

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.

Estrutura de Custo

O custo incluirá anúncios nas plataformas, investimentos em backlinks, 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

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.

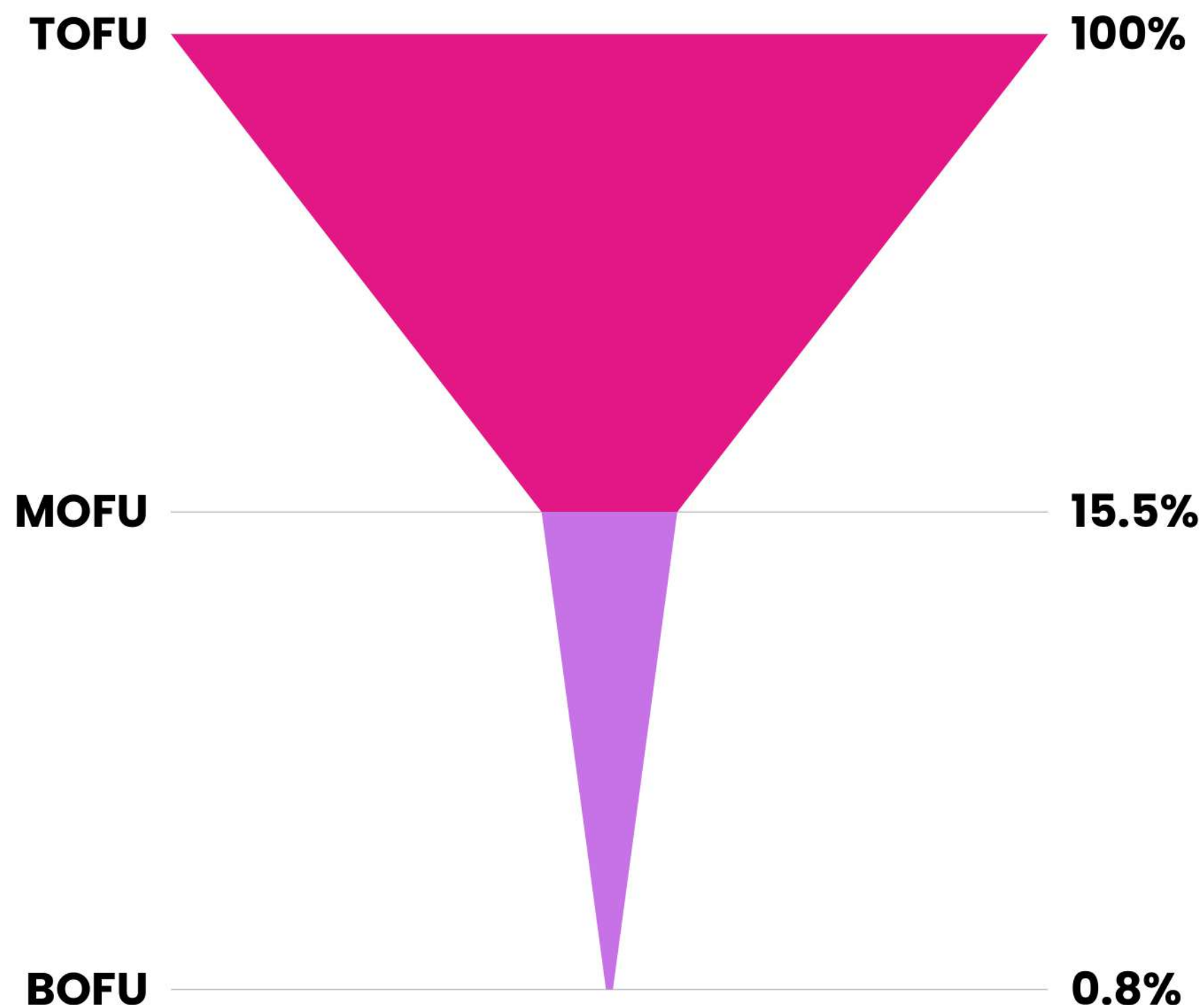
Riscos

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



Análise do mercado e infraestrutura;

Tamanho de mercado



42M

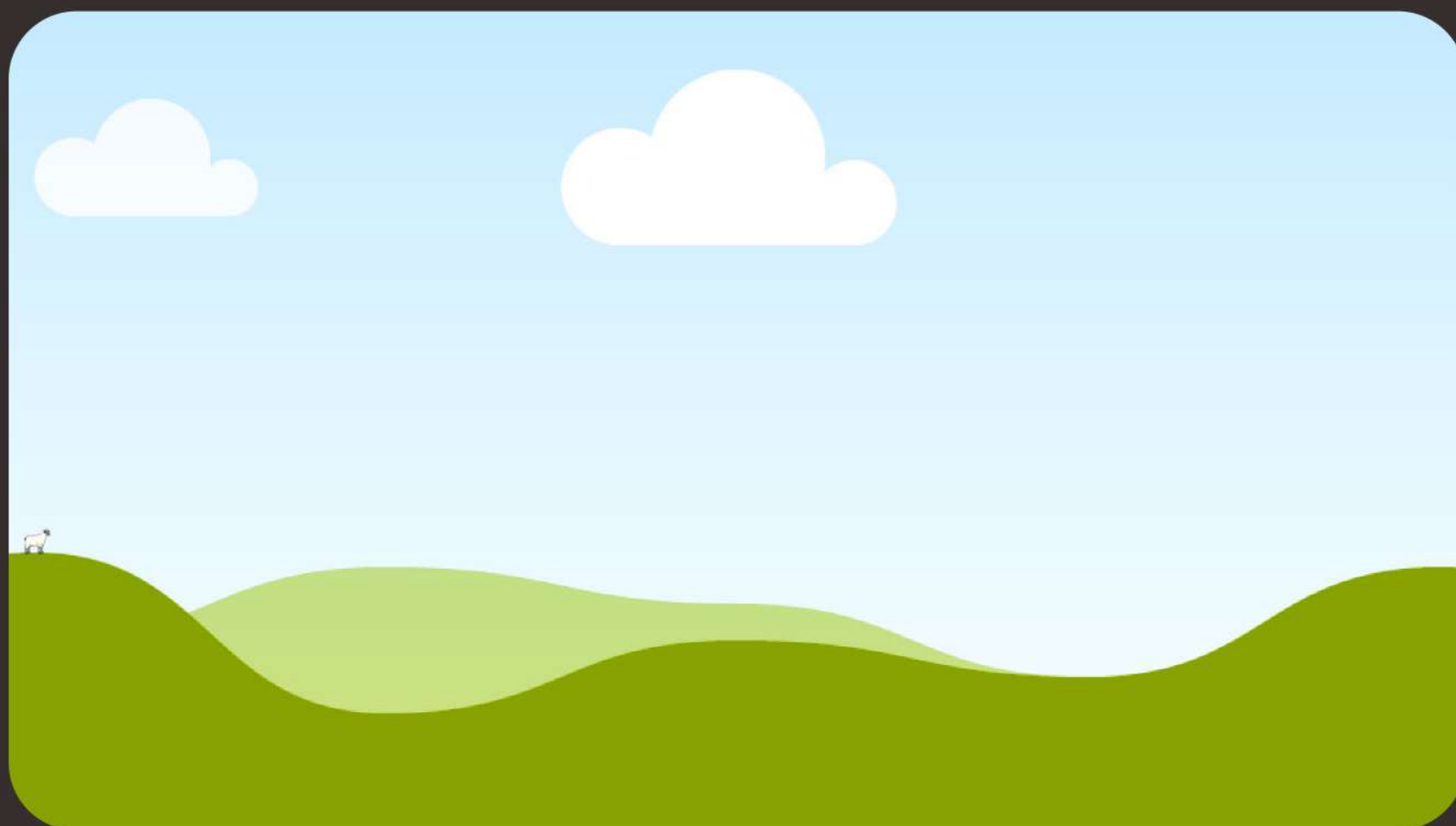
Pesquisas relacionadas a relacionamentos no Brasil

