

Guia do **Facilitador**

UP Digital Marketing





Boas-vindas ao time do Up Digital Marketing!

Estamos felizes em contar com você na equipe. Tudo pronto para auxiliar no processo de aceleração digital das micro e pequenas empresas?

O Up Digital Marketing é uma solução de aceleração digital que tem como principal objetivo ensinar as bases do marketing nos canais on-line para as MPEs.

Asua participação nesse processo é fundamental para o desenvolvimento das pessoas empreendedoras que participam do Up Digital Marketing. Você será o principal ponto de contato do Sebrae com as pessoas participantes.

Em resumo, temos as seguintes competências relacionadas ao trabalho de facilitação:

Atitudinais

- Proatividade no provimento de informações relevantes às pessoas que participam durante todo o fluxo de aplicação do Up Digital Marketing.
- Eficiência na gestão de links, mensagens e grupos de WhatsApp.
- Proatividade para incremento do material, atualização de exemplos e informações.
- Humanização nas respostas e interações com quem participa, sempre com boa vontade e disposição para esclarecer dúvidas em relação ao conteúdo, ao método da solução e à tecnologia.

Conceituais

- Domínio de conhecimentos sobre marketing digital, suas estratégias, plataformas e ferramentas.
- Conhecimento e vivência na aplicação de técnicas e ferramentas relacionadas à solução.
- Compreensão de todas as etapas necessárias para a elaboração de um planejamento de marketing digital, produção de conteúdo e análise de resultados.
- Domínio de todo plano de aplicação do Up Digital Marketing.
- Conhecimento do papel do facilitador e dos outros atores, a fim de que seja estabelecida uma interação adequada com eles.

Procedimentais

- Capacidade de execução do plano de ação de acordo com todas as diretrizes propostas.
- Habilidade didática para realizar treinamentos e facilitação do conteúdo.
- Capacidade de simplificação de conceitos e interação em sala de aula.
- Habilidade de conduzir com segurança e tranquilidade o participante nos momentos individuais.
- Boa gestão de agenda e do tempo nos momentos de exposição de conteúdo.

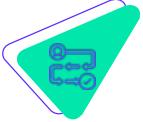
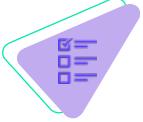
Ao longo deste guia, você conhecerá todas as orientações para desenvolver as atividades como pessoa facilitadora, mas desde já é importante conhecer dois pontos essenciais que envolvem e guiam todo o nosso trabalho:



- **Interação** – o Up Digital Marketing é uma jornada longa quando comparada a outras soluções similares. Por isso, a interação é um dos pontos mais importantes na atuação como pessoa facilitadora na solução. É fundamental estar atento ao grupo do WhatsApp, às dúvidas individuais e ao estímulo da conversa entre os participantes.
- **Humanização** – incentivamos a comunicação autêntica e orgânica por parte das pessoas facilitadoras, mas é importante que o diálogo seja sempre humanizado. Não recomendamos respostas robóticas ou extremamente formais. A comunicação precisa ser simples, acessível e em tom de conversa.

Todas as informações necessárias para conduzir o Up Digital Marketing estarão disponíveis para você neste guia e em materiais complementares.

Ele poderá ser usado para a realização de consultas durante todo o percurso formativo. Você encontrará ao longo do texto alguns recursos de destaque. Conheça-os a seguir:

| Recurso | Funcionalidade |
|---|--|
|  Se liga | Esse recurso será mostrado para chamar a sua atenção para conteúdos importantes e de destaque ao longo do texto. |
|  Dê um Up | Quando esse recurso aparecer, você conhecerá sugestões, dicas, estratégias e boas práticas para desenvolver a facilitação ao longo da jornada. |
|  Por dentro da jornada | Esse recurso trará informações sobre especificidades da jornada de aprendizagem e participação do Up Digital Marketing. |
|  Checklist | Com o checklist você poderá verificar e conferir itens ou ações necessárias para que possa desenvolver seu trabalho com sucesso. |
|  Aponte a câmera do seu celular ou clique no QR Code para ver o conteúdo. | Ah, em alguns casos, aparecem também QR Codes, nos quais você poderá clicar ou escanear com a câmera do seu smartphone para acessar conteúdos complementares, materiais de apoio e leituras indicadas. |

E então, vamos dar um up no digital dos pequenos negócios?

Conte conosco!

Sebrae

Sumário

| | |
|--|-----------|
| Introdução | 6 |
| Pessoas e atribuições | 7 |
| Principais linhas temáticas | 8 |
| A importância da comunicação com as pessoas participantes..... | 8 |
| Lógica e dinâmica da solução | 11 |
| Estágios da jornada do Up Digital Marketing..... | 12 |
| Aquecimento pré-jornada..... | 13 |
| Primeiro encontro..... | 13 |
| Segundo encontro..... | 14 |
| Primeira rodada de consultorias individuais | 15 |
| Terceiro encontro | 16 |
| Avaliação da jornada pela pessoa participante | 17 |
| Aspectos importantes sobre a dinâmica da jornada do Up Digital Marketing | 17 |
| Desenvolvimento de relatório pela pessoa facilitadora..... | 18 |
| Modelo de atuação..... | 19 |
| Preparação..... | 19 |
| Encontros e consultorias..... | 26 |
| Encontro1..... | 27 |
| Materiais de apoio | 28 |
| Recursos necessários para a aplicação | 29 |
| Ações anteriores ao encontro | 29 |
| Ações durante o encontro..... | 31 |
| Ações posteriores ao encontro..... | 34 |

Sumário

| | |
|--|-----------|
| Encontro 2 | 35 |
| Materiais de apoio | 36 |
| Recursos necessários para a aplicação | 37 |
| Ações anteriores ao encontro | 38 |
| Ações durante o encontro..... | 39 |
| Ações posteriores ao encontro..... | 41 |
| Consultoria individual 1..... | 41 |
| Materiais de apoio | 43 |
| Recursos necessários para a aplicação | 44 |
| Ações anteriores à consultoria..... | 45 |
| Ações durante a consultoria | 46 |
| Ações posteriores à consultoria..... | 47 |
| Encontro 3..... | 48 |
| Materiais de apoio | 49 |
| Recursos necessários para a aplicação | 51 |
| Ações anteriores ao encontro | 51 |
| Ações durante o encontro..... | 52 |
| Ações posteriores ao encontro..... | 54 |
| Consultoria individual 2..... | 55 |
| Materiais de apoio | 56 |
| Recursos necessários para a aplicação | 57 |
| Ações anteriores à consultoria..... | 58 |
| Ações durante a consultoria | 59 |
| Ações posteriores à consultoria..... | 60 |
| Encerramento | 61 |
| Orientações sobre a emissão de certificado | 63 |
| Referências bibliográficas | 64 |



Introdução



O Up Digital Marketing é uma solução desenvolvida pelo Sebrae com foco em micro e pequenas empresas. O objetivo é acelerar a inserção digital dos pequenos negócios e auxiliá-los a estabelecer presença on-line, além de aumentar as vendas pela internet.

Dessa forma, o conteúdo é básico e bastante introdutório. É importante desmistificar o marketing digital, apresentar os conceitos e ferramentas com simplicidade para facilitar o processo de adesão e para que seja superada qualquer resistência ou receio inicial das pessoas participantes.

Por esse motivo, o Up Digital Marketing é extremamente prático. A proposta é que as pessoas empreendedoras absorvam o conteúdo e avancem para a aplicação durante o período da jornada. A dinâmica é desenvolvida em encontros e consultorias que serão detalhados no capítulo seguinte deste guia.

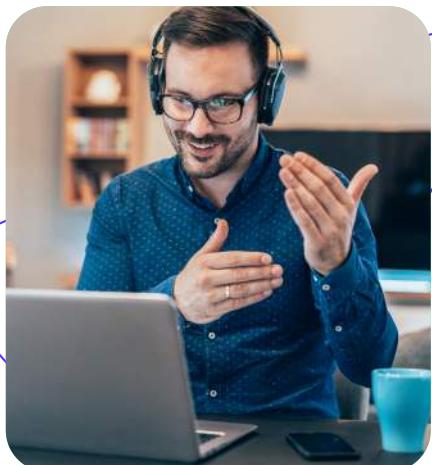
Agora que você já sabe um pouco sobre o propósito do Up Digital Marketing, vamos conhecer as pessoas envolvidas e seus papéis.

Pessoas e atribuições

Para a realização bem-sucedida de uma jornada do Up Digital Marketing, é necessário contar com alguns atores importantes nesse processo. Trouxemos um panorama dos principais e como estão envolvidos na jornada.

Pessoa Gestora do Up Digital Marketing

A pessoa gestora do Up Digital Marketing é a responsável pela solução dentro do Sebrae. É essa pessoa que direciona a operação, acompanha a aplicação do conteúdo e recebe os relatórios de desempenho das pessoas participantes. Cuida da formação e repasse de turmas, além de gerenciar todo o time de facilitadores.



Facilitadores

É o papel que você assume no processo. A pessoa facilitadora é responsável por coordenar as comunicações do Sebrae com a turma, esclarecer as dúvidas das pessoas participantes, apresentar o conteúdo e realizar consultorias individuais. Além disso, deve registrar o desempenho de cada empresa inscrita.

Participantes

São os alunos e alunas do Up Digital Marketing. Fazem parte desse grupo as empresas que podem ser MEI, ME ou EPP, além de artesãos e produtores rurais. Elas podem estar representadas pela pessoa proprietária do negócio, uma ou mais pessoas sócias e até mesmo por colaboradores responsáveis por essa atribuição. É importante ressaltar que, na solução, são consideradas inscritas as empresas (os CNPJs), e não os representantes (CPFs).





Principais linhas temáticas

Durante o Up Digital Marketing, são apresentados um conjunto de conceitos, práticas e ferramentas do marketing digital a quem participa da solução. A lista a seguir traz os principais conteúdos que serão tratados:

- A importância de estar presente no mundo digital
- A jornada do consumidor: como conquistar e fidelizar um cliente
- O que são personas e como criá-las?
- Tom e voz: como se comunicar com o cliente
- Os principais conceitos de marketing digital
- Inbound e outbound: vantagens e desvantagens de cada abordagem
- Instagram, Facebook, WhatsApp Business, Tik Tok e as principais redes sociais
- A plataforma Google para empresas
- CRM: o que é e como utilizar
- Primeiros passos para anunciar
- Criação e utilização de *landing pages*
- Elaboração de conteúdo e estratégia digital
- Site da empresa, domínio e e-mail personalizado
- Marketplaces e lojas virtuais

Ao longo do guia, você conhecerá os momentos em que esses assuntos serão introduzidos e também poderá acessar materiais de apoio, como as apresentações de slides sugeridas que vão facilitar e orientar o processo de aplicação.

A importância da comunicação com as pessoas participantes

Toda comunicação do Up Digital Marketing acontece por meio de um grupo de WhatsApp que inclui quem participa, a pessoa gestora local Sebrae e a pessoa facilitadora.



Se liga

É pelo grupo de WhatsApp que são compartilhadas informações para a turma, como o link para os encontros virtuais, o agendamento de consultorias e também materiais da formação. Por isso, é muito importante manter uma comunicação efetiva e integrada nesse canal.

Assim, contamos com você para a interação, o esclarecimento de dúvidas e o estímulo à troca de ideias produtivas entre quem participa.

Trazendo mais detalhes, o grupo de WhatsApp é utilizado para:

| | |
|--|---|
| | Repcionar as pessoas participantes. |
| | Enviar o cronograma do Up Digital Marketing. |
| | Compartilhar os links de videoconferência das salas onde os encontros coletivos serão realizados. |
| | Disponibilizar o material utilizado nos encontros. |
| | Compartilhar conteúdo complementar. |

Logo no início, é importante que você se apresente no grupo de WhatsApp e estimule que as pessoas também façam suas apresentações. Isso ajuda a quebrar o gelo inicial e a estimular o sentimento de comunidade entre elas.



Por dentro da jornada

O momento inicial, pré-jornada, que ocorre antes do início do primeiro encontro coletivo ao vivo, é essencial para a redução da evasão. As pessoas participantes chegam sempre com perguntas e curiosas para conhecer como será o Up Digital Marketing, quem conduzirá as atividades e questões similares. Por isso, é importante que se sintam acolhidas e tenham suas dúvidas esclarecidas.

