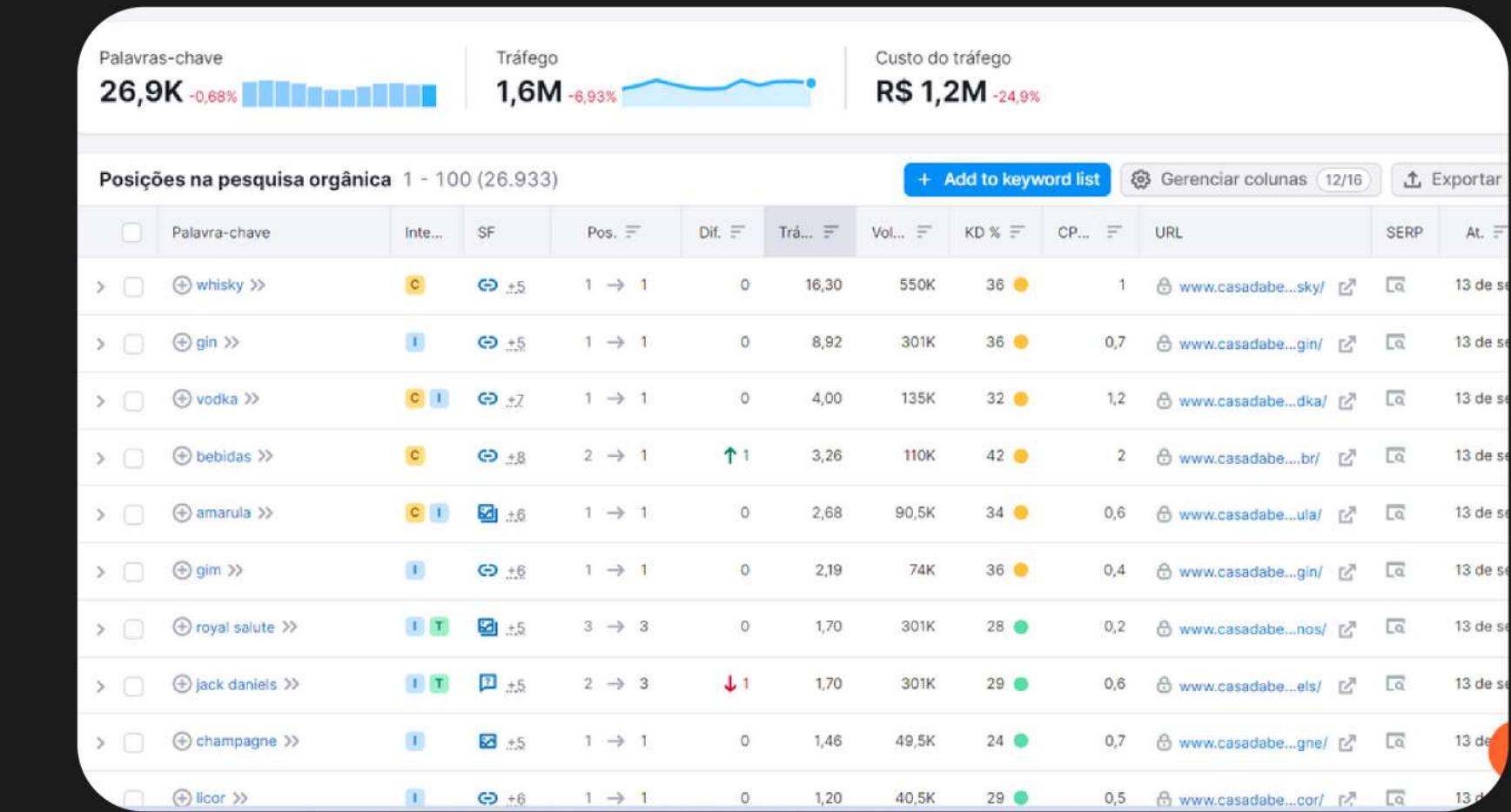
Fonte: AHreiffs, IBGE 2022.

# Benchmarking: casadasbebidas.com.br



## Análise do site

- Conteúdo estratégico
- Backlinks válidos
- Ações mensais de SEO
- Recorrência



## Palavras - chave

- Uso das palavras com base em buscas
- Linkbuilding em todos artigos
- Posts bem escritos e úteis
- Backlinks de alta força

Fonte: AHRREFs

# Benchmarking

Análise da concorrência

Acessos Mensais

0

Casa da Bebida

1.590.384

Custo de oportunidade em  
tráfego (R\$)

0

R\$ 1.600.000

Força do site

0

45

Backlinks ( indicações externas  
únicas)

0

1.100 links

# Retrato do Share of Market.

Top 6 no digital



# Benchmarking

Palavras-chave i  
142 71,1%

Tráfego i  
79,8K 16,9%

Custo do tráfego i  
R\$ 37,3K 41,7%

Casa da Bebida gasta 37 mil reais por mês e, mesmo assim, atinge apenas 5% do tráfego que recebe organicamente..