6,5M

Buscas relacionadas a alianças

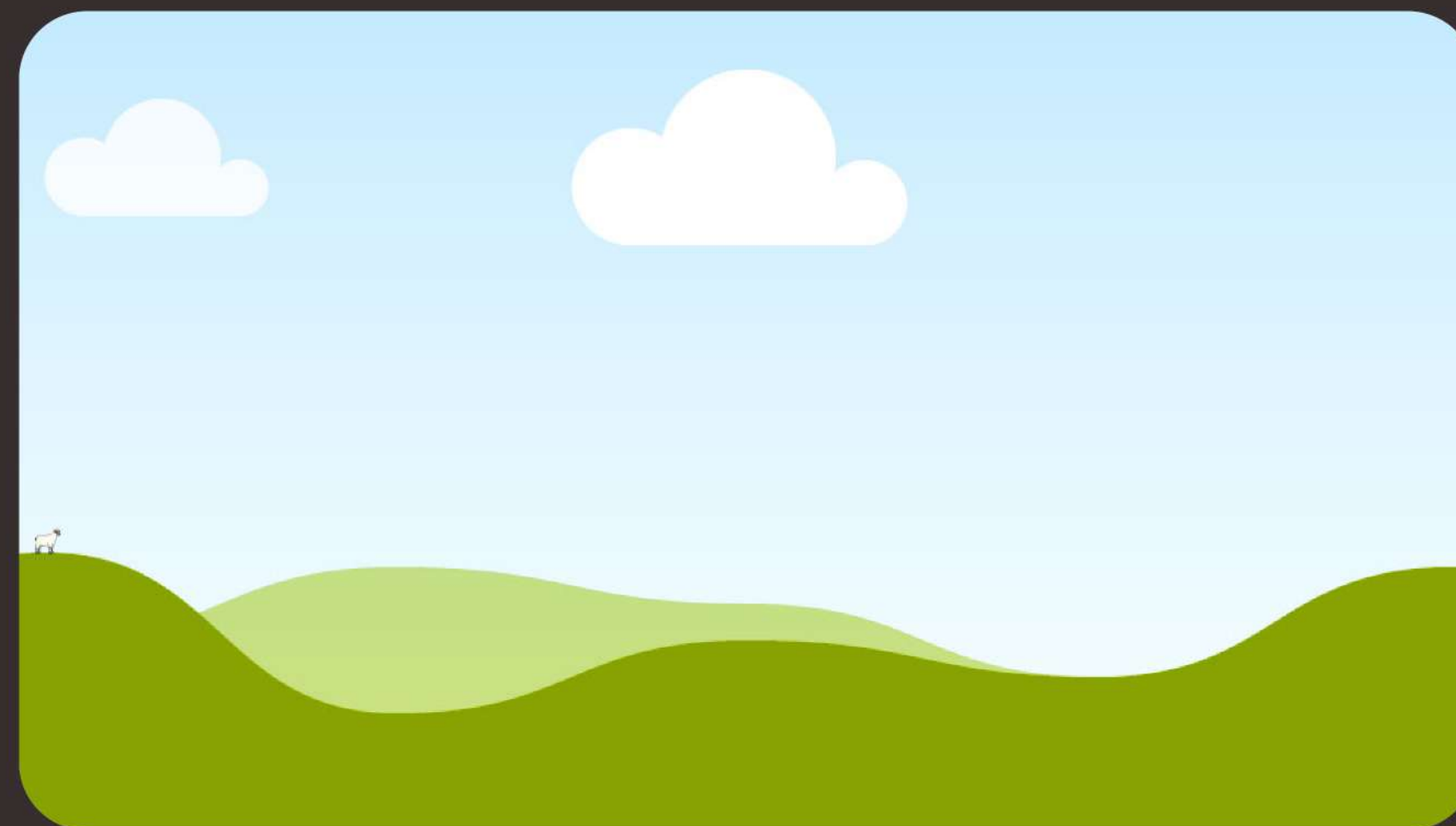
330.000 buscas mensais no Google sobre **COMPRAR ALIANÇAS**

