

Guia do **Participante**

UP Digital Marketing





Boas-vindas ao Up Digital Marketing!

O Up Digital Marketing é uma solução de aceleração digital do Sebrae que tem como foco auxiliar os pequenos negócios no estabelecimento de presença na internet, aumento de vendas por meio de canais digitais e melhora de resultados nos ambientes online. Através de uma jornada de aprendizagem, você entenderá o marketing digital, sua importância e como começar a aplicar ferramentas digitais em seu negócio.

A formação do Up Digital Marketing acontece em ambiente **online e ao vivo**. Dessa maneira, os encontros coletivos **não ficam gravados**. Por isso, é fundamental que você já marque na agenda as datas e horários da sua turma para não perder nenhum conteúdo.

Outro ponto de destaque é que o Up Digital Marketing é extremamente orientado para a prática. **Então, prepare-se para colocar a mão na massa!** Durante os momentos em grupo e consultorias individuais serão propostos exercícios e desafios para aplicar o conhecimento na rotina do cotidiano. Cumprir esses desafios é essencial para o seu desenvolvimento.

Se sentir dificuldade ou surgir alguma dúvida, não se preocupe! Estaremos com você em cada passo para te ajudar a evoluir e construir a presença digital da sua empresa.

Temos ainda outro conselho importante: O Up Digital Marketing é uma experiência compartilhada. Aproveite, portanto, os encontros coletivos e a interação com os colegas para expandir a sua rede de relacionamentos, trocar contatos, ouvir outras visões e compartilhar ideias, tudo sempre com muito respeito e cordialidade.

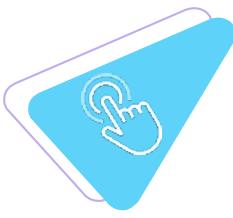
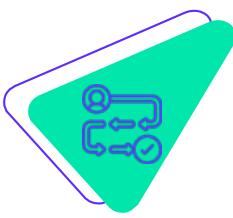
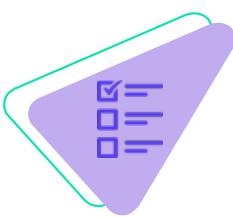
Para te apoiar no processo de ambientação e entendimento sobre sua jornada de aprendizagem, nós do Sebrae preparamos este guia. Aqui você encontrará todas as informações necessárias para aproveitar o Up Digital Marketing ao máximo. O guia inclui orientações sobre:

- Os conteúdos que serão compartilhados nas duas semanas que passaremos juntos.
- O funcionamento do processo de facilitação: quem é responsável por te guiar na jornada e por quais meios você vai interagir durante o Up Digital Marketing.

Ele poderá ser usado por você 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 parecer, você conhecerá sugestões, dicas e estratégias para aproveitar melhor os assuntos da formação.
 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 participar com sucesso de toda a formação.
 <i>Aponte a câmera do seu celular ou clique no QR Code para ver o conteúdo.</i>	Ah, em alguns casos aparecem também QR Codes os quais você poderá clicar ou escanear com a câmera do seu smartphone para acessar conteúdos complementares e materiais/ leituras indicadas.

Dito isso, agora é a hora de começar seus estudos e aprendizados!

Vem com a gente dar um up no digital da sua empresa!

Sumário

BOAS-VINDAS AO UP DIGITAL MARKETING!	2
INTRODUÇÃO	5
Como o Up Digital Marketing pode ajudar o seu negócio?	5
AJORNADA DO UP DIGITAL MARKETING	8
O processo de formação	9
Principais assuntos que serão abordados no Up Digital Marketing	11
ORIENTAÇÕES GERAIS PARA PARTICIPAÇÃO	16
O embarque nos encontros coletivos	17
Como acessar suas consultorias individuais	20
Não fique com dúvidas	21
Certificados	21
ENCERRAMENTO	23
GLOSSÁRIO DE MARKETING DIGITAL	27
PAINEL DE MATERIAIS EXTRAS	34
BIBLIOGRAFIA	36
Básica	36
Complementar	36
Referências Bibliográficas do guia	36



Introdução



O grande objetivo de aprendizagem do Up Digital Marketing é desenvolver as habilidades necessárias às pessoas empreendedoras para que elas se posicionem nos meios digitais de maneira eficiente e assertiva.

Mas, afinal de contas, como isso pode ajudar de maneira específica o seu negócio?

Como o Up Digital Marketing pode ajudar o seu negócio?

O intuito do Up Digital Marketing é apresentar a infinidade de recursos e possibilidades que o marketing digital oferece para construir uma presença digital consistente e, em consequência, aumentar as vendas utilizando os canais online.

Para que o seu desenvolvimento aconteça da maneira mais simples, dinâmica e efetiva, o Up Digital Marketing foi pensado para garantir a maior interação entre a pessoa especialista e quem participa da solução.

Dessa maneira, nos momentos ao vivo e on-line, você e a pessoa especialista em marketing, além de outras pessoas empreendedoras, conversarão sobre os conceitos, as estratégias e as ferramentas de marketing digital. Nos momentos exclusivos, você e a pessoa especialista pensarão em como aplicar esses conhecimentos diretamente no seu negócio.



A dinâmica proposta considera a realidade e desafios da sua empresa. Os caminhos indicados são aqueles que mais fazem sentido para você e para o seu negócio.

Tudo isso para que você consiga garantir a competitividade da sua empresa em um mundo cada vez mais conectado e que demanda a transformação digital de todas as empresas, incluindo os pequenos negócios.



Se liga

A digitalização foi acelerada nos últimos anos e falar sobre colocar o seu negócio no mundo digital não é mais um debate sobre o futuro, mas uma necessidade do presente.



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

Pesquisas confirmam a digitalização

De acordo com o relatório Digital 2022: Local Country Headlines Report da We are Social em parceria com a KEPiOS, o Brasil é o terceiro país no mundo que mais utiliza redes sociais e o segundo que passa mais tempo conectado.



O relatório Digital 2022 ainda indica que são mais de 165 milhões de usuários conectados em nosso país, o que representa mais de 77% dos brasileiros. Não dá para ficar de fora desse contexto, não é mesmo?

