

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.

Promel **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.

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.

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...

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.

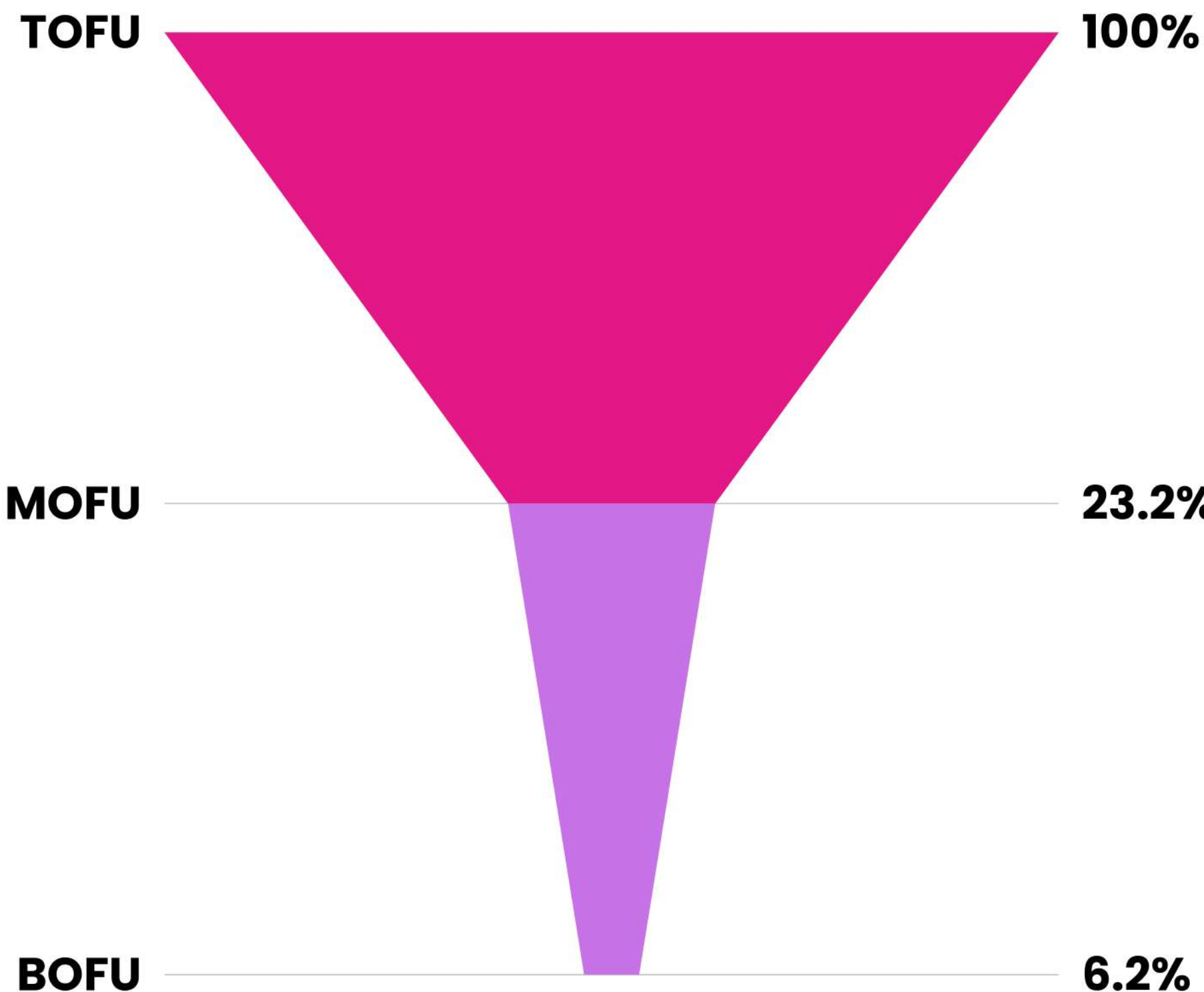
Riscos

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

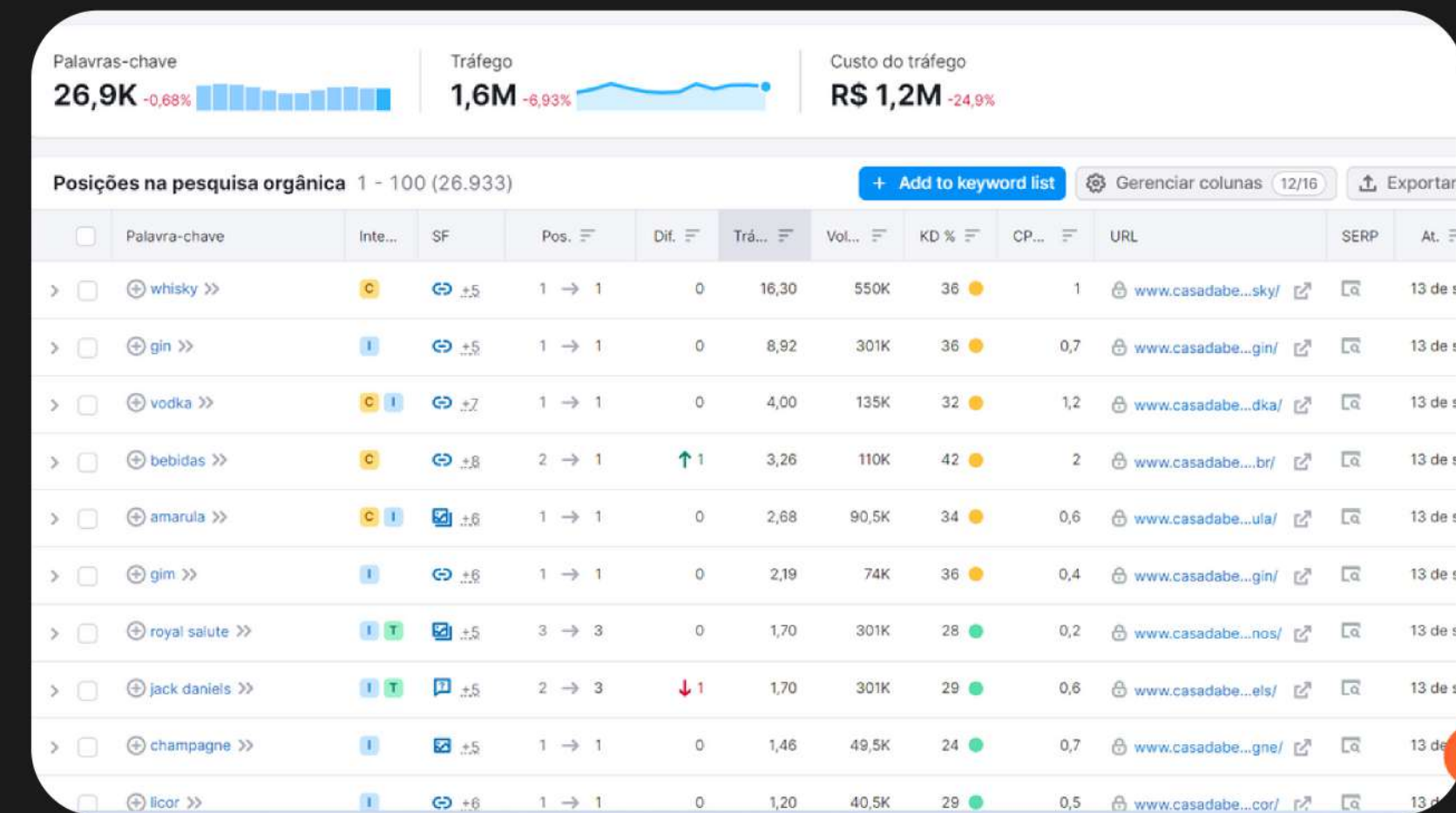
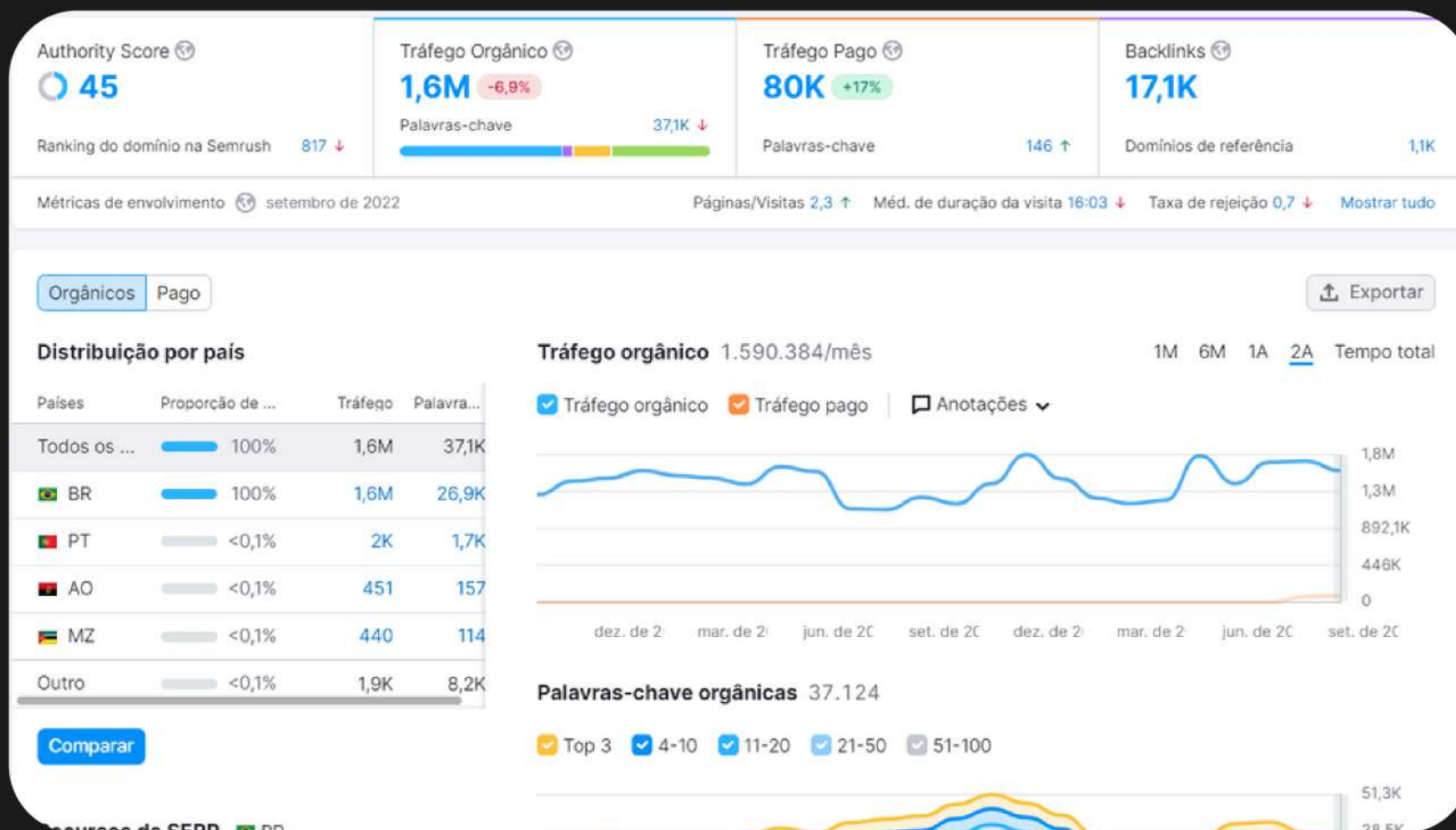