Benchmarking: SEU CLIENTE



Análise do site

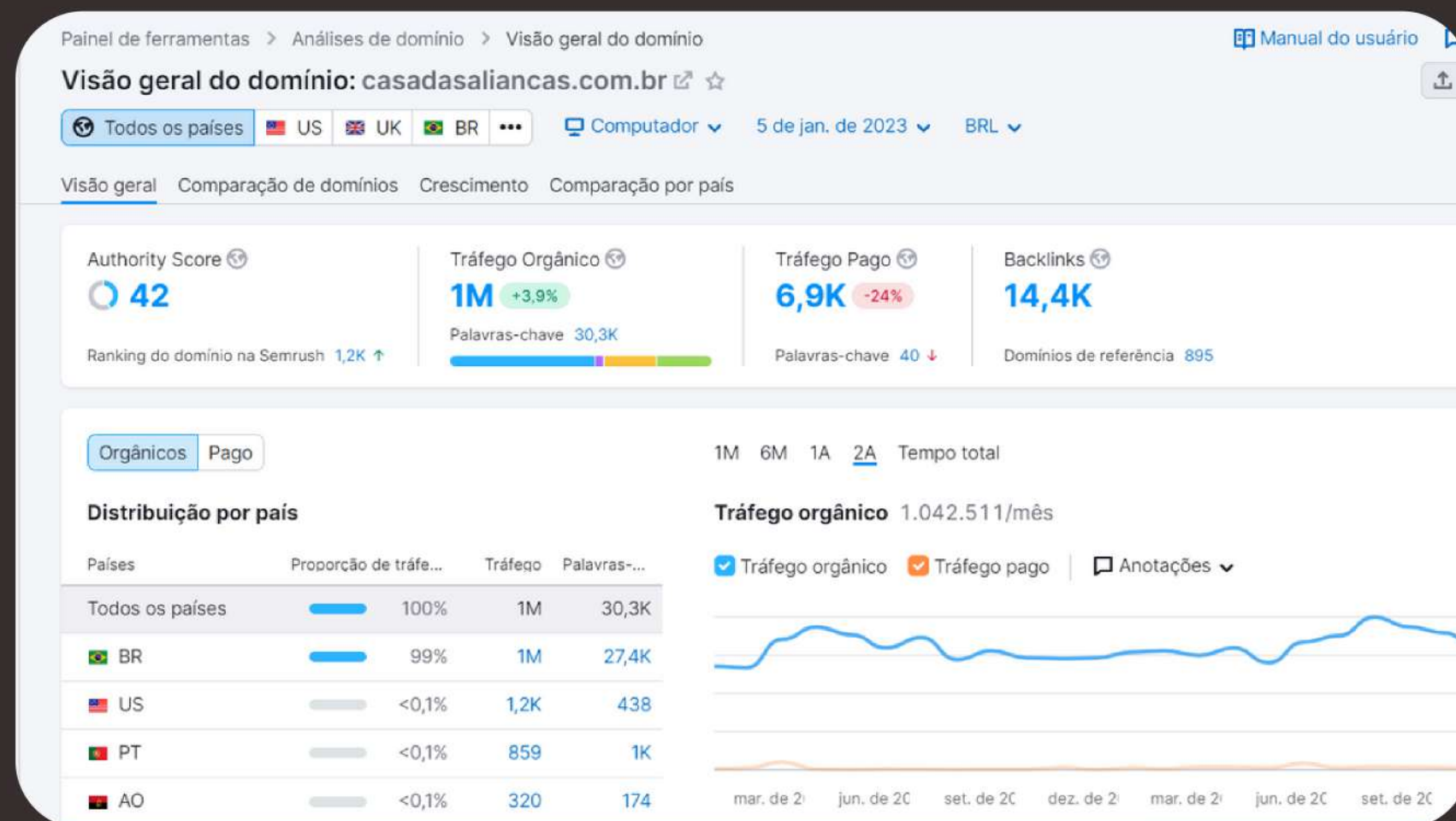
- Sem aproveitamento do branding;
- Poucos backlinks válidos;
- Pouco foco em longo prazo;
- Baixa produção de conteúdo.



Palavras – chave

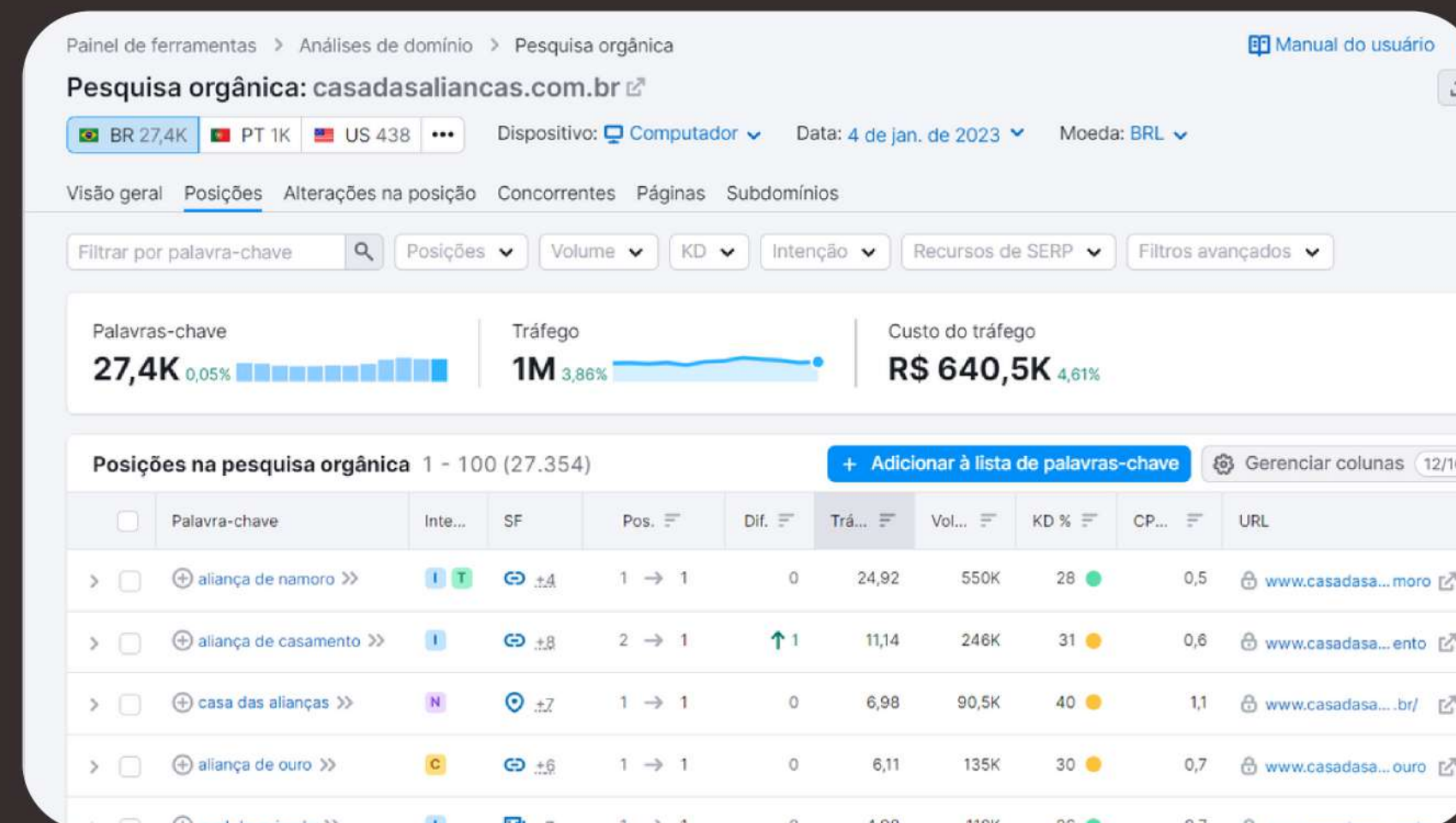
- Ranqueia apenas no próprio nome;
- Não possui presença multicanal;
- Pouco conteúdo relevante para SEO