E para encontrar os seus clientes nesse universo tão amplo, você conta com o Up Digital Marketing, uma solução que foi desenvolvida especificamente para te oferecer o passo a passo para a construção da sua presença digital e para a melhoria dos seus resultados online, independente de onde você esteja.



Por dentro da jornada

Todos os momentos de formação do Up Digital Marketing são realizados on-line e ao vivo em salas de videoconferência, como Google Meet, Zoom, Teams ou similares. Dessa maneira, é fundamental que você tenha acesso a um celular (smartphone), tablet ou computador com conexão à internet. Também se programe para comparecer aos encontros e consultorias individuais nas datas previamente estabelecidas, a fim de aproveitar ao máximo toda a experiência.

Uma pessoa consultora especialista guiará todas as etapas do Up Digital Marketing. Em todo o processo ele estará em contato com você para o envio de: cronograma e links das salas de videoconferência; instruções adicionais sobre a jornada; marcação das consultorias individuais; esclarecimento de dúvidas; envio dos materiais que foram utilizados em aula e também de conteúdo complementar; e o que mais for necessário.



Além disso, você fará parte de um grupo com outros empresários e poderá compartilhar práticas, estratégias que funcionaram com você, dúvidas e dificuldades.

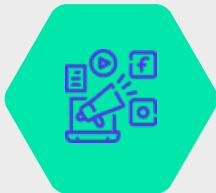
Será uma oportunidade incrível de fazer parte de uma comunidade e com essa interação crescer em conjunto.



A jornada do Up Digital Marketing



Conforme vimos, o grande objetivo de aprendizagem do Up Digital Marketing é desenvolver as habilidades necessárias às pessoas que empreendem para que se posicionem nos meios digitais de maneira eficiente e assertiva. Com isso, é esperado que, ao fim do curso você seja capaz de:



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 que esses objetivos sejam atingidos, você contará com um acompanhamento ao longo de toda sua jornada.

Conheça mais sobre o processo de formação a seguir.

O processo de formação

Sua jornada no UP Digital Marketing acontece durante aproximadamente 15 dias e passa por algumas etapas. No infográfico a seguir você tem uma visão geral do percurso.

Jornada Up Digital Marketing





Agora vamos conhecer mais detalhes sobre cada um desses momentos de formação.

Início – Ao concluir a sua inscrição no Up Digital Marketing, você será incluído em um grupo de WhatsApp. É por lá que todas as nossas comunicações acontecem. Mas não se preocupe: o grupo é voltado exclusivamente para informações relacionadas ao curso. Também é um espaço que você pode aproveitar para fazer networking e trocar ideias com a pessoa consultora e com seus colegas de turma.

Primeiro encontro coletivo – Nesse momento serão apresentados os fundamentos do marketing digital e como ele pode ajudar o seu negócio. Introduziremos alguns conceitos importantes para que você entenda como começar a preparar seu negócio para o digital. Esse encontro acontece no 1º dia da jornada e tem 2 horas de duração.

Segundo encontro coletivo – No segundo dia de jornada, mergulharemos com maior profundidade nos canais digitais, redes sociais, como montar estratégias e produzir conteúdo para impactar o seu cliente. Esse encontro acontece no 2º dia da jornada e possui 2 horas de conteúdo.

Primeira consultoria individual – Hora de colocar a mão na massa. Na sua primeira consultoria, você conta com 45 minutos para falar sobre o seu negócio, seus objetivos e dificuldades. A pessoa consultora te ajudará a encontrar o melhor caminho para começar a aplicar tudo o que você aprendeu de acordo com as suas necessidades. Você tem entre o 3º e o 7º dia da jornada para agendar um horário diretamente com a pessoa consultora.

Terceiro encontro coletivo – Agora que você já conhece um pouco de marketing digital e já começou a se aventurar nesse universo, te apresentaremos outras ferramentas, canais e possibilidades para incrementar sua estratégia de presença digital. Esse encontro ocorre no 8º dia de jornada e também conta com 2 horas de duração.

Segunda consultoria individual – Nesse momento será possível analisar sua evolução, falar sobre dificuldades que teve após a primeira consultoria e levar eventuais dúvidas que surgirem para consolidar o aprendizado e aplicação do conhecimento. Você pode agendar sua segunda consultoria individual de 45 minutos com a pessoa consultora entre o 9º e 14º dia de jornada.



Dê um Up

Nós preparamos um conteúdo bem legal para ser acessado antes e depois de cada momento de formação! Ele está no final deste guia no **Painel de materiais extras**.

Acesse sempre que precisar para ter uma experiência de participação ainda mais rica!

É importante lembrar que os encontros coletivos têm data e hora preestabelecidos. Você ficará sabendo pelo grupo do WhatsApp quais são eles.

A sua presença nos encontros é indispensável, pois todo o conteúdo será trazido pela pessoa facilitadora nesses momentos.



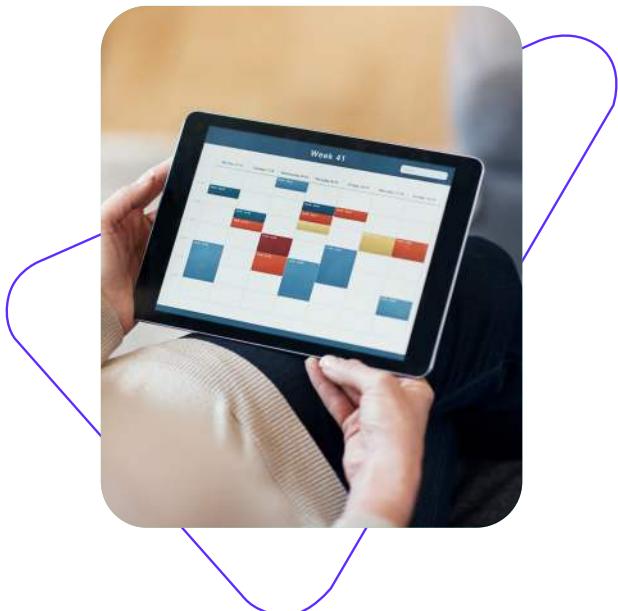
Se liga

Os encontros coletivos são ao vivo e síncronos. Não será feita gravação, por isso se organize para participar em tempo real, conforme a programação que será divulgada.

