

PROPOSTA COMERCIAL **TEMPLATE**

O exemplo é de jóias

05/01/2023

Objetivos

-  Conquistar um lugar de relevância online;
-  Aumentar a quantidade de oportunidades;
-  Aumentar a taxa de conversão dos leads;
-  Reduzir CAC;
-  Melhorar a eficiência do time;
-  Melhorar a experiência de compra.



Quem eu sou

Sou Head de Marketing, com 4 anos de experiência e bagagem prática em diagnósticos e técnicas que aceleram resultados. Transformo processos ultrapassados em ações altamente conversivas que mudam história de empresas tradicionais que querem ser gigantes nos meios digitais.

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

X

Projetos Concluídos

X

Anos de mercado

X

investidos em ads em
diversos canais

X

vendas feitas na internet
com minhas estratégias

**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 meus clientes:

cliente

cliente

cliente

cliente

cliente

cliente

cliente

cliente

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

Para se destacar em um leilão, é preciso se diferenciar e focar no desenvolvimento do site como um ativo que recebe pesquisas orgânicas.

Alternativas existentes

Ganhar relevância orgânica nos mecanismos de busca é uma ótima opção para aumentar o tráfego do site e mostrar autoridade. Isso pode despertar o desejo dos clientes em adquirir o produto, aumentando as vendas.

Solução

Focar na experiência do usuário e comunicação da marca.

Métricas principais

Mediremos nosso sucesso através do ROAS ideal x ROAS realizado.

Estrutura de Custo

O custo incluirá anúncios nas plataformas, investimentos em backlinks, compras de citações e honorários da equipe de marketing.

Proposta de Valor Único

Estratégia de marketing foca em criar comunicação eficaz com clientes, despertando sentimentos e emoções que os levem a comprar produtos.

Valorizamos percepção de valor dos clientes e nos esforçamos para garantir segurança, confiabilidade e produtos de qualidade.

Utilizamos técnicas de SEO e gestão de tráfego omnichannel para aumentar alcance da marca e alcançar mais pessoas. Isso nos ajuda a criar comunicação efetiva com a nossa audiência e alcançar objetivos de marketing.

Vantagem Injusta

Velocidade de execução e olhar analítico para os dados trazem método sólido para resultados crescentes.

Canais

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

Segmentos dos clientes

Procuramos pessoas que querem bebidas entregues em casa, já têm hábitos de compras, têm 18+ anos e estão em relacionamentos sérios.

Early Adapters

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

Fluxo de receitas

A marca deve aparecer nas pesquisas de bebidas no Brasil. O tráfego orgânico não pode ser um coadjuvante.

Análise Swot



Pontos Fortes

Serviços com alto potencial de compra pelo público-alvo, facilitando foco nas vantagens competitivas da empresa (preços, qualidade de entrega, segurança, atenção, etc.).



Pontos Fracos

Ainda não encontrou caminho certo para o funil de vendas, tem baixa relevância e autoridade digital e a comunicação não é tão credível quanto a dos concorrentes.



Oportunidades

Ter mais credibilidade, criar meios de contato com potenciais clientes, estimular conexão, oferecer omnichannel, facilitar ranqueamento no Google, etc.



Riscos

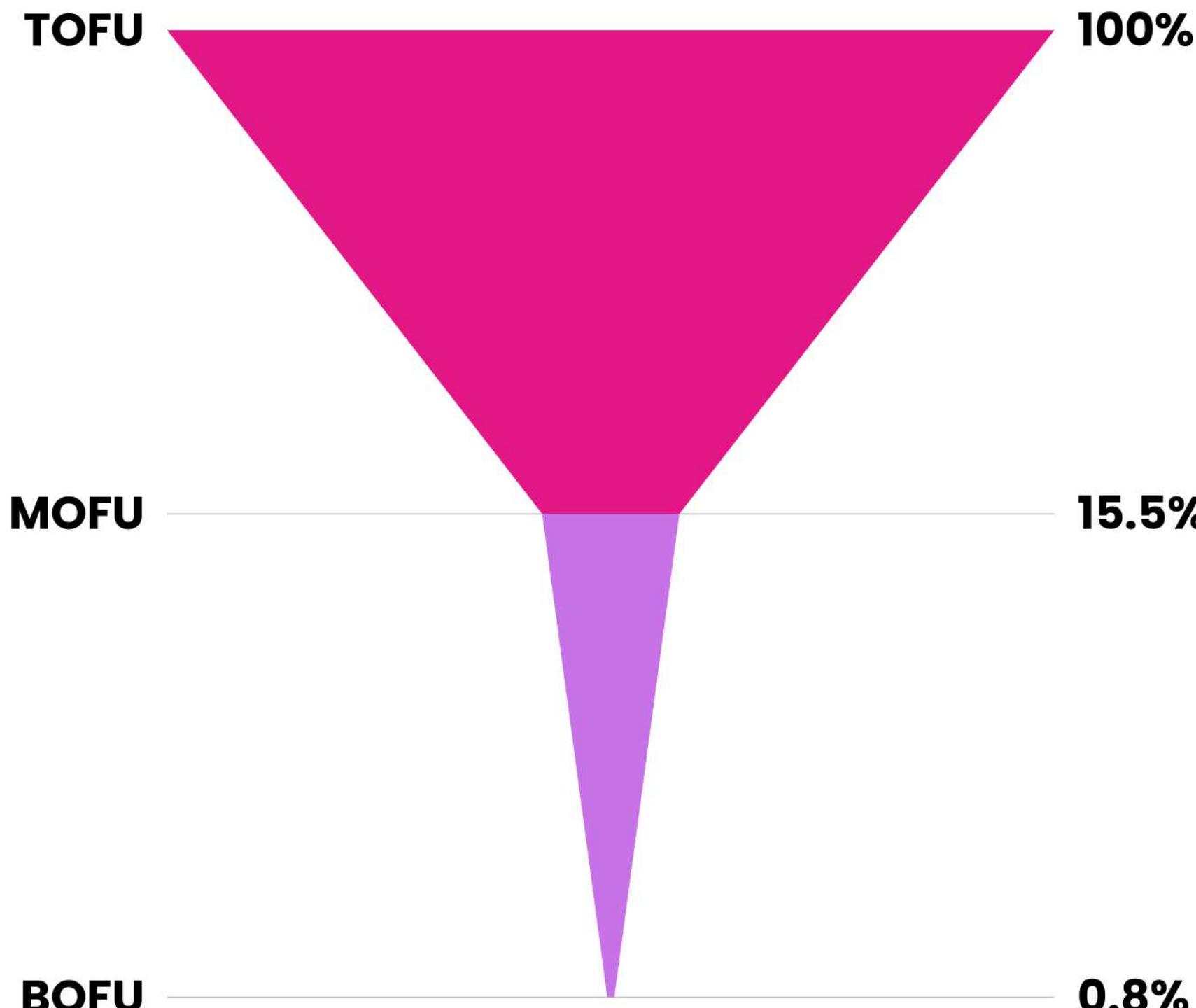
Demorar testando e validando hipóteses para encontrar caminho certo e seguro para atuar em marketing.