# Conclusão

1

Bom volume de buscas. **Necessário fazer o SEO do site** e focar na compra de backlinks para **fortalecer o domínio**;

2

Necessário fazer conteúdo focado na **experiência do usuário e conversões**;

3

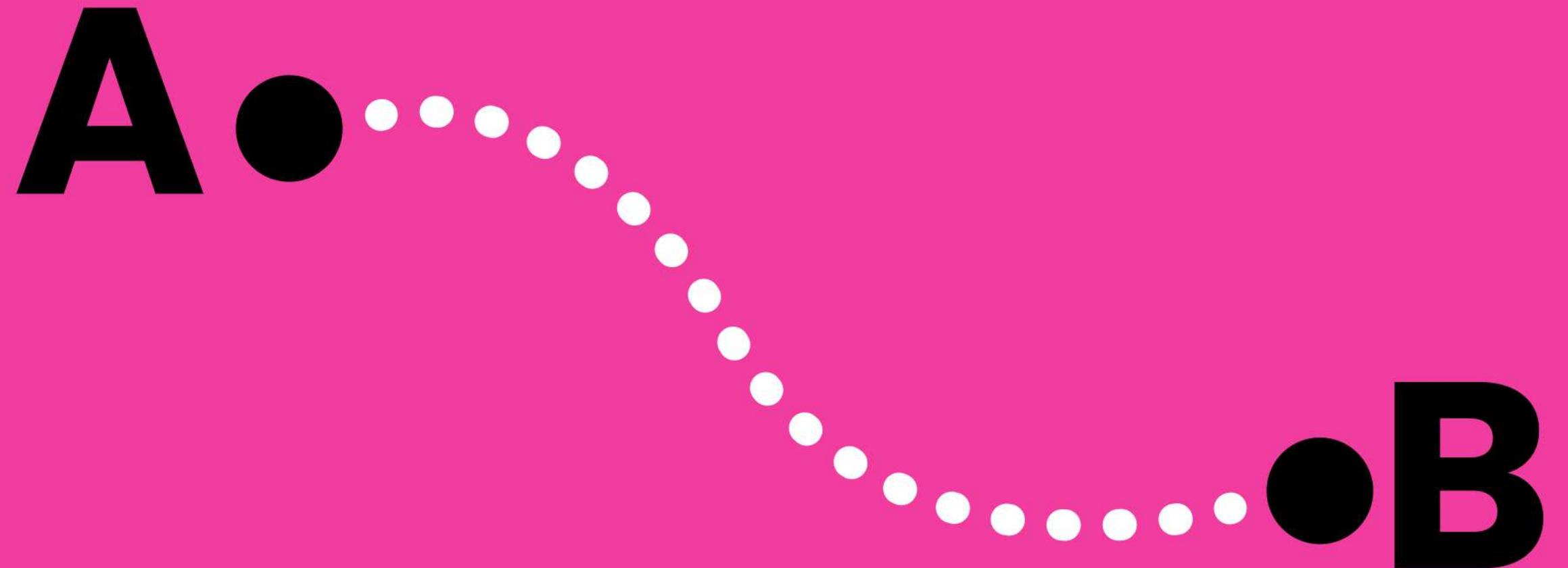
Para ganho real de market share, será necessário **investir em produção de conteúdo** com foco em otimização de longo prazo.



# **Estratégia de Growth e Plano de ação;**

# Mecanismo

O que é tráfego pago?



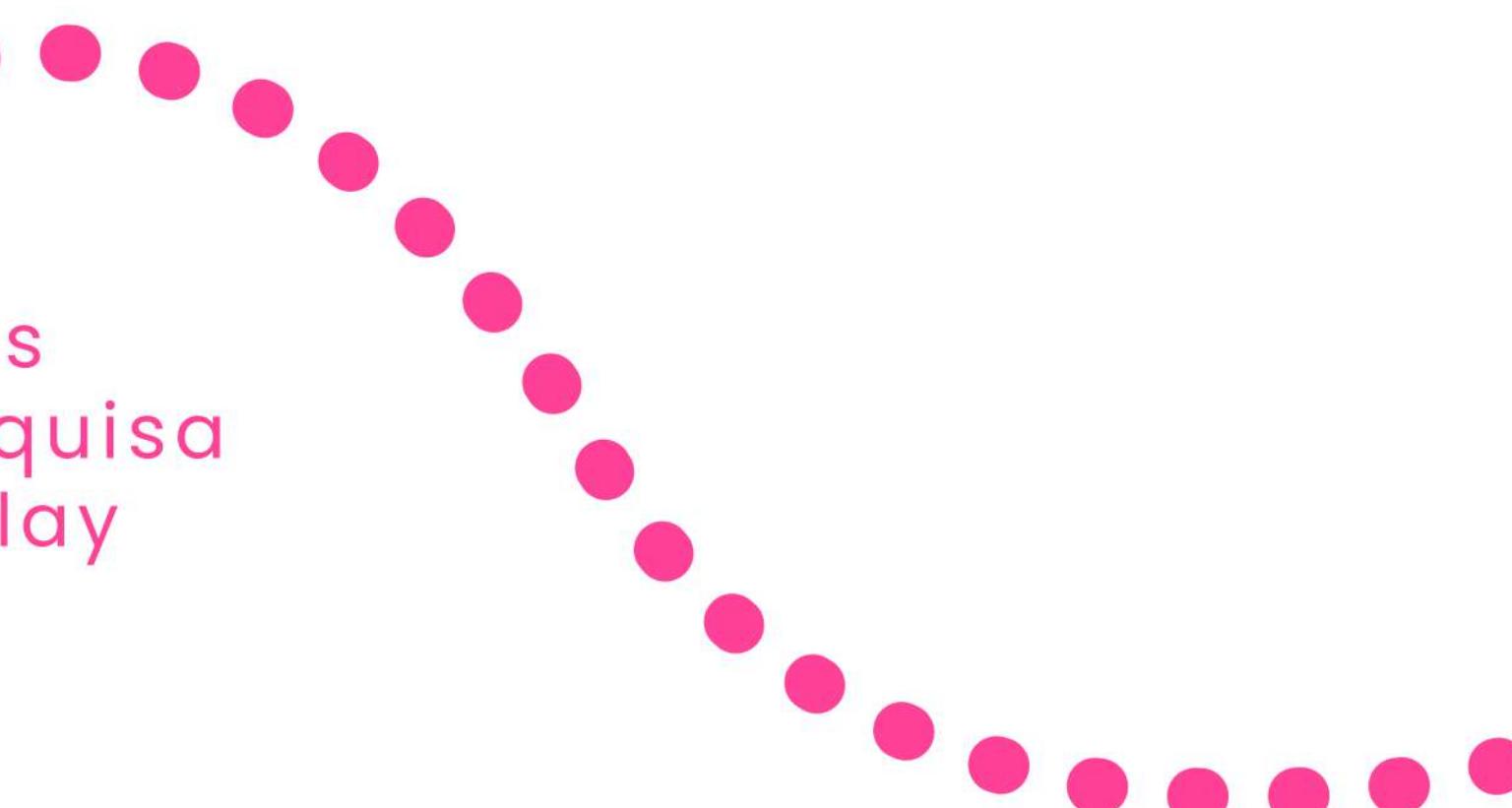
**Tráfego é  
apenas  
tirar do ponto A  
e levar para o B**