As consultorias individuais, por sua vez, são marcadas diretamente com a pessoa consultora, mediante disponibilidade de agenda e ordem de solicitação.

Por isso, **recomendamos que você se antecipe** e, assim que os horários forem divulgados, reserve o que funciona melhor na sua agenda.

Lembre-se que quanto antes você agendar, maior será o número de horários disponíveis para escolha.



Agora que você já conhece como será a jornada, é o momento de descobrir com maior detalhamento o conteúdo que você aprenderá no Up Digital Marketing.

Principais assuntos que serão abordados no Up Digital Marketing

A trilha de conteúdos foi definida a fim de ser aplicada em um processo de transformação digital acessível e de fácil compreensão.

Para que você fique por dentro de cada um dos temas que serão tratados, a seguir há uma breve sinopse para entendimento da importância que possuem, considerando a premissa de desenvolver as habilidades necessárias às pessoas empreendedoras para que se posicionem nos meios digitais de maneira eficiente e assertiva.

A importância de estar presente no mundo digital – Será realizada uma introdução sobre o momento atual do mercado digital, alguns dados sobre o universo on-line e sobre o público. Nesse ponto serão tratadas questões do tipo: Qual é o tamanho desse mercado? Por que é importante estar inserido no mundo digital?



Jornada do consumidor: o que é e como fazer? – A jornada do consumidor envolve o conjunto de etapas vivenciado pelo cliente em um processo de decisão de compra. Começa com a identificação da necessidade para a resolução de um problema ou necessidade, passa pela pesquisa, construção de interesse e conversão em venda.

Persona – Trata-se da representação do seu cliente ideal. Na sua construção é preciso considerar as características de clientes reais, tendo como base percepções e dados. Para a construção desse “personagem de referência”, leva-se em consideração o comportamento, dores, desafios, objetivos e dados demográficos. A definição da persona é extremamente útil para segmentação de mercado e baseia muito as decisões no Marketing Digital.



Tom e Voz – Você já parou para pensar em como você se comunica com o seu cliente? Quais palavras utiliza? Como fala? Definir tom e voz envolve isso. Ou seja, trata-se de uniformizar a sua comunicação utilizando o tom adequado para o canal determinado. Isso é crucial para expressar a personalidade da sua marca, identidade e os valores do seu negócio. Além de estabelecer o seu posicionamento no mercado de maneira autêntica e única.

Conceitos de Marketing Digital – O marketing digital compreende ações de comunicação, relacionamento e prospecção de clientes, utilizando como canal a internet, smartphones e outros meios digitais. Mas e o CTA, KPI, tráfego orgânico... O que significam? Fique tranquilo, vamos te explicar todos esses conceitos com detalhes ao longo da jornada.

Inbound e Outbound – O inbound, conhecido também como “Marketing de atração”, trata-se de uma maneira de fazer comunicação digital utilizando o conteúdo como principal ferramenta. Podcasts, vídeos, e-books, newsletters, SEO, blogs, são exemplos de mídias em que isso acontece. Outbound, por sua vez, são os meios mais “tradicionais” de comunicação e promoção. Como TV, rádio e similares. Quais as vantagens e custos? A gente te conta tudo!



Redes sociais – Temos certeza que você já deve conhecer algumas redes sociais, não é mesmo? Elas são ferramentas essenciais para que você encontre seus clientes e para posicionar a sua marca no cotidiano do seu público. As redes sociais são um instrumento para construir relevância, autoridade e estreitar o relacionamento com os clientes. Dessa forma, seu negócio se torna mais conhecido, a sua audiência se engaja e possíveis clientes são atraídos. Com isso, é gerada conversão. Veja a seguir os detalhes de algumas bastante utilizadas na atualidade.

	<p>Instagram – Trata-se de uma das redes sociais mais conhecidas e utilizadas atualmente, é uma excelente vitrine para produtos e serviços, desde que o conteúdo seja construído de maneira estruturada e estratégica. Nela é possível criar stories, feed, reels e outros recursos para conquistar a audiência do seu negócio.</p>
	<p>Facebook – Ainda é extremamente relevante para construir uma estratégia de redes sociais. O Facebook possui integrações importantes com o Instagram e WhatsApp Business para sincronizar as informações comerciais e realizar uma estratégia eficiente.</p>
	<p>WhatsApp Business – O popular “zap” que a grande maioria dos brasileiros ama, tem sua versão criada especialmente para empresas. Você já conhece? O WhatsApp Business conta com diversas funcionalidades exclusivas para os negócios que facilitam o seu cotidiano. Dentre eles estão etiquetas, respostas automáticas, atalhos e muito mais.</p>
	<p>TikTok – Inicialmente conhecido por suas dancinhas e trends, o Tik Tok é uma rede social cada vez mais voltada para conteúdo empreendedor e para a construção de presença digital de empresas, principalmente dos pequenos negócios. Nele o foco é o conteúdo. Na jornada você vai aprender a utilizar estrategicamente a rede para atrair novos clientes e levar o seu negócio além.</p>

E a lista dos temas que serão abordados na formação não para por aí! Acompanhe:

Google – A gigante da internet oferece diversas ferramentas para estabelecer a presença digital. É possível anunciar com o Ads, verificar desempenho com o Analytics e ser encontrado nas buscas com o Perfil de Empresa. Apresentaremos esses recursos e muitos outros que a plataforma Google oferece.

CRM – Essa é uma sigla para *Customer Relationship Management*, que em tradução livre para o português pode ser entendido como Gestão de Relacionamento com o Cliente. Se resume a um sistema que é o coração do relacionamento com o cliente. Todas as informações, etapas e contato são centralizados em um ambiente integrado para melhor gestão das interações.

Como anunciar – A primeira (e mais importante) pergunta é: Você está pronto para anunciar? No digital, os anúncios custam barato e é possível começar investindo pouco. Mas é interessante que eles sejam feitos somente depois da construção de uma base orgânica (que pode ser desenvolvida sem investimento financeiro). É interessante começar aos poucos para entender como funcionam as ferramentas de anúncio, como segmentar público e como obter resultados reais. Te contaremos o passo a passo para começar.