**Análise do
mercado e
infraestrutura;**

Tamanho de mercado



42M

Pesquisas relacionadas a
relacionamentos no Brasil

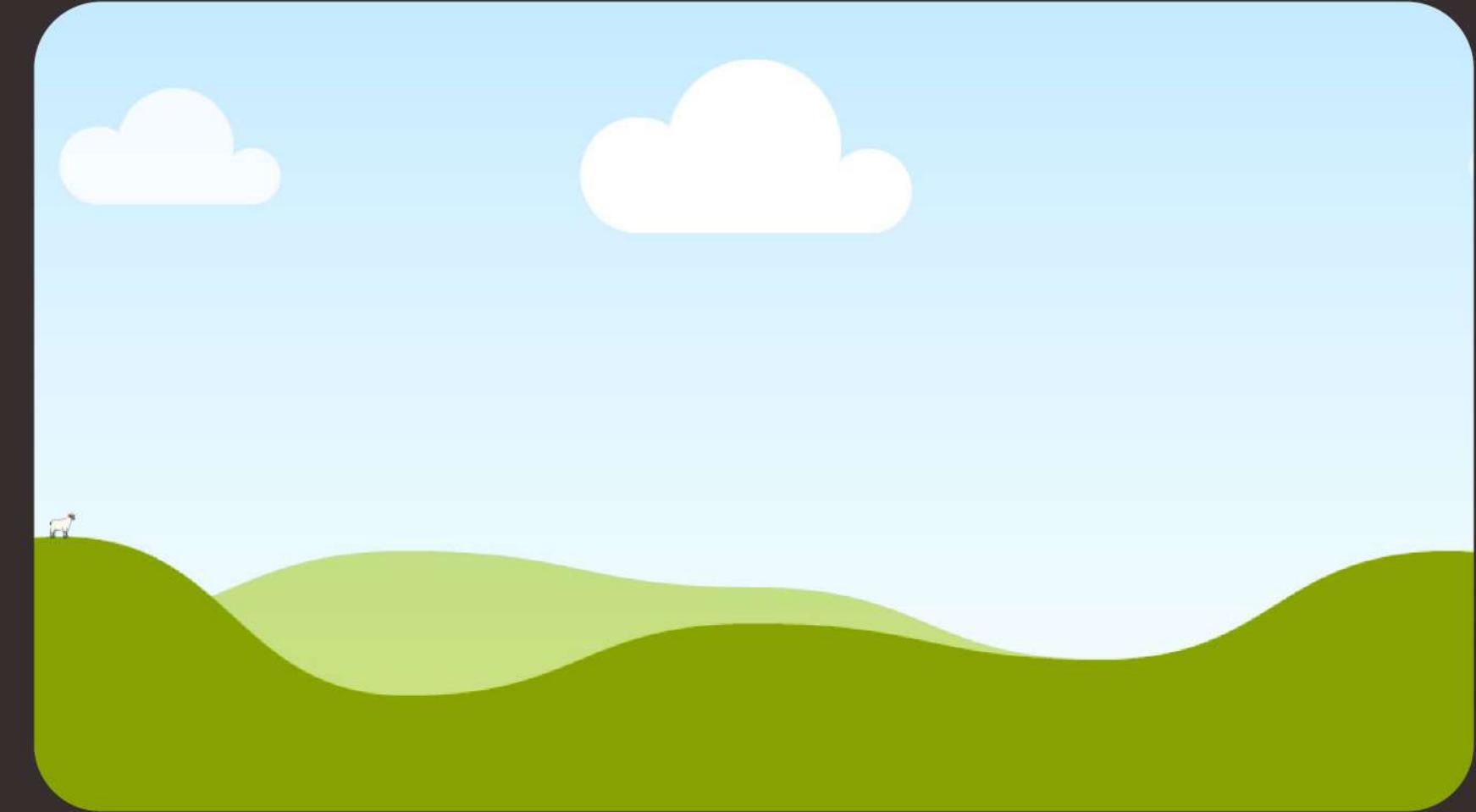
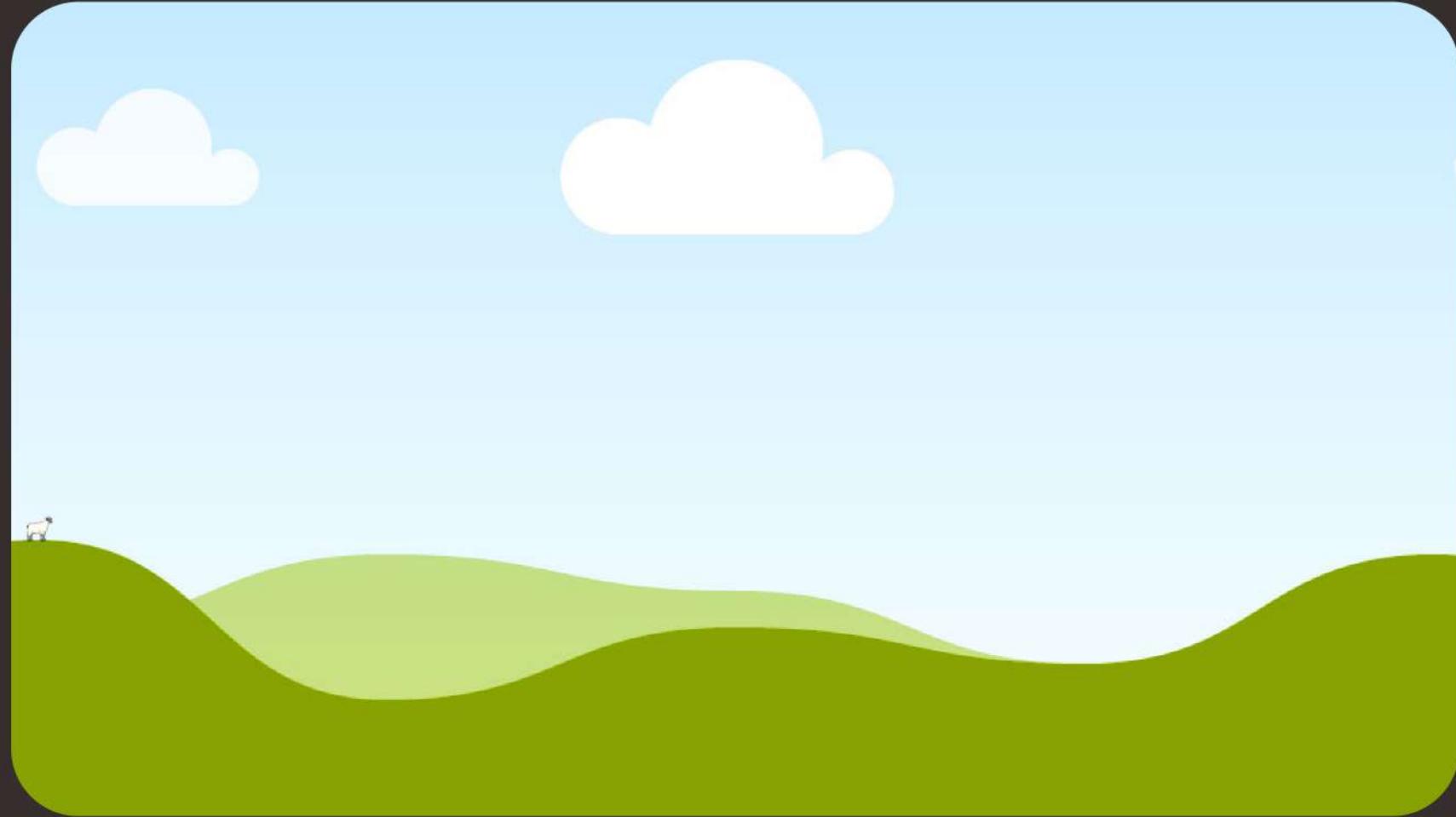
6,5M