# O que é o ponto A?

# O que é o ponto B?

A

- Redes Sociais
- Rede de pesquisa
- Rede de display

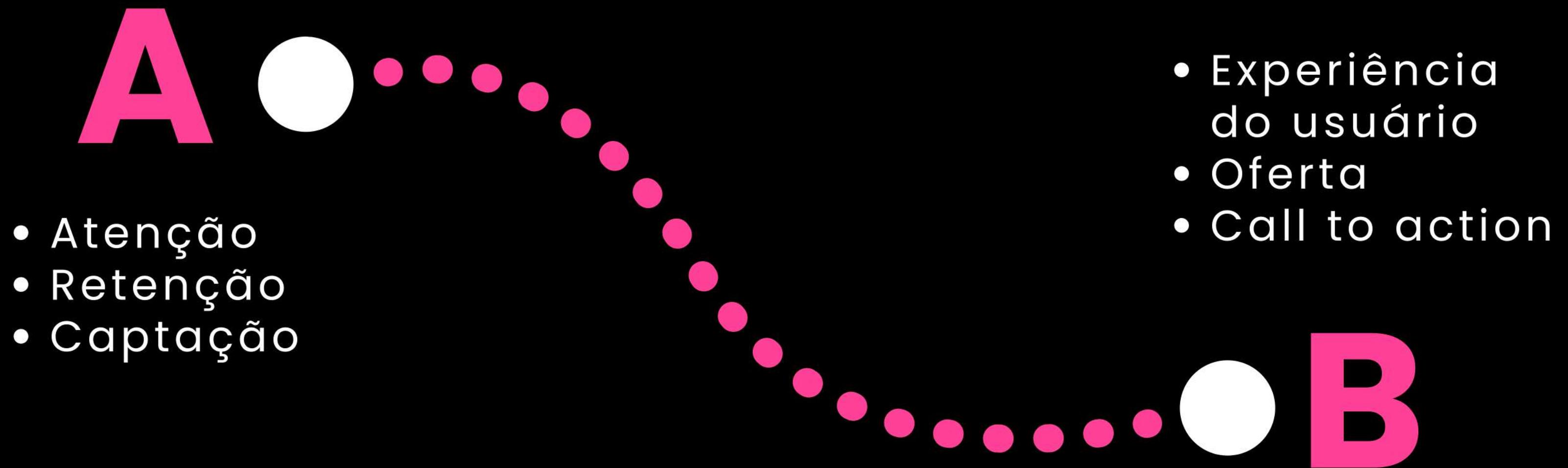


B

- Site
- Landing page
- Whatsapp
- Lead

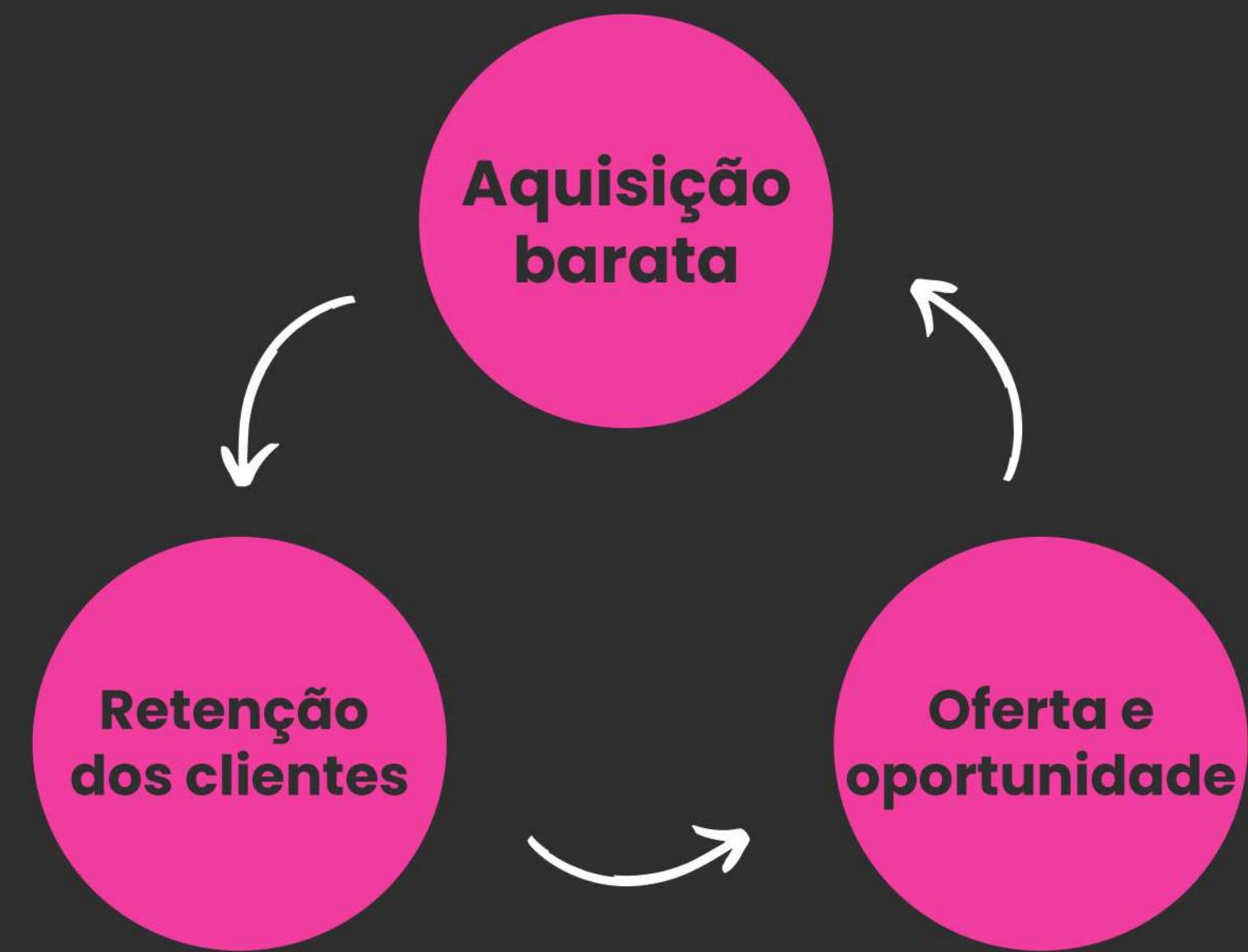
# O que importa

em cada ponto é:





# Como funciona o Growth Marketing?



Focaremos no que importa!