Landing pages – São páginas voltadas para a atração de público interessado em produtos ou serviços, os famosos leads. As landing pages têm como principal foco a conversão. Ao investir em uma landing page, é importante entender que o volume de leads gerados precisa receber um tratamento adequado para que os objetivos de venda sejam alcançados.



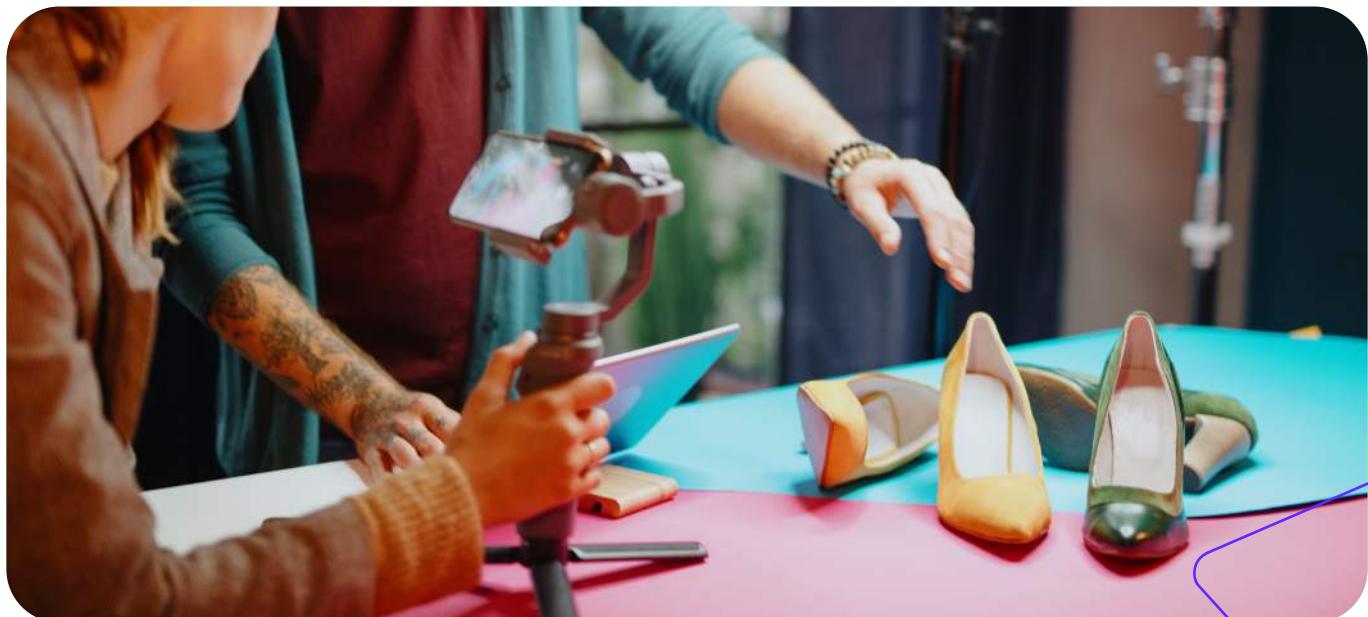
Criação de conteúdo – As principais dúvidas de muitos usuários que estão começando no digital é: O que vou postar? Como construir um conteúdo que envolva o usuário e que tenha um bom desempenho nas redes sociais? Fique tranquilo, a gente te ajuda a encontrar respostas para essas perguntas durante a jornada.

Estratégia digital – Antes de começar a postar, antes de anunciar, um dos primeiros passos é definir uma estratégia para seguir. É impossível aproveitar todo o potencial que as mídias digitais oferecem sem definir objetivos, resultados esperados e um plano de ação. Com o Up Digital Marketing, você entenderá exatamente o que é uma estratégia e como construir uma que funcione para as necessidades do seu negócio.

Site da empresa, domínio e e-mail personalizado – São ferramentas importantes para a construção de credibilidade de uma marca. Quando você oferece um e-mail com um domínio próprio como contato, é gerada uma outra impressão de profissionalismo no cliente. Além disso, contar com um site próprio te oferece diversas possibilidades para promoção dos seus serviços ou produtos. Com a criação de conteúdo, você pode gerar autoridade para a sua persona e assegurar, por meio do seu nível de entendimento no assunto, que tem capacidade técnica para a resolução dos desafios dela.



Marketplace x Loja Virtual – Você já deve saber que as vendas on-line vão muito além do uso das redes sociais, não é mesmo? Também é possível utilizar o universo dos e-commerce próprios ou os marketplaces. Mas, e-commerce ou marketplace são boas opções para o seu negócio? Quais são as vantagens e desvantagens de cada meio de comércio on-line? A gente vai te contar como as lojas virtuais e os marketplaces podem ser ferramentas úteis para a sua estratégia de negócio e para impulsionar suas vendas na internet.



Viu só quanto conhecimento será compartilhado e ampliado a partir da jornada de aprendizagem do UP Digital Marketing?

Nessa apresentação que fizemos das temáticas, você deve ter percebido que há muitos termos e siglas do universo digital que nem sempre são conhecidos por todos, não é mesmo? Então, temos uma boa notícia para tudo ficar mais fácil!



Dê um Up

Preparamos um **Glossário** para facilitar o seu aprendizado e acompanhamento dos assuntos ao longo da jornada. Ele está disponível no final deste guia e você poderá consultá-lo sempre que precisar ou surgir uma dúvida.

Agora que você já sabe os principais tópicos que serão ensinados, hora de avançar para algumas recomendações importantes! Siga adiante para conhecê-las!



Orientações gerais para participação



Como dissemos, todas as dinâmicas na jornada de aprendizagem do Up Digital Marketing acontecem em ambiente online. Dessa maneira, você não precisa sair de casa para assistir aos encontros ou receber suas consultorias individuais.



Por dentro da jornada

Ao se inscrever você é direcionado a um grupo de WhatsApp e é muito importante que você não saia! Sabe por quê? O grupo será o principal ponto de contato com a pessoa facilitadora. Além disso, será através dele que você receberá todos os links e acessos!

A seguir você entenderá um pouco mais sobre a dinâmica de realização dos encontros e como poderá aproveitar ao máximo cada um deles.