Também será importante esclarecer às pessoas que o Up Digital Marketing tem a proposta de contribuir para a competitividade dos pequenos negócios em um mundo que demanda transformação digital de todas as empresas, em uma velocidade bastante acelerada. Isso quer dizer que falar sobre presença on-line não é discutir o futuro, mas o presente. Essa importância precisa ser destacada e ficar muito evidente para as pessoas empreendedoras ao longo de todo o processo.



Aponte a câmera do seu celular ou
clique no QR Code para ver o conteúdo.

Podcast - A experiência de Facilitação no Up Digital Marketing

Preparamos para você um podcast que traz uma entrevista com uma pessoa facilitadora do Up Digital Marketing que tem ampla experiência com a implementação da solução e vai compartilhar um pouco dela com você!

Não perca tempo! Dê play agora mesmo para conferir!

Gostou de saber mais sobre como funciona a implementação? No próximo capítulo, você terá outras informações sobre a lógica e a dinâmica do Up Digital Marketing.



Lógica e dinâmica da solução



Antes de introduzir a lógica pela qual o Up Digital Marketing funciona, é necessário ter em mente os objetivos de aprendizagem da solução:



Conhecer as estratégias digitais para vender mais e melhor no meio online.



Começar a construir a presença digital do seu negócio.



Compreender como utilizar a linguagem adequada para acessar novos clientes e mercados.



Ter noções básicas sobre como anunciar na internet.



Conseguir pensar estratégias de marketing digital eficientes.



Ter habilidade para desenvolver o trabalho tático de gestão de mídias sociais.



Ter capacidade de produzir e direcionar conteúdo relevante para o seu cliente.



Para alcançar esse propósito, o método do Up Digital Marketing foi desenvolvido prevendo um acompanhamento aproximado das pessoas participantes. Isso acontece por meio de encontros coletivos, consultorias individuais e interações no grupo de WhatsApp. A seguir, você terá mais informações sobre esses momentos.

Estágios da jornada do Up Digital Marketing

A jornada do Up Digital Marketing se desenvolve dentro de, aproximadamente, 15 dias. São duas semanas em que acontecem:

- três encontros coletivos; e
- duas rodadas de consultorias individuais.

Mas fique atento! A sua atuação na jornada do Up Digital Marketing começa muito antes do primeiro encontro.



Aponte a câmera do seu celular ou clique no QR Code para ver o conteúdo.

Vídeo - O papel do facilitador na jornada do Up Digital Marketing

Preparamos para você um vídeo com explicações sobre os diferentes momentos da jornada de formação do Up Digital Marketing e como será sua atuação em cada um deles.

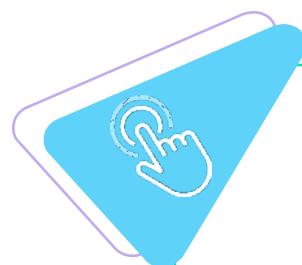
Dê play e confira!

Para complementar o vídeo que acabou de assistir, na sequência você confere uma visão geral de cada um dos momentos da formação e, no capítulo seguinte, você conhecerá todos eles em detalhes!



Aquecimento pré-jornada

As turmas do Up Digital Marketing são fechadas alguns dias antes do início dos encontros. Por isso, é importante realizar um aquecimento nos grupos de WhatsApp. Conforme citado anteriormente, é necessário enviar uma mensagem no grupo se apresentando.



Dê um Up

Para essa apresentação, o ideal é que você grave um vídeo simples que inclua:

- as principais informações de cronograma e número de encontros;
- uma explicação geral sobre a dinâmica Up Digital Marketing;
- comentários bem gerais sobre os tópicos que serão abordados ao longo da jornada.

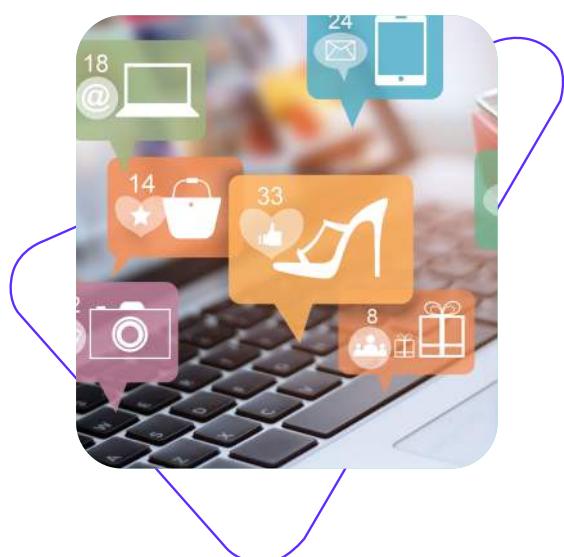
O vídeo é o recurso mais indicado, pois possibilita um maior engajamento, e é também mais efetivo e útil para que as pessoas criem familiaridade com você.

Faz parte dessa fase enviar dicas, alguns materiais prévios, como pílulas, *teasers* de conteúdos e recomendações de estudo. Você terá mais detalhes sobre isso no capítulo seguinte. A função desse aquecimento é construir engajamento para que não haja (ou seja minimizada) a evasão no primeiro encontro.

Primeiro encontro

O primeiro encontro terá duas horas de duração. Parece bastante, mas passa voando! Ele tem uma função crucial na jornada do Up Digital Marketing para quem participa: apresentar o universo do marketing digital e suas possibilidades.

É essencial que a pessoa empreendedora compreenda o tamanho desse mercado e a importância de estar presente no digital. O encontro conta com apresentações de conceitos variados, por isso é importante dosar o tempo para não ultrapassar os limites.





Além disso, é essencial propor desafios e estimular a participação dos presentes. Sempre que utilizar exemplos, procure focar naqueles que são factíveis para os pequenos negócios. Eles precisam se enxergar em cada passo da solução. Esse é o primeiro dia oficial da jornada.

Segundo encontro

O segundo encontro também terá duas horas de duração. Ele é estratégico na jornada do Up Digital Marketing.

Por dentro da jornada

O Encontro 2 ocorre em um momento no qual a pessoa que participa já conheceu os canais digitais e está envolvida no conteúdo. Por isso, será a hora de partir para os conceitos, as estratégias e as ferramentas mais esperadas.

É nessa ocasião que apresentamos as redes sociais, seus formatos, como produzir conteúdo. É um encontro que direciona para o momento mão na massa.

Nesse encontro, é extremamente importante que você considere exemplos didáticos e de fácil entendimento.

Se liga

É relevante pontuar que existem participantes do Up Digital Marketing que nunca abriram o Instagram na vida. Dessa forma, deve-se ter o cuidado de construir uma explicação didática o suficiente para contextualizar participantes muito iniciantes, mas que não seja básica demais e, dessa maneira, fique no caminho daqueles que entendem um pouquinho mais.



Dessa forma, procure sentir a turma e seguir um ritmo que todos possam acompanhar e tirar bom proveito das instruções. Isso será decisivo para que a pessoa se sinta estimulada a marcar sua primeira consultoria individual.

Primeira rodada de consultorias individuais

Os três primeiros dias úteis após o segundo encontro são os indicados para acontecer a primeira rodada de consultorias individuais

Durante esses três dias, você deve disponibilizar a sua agenda e as pessoas participantes selecionam os horários para realização. É importante colocar que a ordem para reserva é a ordem de chegada. Isso quer dizer que a pessoa que não se antecipou para realizar seu agendamento precisará se adequar aos horários restantes.



Mas é indispensável que você disponibilize pelo menos um horário para cada participante da turma.

As consultorias individuais têm uma duração de 45 minutos. Elas são completamente focadas no pequeno negócio, e dessa forma é importante estudar a empresa antes do momento em que você se sentará frente a frente com a pessoa empreendedora.

É recomendado que a pessoa participante termine sua primeira consultoria e tenha encaminhamentos para trabalhar durante a semana e possa levar na segunda consultoria individual. Ela tem três dias úteis, após o segundo encontro, para realizar a primeira consultoria.

As janelas para marcação de consultorias individuais devem ser respeitadas.



Terceiro encontro

O terceiro encontro costuma ser considerado o mais desafiador para manter o engajamento de quem participa. Por isso, merece um cuidado muito especial.



Dê um Up

O trabalho de aquecimento nos grupos entre os dias de consultorias individuais e o terceiro encontro são fundamentais para evitar a evasão. Tenha, portanto, ainda mais atenção à comunicação estabelecida no grupo de contato pelo WhatsApp e às possibilidades de uma maior interação.

O material abordado no terceiro encontro gera bastante curiosidade, o que auxilia no interesse do grupo e você terá com ele várias possibilidades para o trabalho na turma ao longo das duas horas de duração do encontro. Nesse momento, também deverá ocorrer o reforço para que as pessoas marquem sua segunda consultoria individual.

Segunda rodada de consultorias individuais

A segunda rodada de consultorias ocorre entre o nono e décimo quarto dia de jornada e espera-se que a pessoa participante traga algo que executou a partir de exercícios propostos na consultoria anterior ou qualquer avanço com base no material dos encontros coletivos.

Procure avaliar o desempenho e entender se a pessoa compreendeu o Up Digital Marketing, se já consegue praticar algumas atividades. Nesses 45 minutos, é importante perceber se ela realizou algo dentro do planejado, se tem obtido sucesso na prática e quais são suas dúvidas.





Por dentro da jornada

Nesse momento da jornada do Up Digital Marketing, já é esperado que a pessoa empreendedora consiga se aventurar e colher resultados relativamente positivos dentro de suas experiências. Podem acontecer casos em que a pessoa participante agendou somente a segunda consultoria individual ou não conseguiu executar os exercícios previstos na primeira consultoria. Nesses casos, o direcionamento é o acolhimento dessas pessoas e o atendimento em segunda oportunidade de consultoria individual.

Avaliação da jornada pela pessoa participante

Um aspecto importante da jornada de uma turma do Up Digital Marketing é a avaliação de sua participação na solução. Por isso, deve ser adotado o Termômetro Up como forma de captação de feedbacks. O link para o Termômetro Up deve ser enviado pela pessoa facilitadora, no grupo de WhatsApp, logo após os três primeiros encontros e também ao final das consultorias individuais. O referido link será gerado, em cada caso, pela pessoa gestora do Up Digital Marketing.

Estimule para que todos façam o preenchimento e o envio da avaliação. Ela é de extrema importância para que possamos medir, com base em dados, o nível de satisfação do cliente Sebrae e construir novas iniciativas a partir do feedback recebido.

Aspectos importantes sobre a dinâmica da jornada do Up Digital Marketing

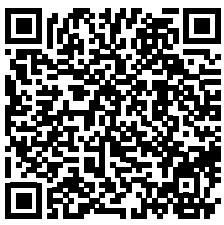
Para que a condução dos momentos que acabamos de descrever ocorra com sucesso, é preciso que você desde o início esclareça e reforce com o grupo os seguintes pontos:

- **Os encontros coletivos são on-line e ao vivo.** Não existe, portanto, reposição de aula. Além disso, os encontros não são nem devem ser gravados. Sabe por quê? Encontros gravados demandam infraestrutura, além da autorização de uso de direito de imagem por parte dos presentes.
- **Quando alguma pessoa participante perde um encontro coletivo, o ideal é não deixar que ela desista.** É importante lembrar, nesses casos, que todos os materiais utilizados em aula serão compartilhados. Assim, a pessoa pode se atualizar sobre o que aconteceu com base no material e seguir com a turma. Eventuais dúvidas podem ser esclarecidas nos momentos das consultorias individuais.
- **As consultorias individuais são marcadas diretamente com a pessoa facilitadora.** Existe flexibilidade nessa agenda, mas é importante que você disponibilize o número suficiente de horários para que todos os inscritos sejam bem atendidos. Dê preferência para disponibilizar uma agenda dentro do horário comercial.



Desenvolvimento de relatório pela pessoa facilitadora

Um dos pontos mais importantes na atuação como pessoa facilitadora é a construção dos relatórios de turma.