Benchmarking: casadasaliancas.com.br



Análise do site

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



Palavras – chave

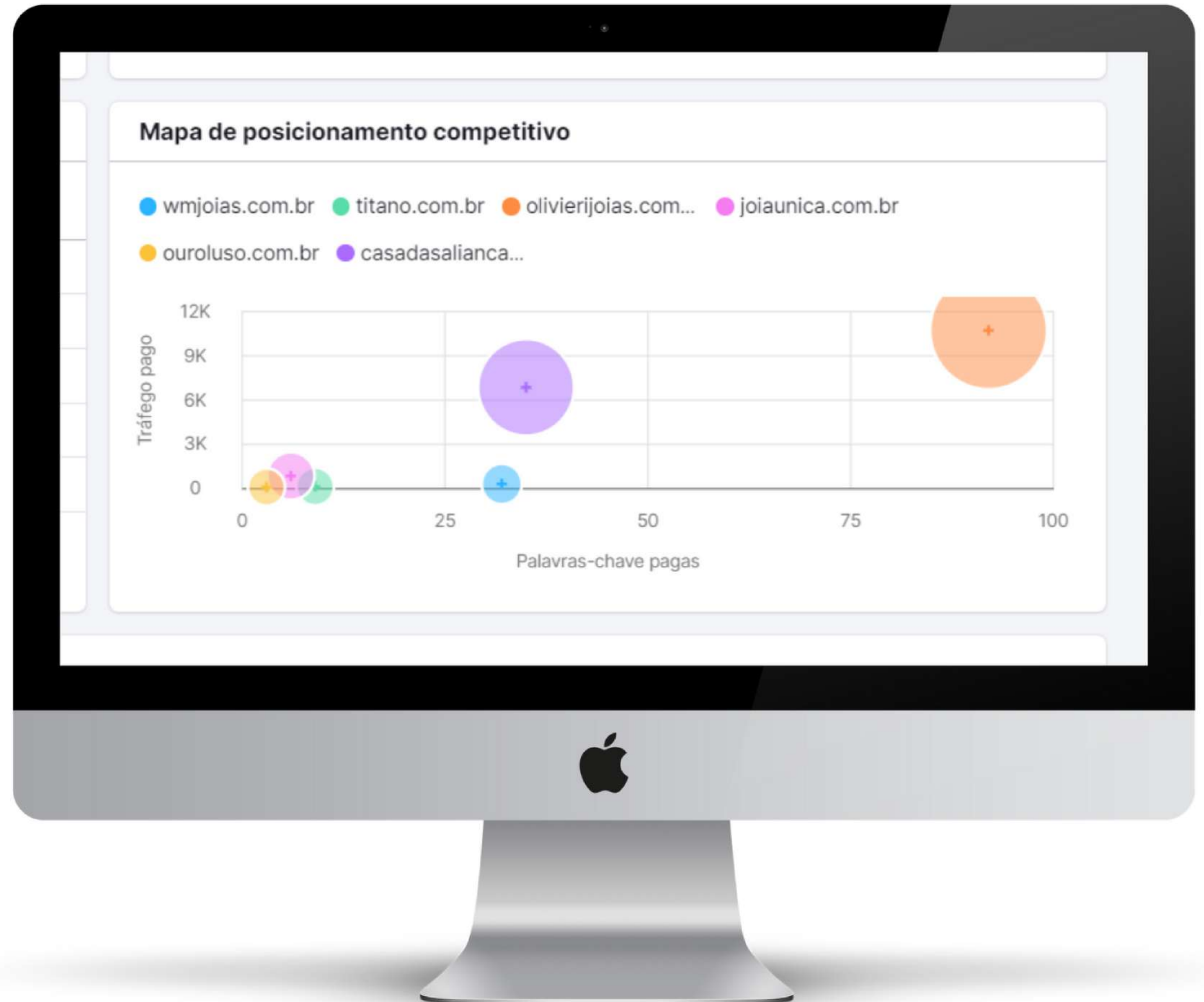
- Uso das palavras com base em buscas
- Linkbuilding em todos artigos
- Posts bem escritos e úteis
- Backlinks de alta força

Benchmarking

		Casa da Aliança
Acessos Mensais	789	1.073.000
Custo de oportunidade em tráfego (R\$)	R\$ 337,1	R\$ 640.000,5
Força do site	2	42
Backlinks (indicações externas únicas)	4 links	695 links

Retrato do Share of Market.