38.400.000
de pesquisas relacionadas

8.900.000
pesquisas diretas

2.365.000 de pesquisas com
intenção de compra imediata

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

Benchmarking

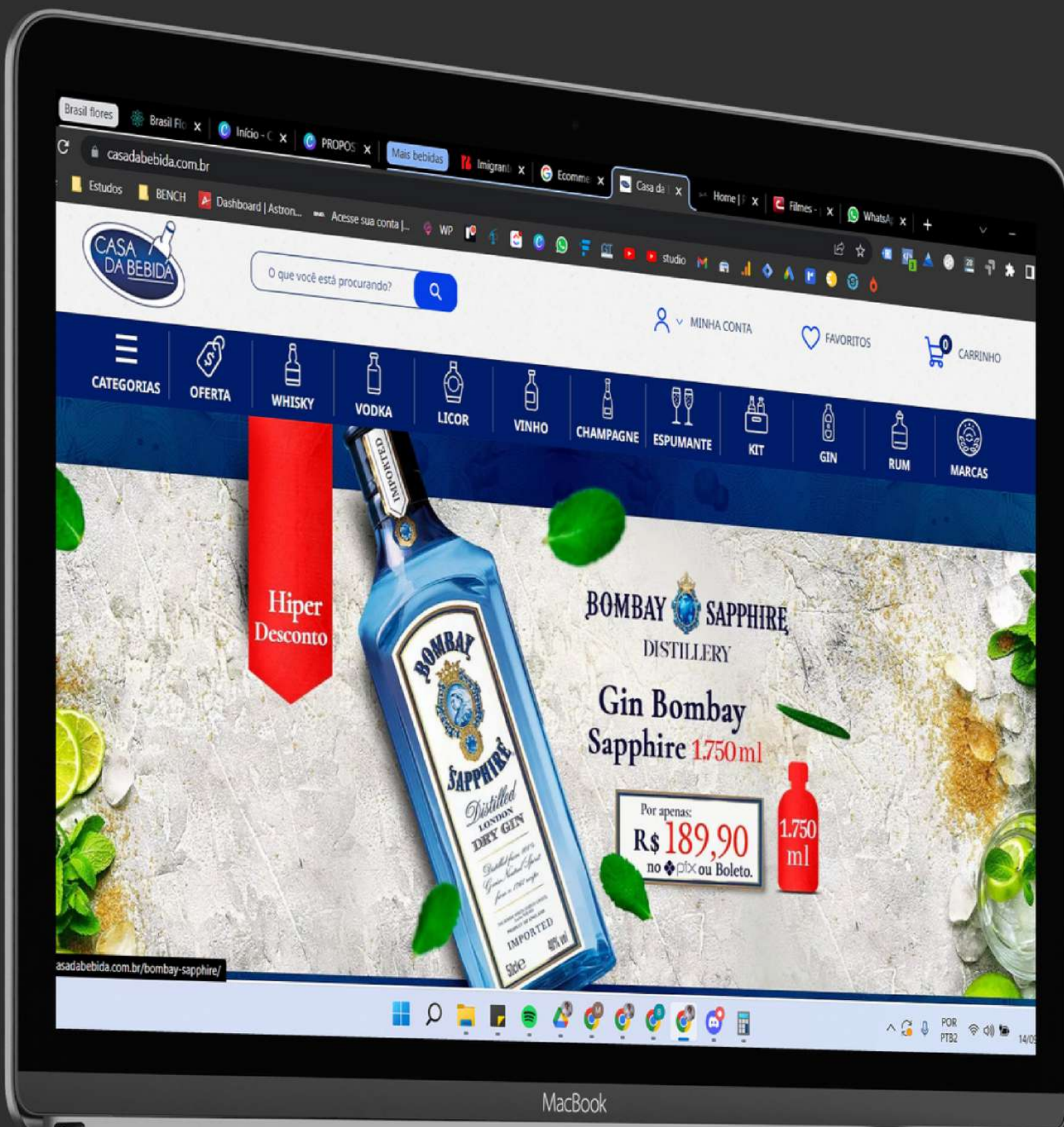
Análise da concorrência

		Casa da Bebida
Acessos Mensais	0	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

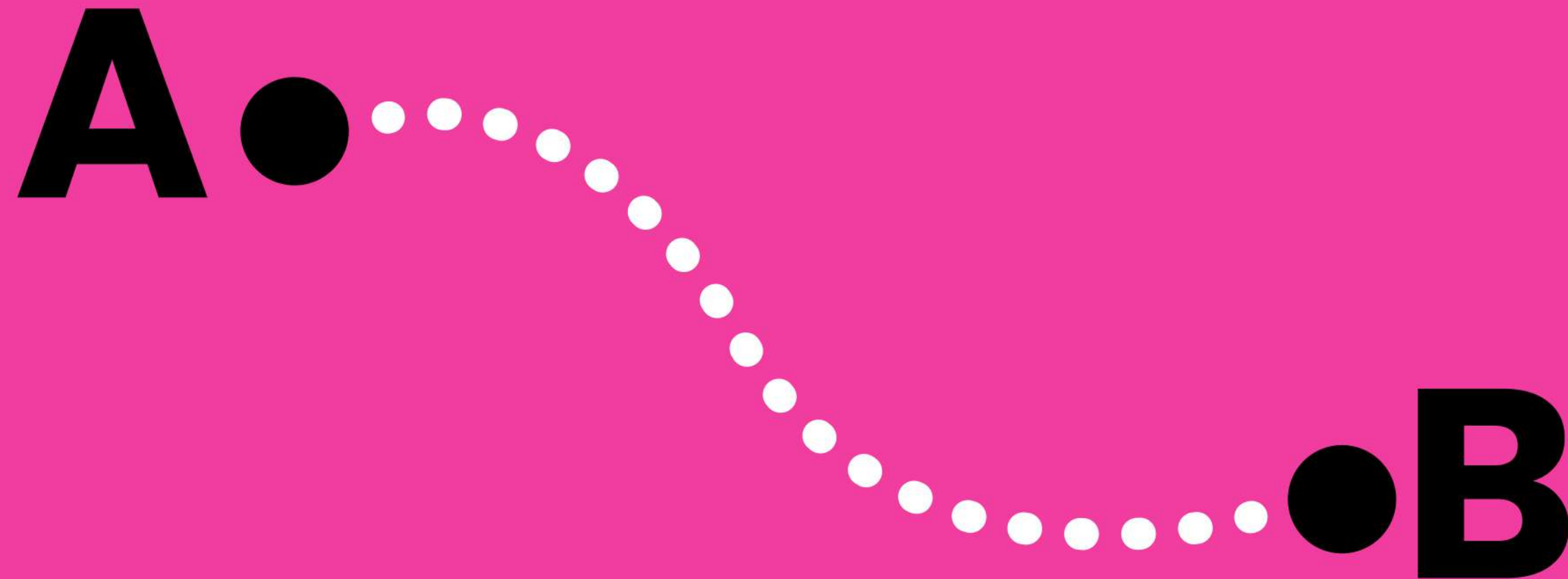
Para ganho real de market share, será necessário **investir em produção de conteúdo** com foco em otimização de longo prazo.



