

05

Faça o que eu fiz na aula

Criando uma apresentação para a diretoria da gráfica

Quando trabalhamos em uma agência de marketing ou publicidade digital e temos a tarefa de fazer uma apresentação para algum futuro ou possível cliente, temos que antes mesmo de colocar algumas informações sobre a agência pois isso ajuda a equipe que fará a apresentação a transmitir confiança aos diretores da empresa em questão.

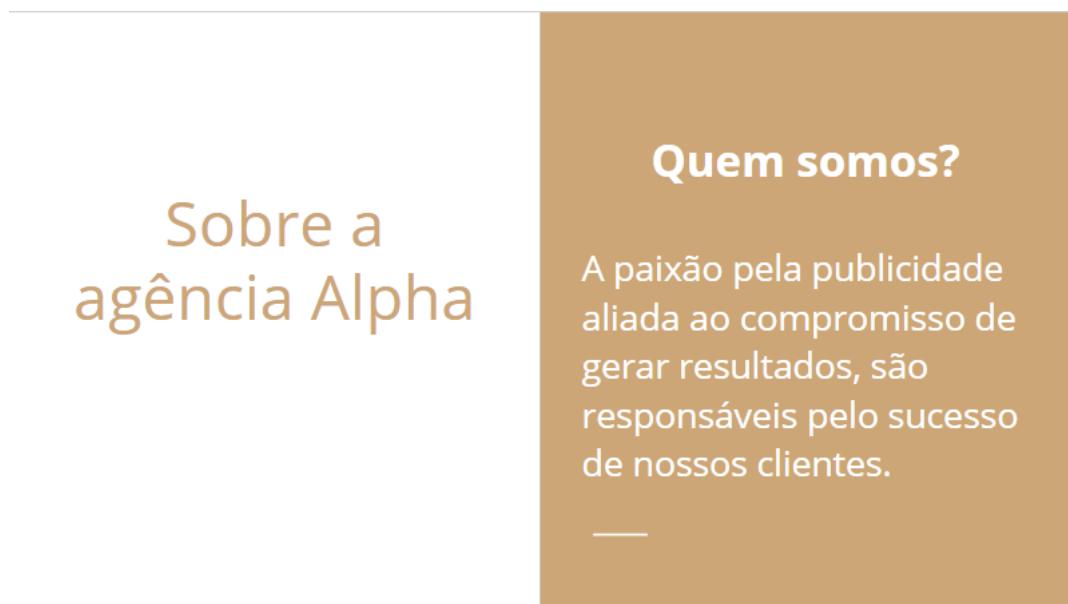
Para falarmos um pouco da agência, precisamos descrever em um ou dois slides e de forma resumida quem é a agência e o que ela faz de forma macro. Também é importante listar alguns clientes atendidos, ou recentemente ou em um passado não muito distante.

Escolha um modelo de apresentação no google drive e comece a sua apresentação, explicando em um ou dois slides informações sobre a agência e informações sobre os clientes atendidos.

Veja abaixo alguns links de sites de agência concorrentes e seus respectivos textos sobre:

<https://sinnapse.com/#sobre> (<https://sinnapse.com/#sobre>) <https://www.goomarkpublicidade.com.br/cultura-goomark/> (<https://www.goomarkpublicidade.com.br/cultura-goomark/>)

Os textos acima podem servir apenas como inspiração para você escrever o texto de sua agência. Veja abaixo como ficou o slide com a apresentação sobre a empresa:



Abaixo veja um exemplo de slide apresentando os principais clientes com os quais a agência já trabalhou:

Alguns clientes



Agora chegou a hora de montar os seus slides ...

Agora que já falamos um pouco da empresa e já falamos dos clientes que a agência atende, precisamos apresentar os números do mercado que possam ajudar a convencer o futuro cliente a decidir por entrar no mercado de e-commerce.

A primeira coisa que precisamos fazer acessar o último relatório do e-bit e lá buscar informações que a gente entenda que são relevantes. O pdf do último relatório está disponível na área de links, mas caso no futuro você precise buscar números mais atuais, basta acessar o link <https://www.ebit.com.br/webshoppers> (<https://www.ebit.com.br/webshoppers>).

Veja abaixo algumas informações úteis que devem estar na apresentação.