Top 6 no digital



Benchmarking

Palavras-chave ⓘ

35 -18,6%

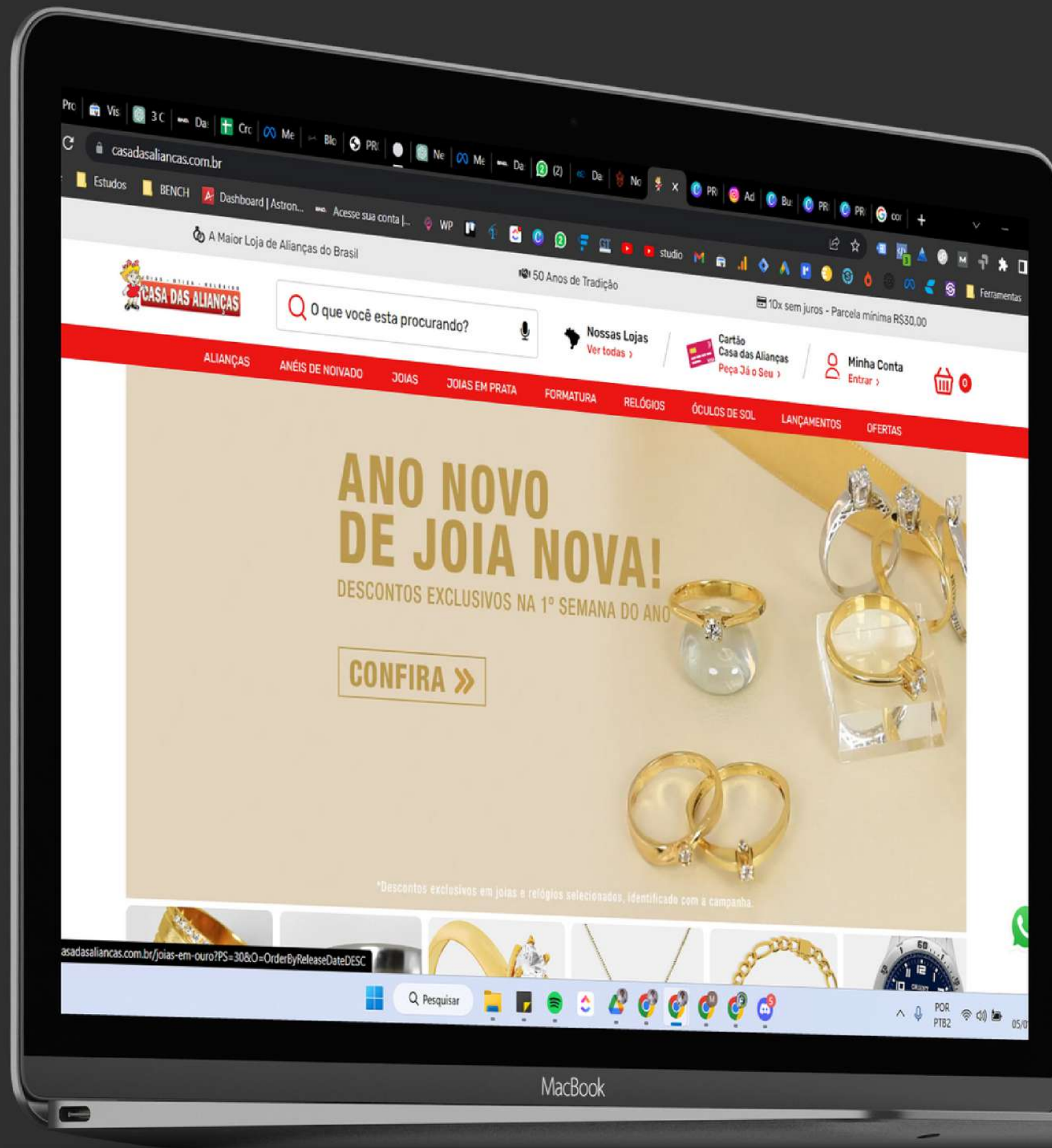
Tráfego ⓘ

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
crece no mundo.**



Facebook Ads

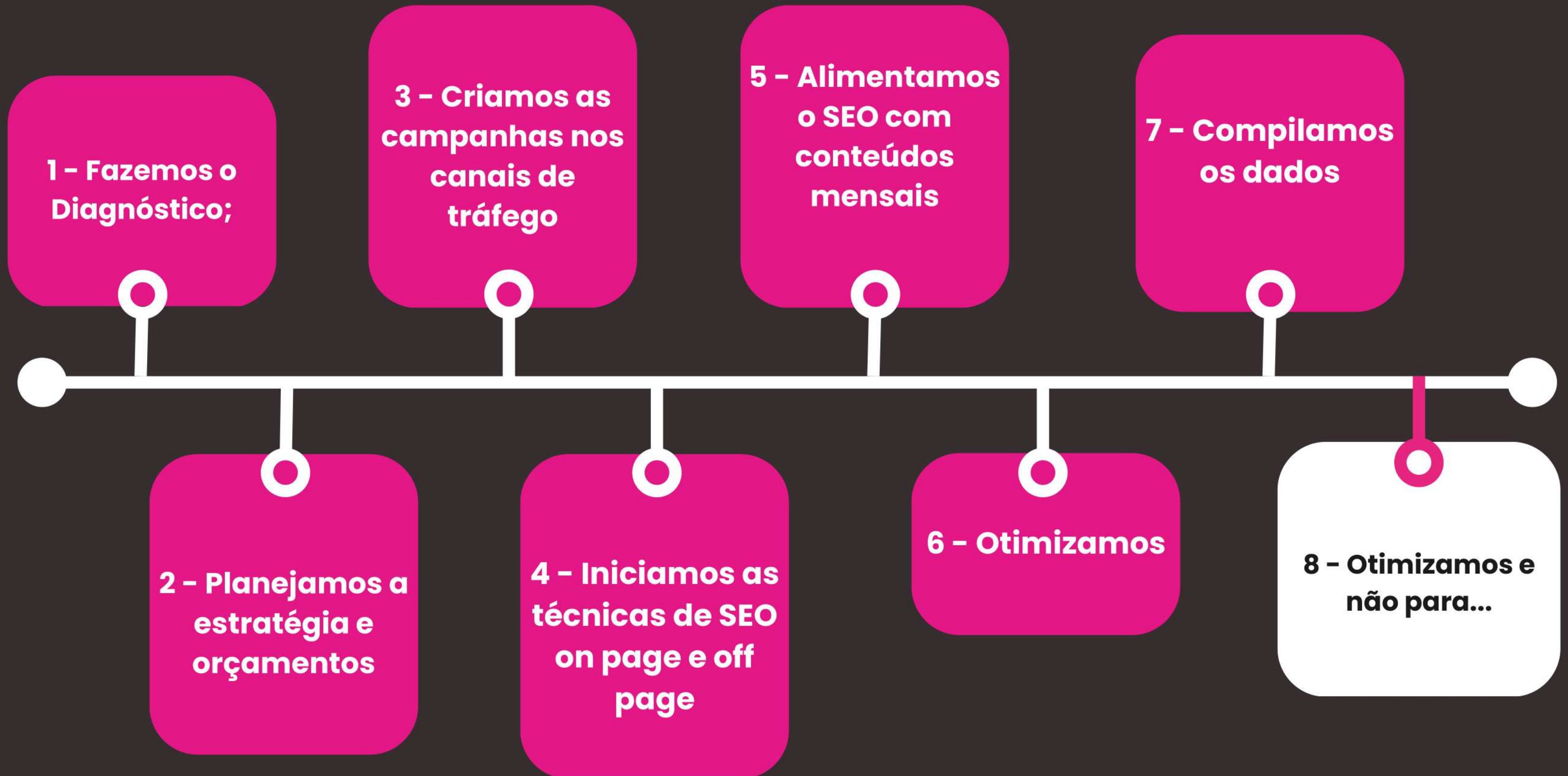
**Anuncie no
Facebook e mostre
conteúdo relevante
às pessoas.**