# Onde fazemos tráfego pago



## Instagram Ads

Venda mais com anúncios na rede social mais usada do mundo.



## Google Ads

Apareça nas buscas do Google sempre que pesquisarem por você.



## TikTok Ads

Alcance mais clientes na rede social que mais cresce no mundo.



## Facebook Ads

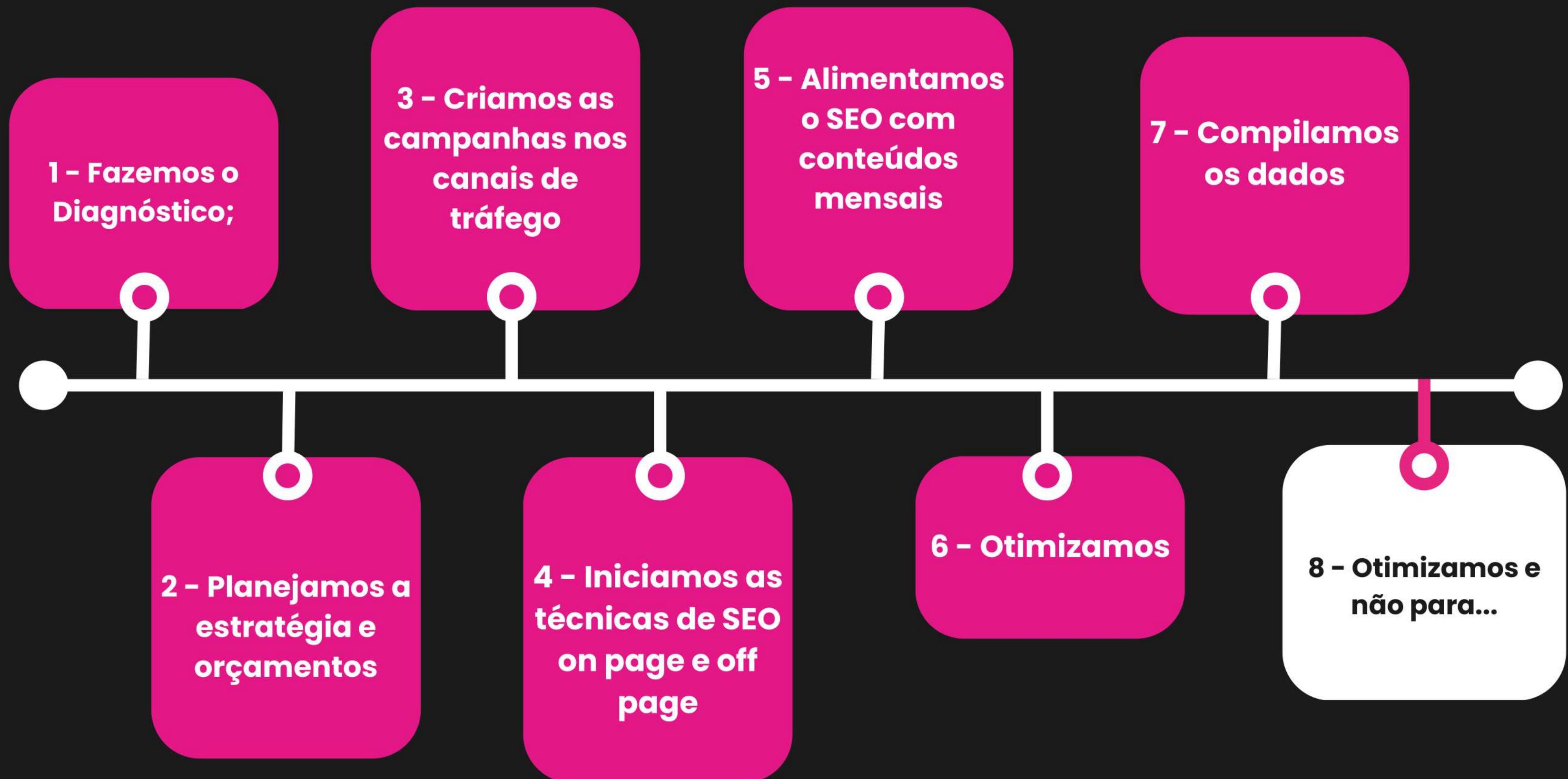
Anuncie no Facebook e mostre conteúdo relevante às pessoas.