Quando uma empresa deseja entrar no mercado de e-commerce, é importante que ela tenha uma ideia de quantos novos clientes surgem a cada dia nesse mercado e o número abaixo apresenta exatamente isso:

Alguns números

Relatório Webshoppers da Ebit

58 MILHÕES de brasileiros efetuaram pelo menos 1 compra online em 2018.



Além de pensar no número de novos usuários, é importante que o futuro cliente saiba, quanto o mercado de e-commerce faturou no último ano ou no último semestre:

Alguns números

Relatório Webshoppers da Ebit

O segmento faturou **R\$53,2 BILHÕES** no Brasil em 2018



Outra informação que deve estar contida na apresentação é a informações sobre o mercado de e-commerce, pois dificilmente algum profissional vai abrir uma loja que não terá usuários tentando navegar por ela em celulares e outros dispositivos móveis:

Alguns números

Relatório Webshoppers da Ebit

O **m-commerce** cresceu 41% em 2018.



Em alguns casos, pode ser relevante e interessante que o cliente conheça as principais categorias ou as categorias que mais geram pedidos e também as que faturam mais:

Alguns números

Relatório Webshoppers da Ebit

A categoria **Perfumaria, cosméticos e saúde** liderou o ranking de pedidos em 2018



Outra informação importante que um futuro negócio precisa conhecer é o número do ticket médio, pois esse número mostra em média quanto uma loja virtual vende:

Alguns números

Relatório Webshoppers da Ebit

O ticket médio em 2018 foi o maior já registrado (R\$434) .



Finalizada a parte com os números do relatório webshoppers, precisamos apresentar ao cliente quais os canais possíveis de divulgação quando temos uma loja virtual ou um projeto de e-commerce.

Abaixo veremos alguns slides que devem estar contidos na apresentação pois ajudaria o cliente onde a loja dele precisaria estar presente.

Essa parte da apresentação tem como objetivo oferecer ao cliente as diversas possibilidades possíveis para a divulgação do negócio no ambiente digital.

Dificilmente uma loja virtual consegue sobreviver sem ter presença nos buscadores, principalmente no google, então é importante apresentar a eles a importância de estar bem posicionado em buscadores:

Onde divulgar?

Canais digitais

Buscadores (Google, Bing, Yahoo)



Além de buscadores, existem os veículos verticais que são sites de conteúdo focado em um nicho específico (design, arquitetura, esportes de aventura, conteúdo feminino, conteúdo masculino etc):

Onde divulgar?

Canais digitais

Sites Verticais (SuperEla, Ativo.com, WebVenture)



Assim como existem sites com conteúdo organizado e focado em nichos específicos do mercado, existem sites que são bem abrangentes e oferecem conteúdo mais amplo e são conhecidos como portais horizontais (globo.com, terra, UOL, são apenas alguns exemplos):

Onde divulgar?

Canais digitais

Portais horizontais (Uol, Terra, Globo.com)



Além de portais horizontais, existem os sites de notícias que também pode receber anúncios:

Onde divulgar?

Canais digitais

Sites de notícias (G1, Folha de São Paulo, O Globo)



Existem ainda as mais diversas mídias sociais como facebook, instagram, twitter entre outros e muitas empresas já percebem na prática a importância de estar em algumas mídias sociais da internet:

Onde divulgar?

Canais digitais

Mídias sociais



Por último, mas não menos importante, o mercado digital oferece diversas possibilidades de redes de afiliados. Como o nome mesmo diz, essas redes na verdade possuem diversos sites, de nicho ou não que juntos são usados para a divulgação de diversos negócios nos mais diferentes segmentos de mercado dentro da rede:

Onde divulgar?

Canais digitais

Rede de afiliados (Afilio, Zanox, Lomadee)



Depois de apresentar os principais canais de divulgação, podemos inserir em nossa apresentação, um infográfico do IAB Brasil que ajude a mostrar como as empresas que já fazem marketing digital, investem nesse mercado. Veja abaixo o infográfico:

Em 2017: R\$14,8 BILHÕES



Por último, você vai colocar na sua apresentação, slides que expliquem como a agência onde você trabalha pode ajudar a empresa que deseja criar a nova loja virtual para atuar no mercado de e-commerce.

Veja abaixo alguns slides:

Embora aqui só tenham dois slides com serviços que a agência pode oferecer, na sua apresentação, seria interessante você citar todos os serviços que a sua agência poderia oferecer.

Abaixo o slide com o serviço de desenvolvimento de website:

Como podemos ajudar?

Serviços

Desenvolvimento da loja virtual

Na sequência o slide com o serviço de otimização de páginas para os mecanismos de pesquisa:

Como podemos ajudar?

Serviços

Otimização do site para mecanismos de pesquisa