YouTube Ads

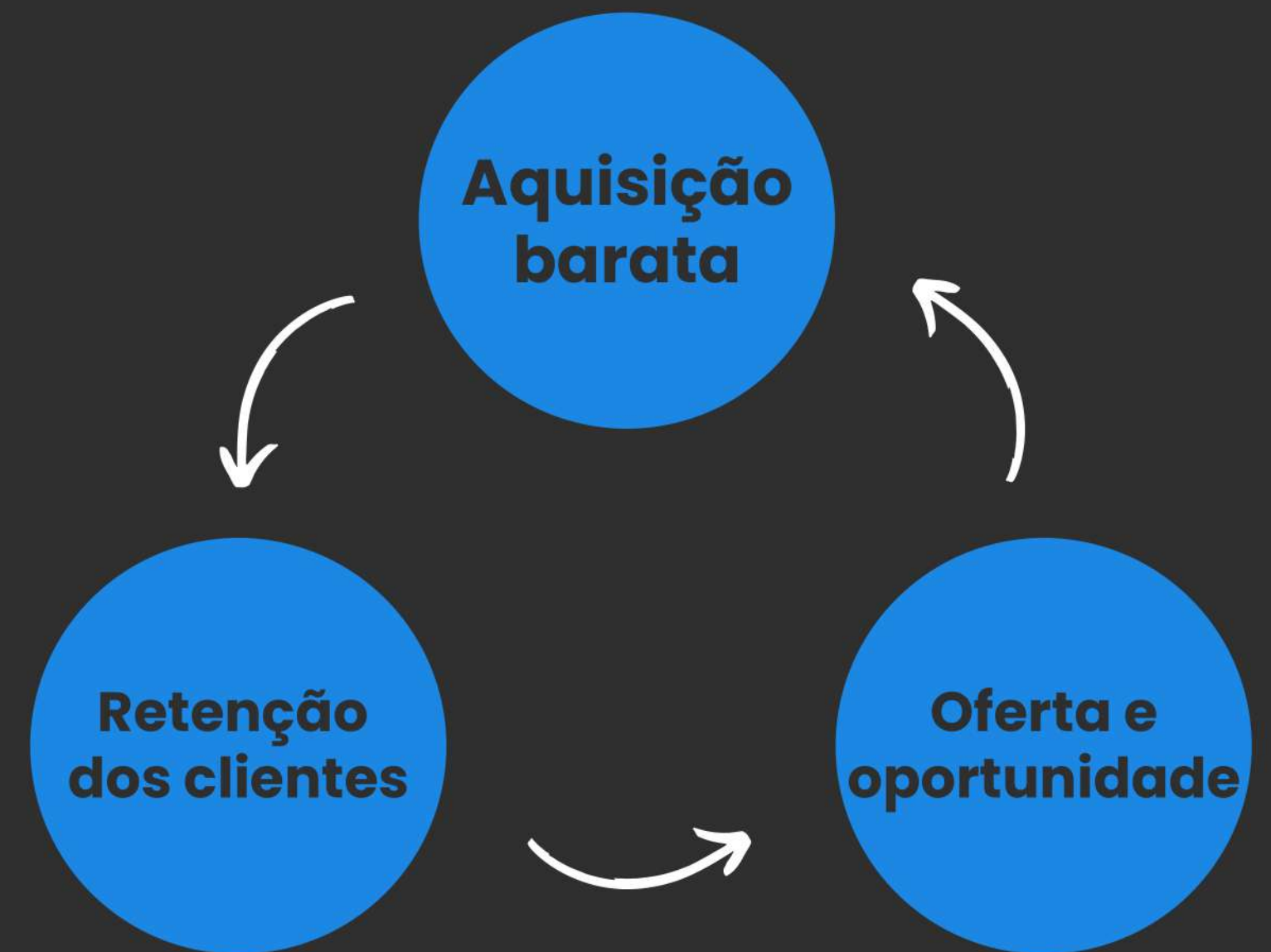
**Venda para mais
clientes vinculando
campanhas de
vídeos no YouTube.**

Como fazemos tráfego:



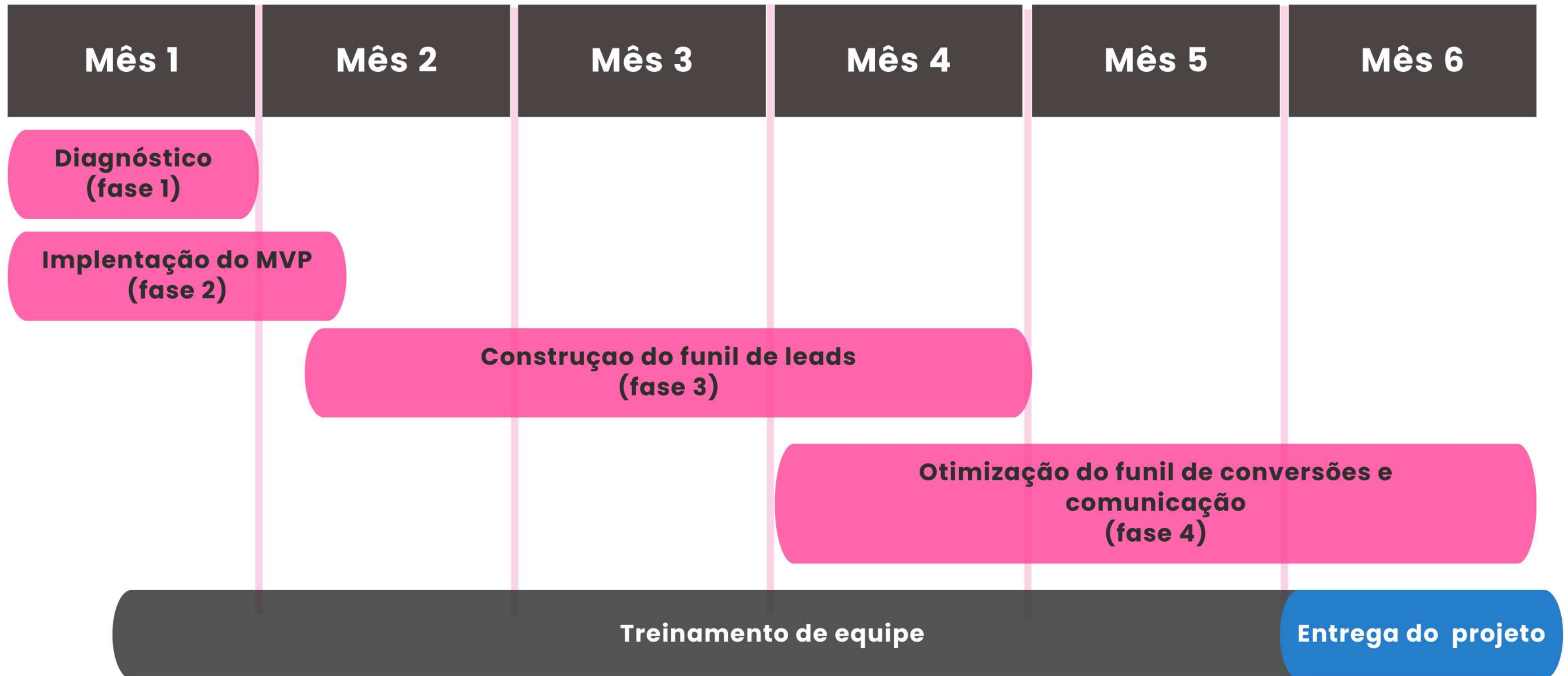


Ao tráfego e além...



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:**



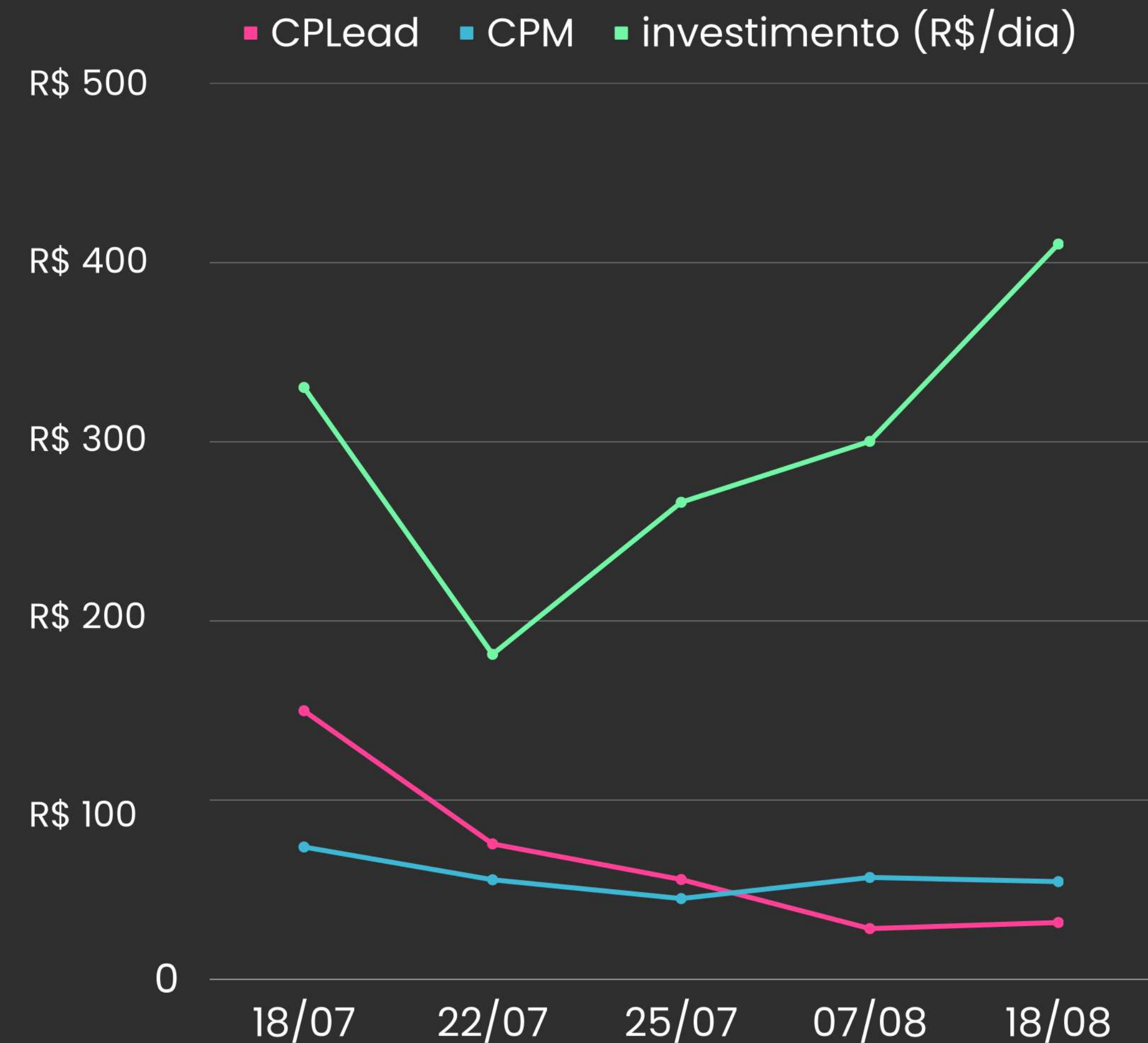


Ecommerce sobre
nossa gestão de

Growth Marketing.

A escala é real!

O investimento é
progressivo e
gradual.