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 ●

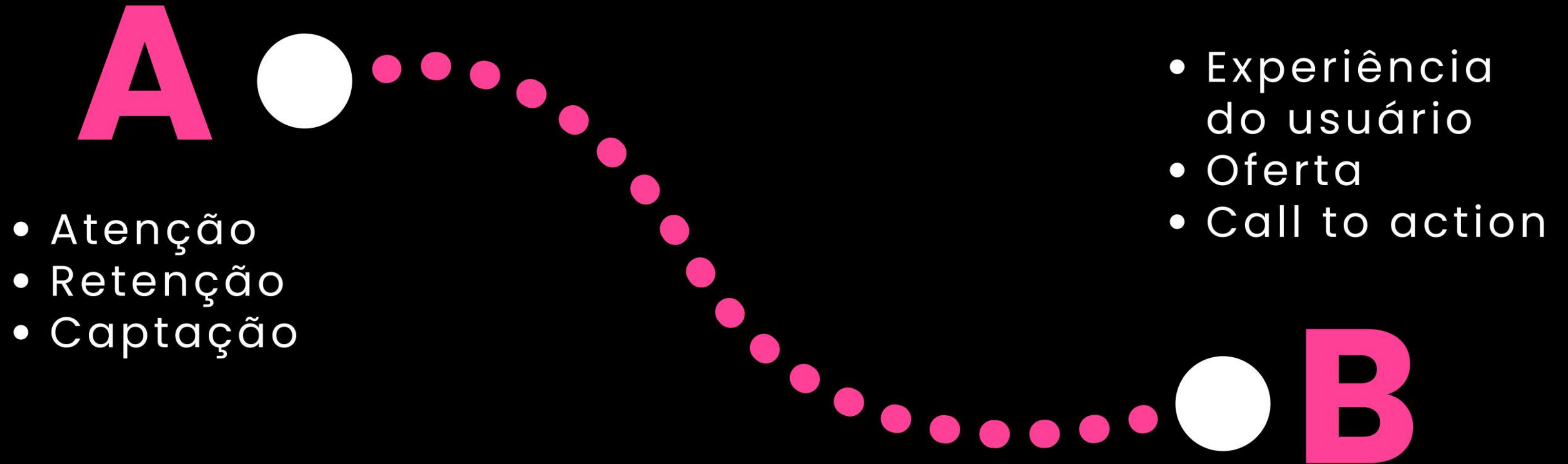
- Redes Sociais
- Rede de pesquisa
- Rede de display

- Site
- Landing page
- Whatsapp
- Lead

● B

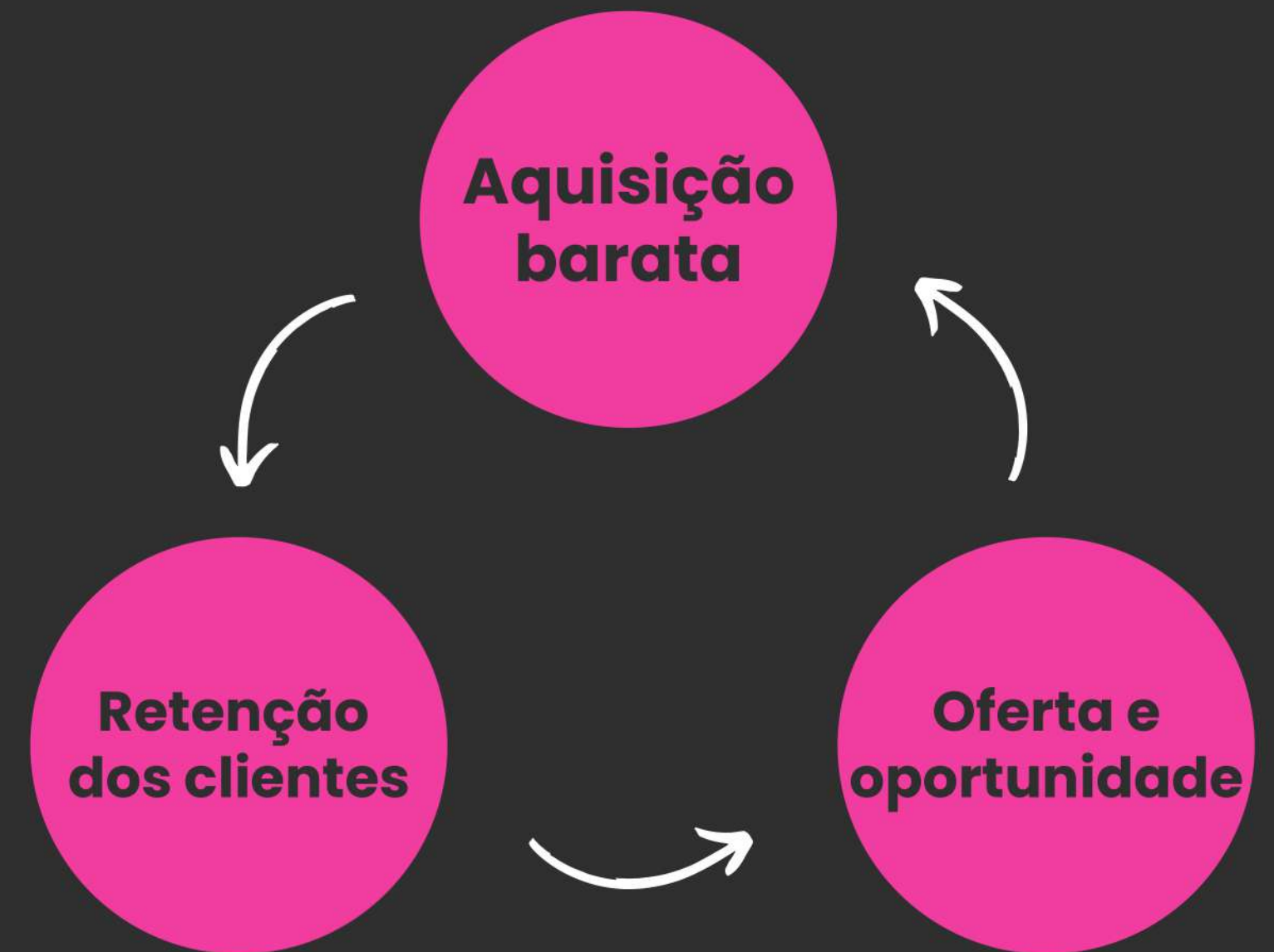
O que importa

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
crece no mundo.