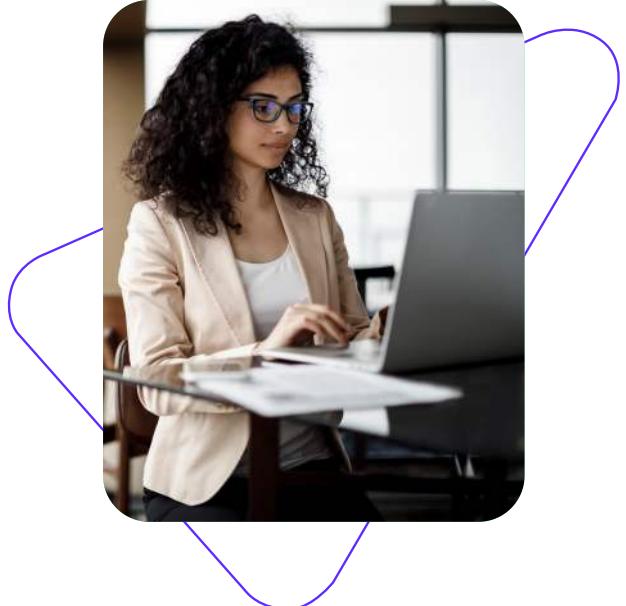
Aponte a câmera do seu celular ou clique no QR Code para ver o conteúdo.

Modelo de relatório

Faça o download e conheça o modelo de relatório adotado pelo Sebrae que você preencherá ao longo da jornada do Up Digital Marketing.

Por meio dos relatórios, é possível entender de maneira qualitativa como estão se saindo as empresas, a efetividade e o engajamento do público na solução.

Além disso, os relatórios definem quem conquista ou não um certificado de participação no Up Digital Marketing. O ideal é que o relatório esteja em preenchimento no decorrer da turma para que, ao final, apenas seja formalizada a entrega.



Por isso, a cada encontro coletivo, a cada consultoria individual, registre tudo no relatório, mantendo-o sempre atualizado! Converse com a pessoa gestora do Sebrae e defina, junto com ela, um local para compartilhamento dos documentos e registro das suas impressões.

No próximo capítulo, você conhecerá ainda mais detalhes sobre o modelo de atuação no Up Digital Marketing e sobre quais são as ações esperadas e as boas práticas de facilitação em cada momento.



Modelo de atuação

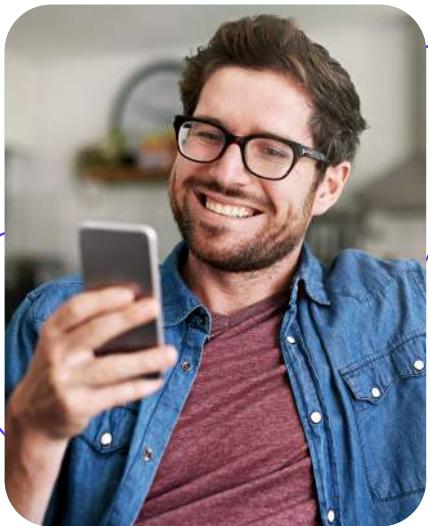


Em cada momento da jornada, comentados em linhas gerais anteriormente, há práticas recomendadas que garantem que a implementação da metodologia do Up Marketing Digital seja um sucesso.

Conhecê-las em detalhes e aplicá-las fará toda a diferença. Por isso, além de ler com bastante atenção o conteúdo a seguir, também tenha sempre o Guia como uma referência para realizar consultas ao longo do processo.

Preparação

A preparação será um dos momentos mais importantes dentro da jornada do Up Digital Marketing. Sua atuação como pessoa facilitadora pode ser determinante para o sucesso ou o fracasso de uma turma. Isso porque cativar o engajamento nessa fase aumenta as chances de contar com uma evasão bem menor no primeiro encontro.



A **preparação** é convergente com o que foi citado no capítulo anterior como **aquecimento pré-jornada**. Ela envolverá três dias em que você estará em contato com as pessoas participantes no grupo do WhatsApp.

Veja que o objetivo aqui é realizar uma integração das pessoas participantes na solução, que elas o conheçam, se familiarizem com você e se empolguem com o início do curso. Dessa forma, essa preparação consiste em sanar todas as dúvidas do grupo sobre a mecânica do Up Digital Marketing.

Atente-se às informações que puderem ser passadas nesse momento, como cronograma, conteúdos que serão trabalhados (de maneira mais geral), links, acessos, materiais e rotinas relevantes.

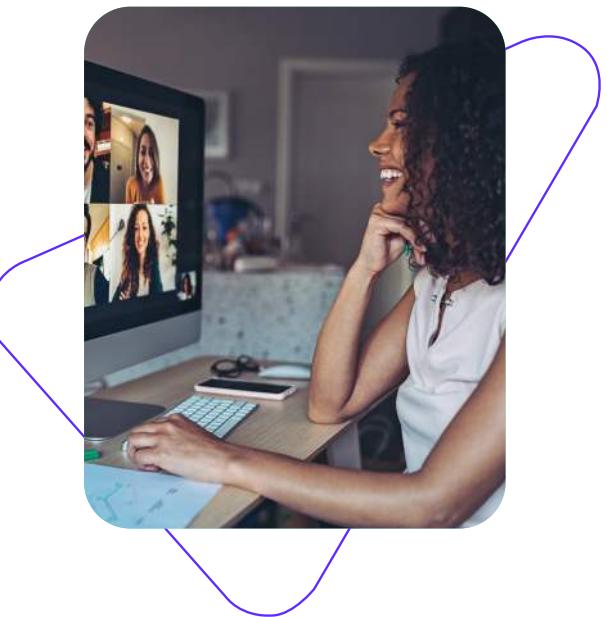
Dê um Up

Nessa etapa, também é seu papel **estimular as conexões** entre as pessoas participantes, promover o networking e mediar as introduções. Solicite que eles se apresentem, falem sobre seus negócios e sobre quais expectativas têm para o curso.

Em experiências anteriores, já houve casos em que as pessoas da turma se conectaram, eram da mesma cidade e se juntaram para oferecer vantagens conjuntas aos clientes. Tenha sempre em mente que o Up Digital Marketing possui também uma dinâmica coletiva para estimular a troca de experiências e oportunidades entre as pessoas que empreendem. Por isso, é sempre válido possibilitar parcerias, afinal, quando duas ou mais empresas colaboram, todo mundo sai ganhando: o cliente e os negócios, que se fortalecem.



Quando bem executada essa fase, a pessoa participante chega ao primeiro encontro muito mais ativa e propensa a participar. Prepare-se para esse momento de integração. Elaboramos um checklist para que você consiga sempre se lembrar do que deve falar e quais são os principais pontos levantados pelo grupo que precisam de resposta.



Se liga

Sabemos a importância da autenticidade da comunicação. Para que as pessoas participantes se conectem com você, é necessário que elas sintam essa verdade nas mensagens enviadas. Por isso, valorize o seu jeitinho de falar. Uma dica para otimizar o atendimento é preparar um **banco de respostas** com base nas informações mais importantes. Dessa maneira, sempre que precisar ou que alguém fizer uma pergunta no grupo, você terá a resposta de forma rápida e fácil.

Ações importantes para o momento de preparação – aquecimento para a jornada

A seguir estão compiladas as principais ações a serem realizadas por você para o momento de preparação, o qual envolve o aquecimento para a jornada.

Vídeo de apresentação

Deverá ter entre um e dois minutos. Não precisa se preocupar com grandes produções. Grave um vídeo de maneira simples e direta, como quem produz um story para o Instagram.

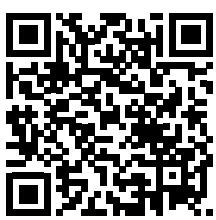


Se liga

Aqui estão algumas sugestões para a gravação do vídeo:

- Grave com a câmera frontal para favorecer uma aproximação com quem vai assistir.
- Lembre-se de utilizar uma linguagem clara, acessível e conversacional.
- Evite uma formalidade excessiva.

A proposta é que você se apresente, fale brevemente sobre a sua experiência, dê as boas-vindas ao grupo, comente em linhas gerais como será a jornada e reforce o convite para o primeiro encontro, informando o horário.



Aponte a câmera do seu celular ou
clique no QR Code para ver o conteúdo.

Para se inspirar

Acesse o QR Code ao lado para ver um exemplo de vídeo de apresentação gravado por um dos consultores do Up Digital Marketing. Assim poderá ter insights para realizar a sua própria gravação.

Apresentação em texto

De forma complementar ao vídeo, também encaminhe uma mensagem de apresentação em texto. Nela, você pode ser bem mais direto. Registre o seu nome e diga que você será a pessoa facilitadora da turma.

Veja a seguir um exemplo de como pode ser essa mensagem. Fique à vontade para personalizá-la.

“Olá, pessoal! Meu nome é <insira o seu nome>. Eu serei a pessoa facilitadora desta turma na jornada. Boas-vindas ao Up Digital Marketing. Contem sempre com o meu apoio.”



Sinta-se livre para utilizar recursos que proporcionem leveza à comunicação, tal como emojis, GIFs e figurinhas. Personalize do seu jeito! Claro, sempre tendo em mente o que é apropriado e de bom tom.

Lembre-se de que, quando você interage dentro do Up Digital Marketing, você representa o Sebrae. Tenha sempre muita responsabilidade e se atente ao que compartilha.

Atenção! É proibida a divulgação de marcas e conteúdos externos ao Sebrae, bem como serviços relacionados à empresa da pessoa facilitadora. Essa prática constitui falta gravíssima.

Convide as pessoas participantes para a conversa

Depois que já tiver se apresentado e dado boas-vindas às pessoas participantes, será hora de convidá-las para o diálogo. Nesse momento, deixe as pessoas bem confortáveis e faça a mediação entre as respostas.

Para estimular essa interação inicial, você poderá escrever um breve texto, como o mostrado a seguir.

"Agora quero conhecer um pouco mais sobre vocês! Que tal se apresentarem? Convido que cada um comente aqui qual é seu nome, o nome da sua empresa, a cidade onde está localizada e quais são as expectativas para o nosso curso. Ah, aproveitem e já compartilhem também as redes sociais da sua empresa aqui! Vamos lá? Quem começa? 🚀"



Se liga

Atenção: quando usar emojis, dê preferência a colocá-los ao final das expressões, pois isso contribui para a acessibilidade. Alguns leitores de textos costumam apresentar erros quanto os emojis estão no meio das frases.

Além disso, utilize pronomes de tratamento adequados e opte por uma linguagem mais neutra, acolhedora e inclusiva, e que contele diferentes pessoas. Fomente um ambiente no qual prevaleça as regras de respeito e convivência, considerando também a diversidade de gênero, raça, credo, entre outras.

Nas interações pelo grupo, tenha atenção aos retornos das pessoas participantes. Utilize elementos fornecidos nas próprias mensagens e conversas para construir o diálogo. As reações do WhatsApp também são um recurso interessante nesse momento.

Cronograma

Ao longo das comunicações iniciais, aproveite a oportunidade para enviar o cronograma da jornada. Deixe-o também fixado na descrição do grupo.

As informações das datas serão passadas pela gestão do Up Digital Marketing. Condense tudo em uma única mensagem e faça o envio. Você pode enriquecer o conteúdo com emojis para facilitar a compreensão e deixá-lo mais atrativo. Por exemplo:

Olá, pessoal!

O Up Digital Marketing está chegando... Já é na próxima semana, e é um prazer ter vocês todos na turma. 😊

Já estamos preparando tudo por aqui para começar. Enquanto isso, já vamos enviar um cronograma para que você possa organizar a sua agenda e aproveitar o Up Digital Marketing ao máximo. Os três encontros ao vivo vão acontecer nos dias:

- > **Encontro 1: 4 de outubro**
- > **Encontro 2: 5 de outubro**
- > **Encontro 3: 11 de outubro**

Na descrição do grupo, você pode consultar essas informações sempre que desejar. 📆🌟

Voltamos em breve com dicas, informações e novidades. Fiquem atentos!

Estamos ansiosos para compartilhar conhecimentos com vocês. ❤️😊

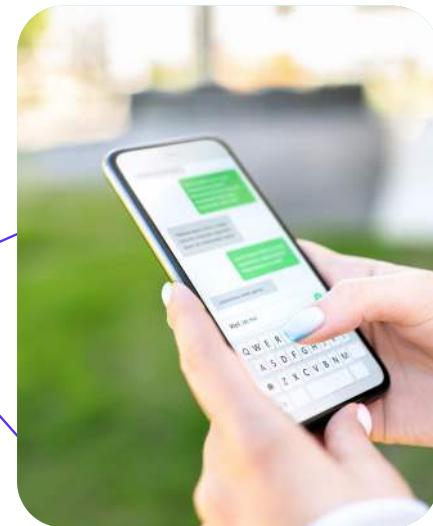
Partiu dar um *up digital* no seu negócio?