O embarque nos encontros coletivos

Os encontros acontecem via Google Meet, Zoom, Microsoft Teams ou softwares de videoconferência similares. Não se preocupe, avisamos com antecedência qual meio será utilizado para que você consiga se preparar. Inclusive, é interessante que você faça o download no seu celular, tablet ou computador do aplicativo para facilitar o processo de ingresso.

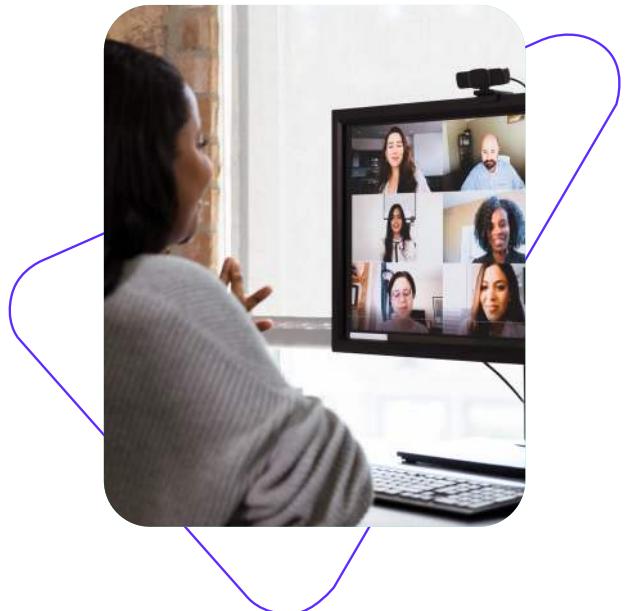


Se liga

Caso não consiga acesso no momento dos encontros, fique tranquilo! Entre em contato pelo grupo da turma no Whatsapp. A pessoa consultora estará disponível para te apoiar e orientar.

Além disso, nossa equipe de suporte também fica atenta para auxiliar caso você tenha qualquer problema.

As salas de videoconferência são abertas com 15 minutos de antecedência. Para evitar qualquer dificuldade técnica, uma dica importante é chegar antes do horário. Assim, você também aproveita a oportunidade para conhecer a pessoa facilitadora, trocar ideias com os colegas e já se aquecer para a aula.



Para te ajudar com a preparação, disponibilizamos a seguir um checklist para que confira se está tudo certo para participar dos encontros!



Checklist

Ações recomendadas para **antes do encontro**:

- Escolha um ambiente silencioso** – Se possível, escolha um ambiente mais tranquilo e quieto durante a aula. Evite ruídos e distrações no ambiente. O silêncio pode ser um grande aliado nessa jornada pelo conhecimento.
- Prepare o seu dispositivo** – Anteriormente ao início, verifique se o seu computador, tablet ou celular possui bateria suficiente para todo o encontro. Deixe seu carregador disponível, caso seja necessário utilizar.
- Concentre-se no encontro** – Para ajudar com o foco, desative as notificações e coloque seu celular em modo silencioso. E, se possível, utilize um fone de ouvido.

Também temos algumas recomendações importantes e boas práticas para serem aplicadas durante os encontros. Confira no checklist a seguir.



Checklist

Ações recomendadas para **durante o encontro**:

- Tome notas** – Pode ser em papel e caneta ou em um documento de texto digital. O importante é registrar seus insights e tudo o que achar interessante e que tenha valor para a sua empresa. Não é necessário copiar o que está escrito na apresentação de slides, pois a pessoa facilitadora compartilhará a apresentação com a turma posteriormente.
- Que tal abrir a câmera?** – O uso da câmera é opcional, mas preferencial. É muito legal para a pessoa facilitadora e para a turma poder interagir de maneira mais próxima com você. Mas se a sua conexão estiver lenta, recomendamos que desligue o vídeo para diminuir a carga de dados exigida.
- Verifique seu microfone** – Queremos muito a sua participação nos encontros. Esperamos que você interaja com os colegas e faça suas perguntas. Mas pedimos que mantenha o microfone desligado quando não tiver alguma consideração a ser feita sobre o assunto.



- Use o chat** – Essa é outra ferramenta disponível para a interação. Por meio dele você pode participar das dinâmicas ou esclarecer suas dúvidas. A pessoa facilitadora da sua turma estará sempre acompanhando e respondendo.
- Participe dos exercícios e desafios** – Durante os encontros, a pessoa consultora fará perguntas e trará desafios. Participe! O encontro fica muito mais dinâmico e leve, além de te ajudar a aprender melhor.
- Salve os links e materiais enviados pela pessoa facilitadora** – A disponibilização de links e materiais poderá ocorrer tanto nos encontros, quanto no grupo do WhatsApp. Tê-los guardados, será de grande utilidade para que você coloque em prática. Além disso, eles podem ser consultados para relembrar informações.

Como dissemos, além dos materiais compartilhados pela pessoa facilitadora, também há alguns recursos extras para você acessar antes e depois dos momentos de formação. Consulte-os sempre que desejar no final desse guia no **Painel de materiais extras**.



Agora que você entendeu como aproveitar melhor os encontros, vamos falar sobre as consultorias individuais?



Como acessar suas consultorias individuais

As consultorias individuais são o seu momento exclusivo com a pessoa consultora. Durante os 45 minutos de duração de cada uma delas vocês tratarão sobre o seu negócio.

Durante esses momentos também há algumas recomendações importantes e boas práticas. Vamos conferir?



Checklist

Ações recomendadas para **as consultorias**:

- Agende com a pessoa consultora a data e o horário** – A pessoa consultora disponibilizará um meio para agendamento. Pode ser um link ou até uma mensagem no próprio WhatsApp. É importante lembrar que quem chega primeiro tem prioridade. Ou seja, quanto antes você marcar o seu horário, mais opções você terá.
- Faça a confirmação do agendamento** – Com antecedência, a pessoa consultora entrará em contato para confirmar o agendamento e enviar o link da reunião.
- Prepare-se** – Organize todas as dúvidas, anote os principais desafios e tudo o que você pretende aplicar dos conteúdos vistos no seu negócio.
- Tenha Pontualidade** – Esse é um momento importante para você e para a sua empresa. Então, não se atrasse. Reserve o horário na sua agenda e ingresse na hora combinada.
- Coloque a mão na massa** – ao final da sua consultoria, a pessoa consultora trará alguns exercícios para que você pratique e traga os resultados no próximo momento individual. É importante tirar um tempinho durante a semana para aplicar esses conhecimentos. Isso será crucial para o seu desenvolvimento.