Buscas relacionadas a alianças

330.000 buscas mensais no
Google sobre **COMPRAR ALIANÇAS**

Fonte: IBGE, Sem Rush 2023

Benchmarking: SEU CLIENTE



Análise do site

- Sem aproveitamento do branding;
- Poucos backlinks válidos;
- Pouco foco em longo prazo;
- Baixa produção de conteúdo.

Palavras - chave

- Ranqueia apenas no próprio nome;
- Não possui presença multicanal;
- Pouco conteúdo relevante para SEO

Fonte: semrush

Benchmarking: casadasaliancas.com.br

Painel de ferramentas > Análises de domínio > Visão geral do domínio

Visão geral do domínio: casadasaliancas.com.br

Todos os países US UK BR ... Computador 5 de jan. de 2023 BRL

Visão geral Comparação de domínios Crescimento Comparação por país

Authority Score 42 Tráfego Orgânico 1M +3,9% Palavras-chave 30,3K

Tráfego Pago 6,9K -24% Palavras-chave 40 Domínios de referência 895

Backlinks 14,4K

Ranking do domínio na Semrush 1,2K ↑

Organicos Pago

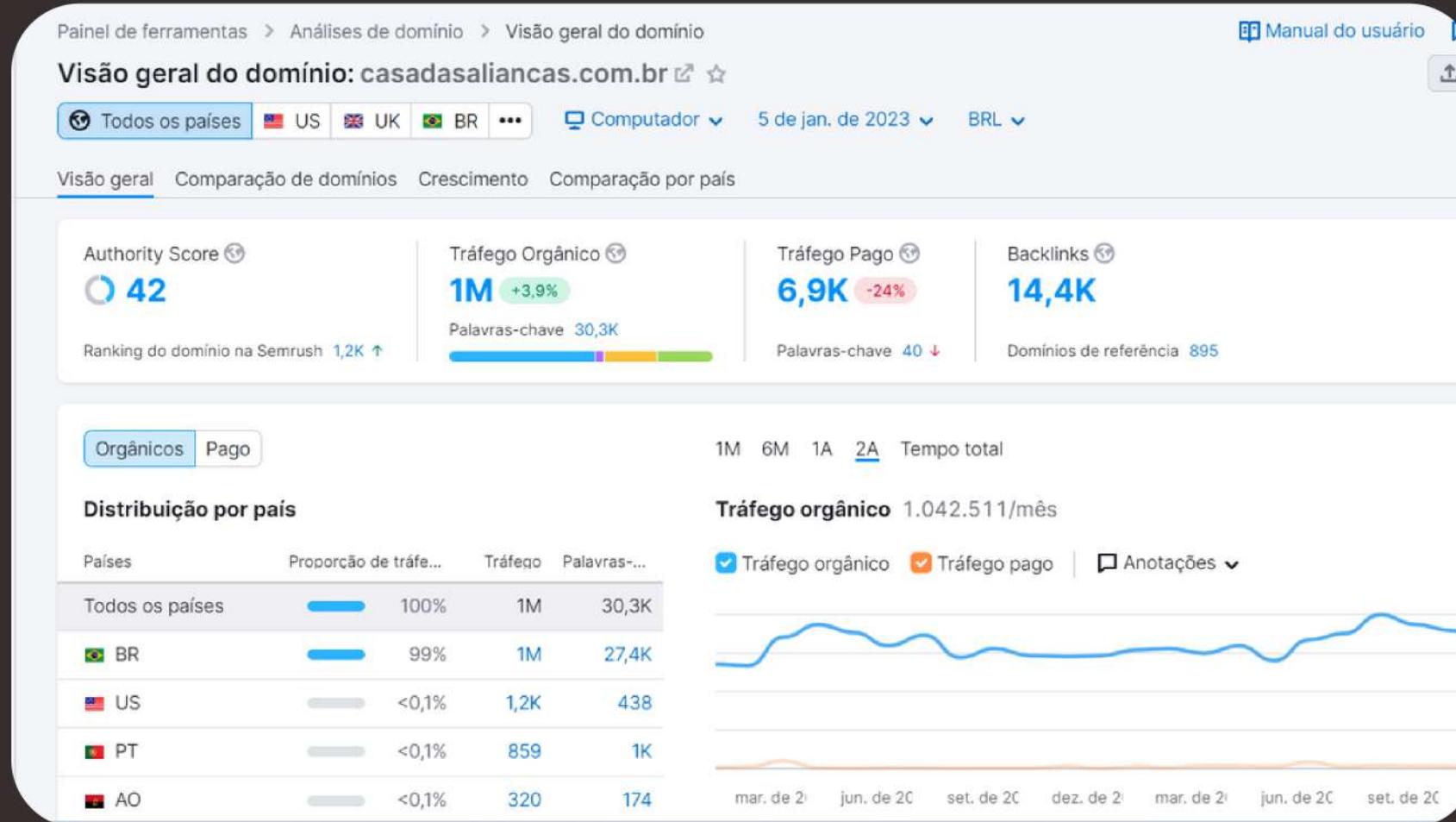
Distribuição por país

Países	Proporção de tráf...	Tráfego	Palavras-chave
Todos os países	100%	1M	30,3K
BR	99%	1M	27,4K
US	<0,1%	1,2K	438
PT	<0,1%	859	1K
AO	<0,1%	320	174

Tráfego orgânico 1.042.511/mês

Tempo total

Tráfego orgânico Tráfego pago Anotações



Painel de ferramentas > Análises de domínio > Pesquisa orgânica

Pesquisa orgânica: casadasaliancas.com.br

BR 27,4K PT 1K US 438 ... Dispositivo: Computador Data: 4 de jan. de 2023 Moeda: BRL

Visão geral Posições Alterações na posição Concorrentes Páginas Subdomínios

Filtrar por palavra-chave Posições Volume KD Intenção Recursos de SERP Filtros avançados

Palavras-chave Tráfego Custo do tráfego

27,4K 0,05% 1M 3,86% R\$ 640,5K 4,61%

Posições na pesquisa orgânica 1 - 100 (27.354) + Adicionar à lista de palavras-chave Gerenciar colunas 12/16

Palavra-chave	Inte...	SF	Pos.	Dif.	Trá...	Vol...	KD %	CP...	URL
aliança de namoro	I T	±4	1 → 1	0	24,92	550K	28	0,5	www.casadas...moro
aliança de casamento	I	±8	2 → 1	↑ 1	11,14	246K	31	0,6	www.casadasa...ento
casa das alianças	N	±7	1 → 1	0	6,98	90,5K	40	1,1	www.casadasa...br/
aliança de ouro	C	±6	1 → 1	0	6,11	135K	30	0,7	www.casadasa...ouro
anel de noivado	I	±7	1 → 1	0	4,98	110K	26	0,7	www.casadasa...vada