Não deixe as pessoas participantes sem resposta!

É extremamente frustrante entrar em uma conversa e não receber um retorno. Essa experiência se amplifica no âmbito de um curso.

Mesmo com as comunicações, envio de cronograma e descrição do grupo, algumas perguntas poderão ser repetidas: horário; datas dos encontros; se as aulas ficam gravadas (não ficam); se os materiais serão disponibilizados; links para os encontros e similares. Responda-as sempre com cordialidade e acolha as dúvidas.



Essa mediação é fundamental para que as pessoas se mantenham estimuladas e em interação constante.

Para você conferir se está tudo encaminhado quanto ao momento de preparação, utilize o checklist a seguir como apoio.



Checklist

Confira quais são as principais ações que você precisará desenvolver no momento da preparação para a jornada.

- Se apresentar à turma por meio de mensagens de texto e vídeo.
- Estimular a conversa e a interação entre as pessoas.
- Compartilhar o cronograma dos encontros e deixá-lo fixado na descrição do grupo.
- Ter atenção para que ninguém fique sem respostas.



Encontros e consultorias

Agora que você já entendeu como funciona a preparação para o início do Up Digital Marketing, chegou a hora de entender como conduzirá os encontros e as consultorias.

Algumas orientações gerais se aplicam para todos eles:

- Como pessoa facilitadora da turma, você deve sempre se apresentar como **consultor do Sebrae**. Não existe impedimento para falar sobre outras iniciativas como pessoa empreendedora, mas lembre-se sempre que no Up Digital Marketing você representa o Sebrae. Por isso, é proibida qualquer propaganda e divulgação de marca e conteúdos, ou mesmo oferta de quaisquer serviços. Lembre-se que essa prática constitui falta gravíssima.
- Preze sempre pela **neutralidade** e pelo **respeito**. Nas turmas, encontramos pessoas diversas, com ideologias políticas, crenças e características variadas. Por isso, tenha sempre o máximo de respeito e evite comentários polêmicos ou falar sobre a individualidade de quem participa da solução. Um ambiente onde todos se respeitam é bem mais agradável e propenso ao desenvolvimento.
- Não utilize palavrões e **evite ser prolixo**. A linguagem utilizada deve ser leve e de simples entendimento, porém, sempre respeitosa. Valorize o respeito à diversidade de gênero, raça, credo, entre outras. Lembre-se de que, quando você fala na sala de aula, é a voz de um representante do Sebrae.
- **Administre bem o tempo**. Faça um planejamento prévio de como usará o tempo do encontro. A dinâmica é longa e não desejamos que seja cansativa. Por isso, não passe do horário estabelecido e trabalhe cada assunto em um período equilibrado.

Além dessas práticas, que são comuns para todos os momentos da jornada do Up Digital Marketing, também há ações específicas para cada encontro e consultoria. Conheça-as a seguir.



Encontro 1

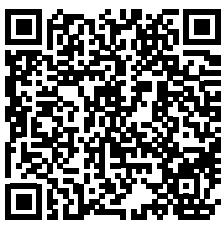
Aqui você encontrará as orientações necessárias para conduzir o Encontro 1. Para começar, acompanhe as informações sobre a duração do encontro, os conteúdos trabalhados e os objetivos.

| | |
|--|---|
|  Duração | 2 horas |
|  Conteúdos | <ul style="list-style-type: none">● A importância de estar presente no mundo digital● Jornada do consumidor: o que é e como fazer● Persona● Tom de voz● Conceitos de marketing digital● Funil de vendas |
|  Objetivos | <ul style="list-style-type: none">● Apresentar o universo do marketing digital.● Introduzir termos, siglas e conceitos que são importantes para navegar no assunto de maneira descomplicada e acessível. <p>Mesmo com a abordagem do glossário no Guia do Participante sobre esses pontos, é importante falar no decorrer do encontro. A trilha de conteúdos do Encontro 1 foi construída para que a pessoa empreendedora entenda: a relevância do marketing digital e por que deve utilizá-lo; com quem falar e como se posicionar no ambiente on-line.</p> |



Materiais de apoio

Para a realização do primeiro encontro, você poderá contar com os materiais de apoio disponibilizados a seguir.



Aponte a câmera do seu celular ou clique no QR Code para ver o conteúdo.

Slides para condução do encontro

Os slides são uma referência para ajudá-lo a realizar a facilitação. Recomendamos que você personalize e enriqueça o material com exemplos para cada etapa da jornada do cliente, de persona e tom de voz. É fundamental a seleção de exemplos que se conectam com a realidade das micro e pequenas empresas. Quando as pessoas empreendedoras veem que o conteúdo é de simples produção, elas entendem que é uma realidade possível e acessível para elas.



Aponte a câmera do seu celular ou clique no QR Code para ver o conteúdo.

Pocket - Encontro 1

O pocket traz orientações adicionais para a condução do Encontro 1, tendo por base o material disponibilizado. Não deixe de consultá-lo.



Aponte a câmera do seu celular ou clique no QR Code para ver o conteúdo.

Vídeo teaser - Encontro 1

Esse vídeo foi pensado para estimular e despertar a curiosidade das pessoas para o Encontro 1. Ele deverá ser compartilhado pelo grupo do WhatsApp uma hora antes de começar o encontro.



Aponte a câmera do seu celular ou clique no QR Code para ver o conteúdo.

Infográfico - Encontro 1

O infográfico é um mapa mental que resume os assuntos discutidos no Encontro 1. Ele deverá ser compartilhado pelo grupo do WhatsApp após o encontro ser finalizado.

Recursos necessários para a aplicação

Para a aplicação do Encontro 1, você precisa de:

| | |
|---|---|
|  | <p>Link para a videoconferência</p> <p>É recomendado que seja utilizado um software de ampla utilização, como Google Meet, Microsoft Teams ou Zoom. Lembre-se de que o encontro tem duração de duas horas e a sala deve ser mantida aberta por todo esse tempo. O link deve ser gerado por você com pelo menos 48h de antecedência e ser disponibilizado tanto para a pessoa gestora do Sebrae quanto para as pessoas participantes.</p> |
|  | <p>Materiais de apoio</p> <p>Acesse e estude anteriormente os materiais de apoio disponibilizados. Conforme dissemos, os slides são uma diretriz inicial. Você tem autonomia para ajustar, inserir exemplos e personalizar. Apesar disso, é indispensável manter os objetivos e os conteúdos previstos para o primeiro encontro, além da ordem de exposição. Lembre-se de que o Up Digital Marketing é uma solução do Sebrae em nível nacional. Dessa maneira, é imprescindível que o conteúdo que sua turma está aprendendo seja o mesmo que as outras pessoas participantes espalhadas pelo Brasil terão acesso.</p> |

Quer saber quais são as ações necessárias para a condução do Encontro 1? Siga em frente para conhecê-las!

Ações anteriores ao encontro

No dia do Encontro 1, é importantíssimo lembrar às pessoas do encontro e do horário. Por isso, envie com pelo menos **quatro horas de antecedência** uma mensagem no grupo de WhatsApp com o lembrete e disponibilize o link para a videoconferência.



Para reforçar o convite, uma hora antes de o encontro começar, encaminhe o vídeo teaser no grupo do WhatsApp. A intenção é transmitir ao grupo que será um encontro imperdível, com muitos aprendizados.

Por fim, quando faltarem 15 minutos para o início do encontro coletivo, faça um novo disparo de mensagem. Sinalize ao grupo que o encontro está prestes a começar e disponibilize novamente o link da sala para facilitar o ingresso.



Se liga

É possível que algumas pessoas tenham dificuldades para ingressarem na sala. Esteja sempre pronto para oferecer auxílio. Recomende que, se estiverem acessando pelo celular, é importante baixar o aplicativo anteriormente. Caso estejam utilizando um computador e tenham dificuldades, sugira colar o link compartilhado em uma guia anônima e tentar acessar mais uma vez. Dessa maneira, geralmente, as pessoas conseguem entrar.

Logo que encaminhar a mensagem, faltando 15 minutos para o horário, é necessário que você ingresse na sala e já fique disponível para recepcionar as pessoas participantes.



Muitas vezes a sala fica silenciosa demais, principalmente porque as pessoas, assim que ingressam, ficam caladas. Então, uma sugestão é colocar uma música para preencher o silêncio e também para ajudar a quebrar o gelo. Estabeleça um clima leve e acolhedor ao encontro.

Espere 15 minutos até que todas as pessoas se acomodem. Você terá em mãos a lista de participantes, que será disponibilizada pela pessoa gestora do Sebrae. Percebeu que todos entraram antes de os 15 minutos acabarem? Sinta-se livre para começar.

Ações durante o encontro

Assim que iniciar oficialmente o encontro, compartilhe a sua tela, abra a sua câmera e tenha atenção também ao chat. Confira no checklist a seguir as ações a serem desenvolvidas antes de iniciar o conteúdo do encontro.



Checklist

Ações a serem realizadas **antes de iniciar o conteúdo** do Encontro 1.

- Certifique-se que as pessoas estão conseguindo ouvir e acompanhar a tela compartilhada.
- Registre os nomes dos que estão presentes. É indispensável identificar e documentar as pessoas participantes que compareceram.
- Apresente-se oficialmente para a turma e incentive que as pessoas se apresentem. É interessante deixar livre a utilização de câmera, mas recomende que isso aconteça.



Toda pessoa participante precisa estar presente em 75% do curso. Esse é um critério para a obtenção do certificado. Sendo assim, conferir a frequência é uma ação indispensável.



Para esse registro, você pode tirar uma captura de tela da lista de participantes, disponível na sala de videoconferência. Se ficar em dúvida entre participantes que têm o mesmo nome, peça que eles se identifiquem para que você consiga indicar a presença no relatório.

A exposição do conteúdo terá início com a apresentação de dados e do contexto do mundo digital. O grande objetivo aqui será deixar claro o tamanho das oportunidades para os pequenos negócios que estão presentes na utilização dos meios digitais. Assim será possível construir o entendimento da importância de que estejam presentes nesse ambiente.



Se liga

O conteúdo apresenta, inicialmente, diversos números e resultados de pesquisas. Por isso, é fundamental trazer explicações e apontamentos que facilitem a compreensão. Você pode acrescentar outros dados e informações, mas lembre-se sempre de buscar em fontes confiáveis e de indicá-los nos slides em questão. Ah, tenha cuidado para não acumular coisas que fogem aos objetivos ou que possam extrapolar o tempo previsto para o encontro e deixá-lo cansativo.

Após a apresentação desses dados iniciais, serão tratados os seguintes assuntos: jornada do consumidor, persona e tom de voz. O material foi construído com a intenção de que esses conteúdos fossem trabalhados da forma mais lúdica e acessível possível. Assim, você observará que as fases da jornada foram transformadas em fases de um jogo com desafio, estratégia e exemplo.

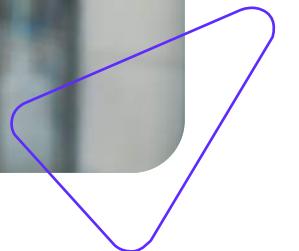
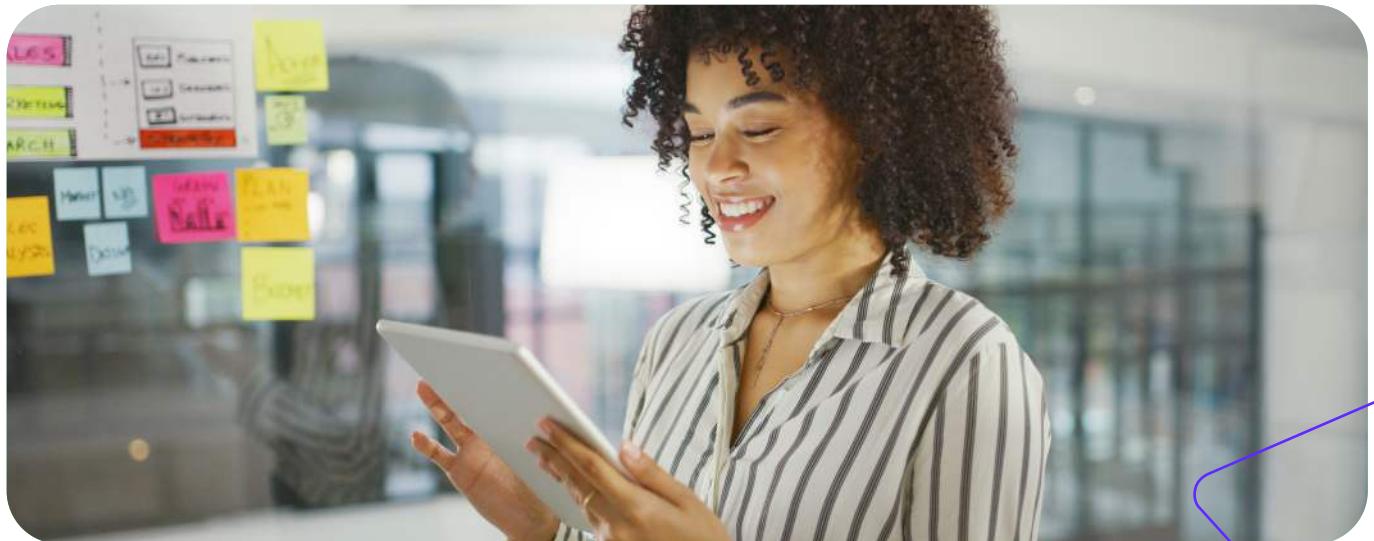
Também apresentamos a construção de persona e o tom de voz como partes integrantes da construção de uma jornada do consumidor.