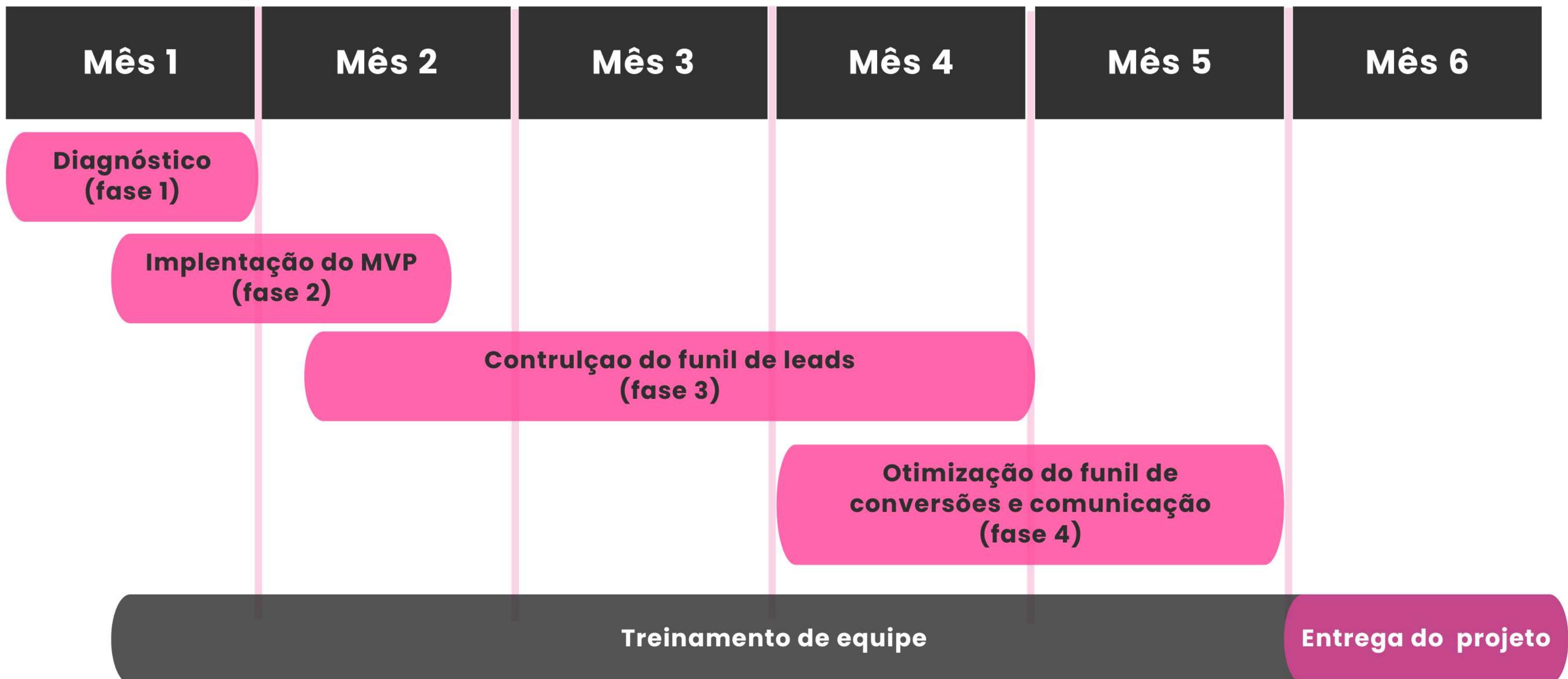
## YouTube Ads

Venda para mais clientes vinculando campanhas de vídeos no YouTube.

# Como fazemos tráfego:



# Cronograma da consultoria



# Fase 1

## Diagnóstico

---

### O que será feito?

- **Início das atividades;**
- Análise SWOT do digital;
- Canva Business Model do digital;
- Estudo do público alvo de mercado;
- Análise do market share;
- Análise de KPIs;
- Análise de ORKs;
- Cliente oculto;
- Planos de ações emergenciais;
- Estruturação do MVP do funil de conversões.



# Fase 2

Implementação do plano de  
ação MVP

## O que será feito?

- Implementação do MVP;
- Otimização de mídias;
- Otimização de públicos.



# Fase 3

Construção do funil de leads

---

## O que será feito?

- Construção do plano de mídias digitais;
- Construção do funil de leads;
- Segmentação da base de leads;
- Limpeza da base de leads;
- Construção da linha de comunicação com o lead;
- Construção do processo de comunicação com o lead;
- Construção do funil de email marketing;
- Otimização do RD station;
- Construção da automação de conversas iniciadas.



# Fase 4

Otimização do funil de conversões e comunicação

## O que será feito?

- Otimização do email marketing;
- Otimização dos processos implementados;
- Otimização das campanhas publicitárias;
- Otimização do funil de conversões.