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

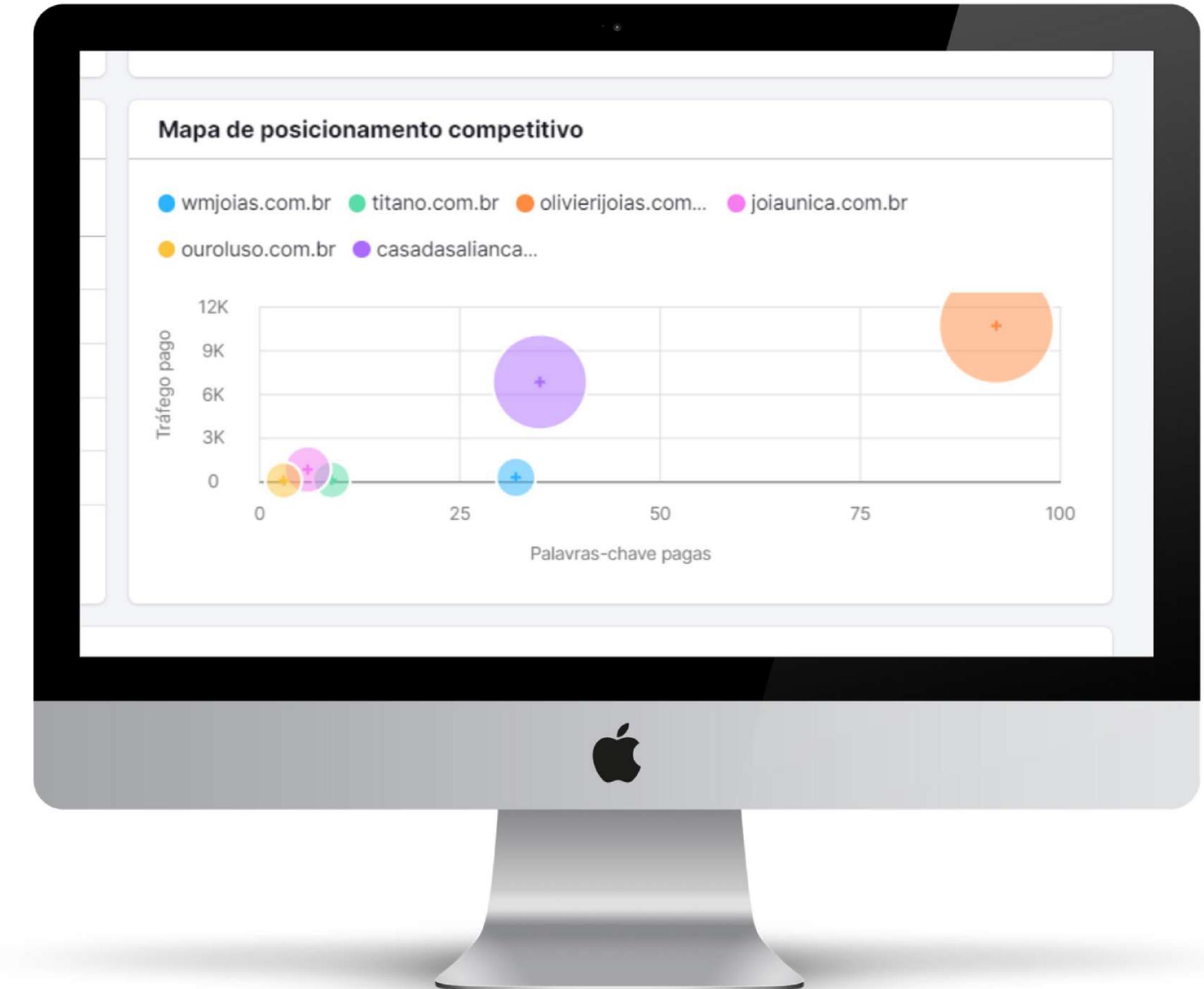
Fonte: semrush

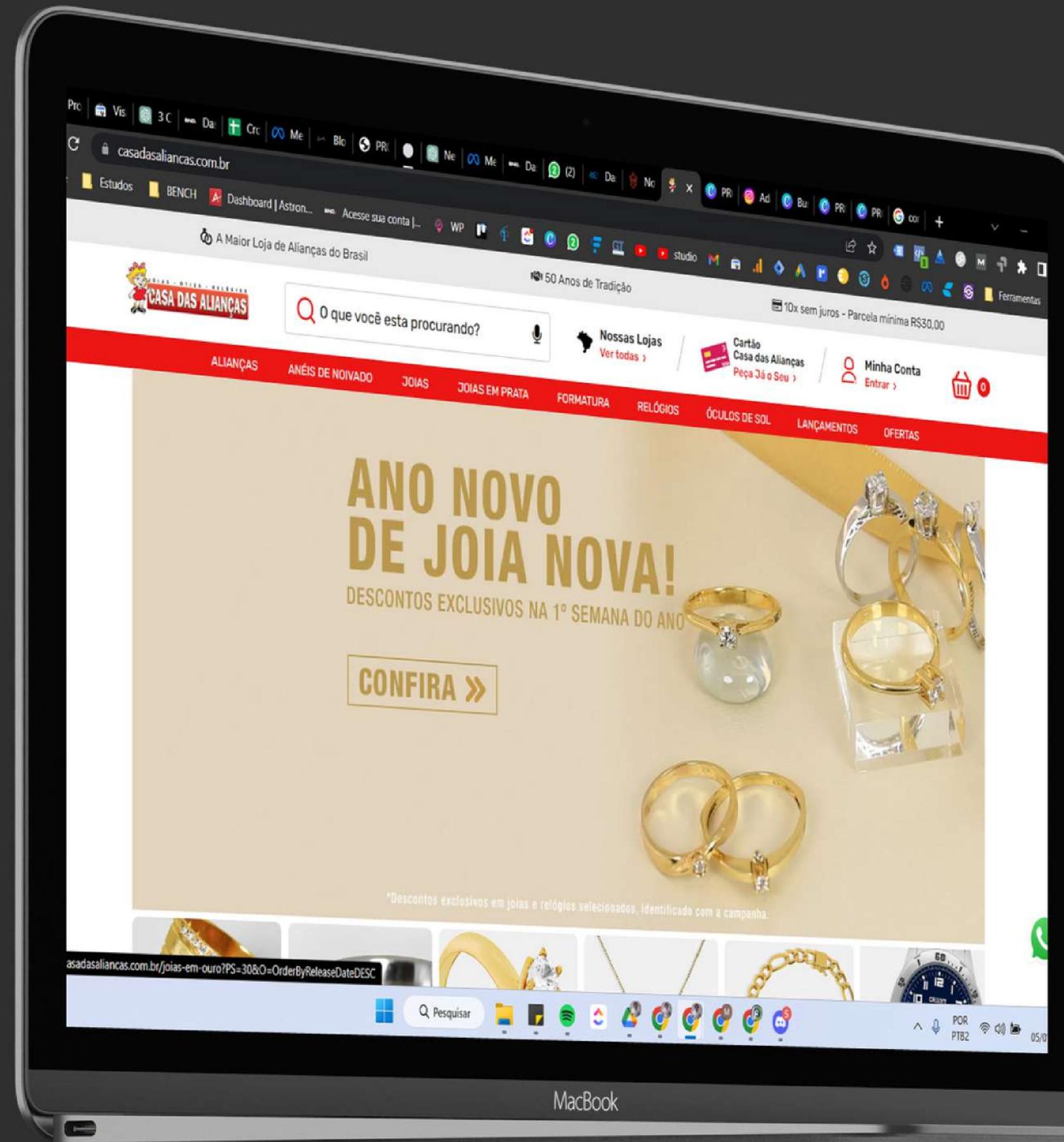
Benchmarking

	Casa da Aliança
Acessos Mensais	1.073.000
Custo de oportunidade em tráfego (R\$)	R\$ 640.000,5
Força do site	42
Backlinks (indicações externas únicas)	695 links
Força do site	2
Backlinks (indicações externas únicas)	4 links

Retrato do Share of Market.

Top 6 no digital





Benchmarking

Palavras-chave

35 -18,6%

Tráfego

6,9K -23,5%

Custo do tráfego

R\$ 6,5K -20,5%

A Casa da Aliança investe em multicanais, gerando tráfego de diversas fontes e economizando em anúncios.

Conclusão

1

Bom volume de buscas. Necessário focar nos canais de longo prazo para **fortalecer o domínio**;

2

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

3

Concorrente **economiza quase 640 mil reais por mês** com estratégias amplas e corretas.

4

Para ganho real de market share, será necessário **investir omnichannel** com propaganda.



Estratégia de Growth e Plano de ação;