Por dentro da jornada

Para marcar a primeira consultoria individual, é obrigatória a participação nos encontros coletivos 1 e 2. Já para realizar a marcação da segunda consultoria, a participação no encontro coletivo 3 também é obrigatória.



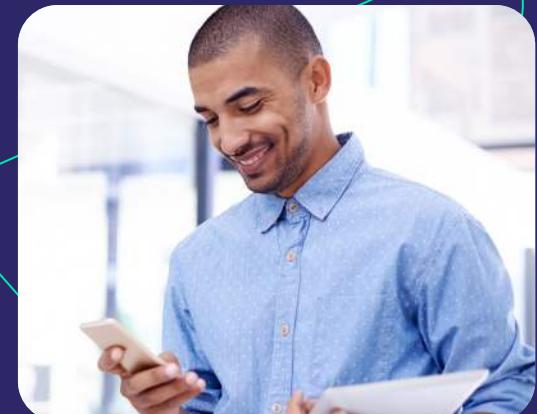
Ficou bem mais claro agora como se dará a sua jornada de aprendizagem no Up Digital Marketing, não é?

Mas ainda temos dois importantes pontos a esclarecer: como sanar as dúvidas e obter o certificado.

Não fique com dúvidas

No Up Digital Marketing você conta com o time do Sebrae para esclarecer qualquer dúvida ou te ajudar com suas dificuldades.

Precisou? Entre em contato com a pessoa consultora ou com o representante do Sebrae presente no seu grupo de WhatsApp para suporte.



O atendimento estará disponível das 08 h às 18 h, em dias úteis. Nos dias de encontro, esse horário é expandido até as 21 h. Nas demais datas, a dúvida é respondida em até 24 horas úteis.

Certificados

Para obtenção do seu certificado, é necessário que você compareça a 75% das atividades da jornada. Dessa forma, tome cuidado com as faltas e tente não perder nenhuma dinâmica. Os certificados são emitidos pelo Sebrae do seu estado (UF).



Se liga

Não é necessário entrar em contato ou solicitar o seu certificado. As listas de presença são encaminhadas ao setor responsável. É realizada a verificação e os certificados das pessoas participantes que cumprirem os critérios de presença são emitidos.



Os certificados são encaminhados para o e-mail fornecido no momento da inscrição. Por isso, é importante informar seu melhor e-mail para contato e acompanhar sua caixa de entrada periodicamente.

Depois de entender todo o processo, como estão suas expectativas com o curso?

Ansioso(a) para aprender tudo o que mostramos aqui?

Acompanhe na sequência nossas considerações finais e também indicações para aprofundar seus conhecimentos e se preparar melhor para a formação.



Encerramento



Pronto! Você está preparado para embarcar nessa jornada de imersão no digital. Se você está lendo esse material é porque já está inscrito em uma turma muito próxima de iniciar.

Sabe o cronograma que você recebeu? Recomendamos que adicione as datas no calendário do seu celular para não perder nada.

Preparamos o Up Digital Marketing para que você tenha a oportunidade de entender as ferramentas e estratégias necessárias para construir a presença da sua empresa nos canais digitais. Por meio dos conhecimentos que vai aprender, você poderá começar a transformação digital no seu negócio, potencializar suas vendas e os seus resultados. Aproveite para extrair o máximo dessa experiência!

Por aqui, estamos empolgados para te receber, facilitar esse conhecimento e trocar experiências com você.

Que tal algumas dicas de conteúdo para ir se aquecendo? Acompanhe a seguir nossas sugestões:



Livro: Transformação Digital: repensando o seu negócio para a era digital, de David L. Rogers

Como levar o seu negócio para o digital? Quais são as adaptações necessárias? As transformações pelas quais passamos recentemente nos impuseram a necessidade de digitalizar negócios e estar presente no mundo conectado como nunca antes.

Esse livro propõe um caminho para auxiliar no processo de repensar o seu negócio para a era digital. E, não se preocupe. Você não está sozinho nesse caminho. Empresas de todos os tamanhos e segmentos de atuação passam por esse desafio hoje. O próprio autor fala que a transformação digital não é sobre tecnologia, mas sobre estratégia. O primeiro passo você já deu ao se inscrever no Up. Agora é aprender e aplicar. E a gente segue junto com você.



Livro: Comece pelo porquê: Como grandes líderes inspiram pessoas e equipes a agir, de Simon Sinek

Você já se deparou com uma situação em que você precisa explicar o seu negócio para um potencial cliente pela primeira vez? Por onde começar? Qual será o ponto chave no momento de convencer aquele consumidor a comprar o que você faz?

As pessoas não tomam decisões baseando-se unicamente no racional. Elas são envolvidas em propósito.

Com esse livro você aprenderá um pouco mais sobre o círculo dourado, a responder todas essas perguntas e muito mais. Um conhecimento crucial para construir o seu posicionamento na internet de maneira eficiente.



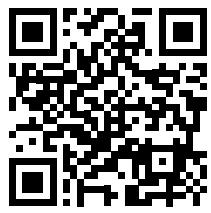
Site: AnwserThePublic

Uma pergunta de muitos empresários que estão começando a planejar conteúdo para as redes sociais é: por onde iniciar? Onde encontrar ideias para postar? Esse site é uma excelente ferramenta para descobrir quais temas o seu público tem interesse em ouvir.

O nome do site, em tradução literal, é Responda ao Público. Nele, é possível inserir uma palavra ou termo, escolher um país e idioma para realizar sua busca. O resultado é: diversas perguntas e assuntos relacionados ao termo pesquisado. Dessa forma, você consegue buscar palavras associadas ao seu negócio e encontrar oportunidades de temas para produzir conteúdo sobre.

Se quiser, você pode testar e já levar suas primeiras impressões para a consultoria individual.