Facebook Ads

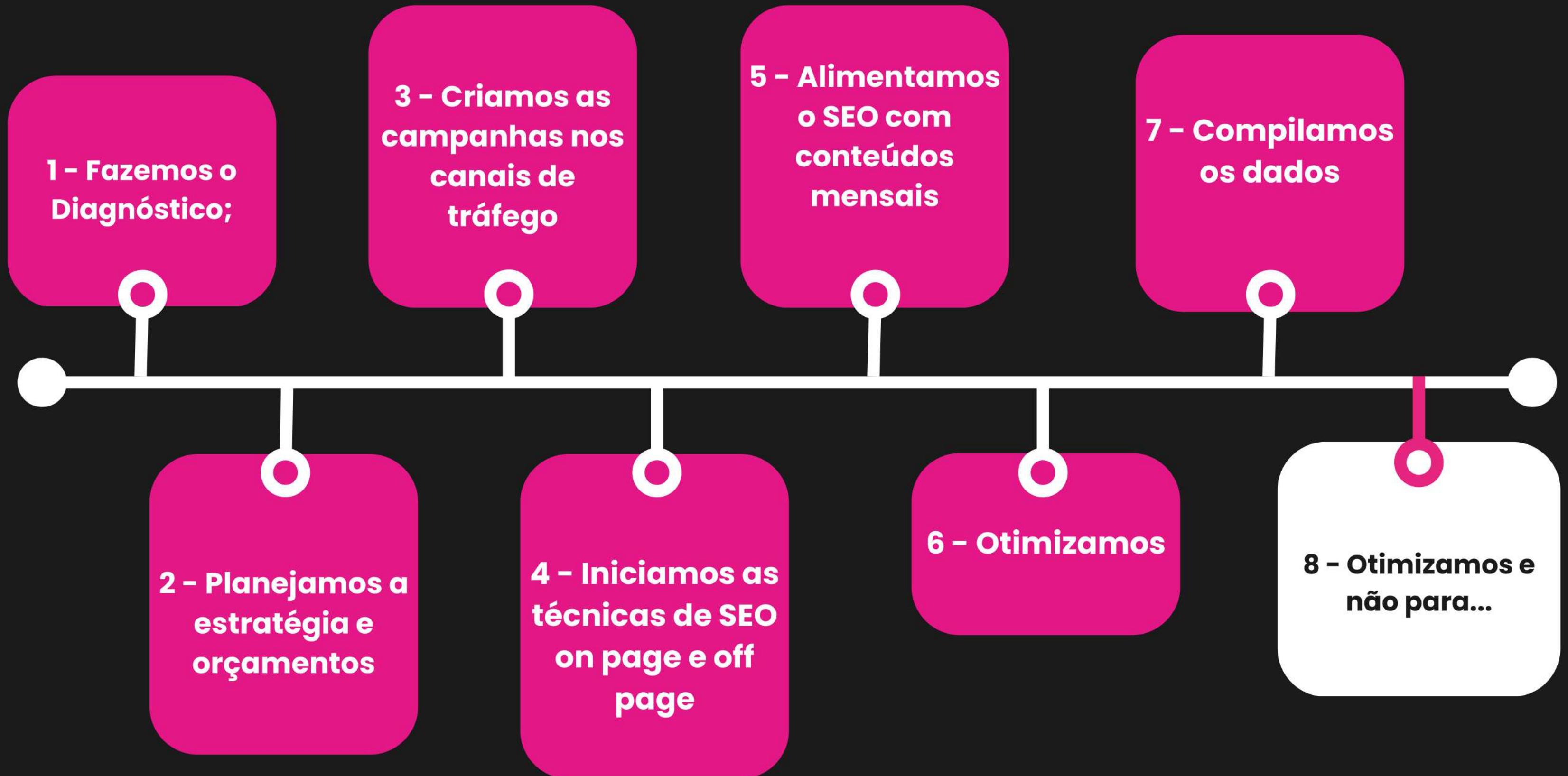
Anuncie no
Facebook e mostre
conteúdo relevante
às pessoas.