Essa abordagem objetiva ressignificar eventuais conceitos de complexidade ao mostrar que é simples e acessível construir uma jornada do consumidor.



Dê um Up

Os **desafios** (que são os exercícios desenvolvidos ao longo da aplicação do conteúdo) serão primordiais. Por isso, sempre estimule que as pessoas interajam nesse momento, incentive que elas utilizem o microfone ou até mesmo o chat e que participem do exercício. Quando elas utilizarem o chat para se comunicar, garanta que eles sejam ouvidas e respondidas.



Após a contextualização da jornada, serão tratados os principais conceitos de marketing digital. Aqui, começamos a desmistificar algumas siglas e a simplificar termos.



Se liga

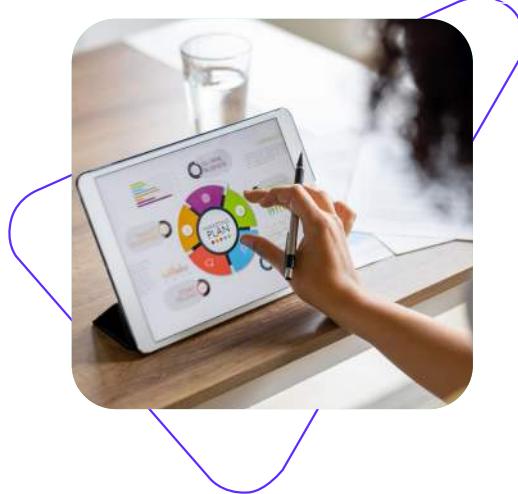
Sempre relembre às pessoas que o glossário está disponível no Guia do Participante como material complementar para consulta futura.

Seja bem didático nessa parte. O objetivo é estabelecer para quem participa que o marketing digital é descomplicado e acessível.

Depois dos conceitos de marketing digital, é detalhado o funil de vendas. Lembre-se de conectar os conteúdos e ressaltar a conexão com a jornada do consumidor, um tópico que já foi absorvido pela turma. Fale de forma bastante clara e simples quais são as etapas do funil e como elas se relacionam com as etapas da jornada.



Por último, contextualize os conceitos de inbound e outbound. Fale sobre as principais diferenças entre eles e as possíveis vantagens e desvantagens. Entre em detalhes sobre os principais meios e ações para cada uma das opções.



O objetivo de aprendizagem aqui envolverá o entendimento de cada um dos eixos e estimular na pessoa que participa da solução a capacidade de decidir a estratégia que faz mais sentido para o seu negócio.

Para encerrar, reserve os cinco minutos finais para auxiliar as pessoas participantes a agendarem suas consultas individuais. Os momentos individuais são fundamentais para o desenvolvimento dessas pessoas. O agendamento e o acesso podem gerar dúvidas, então dedique os minutos finais para facilitar o processo.

Ações posteriores ao encontro

O primeiro encontro acabou e todo mundo saiu animado para continuar?

Então será importante dar sequência a algumas ações para garantir o mesmo nível de participação e engajamento nos demais momentos. Confira quais são elas no checklist a seguir.



Checklist

Ações a serem realizadas após o Encontro 1.

- Envie o infográfico com o mapa mental dos principais pontos abordados na aula.
- Disponibilize nos grupos um link ou os arquivos dos materiais exibidos em aula.
- Envie o link do Termômetro Up pelo WhatsApp. Ele comporá a avaliação da etapa. Seu link será disponibilizado pela pessoa gestora do Up Digital Marketing. Incentive para que todas as pessoas participantes façam o preenchimento e o envio.
- Faça o preenchimento do seu relatório. Lembra que falamos sobre ele acima? O relatório é crucial para o acompanhamento da turma. Após o encontro, registre os presentes, o número total e as suas principais impressões sobre a turma na dinâmica. Existem campos apropriados para cada uma das atividades. Tenta atenção e preencha tudo com muita clareza, cuidado e assertividade.



Encontro 2

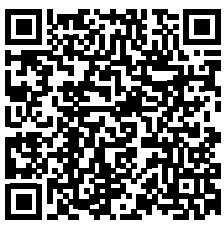
Aqui você encontrará as orientações necessárias para conduzir o Encontro 2. Para começar, acompanhe as informações sobre a duração do encontro, os conteúdos trabalhados e os objetivos.

| | |
|---|--|
|  | <p>Duração</p> <p>2 horas</p> |
|  | <p>Conteúdos</p> <ul style="list-style-type: none">● Redes sociais● Algoritmo● Formatos● Como anunciar● Estratégia digital |
|  | <p>Objetivos</p> <ul style="list-style-type: none">● Introduzir as principais redes sociais às pessoas empreendedoras, incluindo suas características fundamentais e como começar a utilizá-las.● Contextualizar as principais ferramentas, formatos e possibilidades para a criação de conteúdo.● Apresentar o passo a passo básico para começar a anunciar. <p>A trilha de conteúdos do Encontro 2 foi construída para que a pessoa empreendedora entenda em quais canais ela pode estar presente e obter ganhos relevantes e ter uma nova perspectiva para ferramentas que já utiliza, mas que podem ser mais bem aproveitadas.</p> |



Materiais de apoio

Para a realização do segundo encontro, você poderá contar com os materiais de apoio disponibilizados a seguir.



Aponte a câmera do seu celular ou
clique no QR Code para ver o conteúdo.

Slides para condução do encontro

Aqui, a dica compartilhada no encontro anterior continua valendo: recomendamos que você personalize e enriqueça o material com exemplos para cada etapa da jornada do cliente, de persona e tom de voz. E lembre-se de compartilhar exemplos que se conectam com a realidade das micro e pequenas empresas.



Aponte a câmera do seu celular ou
clique no QR Code para ver o conteúdo.

Pocket - Encontro 2

O pocket traz orientações adicionais para a condução do Encontro 2, tendo por base o material disponibilizado. Não deixe de consultá-lo.



Aponte a câmera do seu celular ou
clique no QR Code para ver o conteúdo.

Vídeo teaser - Encontro 2

Esse vídeo foi pensado para estimular e despertar a curiosidade das pessoas participantes para o Encontro 2. Ele deverá ser compartilhado pelo grupo do WhatsApp uma hora antes de começar o encontro.

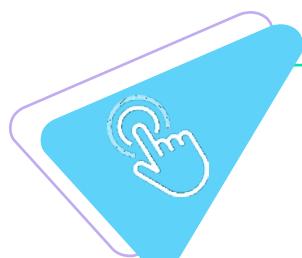


Aponte a câmera do seu celular ou clique no QR Code para ver o conteúdo.

Infográfico - Encontro 2

O infográfico é um mapa mental que resume os assuntos discutidos no Encontro 2. Ele deverá ser compartilhado pelo grupo do WhatsApp após o encontro ser finalizado.

No Encontro 2, temos um grande número de possibilidades que se derivam a partir das redes sociais e de canais de comunicação apresentados. Então, confira as dicas a seguir para apresentar o conteúdo da melhor forma possível.



Dê um Up

- Realize a exposição dos conceitos em linguagem simples e de fácil compreensão.
- Reforce o material com exemplos para cada rede social, incluindo os principais formatos e as possibilidades de produção de conteúdo.
- Selecione exemplos factíveis para a realidade dos pequenos negócios.

Recursos necessários para a aplicação

Para a aplicação do Encontro 1, você precisa de:

| | |
|---|---|
|  | <p>Link para a videoconferência</p> <p>Pode utilizar a mesma sala de Google Meet, Microsoft Teams ou Zoom utilizada no Encontro 1. Lembre-se de que o encontro tem duração de duas horas e a sala deve ser mantida aberta por todo esse tempo.</p> |
|  | <p>Materiais de apoio</p> <p>Os materiais de apoio do Encontro 2 estão disponibilizados aqui no guia, logo no início deste encontro. Lembre-se de adaptar os slides conforme a sua necessidade, combinado? Afinal, você tem autonomia para ajustar, inserir exemplos e personalizar, desde que seja mantida a trilha de conteúdos prevista para o segundo encontro e a ordem de exposição.</p> |

Quer saber quais são as ações necessárias para a condução do Encontro 2? Siga em frente para conhecê-las!



Ações anteriores ao encontro

Aqui vale a mesma ação do encontro anterior: no dia do Encontro 2, envie uma mensagem no grupo de WhatsApp com pelo menos **quatro horas de antecedência**, lembrando às pessoas participantes o horário do encontro e disponibilizando o link para a videoconferência.

Para reforçar o convite, encaminhe o vídeo teaser do Encontro 2 no grupo do WhatsApp uma hora antes de o encontro começar. A intenção é compartilhar uma prévia dos temas que serão estudados.



Envie uma nova mensagem 15 minutos antes de o encontro coletivo começar. Informe que a sala está aberta e que você está aguardando pelas pessoas participantes. Disponibilize novamente o link da sala para agilizar o acesso.



Se liga

No grupo do WhatsApp, pode ser que alguém esteja com dificuldades. Por isso, esteja disponível para oferecer apoio. Importante:

- caso as pessoas participantes estejam acessando via celular, recomende que baixem o aplicativo;
- caso estejam utilizando um computador e tenham dificuldades, oriente-os a colar o link em uma guia anônima e tentar acessar mais uma vez.

Ingressue na sala 15 minutos antes de o encontro iniciar. Coloque uma música e recepcione as pessoas.

Ofereça uma tolerância de 15 minutos até que todos tenham ingressado e se acomodado de maneira confortável. Passou o momento de tolerância? Hora de iniciar o encontro!



Ações durante o encontro

Não se esqueça de compartilhar sua tela, checar a câmera, o microfone e manter a atenção ao chat. Confira no checklist a seguir as ações a serem desenvolvidas antes de iniciar o conteúdo do encontro.



Checklist

Ações a serem realizadas antes de iniciar o conteúdo do Encontro 2.

- Certifique-se que as pessoas participantes estão conseguindo ouvir e acompanhar a tela compartilhada.
- Registre os nomes dos que estão presentes. É indispensável identificar e documentar as pessoas que compareceram.
- Avise o grupo de que é necessário estar presente em 75% do curso e que esse é um critério para obtenção do certificado. Sendo assim, conferir a frequência é uma ação indispensável.
- Caso tenha participantes novos, apresente-se rapidamente. Se não houver novas pessoas, avance diretamente para o conteúdo.