# Fase 5

## Entrega do projeto

---

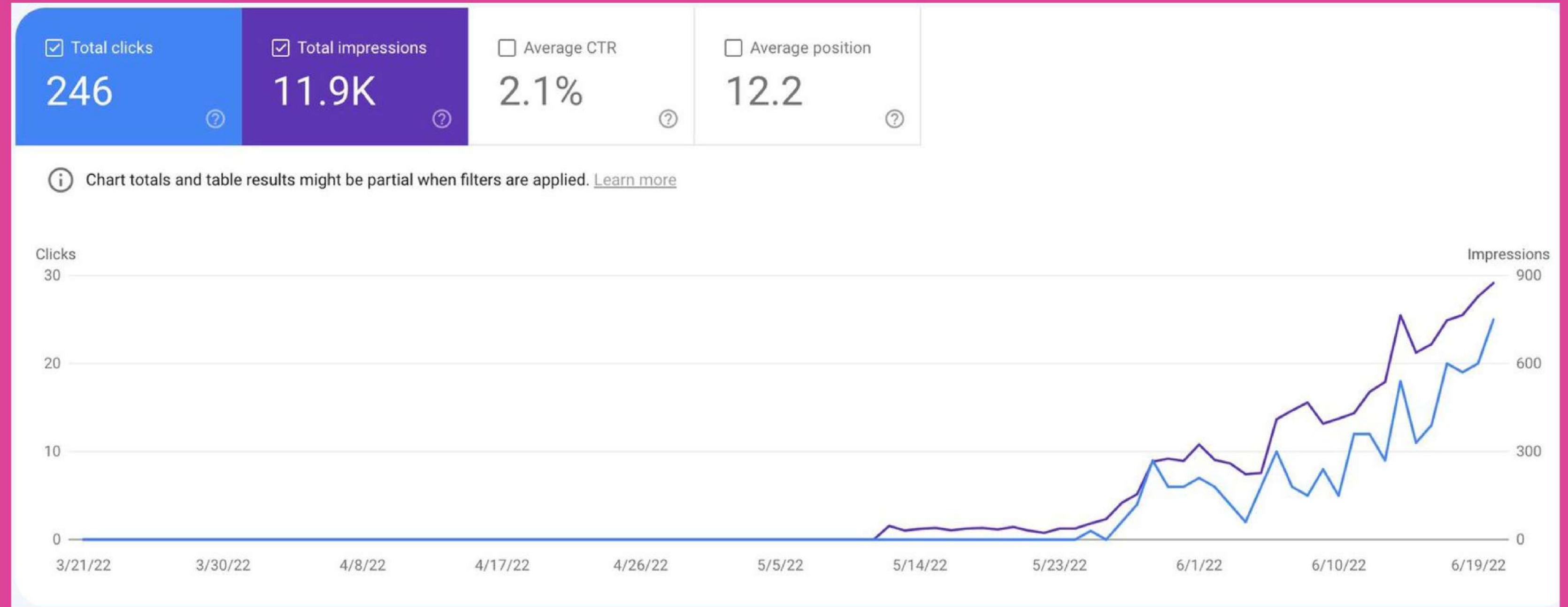
### O que será feito?

- Apresentação dos resultados;
- Projeções futuras;
- Handoff de entregáveis;
- Treinamento do time e assessoria de Growth Marketing durante todo o projeto;
- Manutenção do contrato.