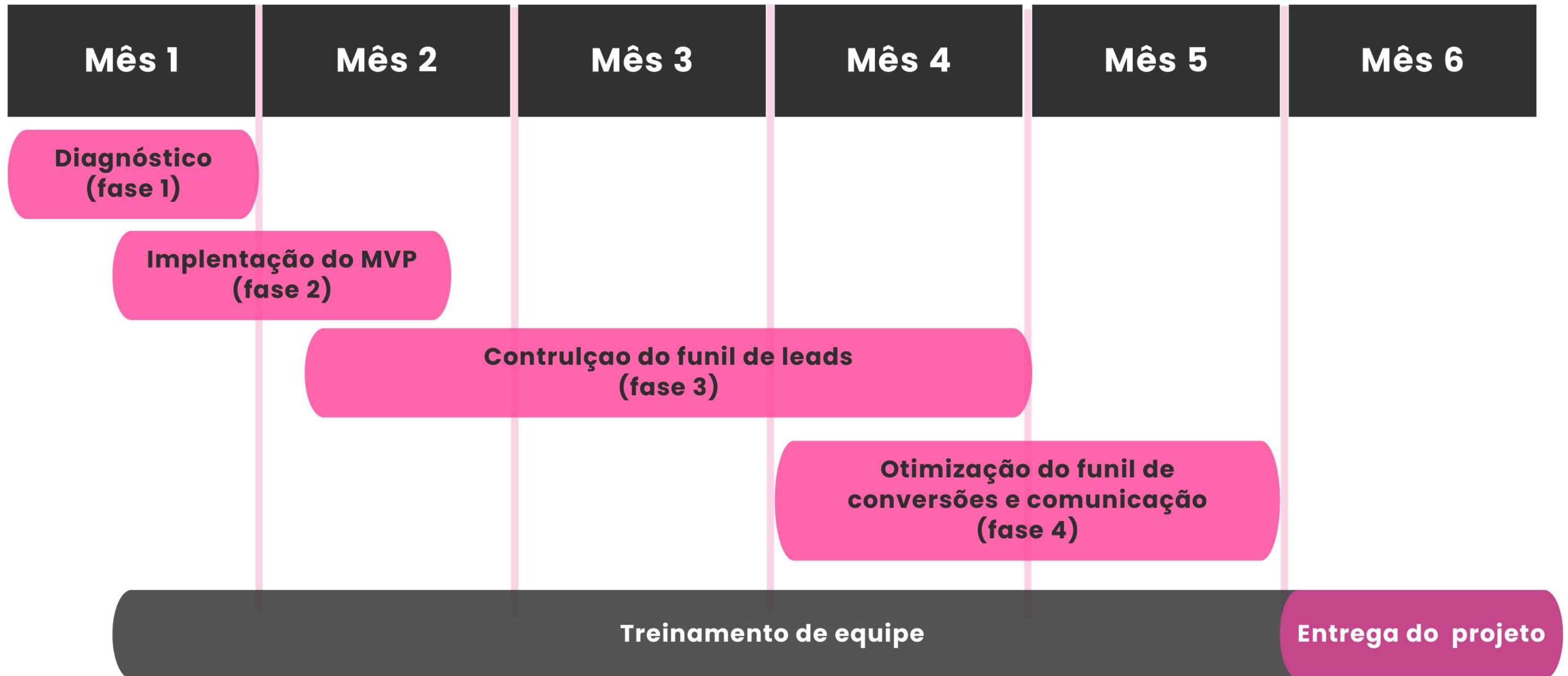
YouTube Ads

Venda para mais
clientes vinculando
campanhas de
vídeos no YouTube.

Como fazemos tráfego:



Cronograma da consultoria

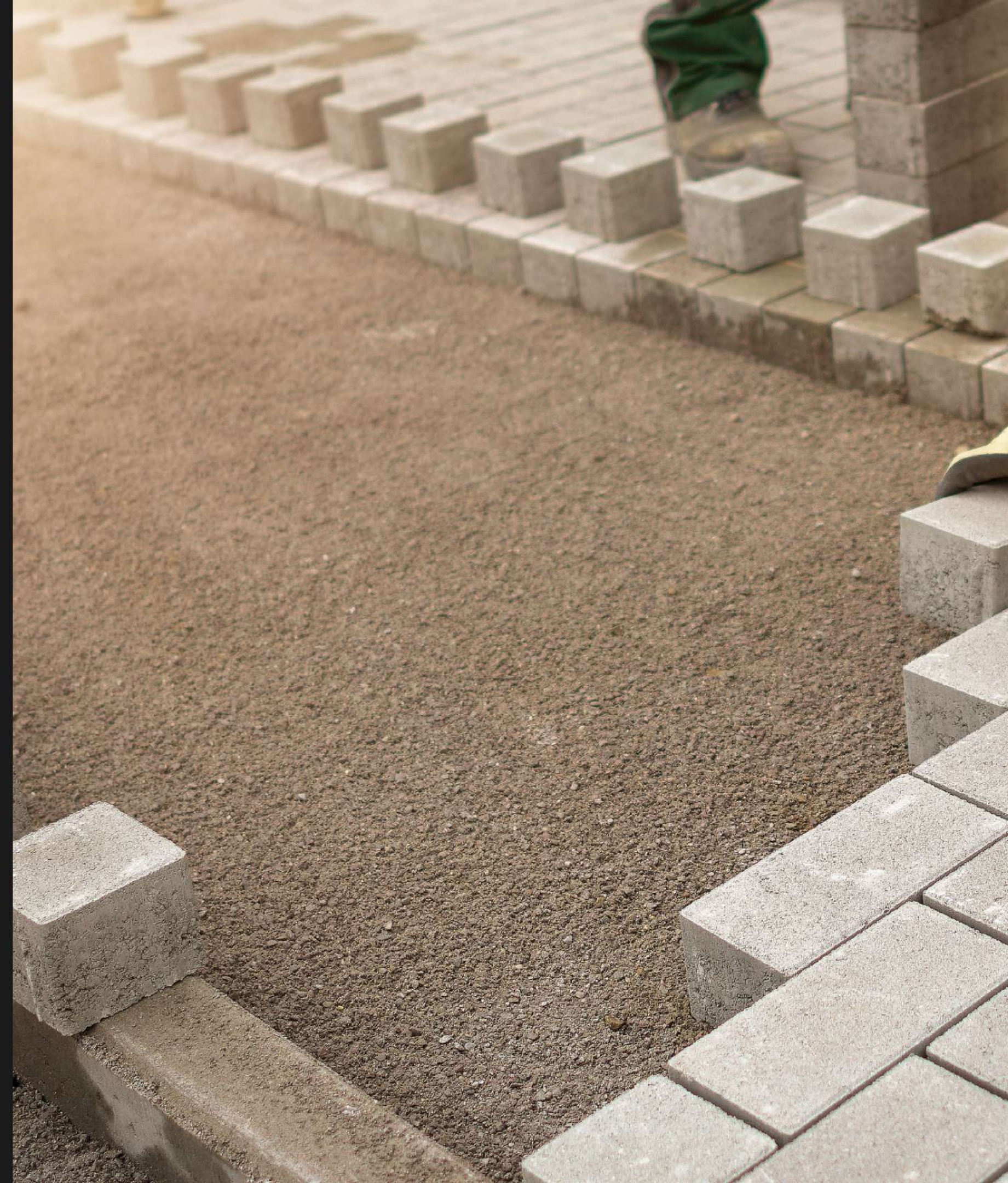


Fase 1

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?