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

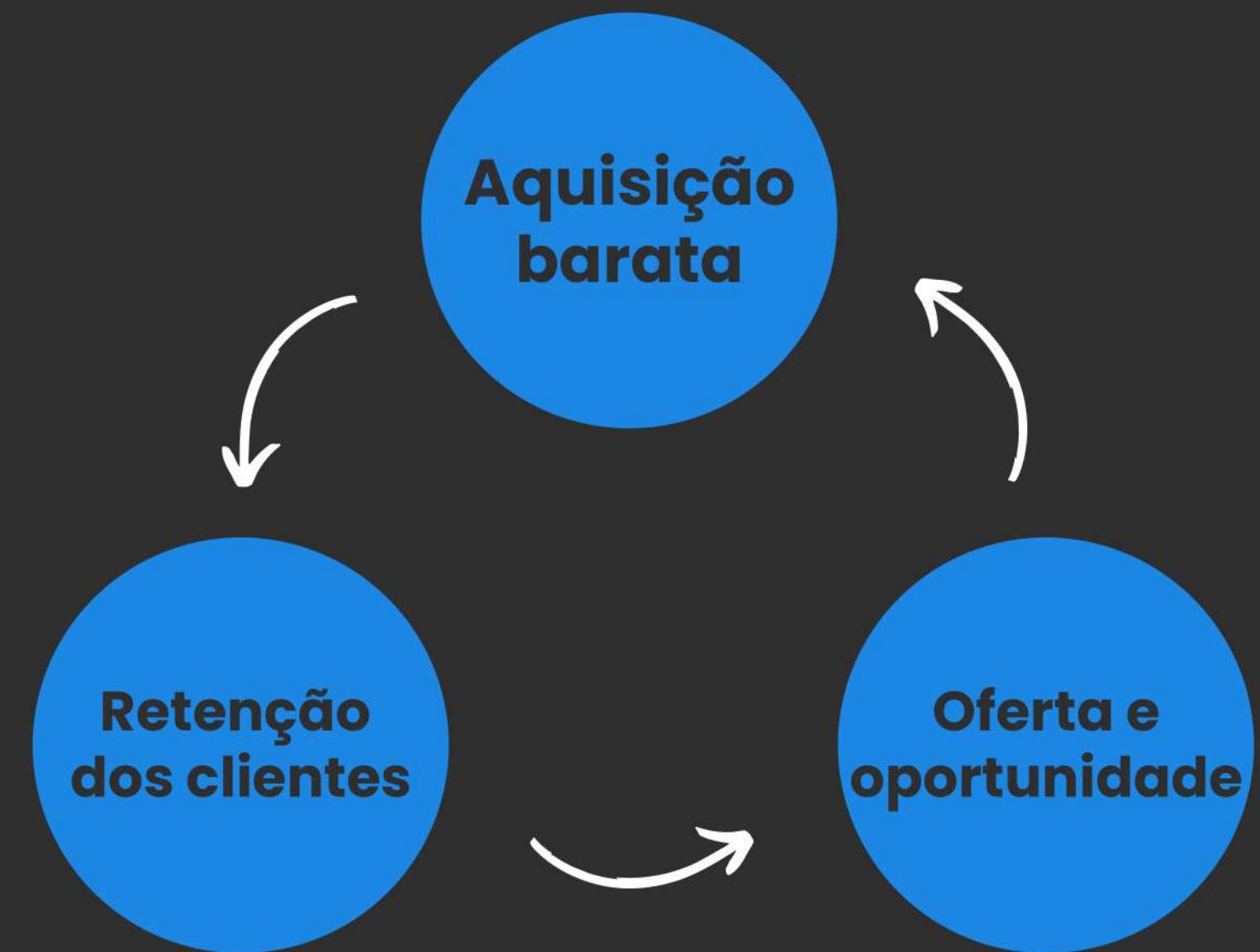
Venda para mais clientes vinculando campanhas de vídeos no YouTube.

Como fazemos tráfego:



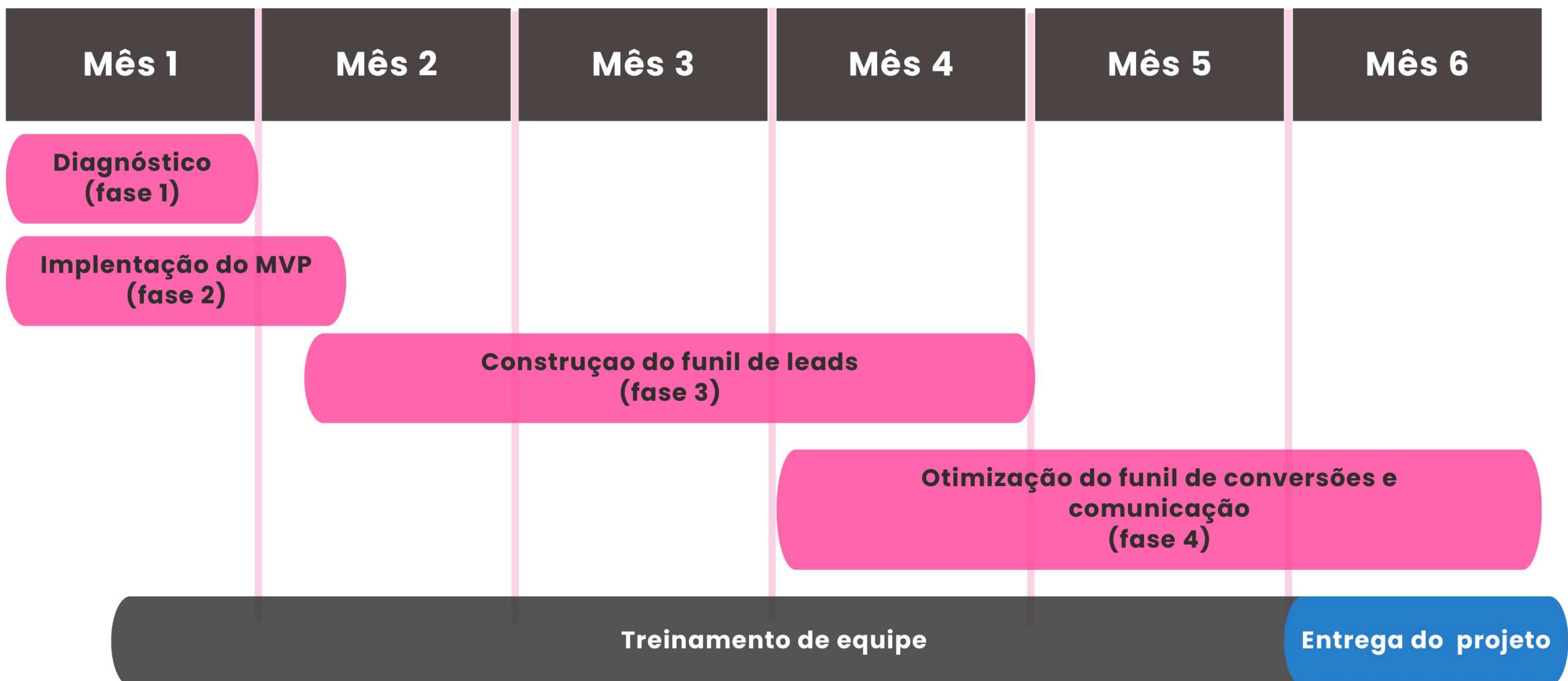


Ao tráfego e além...



Focaremos no que importa!

Cronograma do projeto



Fase 1

Diagnóstico

O que será feito?