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



AnwserThePublic

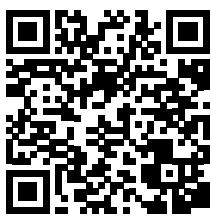
Acesse agora mesmo para conhecer!



Vídeo: Dicas práticas de Marketing Digital | #SeuNegocioNoDigital

Está ansioso e já quer começar com algumas dicas? Confira essa live do Sebrae e sinta um gostinho do que viveremos juntos no Up Digital Marketing. São conselhos práticos que já vão te ajudar a começar com tudo a transformação digital no seu negócio.

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



Dicas práticas de Marketing Digital

Dê o play e confira!



Gostou e quer saber mais? Não deixe de conferir a nossa bibliografia completa no final deste guia.

Na sequência você também terá acesso ao Glossário do curso e ao Painel de materiais extras! Aproveite ao máximo!

Até o nosso primeiro encontro coletivo. Vamos juntos dar um up no seu negócio!



Glossário de Marketing Digital



Este Glossário foi elaborado para facilitar o seu aprendizado e acompanhamento dos assuntos ao longo da jornada. Ele traz a definição para conceitos e expressões de uso comum no âmbito do marketing digital. Você poderá consultá-lo sempre que precisar ao longo de todo curso.

Em sua construção usamos algumas fontes como referência, você também poderá acessá-las para expandir suas pesquisas.



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

Glossary of Digital Marketing Terms

Site



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

The Ultimate Digital Marketing Glossary: 108 Terms all Marketers Should Know

Site



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

Meta Business Suite

Site

Aproveite ao máximo e bons estudos!

Algoritmo

Essa é uma palavra famosa no marketing digital e por um motivo fundamental: o algoritmo é um conjunto de dados e regrinhas estabelecidas por cada rede social. São responsáveis por determinar quais conteúdos e quais páginas aparecem primeiro para os usuários, e, consequentemente, seus clientes.

CAC

Significa Custo de Aquisição do Cliente e tem como função metrificar (estabelecer uma medida para) o quanto a sua empresa está desembolsando com o propósito de converter um cliente. O principal uso dessa informação é definir o orçamento para as ações de marketing.

Calendário editorial

O calendário editorial é um documento para organizar sua programação de conteúdo. Trata-se de uma estrutura de planejamento, baseada em um calendário real, para listar toda a sua estratégia de publicação de conteúdo, deixando claro quando e o que será publicado.



Conteúdo relevante

O conteúdo relevante é aquele que se sobressai aos demais. É pensado, planejado e se destaca de alguma maneira. Dessa forma, atrai a atenção do seu público e impacta a sua audiência.

Conversão

São ações que você deseja que o seu público realize nos ambientes digitais. Elas podem ser desde preencher um formulário até a conclusão de uma compra.

CPC

É uma sigla para Custo por Clique. Trata-se de uma medida do custo de anúncios que são pagos com base no número de cliques recebidos. Um exemplo é o Facebook Ads.

CTA

A sigla em inglês corresponde à *Call To Action*, e pode ser traduzido como um convite a uma ação. A ideia é levar o consumidor que está acessando seu conteúdo ao próximo passo. Em geral, os botões nos ambientes online carregam CTAs.

Dispositivo móvel

Os dispositivos móveis são celulares (ou smartphones), tablets, e, basicamente, qualquer aparelho que pode ser utilizado sem a necessidade de fios e à distância. Tais dispositivos possuem sistema operacional, são capazes de executar aplicativos e estabelecer comunicação com outros por meio da internet.

E-mail marketing

Trata-se da utilização do e-mail para marketing direto. O cliente indica interesse em receber e a empresa pode estabelecer relacionamento por esse canal.

Feed

O famoso feed pode ser definido como um fluxo de conteúdo. Nas redes sociais, o feed de um perfil é aquele espaço da página principal que oferece uma visão geral das postagens, fotos, vídeos e que, geralmente, exigem que você role a página para consumir.



Funil de vendas

Consiste em todo o percurso percorrido pelo seu cliente. Ele se constrói desde o momento em que o cliente descobre a existência da sua marca até o ponto em que efetua a compra do produto.

Hashtags

São palavras-chave acompanhadas do símbolo da cerquilha (#). O objetivo é facilitar que os usuários encontrem postagens por meio desses tópicos. Elas ajudam a organizar o conteúdo das redes sociais e entender os assuntos onde as conversas e discussões estão acontecendo.

Insights

Estão relacionados com os dados de público e desempenho. Trata-se de uma funcionalidade dentro de algumas redes sociais que permite o acesso aos dados de: alcance das publicações, engajamento e algumas características da audiência.

Keywords

Keywords são palavras-chave. Lembra que falamos sobre elas em hashtags? Normalmente, são utilizadas para organizar tópicos ou assuntos dentro de textos e hashtags.

KPI

A sigla em inglês significa *Key Performance Indicators*, que pode ser traduzido como Indicadores-Chave de Desempenho. São pontos-chave definidos para aferir o desempenho das suas iniciativas para atingir o seu objetivo.

Lead

O lead é um consumidor que demonstrou interesse no seu produto ou serviço e forneceu seus dados pessoais e de contato.

Links patrocinados

É um formato de anúncio pago que busca privilegiar resultados em sites de busca ou afiliados. Funcionam na lógica de palavras-chave, que devem ser selecionadas baseando-se no tópico de interesse para a sua empresa.



Live

A live é a transmissão de conteúdo ou programa de maneira “ao vivo”, pela internet. Além disso, em geral, há um espaço para que a audiência se manifeste simultaneamente ou faça perguntas via chat.

Marketing de conteúdo

Marketing de conteúdo é o processo de criar, publicar e promover conteúdos personalizados para o seu cliente. Seja ele texto, vídeo, e-book ou post em redes sociais.

Meta Business Suite

É uma plataforma para gerenciar os perfis do seu negócio nas redes sociais da Meta: o Instagram, o Facebook e o Messenger. É possível programar a publicação de postagens, anunciar, acessar os dados da audiência e interagir com seus clientes.

Métricas

São medidas quantificáveis usadas para analisar o resultado de um processo, ação ou estratégia específica. De maneira geral, é uma forma de medir o desempenho dos seus esforços.