Alguns clientes em  
nossa gestão de  
**Growth:**

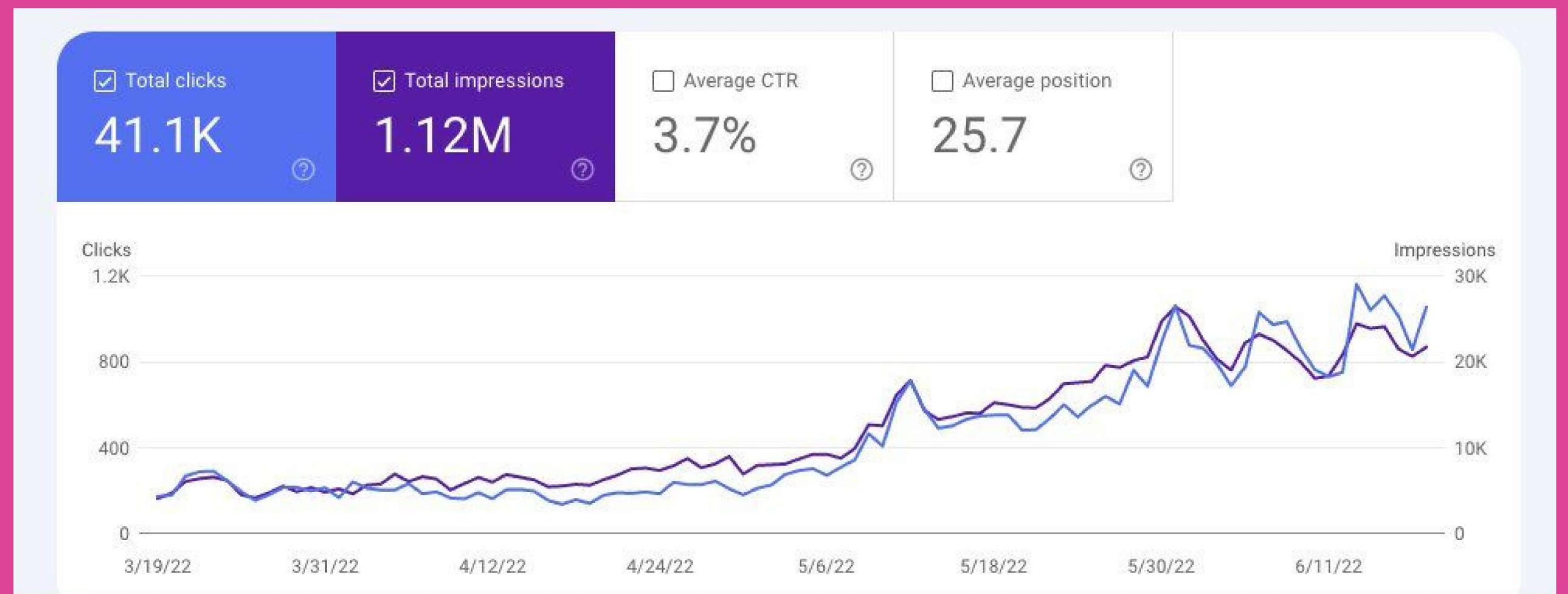
# Cliente em sigilo A



Exemplo de negócio local onde tiramos do zero em 3 meses de mobilização. Este exemplo mostra que é um trabalho de otimização e compra de links constantes.

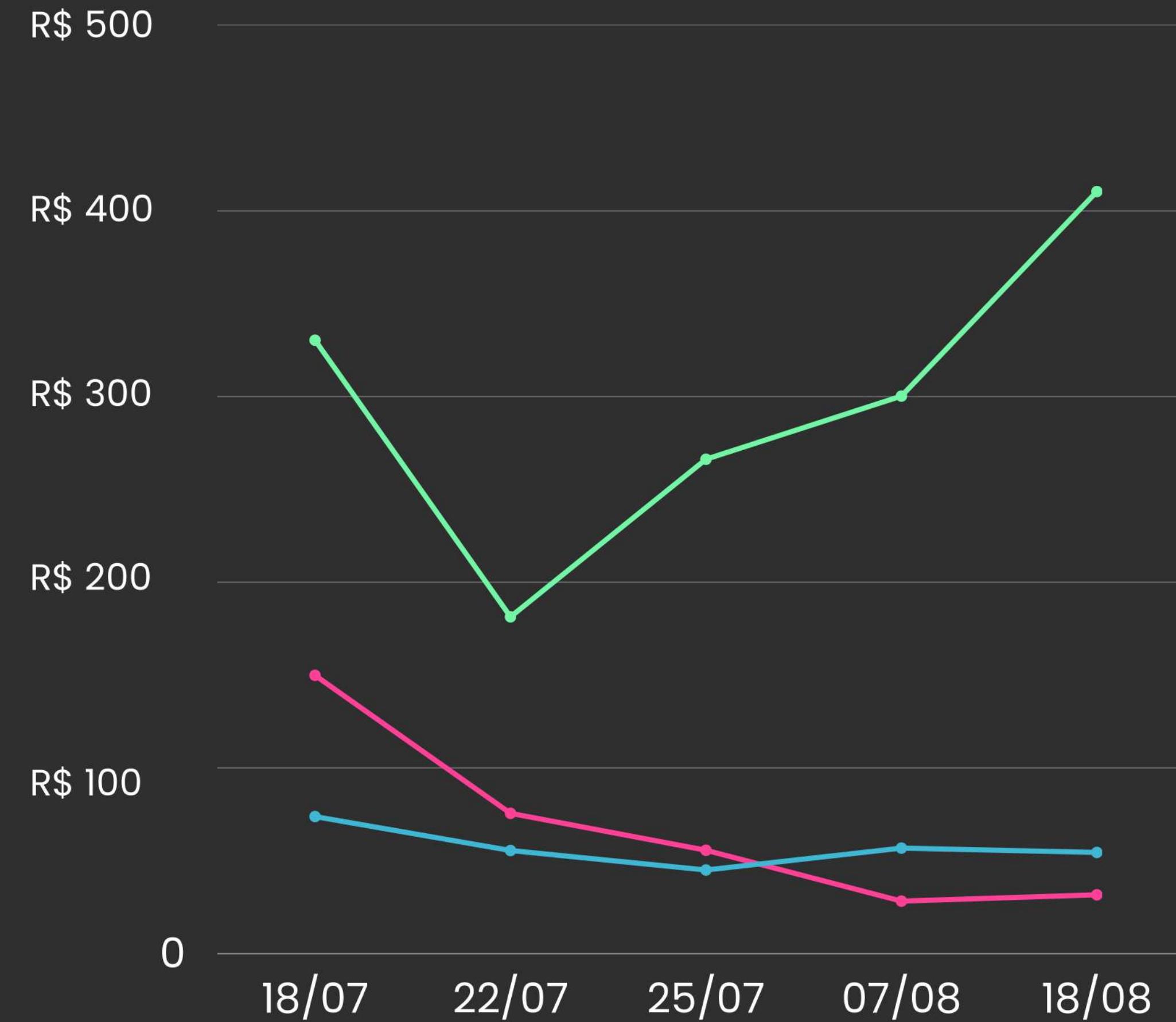
Fonte: Search Console 2022

# Cliente em sigilo B



Ecommerce de cosméticos em processo de escala e otimização sob nossa gestão há 9 meses. Começaram investindo em SEO + Google Ads e confiaram em nossa gestão estratégica.

■ CPLead ■ CPM ■ investimento (R\$/dia)



imobiliária sobre  
nossa gestão de

# Growth Marketing.

**A escala é real!**  
O investimento é  
progressivo e gradual.  
Resultado do MVP do  
projeto.



Ecommerce sobre  
nossa gestão de

# Growth Marketing.

A escala é real!

O investimento é  
progressivo e  
gradual.