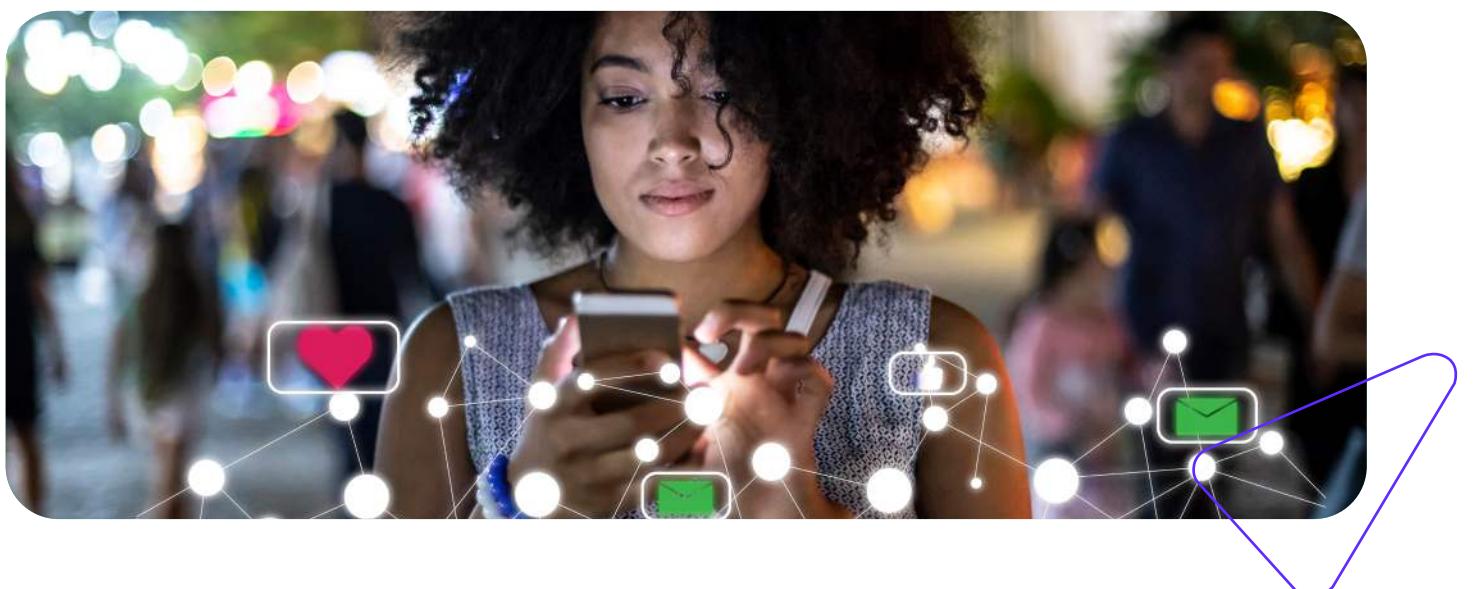
A aplicação do conteúdo começa com uma dinâmica para desfazer os mitos da internet e traçar um levantamento do conhecimento da turma. O objetivo de aprendizagem da dinâmica é estimular a participação das pessoas empreendedoras e aquecê-las para o conteúdo, que será bastante completo.

Após a dinâmica, faça uma contextualização! Apresente as principais redes sociais utilizadas no Brasil e aquelas que serão trabalhadas no decorrer do encontro. Durante essa contextualização, oriente as pessoas quanto aos tópicos e conceitos introdutórios e aqueles que serão abordados em maior profundidade no decorrer da aula.

As redes sociais que serão apresentadas no encontro são: WhatsApp Business, Youtube, Instagram, Facebook e TikTok. No aprofundamento do conteúdo, apresente cada uma dessas redes sociais seguindo uma lógica similar. Na sequência, acompanhe alguns pontos que serão trabalhados.



O grande objetivo de aprendizagem ao final do encontro é que a pessoa tenha capacidade de começar seus perfis nas principais redes sociais e, dessa forma, entenda quais são as mais interessantes para o seu negócio, produza conteúdos adequados para os formatos apresentados e até mesmo comece a anunciar.



Separe os cinco minutos finais para ajudar as pessoas participantes a marcarem suas consultorias individuais. Como o agendamento pode gerar dúvidas, ofereça esse suporte para facilitar o processo. Os momentos individuais são fundamentais para o desenvolvimento dessas pessoas.



Ações posteriores ao encontro

Ao final do segundo encontro, é provável que as pessoas participantes estejam animadas para as consultorias individuais, mas é importante dar sequência a algumas ações para garantir o mesmo nível de participação e engajamento nos demais momentos. Confira quais são elas no checklist a seguir.



Checklist

Ações a serem realizadas após o Encontro 2.

- Envie o infográfico com o mapa mental dos principais pontos abordados na aula.
- Disponibilize nos grupos um link ou os arquivos dos materiais exibidos em aula.
- Envie o link do Termômetro Up pelo WhatsApp. Ele comporá a avaliação da etapa. Seu link será disponibilizado pela pessoa gestora do Up Digital Marketing. Incentive para que todas as pessoas participantes façam o preenchimento e o envio.
- Faça o preenchimento do seu relatório. Ele é crucial para o acompanhamento da turma. Após o encontro, registre as pessoas participantes que retornaram para o segundo encontro e também as novas pessoas. Existem campos apropriados para cada uma das atividades. Tenha atenção e preencha tudo com muita clareza, cuidado e assertividade, trazendo dados tanto da dimensão individual quanto das suas impressões sobre a turma.

Consultoria individual 1

Esse é um grande momento para cada uma das empresas inscritas no Up Digital Marketing. As consultorias individuais têm um papel fundamental dentro da lógica da solução.

O grande propósito dessa etapa é promover a ação a partir de todos os conceitos apresentados dentro da lógica e da necessidade de cada participante. Você tem a missão de demonstrar toda a importância que o negócio de quem empreende tem, de escutá-lo, de entender suas dores e dificuldades.

Durante a consultoria, faça a sugestão de um passo a passo para a resolução dos problemas e oriente a pessoa quanto aos direcionamentos necessários. Para isso, utilize como referência as informações compartilhadas pela pessoa participante no momento da inscrição.



Aqui, no Guia, você encontrará as orientações necessárias para conduzir a primeira consultoria individual. A seguir, acompanhe as informações sobre a duração da consultoria, os conteúdos trabalhados e os objetivos.

| | |
|---|---|
|  | Duração 45 minutos |
|  | Conteúdos <ul style="list-style-type: none">● Jornada do cliente, personas e tom de voz.● Redes sociais e canais de comunicação e atendimento.● Exercícios práticos para aplicação dos conceitos aprendidos. |
|  | Objetivos <ul style="list-style-type: none">● Propor a construção da jornada do cliente, de personas ou de tom de voz.● Ajustar os perfis nas redes sociais e orientar quanto aos canais de comunicação e atendimento mais indicados para aquele negócio.● Propor exercícios que estimulem a pessoa empreendedora a colocar em prática os conceitos aprendidos nos encontros.● Estimular a pessoa participante a se organizar quanto a: o que fazer e por onde começar a aplicar o conteúdo aprendido durante os Encontros 1 e 2. |

As consultorias devem ser agendadas após o segundo encontro, mas é essencial que você defina as datas, prepare sua agenda com antecedência e convide as pessoas a marcarem seus horários desde o primeiro encontro, combinado?



Materiais de apoio

Para a realização da primeira consultoria, você poderá contar com os materiais de apoio disponibilizados a seguir.



Aponte a câmera do seu celular ou clique no QR Code para ver o conteúdo.

Pocket - Consultorias Individuais

O pocket traz orientações adicionais para a condução das Consultorias individuais, tendo por base o material disponibilizado. Não deixe de consultá-lo.



Aponte a câmera do seu celular ou clique no QR Code para ver o conteúdo.

Vídeo teaser - Consultoria 1

Esse vídeo foi pensado para estimular e despertar a curiosidade das pessoas participantes para a primeira consultoria individual. Ele deverá ser compartilhado com o grupo via WhatsApp uma hora antes de começar a consultoria agendada com a primeira pessoa participante.



Aponte a câmera do seu celular ou clique no QR Code para ver o conteúdo.

Infográfico - Consultoria 1

O infográfico é um mapa mental que resume os assuntos discutidos durante a primeira consultoria individual. Ele deverá ser compartilhado com o grupo via WhatsApp após o encerramento de todas as consultorias individuais. Organize-se para enviar antes do Encontro 3, ok?



Recursos necessários para a aplicação

Para a aplicação da Consultoria 1, você precisará de: **agenda, formulário com os dados de cada pessoa e sala de videoconferência.**

A agenda é o recurso que você precisará para organizar as datas das consultorias individuais no Up Digital Marketing. Existem duas principais maneiras de gerenciar as marcações. Acompanhe-as a seguir.

| | |
|---|--|
|  | <h3>Sistemas de agendamento</h3> <p>Uma prática comum entre os facilitadores do Up Digital Marketing é a utilização de sistemas automatizados on-line para a reserva de agenda, como o Calendly e o SimplyBook.me. Neles, é possível configurar um formulário de perguntas e coletar informações relevantes para a consultoria.</p> |
|  | <h3>Disponibilização de agendamento no grupo</h3> <p>Outra alternativa para a marcação das consultorias individuais é compartilhar sua agenda no grupo do WhatsApp por meio de uma mensagem. As pessoas participantes copiam a mensagem original, adicionam seus nomes nos horários selecionados e a enviam novamente. Caso opte por esse método, você pode combinar o agendamento com a coleta de informações via formulário do Google Forms, Microsoft Forms ou ferramentas similares.</p> |

Conforme orientado acima, para esse momento também é importante que você colete algumas informações interessantes sobre quem participa do Up Digital Marketing. Assim, a consultoria ficará mais dinâmica e personalizada. Lembre-se de que muitas dessas informações serão importantes para o preenchimento do seu relatório.

| | |
|---|---|
|  | <h3>Formulário</h3> <p>Abaixo, seguem algumas sugestões de perguntas para compor o seu formulário.</p> <ul style="list-style-type: none">● Nome da pessoa participante● E-mail● Telefone● Empresa● Segmento● Descreva aqui suas principais dúvidas (com o maior número de detalhes possível, para otimizar a consultoria)● Deseja saber mais sobre qual assunto?● Tem presença digital? Quais ferramentas você utiliza no seu negócio?● Indique as redes sociais, canais de comunicação e o website da sua empresa. |
|---|---|



Com os agendamentos marcados e feita a análise dos formulários enviados pelas pessoas participantes, é o momento de preparar-se para a consultoria.

| | |
|---|---|
|  | Link para a videoconferência Para a aplicação da consultoria individual, você pode utilizar a mesma sala de Google Meet, Microsoft Teams ou Zoom usada nos encontros. Lembre-se de que a consultoria tem duração de 45 minutos e a sala deve ser mantida aberta por todo esse tempo. |
|---|---|

Quer saber quais são as ações necessárias para a condução da primeira consultoria? Siga em frente para conhecê-las!

Ações anteriores à consultoria

Antes do momento da consultoria, é importante que você realize algumas ações para que ela seja um sucesso! Acompanhe abaixo quais são elas.

Disponibilize sua agenda

Comece a partir do Encontro 1. No grupo de WhatsApp, faça envios periódicos de mensagens contendo os links da agenda para marcação das consultorias. No momento em que for disponibilizar sua agenda, alerte as pessoas de que os links individuais serão encaminhados por e-mail e WhatsApp.

Auxilie as pessoas participantes

Cheque se existe alguma dificuldade no processo de agendamento e se mantenha disponível para ajudar na marcação.

Estude a empresa

Aproveite as respostas coletadas no formulário para entender os problemas da empresa e os interesses. Caso já exista um perfil nas redes sociais, faça uma análise. Entenda os pontos fortes e fracos. Tudo será insumo para uma consultoria individual mais fluida e completa.

Compartilhe o link da consultoria individual

Envie o link para as consultorias individuais com pelo menos **quatro horas de antecedência**. O ideal é que no dia anterior as pessoas já tenham acesso ao link.



Ações durante a consultoria

Não se esqueça de compartilhar sua tela, checar a câmera, o microfone e manter a atenção ao chat. Confira no checklist a seguir as ações a serem desenvolvidas durante a consultoria.



Checklist

Ações a serem realizadas logo no início da consultoria.

- Conecte-se com pelo menos 10 minutos de antecedência.** Registre o horário de início, se a pessoa entrou na hora ou se houve atraso. Utilize esses insumos para alimentar o relatório.
- Recepçõe o participante.** Quebre o gelo e faça com que a pessoa empreendedora se sinta confortável e importante. Este é o momento dele!

Com tudo organizado, prossiga para o desenvolvimento da consultoria. Nessa etapa, é importante que você **pratique a escuta ativa**. Comece com os insumos que você tem, mas escute com atenção todas as dúvidas. Proponha caminhos e faça explicações detalhadas.



Além disso, também é importante que você **proponha exercícios** para que a pessoa participante os realize no período entre a primeira e a segunda consultoria individual. Estimule a pessoa a colocar em prática o conhecimento e direcione exercícios viáveis de execução para que ele traga os resultados na segunda consultoria.