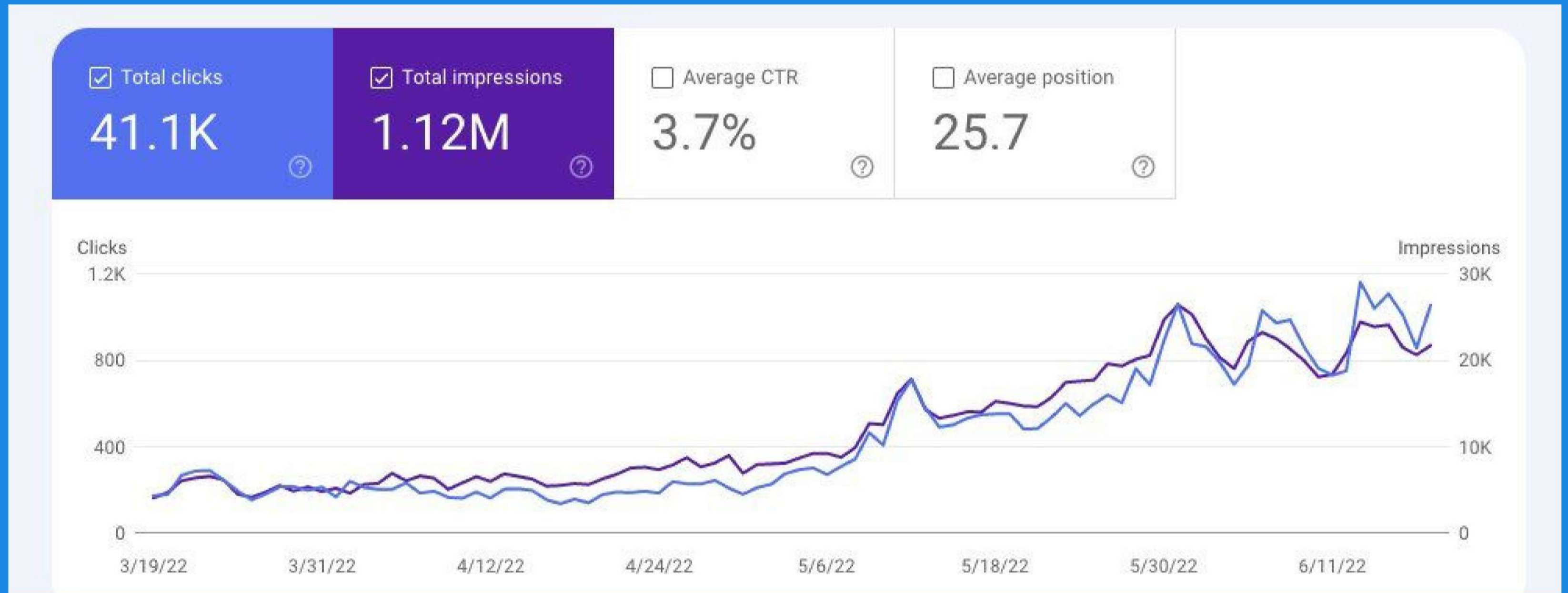


imobiliária sobre
nossa gestão de

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



Pedro Emanuel
Head de Growth



Thiago
Head de Tráfego



Danilo
Head de SEO



Marcos Vinicius
Gestor de Projetos



Gilberto
Programador



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.

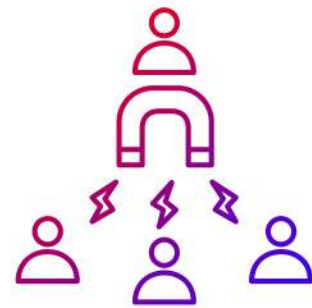
Tempo mínimo de contrato: **180 dias**



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.

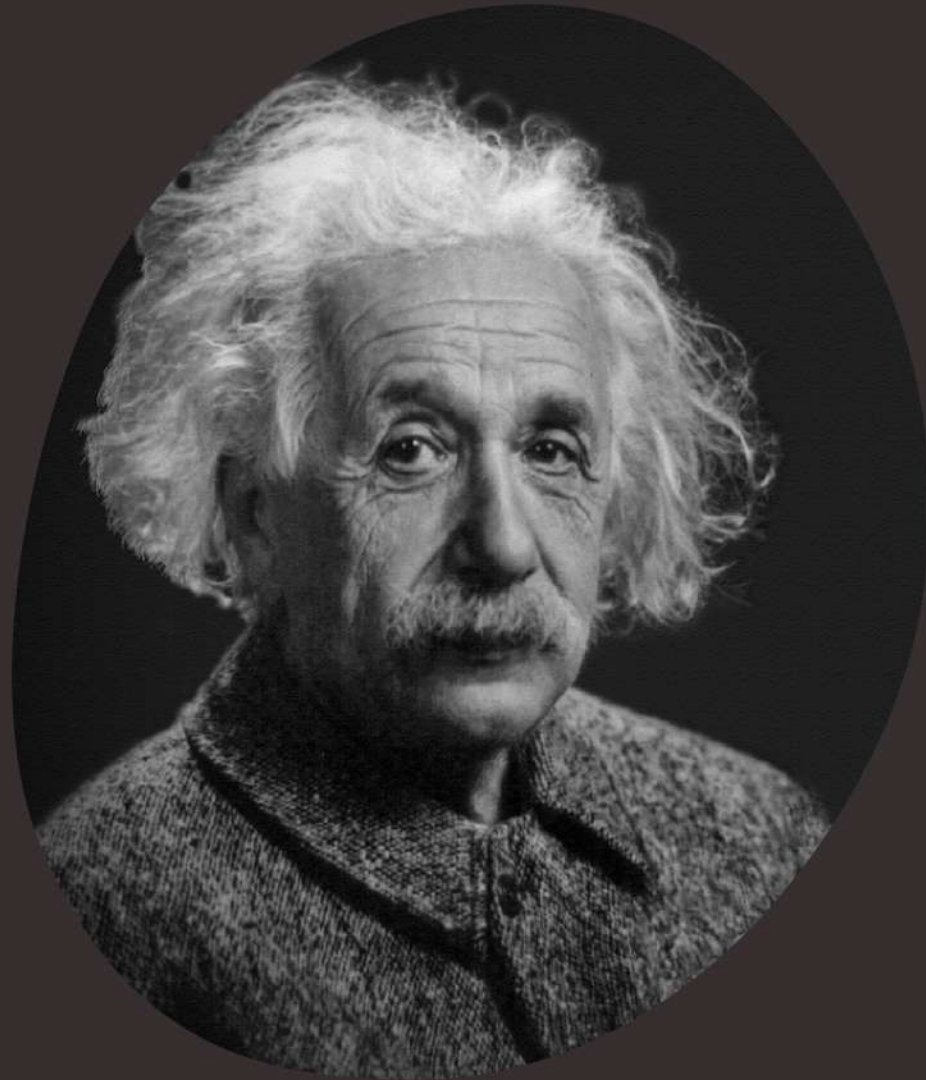
- Foco em conversões
- Poder de convencimento
- Confiabilidade

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

Prumel