# Dream Team



Pedro Emanuel  
Head de Growth

SEO manager

Gestor de Projetos

Programador

Copywriter

UX/UI designer



**Investimento,  
metas e  
entregáveis.**

# Investimento:

## Gestão de Growth Marketing mensal

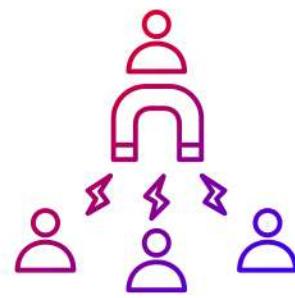
- Mobilização inicial para setup e implementação: **R\$ 15.000**
- Honorários mensais: **R\$ 10.000** pago no vencimento do mês.

Investimento total do projeto: **R\$ 75.000** para 6 meses de projeto.

Tempo mínimo de contrato: **180 dias**



# O que está incluso?



Gestão de tráfego multicanal **focado em conversões**;



Assessoria em **growth marketing** e **gestão de ecommerce**;



Gestão plena de **SEO on page e off page**.



Análise e entrega de **relatórios estratégicos de progresso**;

# Metas



**Faturar R\$250 mil/mês** ao fazer em média 40 vendas por dia.



Aumentar a força do site **(IR) para pelo menos 15 pontos;**



**Criar um funil de conversões** otimizado para o tráfego pago e orgânico.

O que será entregue?



# Google otimizado.

**SEO otimizado incluso!**

- Seja visto por quem importa;
- Esteja no topo das buscas;
- Desenvolvimento do branding nacional.

# Público QUALI FICADO.

**Ecommerce que vende!**

- Maior volume de leads captados;
- Maior taxa de conversão;
- Comunicação clara com o público certo.





# AINDA MAIS tráfego.

**Investimento sólido de longo prazo**

- Mais VENDAS;
- Tráfego qualificado em multicanais;
- Solidificação de Branding.

# UMA NOVA cara.

**Criaremos o posicionamento!**

- Foco no market share
- Alta conversão de contatos
- Melhor experiência do usuário



# Credibilidade.

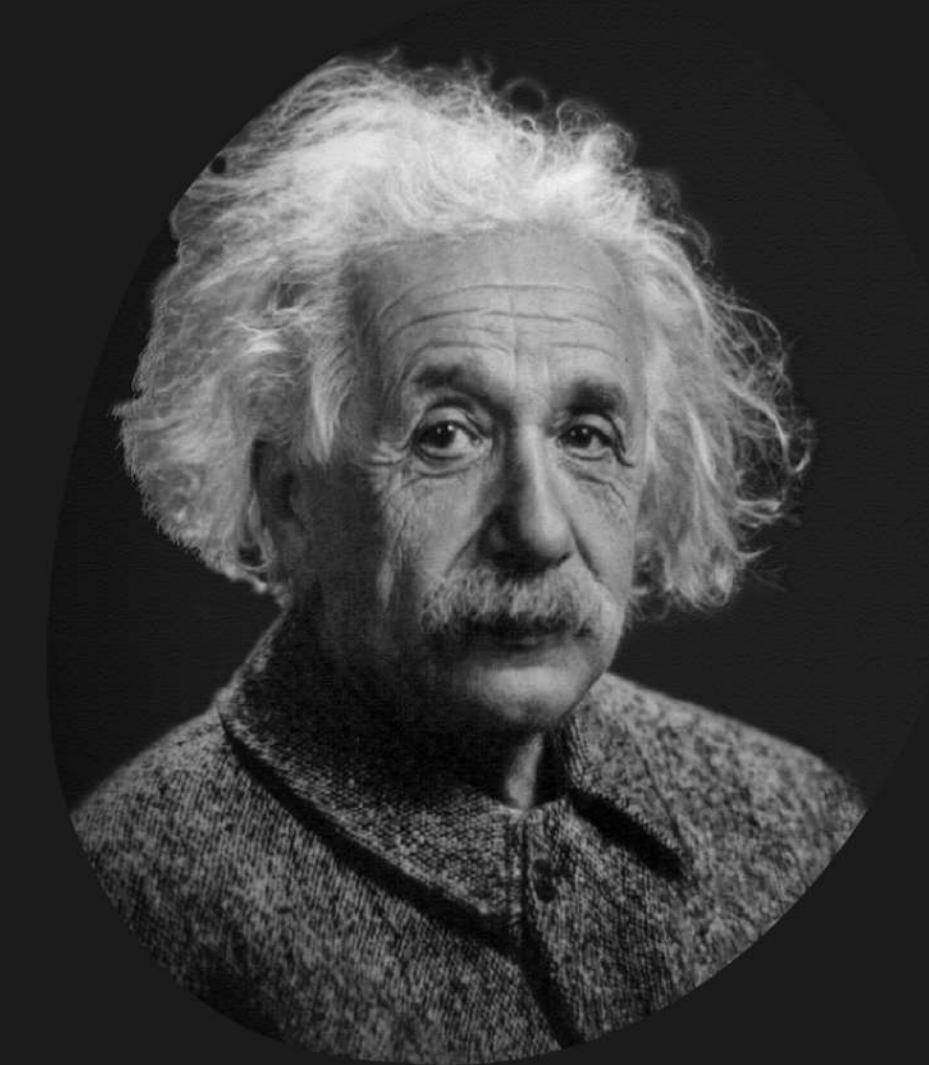
- Foco em conversões
- Poder de convencimento
- Confiabilidade

# Power BI dashboard

**Inteligencia de negócio na palma da mão.**

- Estratégia SEO;
- Análise de dados;
- Tendências e assuntos.





" O importante é não  
parar de questionar."

ALBERT EINSTEIN

# Obrigado

*Promuel*

conteúdo para fins didáticos.

ar