Ações posteriores à consultoria

Ao final de cada consultoria, você precisará realizar algumas ações. Confira quais são elas no checklist a seguir.



Checklist

Ações a serem realizadas após a Consultoria 1.

- Registre todas as orientações passadas na consultoria individual. Utilize essa ata para encaminhar um e-mail à pessoa participante com as principais orientações.
- Envie o link do Termômetro Up pelo WhatsApp. Ele comporá a avaliação da etapa. Seu link será disponibilizado pela pessoa gestora do Up Digital Marketing. Incentive para que todas as pessoas participantes façam o preenchimento e o envio.
- Preencha o relatório. Atribua presença à pessoa participante. Reúna as anotações sobre a consultoria individual e suas percepções para alimentar o relatório.

Depois de uma excelente primeira rodada de consultorias individuais, é o momento de retornar ao último momento coletivo.



Encontro 3

Aqui você encontrará as orientações necessárias para conduzir o terceiro encontro. Ele é focado em estratégia digital, na plataforma Google e em outros canais importantes para conquistar clientes e expandir a presença digital.

Para começar, acompanhe as informações sobre a duração do encontro, conteúdos trabalhados e objetivos.

| | |
|---|---|
|  | Duração 2 horas |
|  | Conteúdos <ul style="list-style-type: none">● 8 Ps do Marketing● Google Perfil de Empresa● Google Shopping● Google Ads● Landing page● SEO● WhatsApp e e-mail marketing como aliados● CRM: o que é e como utilizar?● Site da empresa, domínio e e-mail personalizado● Marketplace |
|  | Objetivos <ul style="list-style-type: none">● Orientar na estruturação de uma estratégia digital que seja adequada ao negócio de quem participa da solução.● Apresentar dicas para a utilização da plataforma de soluções do Google e de outros canais importantes.● Orientar quanto à produção de conteúdo digital.● Orientar quanto à utilização de ferramentas de marketing digital. |



Para o último encontro, as orientações para a apresentação do conteúdo são as mesmas já compartilhadas anteriormente. Considere:

- utilizar uma linguagem simples e uma abordagem de fácil compreensão para introduzir conceitos e desdobra o conteúdo;
- compartilhar exemplos que façam a conexão entre a parte teórica que será apresentada e as ações práticas no mundo real.



Você tem a missão de apoiar a pessoa participante no entendimento de como aplicar no cotidiano as informações compartilhadas durante o Up Marketing Digital. Contamos com você para que as etapas finais da solução também sejam um sucesso!

Materiais de apoio

Para a realização do terceiro encontro, você poderá contar com os materiais de apoio disponibilizados a seguir.



Aponte a câmera do seu celular ou clique no QR Code para ver o conteúdo.

Slides para a condução do encontro

Você já conferiu essa dica nos encontros anteriores, mas vale relembrar: os slides são uma referência para ajudá-lo a realizar a facilitação. Recomendamos que você personalize e enriqueça o material com exemplos para cada etapa da jornada do cliente, de persona e tom de voz. É fundamental a seleção de exemplos que se conectam com a realidade das micro e pequenas empresas. Quando as pessoas empreendedoras veem que o conteúdo é de simples produção, elas entendem que é uma realidade possível e acessível para elas.



Aponte a câmera do seu celular ou clique no QR Code para ver o conteúdo.

Pocket - Encontro 3

O pocket traz orientações adicionais para a condução do Encontro 3, tendo por base o material disponibilizado. Não deixe de consultá-lo.



Aponte a câmera do seu celular ou clique no QR Code para ver o conteúdo.

Vídeo teaser - Encontro 3

Este vídeo foi pensado para estimular e despertar a curiosidade das pessoas para o Encontro 3. Ele deverá ser compartilhado pelo grupo do WhatsApp uma hora antes de começar o encontro.



Aponte a câmera do seu celular ou clique no QR Code para ver o conteúdo.

Infográfico - Encontro 3

O infográfico é um mapa mental que resume os assuntos discutidos no Encontro 3. Ele deverá ser compartilhado pelo grupo do WhatsApp após o encontro ser finalizado.



Recursos necessários para a aplicação

Os recursos que você precisará para a aplicação do Encontro 3 são os mesmos utilizados para os Encontros 1 e 2. São eles:

| | |
|--|--|
| | Link para a videoconferência Utilize o mesmo link das salas de Google Meet, Microsoft Teams ou Zoom utilizadas nos Encontros 1 e 2. É importante reforçar que o encontro tem duração de duas horas e a sala deve ser mantida aberta por todo esse tempo. |
| | Materiais de apoio Os materiais de apoio do Encontro 3 estão disponibilizados aqui no guia, logo no início deste encontro. Lembre-se de que você tem autonomia para ajustar, inserir exemplos e personalizar os slides disponibilizados para a apresentação do conteúdo durante o encontro. Contudo, é importante que seja mantida a trilha de conteúdos prevista para o terceiro encontro e a ordem de exposição, ok? |

Quer saber quais são as ações necessárias para a condução do Encontro 3? Siga em frente para conhecê-las!

Ações anteriores ao encontro

Chegamos ao terceiro e último encontro da solução Up Digital Marketing. Vamos relembrar algumas ações importantes de serem realizadas antes do momento do encontro? Acompanhe!

Envio do lembrete



Envie um lembrete às pessoas participantes no dia do encontro, pelo grupo de WhatsApp, com pelo menos **quatro horas de antecedência**. Na mensagem, inclua o link para a sala de videoconferência.

Envio do vídeo teaser



Compartilhe com a turma o vídeo teaser com os temas que serão abordados no Encontro 3.

Comunicar a abertura da sala



Faltando 15 minutos para o início do encontro coletivo, abra a sala e comunique a abertura dela no grupo de WhatsApp. Avise que você está aguardando pelas pessoas participantes e aproveite para reenviar o link.



Pessoa facilitadora, esteja atenta ao grupo de WhatsApp, ok? Pode ser que alguém tenha problemas para ingressar na sala. Caso as pessoas estejam acessando **via celular** e não estejam conseguindo ingressar, oriente-as para que **baixem o aplicativo**. Caso encontrem dificuldades no acesso **via computador**, as instrua a colar o link em uma guia anônima e a tentar acessar novamente.



Espere 15 minutos até que todas as pessoas se acomodem. Acompanhe a entrada das pessoas participantes na sala por meio da sua lista de presença. Percebeu que todos entraram antes de os 15 minutos acabarem? Sinta-se à vontade para começar o encontro.

Ações durante o encontro

Chegou o momento do Encontro 3. Antes de começar a exposição do conteúdo, é importante realizar algumas ações. Saiba quais são elas a seguir.



Checklist

Ações a serem realizadas **antes de iniciar o conteúdo** do Encontro 3.

- Confira se a sua tela está compartilhada e se todas as pessoas conseguem vê-la. Confirme se elas estão lhe escutando e visualizando a sua imagem.
- Realize o registro dos presentes. Faça uma captura de tela para facilitar a consulta posterior para o preenchimento dos relatórios. Em caso de dúvidas, peça para que as pessoas se identifiquem para que você consiga fazer o registro.



O conteúdo do terceiro encontro é iniciado pelos **8 Ps do marketing digital**: pesquisa; planejamento; produção; publicação; promoção; propaganda; personalização; e precisão. Lembre-se de que o objetivo é orientar a pessoa participante para que ela tenha a capacidade de elaborar uma estratégia de marketing digital eficiente.



Dê um Up

Explique com clareza as etapas dos 8 Ps do marketing digital para que a pessoa que empreende aplique com facilidade os conceitos no dia a dia.

Em seguida, apresente as ferramentas do Google: Perfil de Empresa; Google Shopping; e Google Ads. É necessário explicar as funções das ferramentas do Google, quais suas principais vantagens e quais motivos para utilizar cada recurso.

O objetivo é que a pessoa participante compreenda a importância de aparecer bem classificado no Google, o que essas ferramentas podem fazer pelo negócio dele e como selecionar as que são ideais para a sua empresa.



Seguindo a trilha do Encontro 3, apresente os conceitos de **SEO** e **landing page**, incluindo exemplos de ferramentas para que cada participante possa iniciar a utilização dessas estratégias. O objetivo é que a pessoa compreenda a técnica de SEO e o que são *landing pages*.

Garanta que, ao final da exposição deste conteúdo, a pessoa participante tenha recebido as orientações necessárias sobre quando é adequado utilizar uma *landing page* em sua estratégia digital e como fazer o SEO em seu cotidiano.



Por fim, explique sobre a construção de **conteúdo para WhatsApp** e para e-mail marketing. Aqui, é importan-
tíssimo explorar bem os exemplos para que as pessoas participantes tenham a clara visão de como produzir
conteúdos para esses canais.

Conclua a aula com o conteúdo sobre **marketplaces**, que traz a possibilidade de abertura de mais uma opção
de canal para vendas no meio on-line. Nesse fechamento, o objetivo é que a pessoa empreendedora tenha
capacidade para pensar suas estratégias, produzir conteúdo e começar a consolidar a sua presença digital.



Lembre-se de reservar os cinco minutos finais para ajudar as pessoas com seus agendamentos de consultorias
individuais. Os momentos individuais são fundamentais para o desenvolvimento das pessoas empreendedoras.
O agendamento pode gerar dúvidas, então ofereça esse suporte para facilitar o processo.

Ações posteriores ao encontro

Parabéns! Com essas etapas, você finaliza a exposição de conteúdos de uma turma do Up Digital Marketing.
Para finalizar os encontros com chave de ouro, confira no checklist a seguir quais ações você precisará realizar.



Checklist

Ações a serem realizadas após o Encontro 3.

- Envie o infográfico com o resumo dos pontos principais do encontro no grupo de WhatsApp da turma.
- Disponibilize nos grupos um link ou os arquivos dos materiais exibidos em aula.
- Envie o link do Termômetro Up pelo WhatsApp. Ele comporá a avaliação da etapa. Seu link será disponibilizado pela pessoa gestora do Up Digital Marketing. Incentive para que todas as pessoas participantes façam o preenchimento e o envio.
- Detalhe todos os registros no relatório. Atribua presença às pessoas participantes e registre suas principais impressões sobre a turma no documento.

Os encontros foram concluídos com sucesso. Vamos falar da última rodada de consultorias individuais? Prossiga aqui no Guia e conheça as orientações para a segunda consultoria.

Consultoria individual 2

Aqui você encontrará as orientações necessárias para conduzir a segunda consultoria individual. Para começar, acompanhe as informações sobre a duração da consultoria, os conteúdos trabalhados e os objetivos.

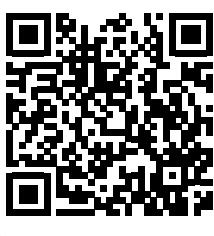
| | |
|--|--|
|  Duração | 45 minutos |
|  Conteúdos | <ul style="list-style-type: none"> ● Estratégias digitais ● 8 Ps do marketing digital ● Produção de conteúdo para WhatsApp e e-mail marketing. ● SEO e <i>landing page</i> ● Plataforma Google |
|  Objetivos | <ul style="list-style-type: none"> ● Compreender a evolução das pessoas participantes e as novas dúvidas que podem ser relacionadas ao Encontro 3. ● Orientar e esclarecer dúvidas quanto à estratégia digital do negócio. ● Estimular uma ação contínua da pessoa empreendedora na construção da sua presença digital. |



Não se esqueça de que as informações que guiam a consultoria individual são as colhidas no momento da inscrição. Reforce junto à pessoa participante que o conhecimento aprendido precisa ir além da solução Up Digital Marketing e se tornar realidade na rotina da empresa.

Materiais de apoio

Para a realização da segunda consultoria, você poderá contar com os materiais de apoio disponibilizados a seguir.



Aponte a câmera do seu celular ou clique no QR Code para ver o conteúdo.

Video teaser - Consultoria 2

Este vídeo foi pensado para estimular e despertar a curiosidade das pessoas participantes para a Consultoria 2. Ele deverá ser compartilhado pelo grupo do WhatsApp uma hora antes de começar o encontro.



Aponte a câmera do seu celular ou clique no QR Code para ver o conteúdo.

Infográfico - Consultoria 2

O infográfico é um mapa mental que resume os assuntos discutidos durante a segunda consultoria individual. Ele deverá ser compartilhado com o grupo via WhatsApp após o encerramento de todas as consultorias individuais, combinado? Organize-se para enviá-lo!