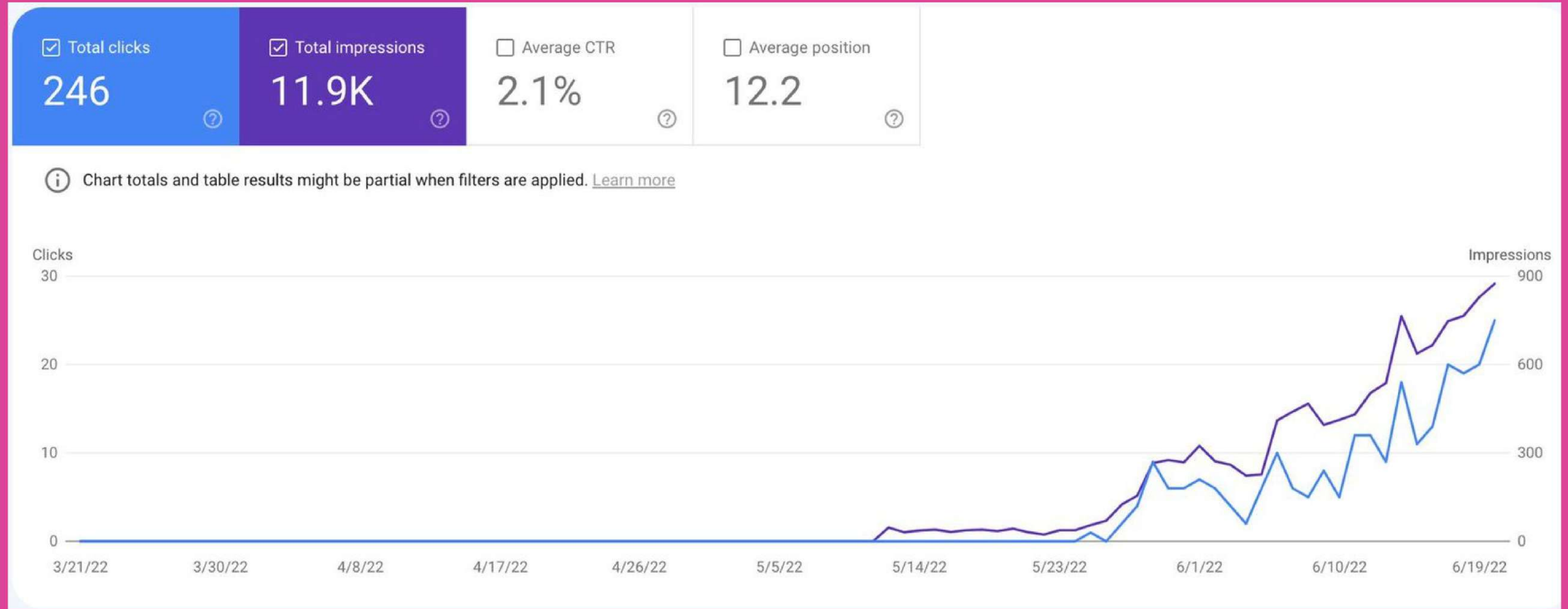
- Apresentação dos resultados;
- Projeções futuras;
- Handoff de entregáveis;
- Treinamento do time e assessoria de Growth Marketing durante todo o projeto;
- Manutenção do contrato.