-



Fase 2

Implementação do plano de
ação MVP

O que será feito?



Fase 3

Construção do funil
de conversões

O que será feito?

-



Fase 4

Otimização do funil de conversões e comunicação

O que será feito?

-





Fase 5

Entrega do projeto

O que será feito?

-



Alguns clientes em
nossa **consultoria de**
Growth Marketing:



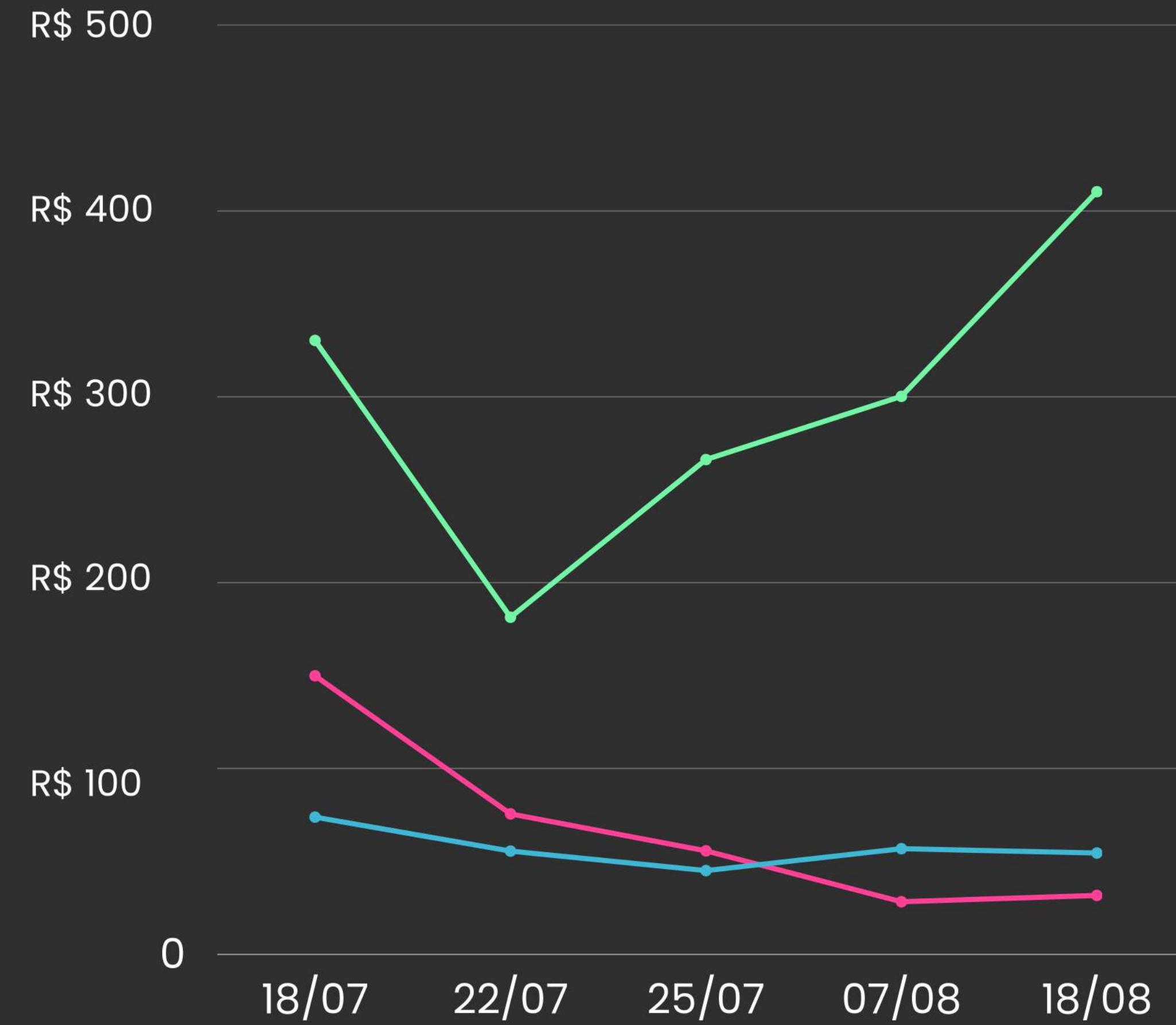
Ecommerce sobre
nossa gestão de

Growth Marketing.

A escala é real!

O investimento é
progressivo e
gradual.