Newsletter

Também chamada de boletim informativo, a newsletter é um tipo de e-mail marketing mais focado em oferecer conteúdo do que em vender. Pode abordar diferentes assuntos e, geralmente, possui notícias recentes e destaques de um período.

Opt-in

Lembra dos e-mails marketing? Então, quando um usuário opta por se inscrever e se tornar um lead da sua empresa, é um opt-in. Nesse momento, ele dá permissão para que você entre em contato com o usuário.

Perfis comerciais

A página ou perfil comercial nas redes é uma forma gratuita para empresas, marcas, celebridades, causas e organizações alcançarem seus públicos. Contar com uma página comercial oferece aos usuários diversos benefícios como: anúncios, dados da audiência, desempenho, contatos especiais, dentre outros.



Reels

Os reels são um recurso do Instagram similar ao TikTok. Permite gravar e editar vídeos curtos em uma única plataforma de maneira facilitada. É possível utilizar áudios e formatos já estabelecidos pela comunidade.

ROI

O ROI é uma sigla que no inglês quer dizer *Return on Investment*, em tradução livre, Retorno sobre Investimento. É a diferença entre o que foi investido e o resultado dessas ações. Com base nessa métrica, você entende se os seus esforços têm rendido bons resultados e se você está ganhando ou perdendo dinheiro.

Segmentação

É a divisão de um mercado ou público. A segmentação consiste em dividir grupos a partir de um conjunto principal, de acordo com interesses em comum.

SEO

Trata-se de uma sigla que em inglês significa *Search Engine Optimization*, em tradução livre seria otimização para mecanismos de busca. Corresponde a uma série de técnicas aplicadas em uma página online para atrair e aumentar o tráfego orgânico na página.

SPAM

É o conjunto de mensagens eletrônicas que são enviadas ou postadas para muitas pessoas, sem que tenham sido solicitadas. Se é invasivo e não desejado, é SPAM. Os clientes, em geral, têm aversão a esse tipo de conteúdo.

Stickers

Stickers, ou figurinhas, são as ilustrações ou recursos interativos criados pelo Instagram e que podem ser agregadas aos stories. Geralmente representam alguma data comemorativa, acontecimento histórico ou possibilidade de dialogar com a comunidade.

Stories, status e histórias

Essa é uma mídia presente em algumas redes sociais com nomes distintos, mas que funcionam sob o mesmo mecanismo. Oferece a possibilidade de publicar fotos ou vídeos mais curtos que ficam acessíveis por até 24 horas.



Tags

“Tag” em inglês quer dizer etiqueta. As tags na internet são palavras que servem como etiquetas. Ajudam na hora de organizar informações, agrupando aquelas que receberam a mesma marcação, facilitando encontrar outras relacionadas.

Tráfego

O tráfego nada mais é do que todo o alcance, visitas e visualizações que você recebe em suas páginas, sites, redes sociais, blogs e canais digitais.

Trends

As trends são as tendências do momento dentro de um aplicativo ou do ambiente digital. Os usuários criam conteúdo baseando-se em ações como desafios, músicas, coreografias, tutoriais, dublagens que se tornaram virais e a comunidade reproduz com muita frequência.

Ao longo do curso você poderá ir fazendo complementações nesse glossário com outros termos que aprender!

Use o espaço a seguir para isso!



Painel de materiais extras



Compilamos aqui alguns materiais extras sugeridos para que você acesse antes e depois de cada momento de formação da jornada.

Para antes de cada encontro está indicado um vídeo para que você fique ligado no conteúdo que será visto no encontro. O material pós-encontro é um mapa mental que lhe ajuda a entender e sintetizar os principais assuntos tratados na formação.

Organize-se para acessar cada material no devido momento. Assim você aproveitará ainda mais da experiência!

Momento da jornada de formação	Pré	Pós
Ínicio		
Primeiro encontro coletivo		
Segundo encontro coletivo		
Primeira consultoria individual		
Terceiro encontro coletivo		
Segunda consultoria individual		



Bibliografia

Básica

ASSAD, Nancy. Marketing de conteúdo: como fazer sua empresa decolar no meio digital. São Paulo: Atlas, 2016.

BUENO, Wilson da Costa. Estratégias de comunicação nas mídias sociais. São Paulo: Manole, 2015.

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

REZ, Rafael. Marketing de Conteúdo: A Moeda do Século XXI. 1. ed. São Paulo: DVS EDITORA, 2016. 400 p.

TURCHI, Sandra R. Estratégias de Marketing digital e e-commerce. São Paulo: Atlas, 2019.

Complementar

LIMEIRA, Tania M. Vidigal. E-Marketing. São Paulo: Saraiva, 2007.

LUZ, Charlley. Curadoria da Informação Digital: foco no conteúdo. Blog PPEC, Campinas, v.7, n.1, jul. 2018. ISSN 2526-9429. Disponível em: <<https://periodicos.sbu.unicamp.br/blog/index.php/2018/07/13/curadoria/>>. Acesso em: 21 jul. 2021.

SINEK, Simon. Comece pelo porquê: Como grandes líderes inspiram pessoas e equipes a agir. 1. ed. Rio de Janeiro: Sextante, 2018. 256 p.

Referências Bibliográficas do guia

FUJISAN MARKETING. The Ultimate Digital Marketing Glossary: 108 Terms all Marketers Should Know. [S. I.], 28 fev. 2018. Disponível em: <https://medium.com/@fujisanmarketing/the-ultimate-digital-marketing-glossary-108-terms-all-marketers-should-know-e421504c86f8>. Acesso em: 27 set. 2022.

MARKETINGTERMS.COM. Glossary of Digital Marketing Terms. [S. I.], 2022. Disponível em: <https://www.marketing-terms.com/dictionary/>. Acesso em: 27 set. 2022.

META. Meta Business Suite. [S. I.], 2022. Disponível em: <https://www.facebook.com/business/tools/meta-business-suite>. Acesso em: 27 set. 2022.

WE ARE SOCIAL; KEPIOS. Digital 2022: Local Country Headlines Report. [S. I.], 2022. Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2022-local-country-headlines?rq=digital%202022>. Acesso em: 27 set. 2022.