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

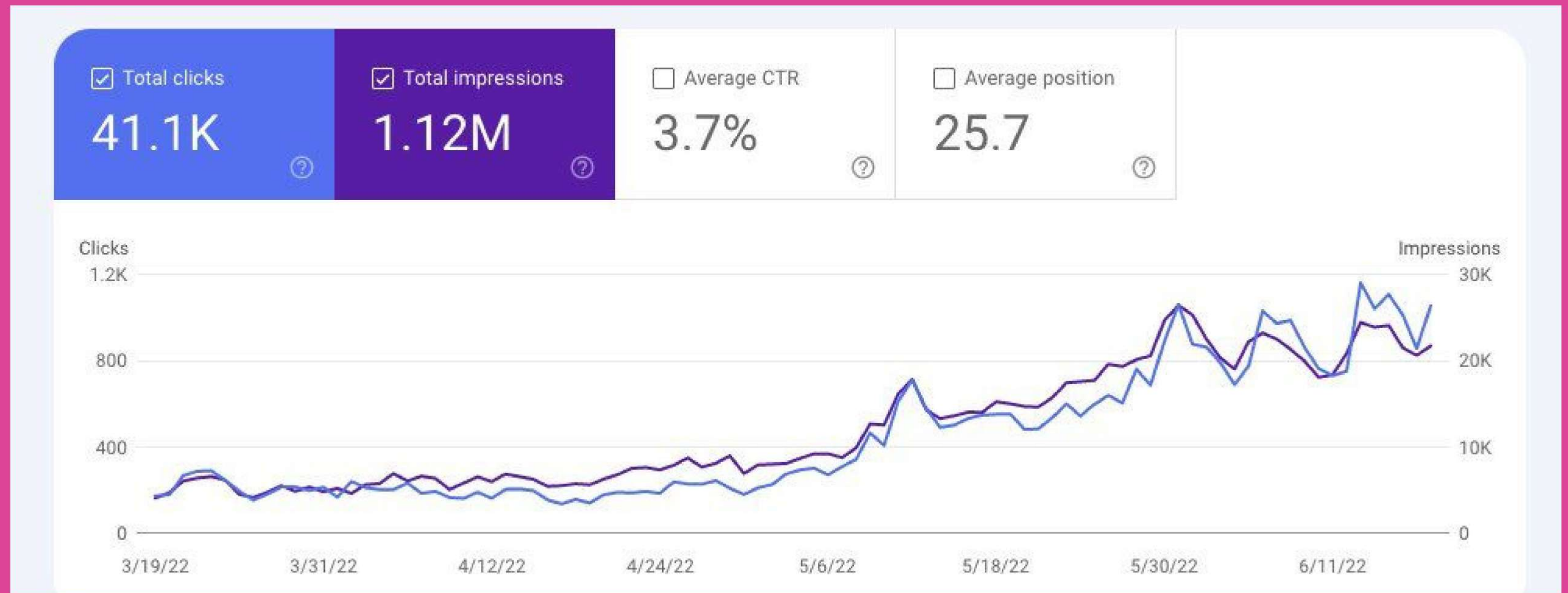


Cliente em sigilo A

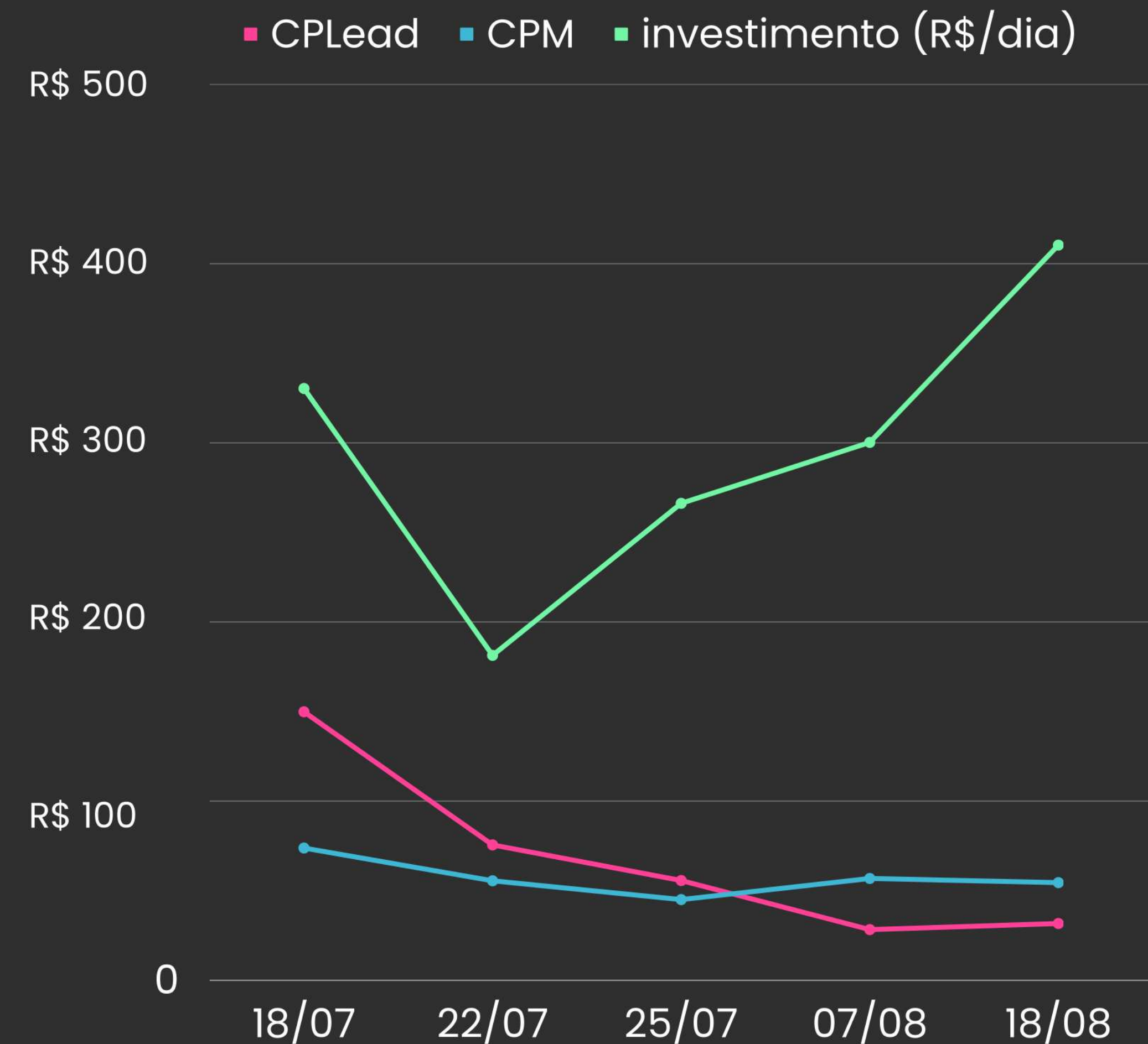


Exemplo de negócio local onde tiramos do zero em 3 meses de mobilização. Este exemplo mostra que é um trabalho de otimização e compra de links constantes.

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.



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.

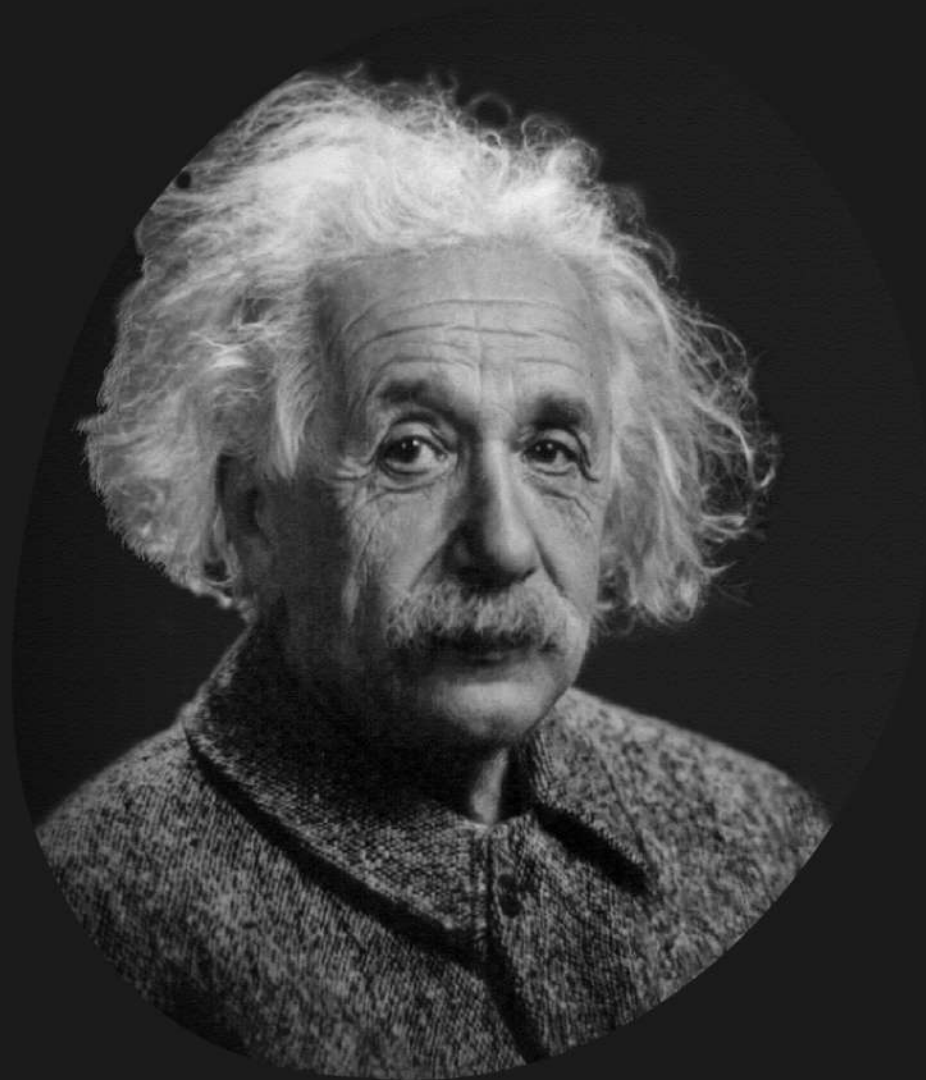
- Foco em conversões
- Poder de convencimento
- Confiabilidade

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

João

conteúdo para fins didáticos.

ar