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

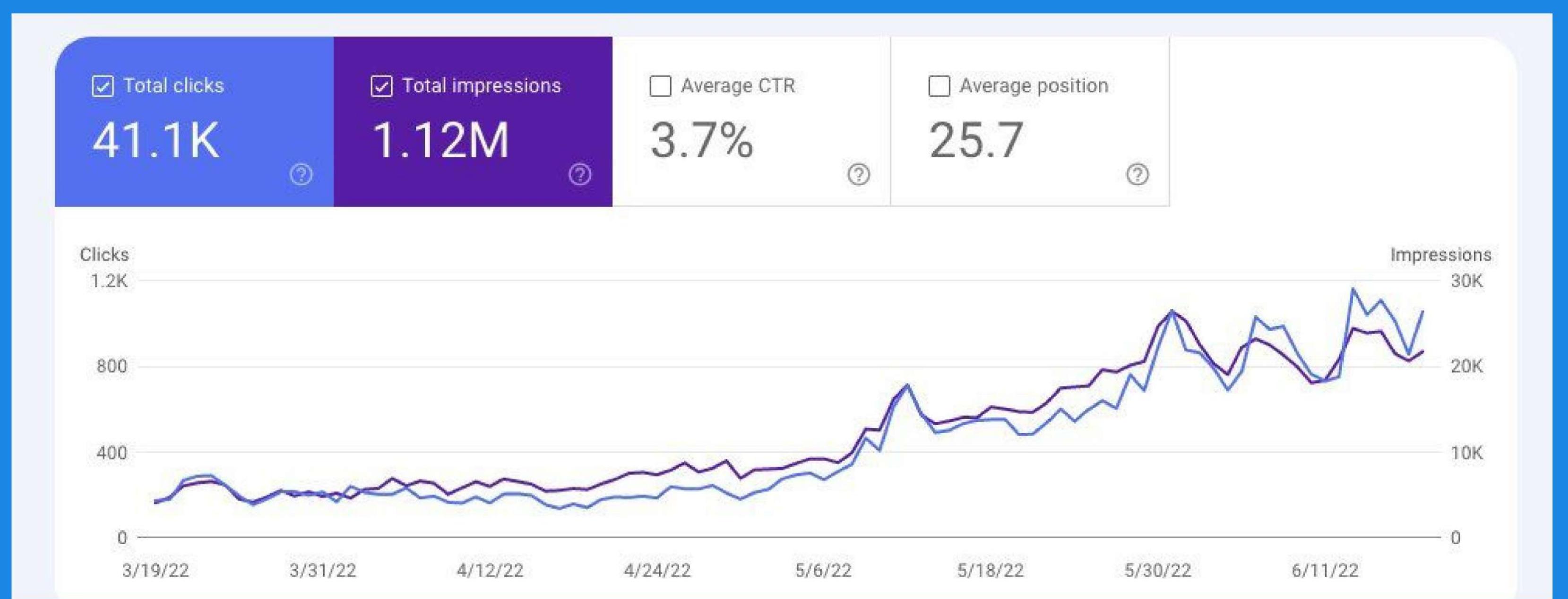


imobiliária sobre
nossa gestão de

Growth Marketing.

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

Cliente em sigilo



Contrustora em processo de escala com otimização de canais de longo prazo. Aqui realizaram uma estratégia em multicanal e passaram a captar leads qualificados para todos os tipos de empreendimentos. Este é o crescimento orgânico deles.

Dream Team



Danilo
Head de SEO



Marcos Vinicius
Gestor de Projetos



Pedro Emanuel
Head de Growth



Gilberto
Programador



Thiago
Head de Tráfego



Felipe
UX/UI designer



**Investimento,
metas e
entregáveis.**

Investimento:

Gestão de Growth Marketing mensal

- Mobilização inicial para setup e implementação: R\$ 5.000
- Honorários mensais: **R\$ 4.000** pago no vencimento do mês.
- 2% de comissões de vendas nas lojas virtuais

Investimento total do projeto: **R\$ 29.000** para 6 meses de projeto.

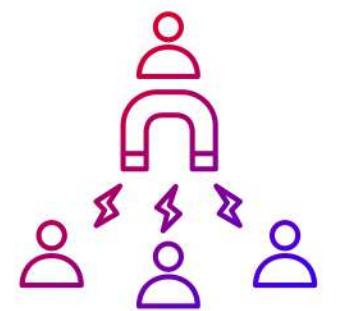
Tempo mínimo de contrato: **180 dias**



O que está incluso?



Análise e diagnóstico **dos processos de comunicação e conversão**;



Construção do funil de **conversões e automações**;



Assessoria em **growth marketing** e **treinamento de equipe**;



Implementação de um **plano de ação emergencial de curto prazo**.

Metas



Aumentar as taxas de conversões dos leads e **reduzir o custo de aquisição em 30%;**



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?

Público QUALI FICADO.

- **Público que converte!**
- Maior volume de oportunidades captadas;
- 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.

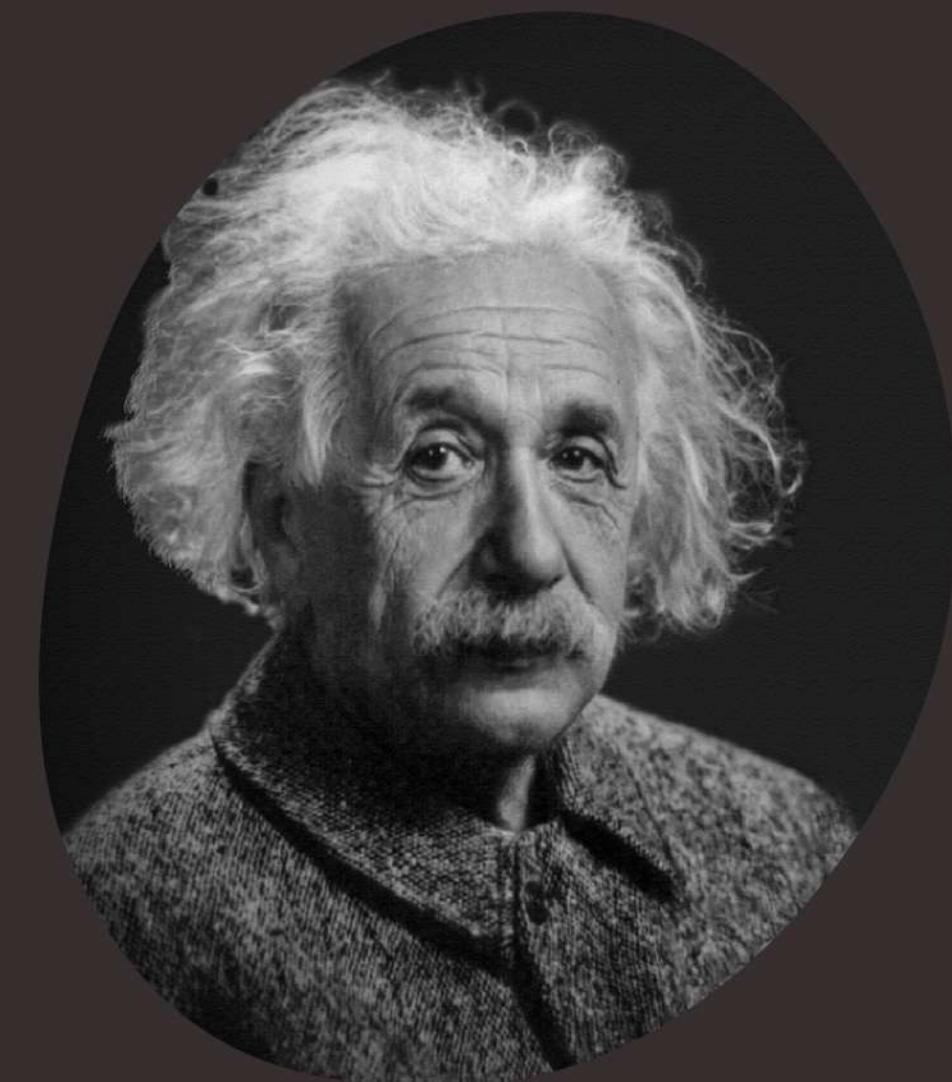
- Foco em conversões
- Poder de convencimento
- Confiabilidade

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

Promel