Recursos necessários para a aplicação

As consultorias devem ser agendadas em datas **posteriores ao terceiro encontro**. A agenda continua como o principal recurso para a aplicação. Não se esqueça de fazer uma nova coleta de informações das empresas. Tenha atenção para dúvidas e interesses. Após a consultoria individual e o Encontro 3, esses itens devem mudar.

Além disso, o link de **avaliação de jornada** será disponibilizado pela pessoa gestora Sebrae e deve ser aplicado ao final da Consultoria individual 2.

A seguir, conheça os recursos necessários para a aplicação da segunda consultoria.

| | |
|---|---|
|  | <p>Sistemas de agendamento</p> <p>Sugerimos a utilização de sistemas automatizados on-line para a reserva de agenda, como o Calendly e o SimplyBook.me. Neles, é possível configurar um formulário de perguntas e coletar informações relevantes para a consultoria.</p> |
|  | <p>Disponibilização de agendamento no grupo</p> <p>Outra alternativa para a marcação das consultorias individuais é compartilhar sua agenda no grupo do WhatsApp por meio de uma mensagem. As pessoas participantes copiam a mensagem original, adicionam seus nomes nos horários selecionados e a enviam novamente. Caso opte por esse método, você pode combinar o agendamento com a coleta de informações via formulário do Google Forms, Microsoft Forms ou ferramentas similares.</p> |
|  | <p>Formulário</p> <p>Garanta que o formulário enviado pela pessoa participante para a primeira consultoria esteja atualizado. Ele será seu guia durante a segunda consultoria também. Além disso, caso a pessoa não tenha participado da primeira consultoria nem enviado as informações, é importante encaminhar o formulário para que ela preencha os dados, ok?</p> |
|  | <p>Link para a videoconferência</p> <p>Para a aplicação da consultoria individual, você pode utilizar a mesma sala de Google Meet, Microsoft Teams ou Zoom usada nos encontros e na primeira consultoria. Lembre-se de que a consultoria tem duração de 45 minutos e a sala deve ser mantida aberta por todo esse tempo.</p> |
|  | <p>Link para a avaliação da jornada</p> <p>Confira se o link de avaliação da jornada, disponibilizado pela pessoa gestora do Sebrae, está funcionando corretamente. Esse link deverá ser encaminhado ao grupo logo após a segunda consultoria individual.</p> |

Quer saber quais são as ações necessárias para a condução da segunda consultoria? Siga em frente para conhecê-las!

Ações anteriores à consultoria

O processo para a Consultoria individual 2 é bem similar ao realizado na Consultoria individual 1. Antes do momento da consultoria, é importante que você realize algumas ações para que ela seja um sucesso! Você já conheceu essas ações durante a primeira consultoria, mas vale relembrar, certo? Então, acompanhe abaixo quais são elas.

Disponibilize sua agenda



Você pode tanto deixar a segunda consultoria agendada no fim da primeira ou no terceiro encontro. No momento em que for disponibilizar a sua agenda, alerte o grupo de que os links individuais serão encaminhados por e-mail e WhatsApp.

Auxilie as pessoas participantes



Na segunda consultoria, as dificuldades com agendamento geralmente diminuem muito, mas é importante estar sempre atento às mensagens para auxiliar a pessoa participante sempre que necessário.

Estude a empresa



Pode ser que algumas empresas participem apenas da Consultoria individual 2. Outras retornarão com novas dúvidas e aplicações práticas em suas redes. Por isso, analise bem as informações de cada participante com antecedência e prepare-se para a consultoria individual.

Compartilhe o link da consultoria individual



Envie o link para as consultorias individuais com pelo menos quatro horas de antecedência. O ideal é que no dia anterior as pessoas já tenham acesso ao link.



Ações durante a consultoria

Não se esqueça de compartilhar sua tela, checar a câmera, o microfone e manter a atenção ao chat. Confira no checklist a seguir as ações a serem desenvolvidas durante a consultoria.



Checklist

Ações a serem realizadas logo no início da consultoria.

- Se conecte com pelo menos 10 minutos de antecedência.** Registre o horário de início, se a pessoa participante entrou na hora ou se houve atraso. Utilize esses insumos para alimentar o relatório.
- Recepçione a pessoa participante.** Algumas pessoas já estarão mais descontraídas pelo contato com você durante todo o Up Digital Marketing. Outras ainda podem parecer um pouco tímidas. Faça com que a pessoa participante se sinta à vontade.

Além disso, vale relembrar sobre a importância de praticar a **escuta ativa**. Comece a consultoria dando abertura para a pessoa participante falar sobre o que mudou, o que conseguiu fazer e quais desafios encontrou durante a jornada dela na solução. Solicite também os exercícios propostos na consultoria anterior.

Entenda a evolução da pessoa participante. Pergunte se houve avanços. Se a resposta for positiva, peça para que ela detalhe um pouco mais. Caso a resposta seja negativa, entenda o motivo. Tenha compreensão e proponha caminhos para facilitar a jornada dessa pessoa no mundo digital.



Por fim, oficialize o **final da jornada** e agradeça à pessoa participante pela confiança no Sebrae e pelo envolvimento dele. Peça para que **avalie** o Up Digital Marketing e envie a ele o link pelo chat.

Ações posteriores à consultoria

Ao final da consultoria, você precisará realizar algumas ações. Confira quais são elas no checklist a seguir.



Checklist

Ações a serem realizadas após a Consultoria 2.

- Registre todas as orientações passadas na consultoria individual. Utilize essa ata para encaminhar um e-mail à pessoa participante com as principais orientações.
- Preencha o relatório. Atribua presença à pessoa participante. Reúna as anotações sobre a consultoria individual e suas percepções para completar o relatório.
- Finalize o relatório e encaminhe à pessoa gestora do Up Digital Marketing no Sebrae.
- Reforce no grupo a importância de preencher a avaliação da jornada. Lembre-se de encaminhar o link da avaliação.
- Envie uma mensagem de encerramento no grupo do WhatsApp, salientando a importância de responder a avaliação, despedindo-se das pessoas participantes e agradecendo pela participação de todos.

Ufa! É bastante coisa, mas seguindo este passo a passo será possível oferecer uma excelente experiência para quem participa do Up Digital Marketing.



Encerramento

O Up Digital Marketing é um produto singular dentro do portfólio de soluções do Sebrae. É uma jornada de envolvimento com as pessoas empreendedoras, de imersão e de introdução a um universo repleto de oportunidades, um contexto em que é vital que os pequenos negócios entendam e estejam presentes para se manterem competitivos não só no futuro, mas hoje. E agora você faz parte dessa missão tão importante.

Sabemos que o **mundo digital** é dinâmico e muda muito rapidamente, até mesmo antes de sermos capazes de ajustar um manual como este.

Por isso, mantenha-se sempre atualizado e compartilhe conteúdos complementares com a sua turma. Lembre-se de filtrar e buscar fontes confiáveis, mas sempre ofereça as orientações atualizadas.



Consuma os conteúdos das plataformas digitais que são voltados para os pequenos negócios. Meta (com Facebook, Instagram e WhatsApp), Google, TikTok e muitos outros *players* do segmento oferecem conteúdo personalizado sobre suas iniciativas para as MPEs. Esteja atento e agregue as novas informações compartilhadas por eles.

Preste bastante atenção ao preenchimento dos relatórios. É por meio deles que entenderemos o desempenho das suas turmas. Dessa maneira, eles devem ser o reflexo de tudo o que aconteceu. As pessoas participantes dependem das suas observações para receberem seus certificados. Seja extremamente responsável quanto a esse aspecto.

Envolve-se na interação com as pessoas que participam do Up Digital Marketing. A pessoa empreendedora tem o Sebrae como o grande parceiro para os pequenos negócios. **O Sebrae inspira, apoia e ensina.** Quando você assume a posição de pessoa facilitadora em uma solução do Sebrae, esse papel deve ser desempenhado com empenho e comprometimento. Tenha isso em mente sempre que for agir. É isso que a pessoa participante espera e precisa.



Fortaleça o Sebrae dentro dos grupos

Você terá uma atuação muito próxima às pessoas participantes. São duas semanas de contato em que você entenderá as necessidades e demandas dessas pessoas. O portfólio do Sebrae é rico em soluções. Indique o Sebraetec, o ALI, os cursos on-line do Sebrae e também os conteúdos publicados no Portal Sebrae. Tem muita coisa útil para as empresas.

Além deste Guia, o Guia do Participante também estará disponível para sua leitura. Estude o material e entenda a perspectiva dos seus mentorados. Sempre que tiver qualquer dúvida, a pessoa gestora do Sebrae será o ponto de contato para respondê-las. Faça alinhamentos periódicos para a melhor execução dos trabalhos.

Quer enriquecer o seu referencial teórico? Acompanhe abaixo algumas dicas de conteúdos que separamos para você.

| | |
|--|---|
| | <p>Plataforma On-line – Gente - Link para acesso: https://gente.globo.com/ Gente é uma plataforma focada em discutir e compartilhar conteúdos sobre o público brasileiro. São estudos, infográficos, podcasts, textos e vídeos que trazem valiosos insights sobre o perfil de comportamento do brasileiro, a inovação e os hábitos de consumo. É interessante para se manter conectado e encontrar dados que podem agregar valor ao conteúdo dos encontros e consultorias.</p> |
| | <p>Mistura by Zmes - Link para acesso: https://mistura.zmes.marketing/ O Mistura é um espaço para compartilhamento de conteúdo sobre o universo da transformação digital. É possível ter insights sobre marketing, criadores de conteúdo, comunicação, performance, relação com os consumidores e novidades sobre o mundo on-line. É uma fonte muito interessante para encontrar dados e novidades relevantes sobre o mundo digital.</p> |
| | <p>E-commerce Brasil - Link para acesso: https://www.ecommercebrasil.com.br/ O E-commerce Brasil é um site que reúne as principais novidades sobre e-commerce, marketplaces, social commerce e vendas na internet. Entre as pautas abordadas, também são publicados estudos, movimentos de mercado e de regulamentação. Por mais que o nome foque no tema e-commerce, o portal aborda o mercado digital de uma maneira mais ampla.</p> |
| | <p>Marketing 5.0: tecnologia para a humanidade, de Philip Kotler, Hermawan Kartajaya e Iwan Setiawan O marketing digital deriva diretamente do marketing. Um dos maiores especialistas no mundo sobre o assunto é Philip Kotler, que colabora neste livro para contextualizar o marketing na lógica contemporânea. Na obra, você encontra informações sobre como gerar valor a partir das novas tecnologias para corresponder às demandas do consumidor atual. O livro trata também de pautas como a experiência do cliente e a utilização de IA (inteligência artificial) para otimizar o marketing.</p> |



Orientações sobre a emissão de certificado

O certificado do Up Digital Marketing será emitido para as pessoas participantes que tiverem presença em pelo menos 75% das atividades propostas na solução. Esse número será verificado pela pessoa gestora a partir do processamento das informações que você registrará em seu relatório. Com base nos dados, ela providenciará a emissão do documento junto à unidade estadual a qual pertence e fará o envio a quem tiver cumprido a frequência mínima comentada. Confirme com a pessoa gestora qual será a forma de envio dos certificados e o prazo.

Por isso, você tem um papel muito importante na computação das informações da turma, a fim de que as condições de certificação sejam aplicadas corretamente.

Mais uma vez, contamos com você.

Vem com a gente impactar o digital dos pequenos negócios do Brasil!

Referências bibliográficas

A produção do conteúdo deste Guia foi feita a partir de consultas aos documentos internos do Sebrae. Para expandir seus conhecimentos, sugerimos a seguir as seguintes referências para apoio ao seu trabalho.

GRUPO GLOBO. **Gente**: uma conexão Globo. [S. l.], 2022. Disponível em: <https://gente.globo.com/>. Acesso em: 10 out. 2022.

IMASTERS. **E-commerce Brasil**: muito mais que e-commerce. [S. l.], 2022. Disponível em: <https://www.ecommercebrasil.com.br/>. Acesso em: 10 out. 2022.

KOTLER, Phillip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. **Marketing 5.0**: tecnologia para a humanidade. 1. ed. Rio de Janeiro: Sextante, 2021. 286p.

ZMES. **Mistura**: by Zmes. [S. l.], 2022. Disponível em: <https://mistura.zmes.marketing/>. Acesso em: 10 out. 2022.

