

TUDO O QUE PRECISA PARA SE TORNAR NUMA

# AGÊNCIA DIGITAL DE SUCESSO

O GUIA DEFINITIVO



# O QUE PRECISA SABER

**03**

**INTRODUÇÃO**

**05**

**O CONTEXTO DAS  
AGÊNCIAS DE  
MARKETING DIGITAL**

**09**

**O QUE SUA AGÊNCIA  
DE MARKETING  
DIGITAL TEM QUE TER  
PARA SER UM  
SUCESSO?**

**32**

**QUAIS TIPOS DE  
FERRAMENTAS SUA  
AGÊNCIA DE  
MARKETING DIGITAL  
TEM QUE OFERECER  
PARA SER UM  
SUCESSO?**

**46**

**DICAS DE  
FERRAMENTAS QUE  
PODEM TE AJUDAR  
NESSA JORNADA**

**60**

**AS FERRAMENTAS QUE  
O LEVAM MAIS LONGE**

A lightbulb is positioned in the center of a chalkboard. The chalkboard is covered with several hand-drawn white circles and arrows. The circles are arranged in a vertical column on the right side of the board, with arrows pointing from the top circle down to the middle one, and from the middle one down to the bottom one. On the left side, there are three more circles, with arrows pointing from the top one towards the middle one, and from the middle one towards the bottom one. The entire scene is overlaid with a semi-transparent teal rectangle.

# INTRODUÇÃO



# INTRODUÇÃO

O mercado publicitário sempre foi submetido a constantes inovações. A inserção do digital nas agências que antes ofereciam apenas anúncios impressos e inserções em mídias de massa já foi uma quebra de paradigma gigante.

As agências precisaram parar de pensar em apenas criatividade e enxergaram a necessidade de analisar números, metas, KPI's e entender fluxos complexos de jornada do consumidor e técnicas de marketing mais elaboradas para só então compreender como a publicidade se encaixava neste novo modelo.

De lá pra cá, durante essa transição, centenas, senão milhares, de agências de marketing digital pipocaram. Algumas híbridas, que oferecem desde os serviços mais tradicionais como os comentados anteriormente - de inserção de rádio e tv - e outras especializadas - como as focadas em Inbound Marketing.

Este ebook é direcionado às agências híbridas com setores online e as especializadas em serviços digitais. Neste material, serão pontuados alguns detalhes que sua empresa criativa precisa ter e oferecer para ser literalmente um sucesso. Confira!

# O CONTEXTO DAS AGÊNCIAS DE MARKETING DIGITAL



# A CONCORRÊNCIA

Na introdução deste material, comentamos sobre "pipocar" várias agências digitais, ou híbridas com oferecimento de serviços online. Este turbilhão de criação de agências resultou em uma concorrência significativa. Nesse sentido, antes, se as empresas criativas contavam com apenas a publicidade como diferencial, hoje, elas precisam contar com muito mais do que isso para vencer a concorrência e se diferenciar.

Essas agências precisam contar com organização interna, deadlines cumpridos - porque infelizmente por falta de um fluxo de trabalho sistematizado muitas agências furam os prazos dos clientes - inteligência na tomada de decisões - para isso precisam de relatórios e pessoas qualificadas que saibam tomar decisões pautadas em dados - entre outras questões.

Sem dúvidas, essas empresas criativas precisam ficar, agora, mais atentas ao interior de suas empresas. Porque, na verdade, o ambiente externo está muito fértil para conquistar clientes. As empresas e seus tomadores de decisão estão com mais maturidade digital e procuram por serviços que antes os publicitários precisavam trabalhar muito para persuadir e conquistar uma nova conta.

Conclusão: agora é o momento de você focar no interior de sua agência, nos fluxos de trabalho, no cumprimento de prazos, na organização das tarefas, na automatização dos seus processos, na potência de sua produtividade, na geração de relatórios, na tomada de decisões assertivas, entre outras coisas sobre as quais iremos pontuar a seguir.





# A DIFICULDADE DE INFORMAÇÃO

Além da concorrência, as agências de marketing digital passam por mais uma situação complexa: a dificuldade de aquisição de informação. Informação no sentido geral, desde informação sobre como está o andamento dos jobs de sua agência até informação sobre as inovações do mercado (para sanar o segundo problema, acompanhe o blog do iClips que sempre está atualizado sobre assuntos relacionados à gestão de agências - aqui).

O último problema de informação citado não é tão difícil de resolver. Existem centenas de blogs que podem ser considerados referência na área de publicidade digital e acompanhar fielmente alguns deles vai sanar este obstáculo. No entanto, problemas como o primeiro relatado, entender o andamento das tarefas e ter informações consistentes sobre as produções, ainda é um incômodo para muitas agências.

Organizar e automatizar os processos internos da empresa é uma ação que sofre resistência por parte de alguns gestores. Essa resistência muitas vezes é gerada por uma "cegueira" do administrador que enxerga um investimento como custo.

Um exemplo prático dessa situação é o gestor não contratar um software de automatização de processos com a ideia de que está despendendo mais receita. Mas, como consequência disso, necessitar contratar mais dois ou três colaboradores para dar conta de organizar tudo manualmente - e com grandes possibilidades de erros.

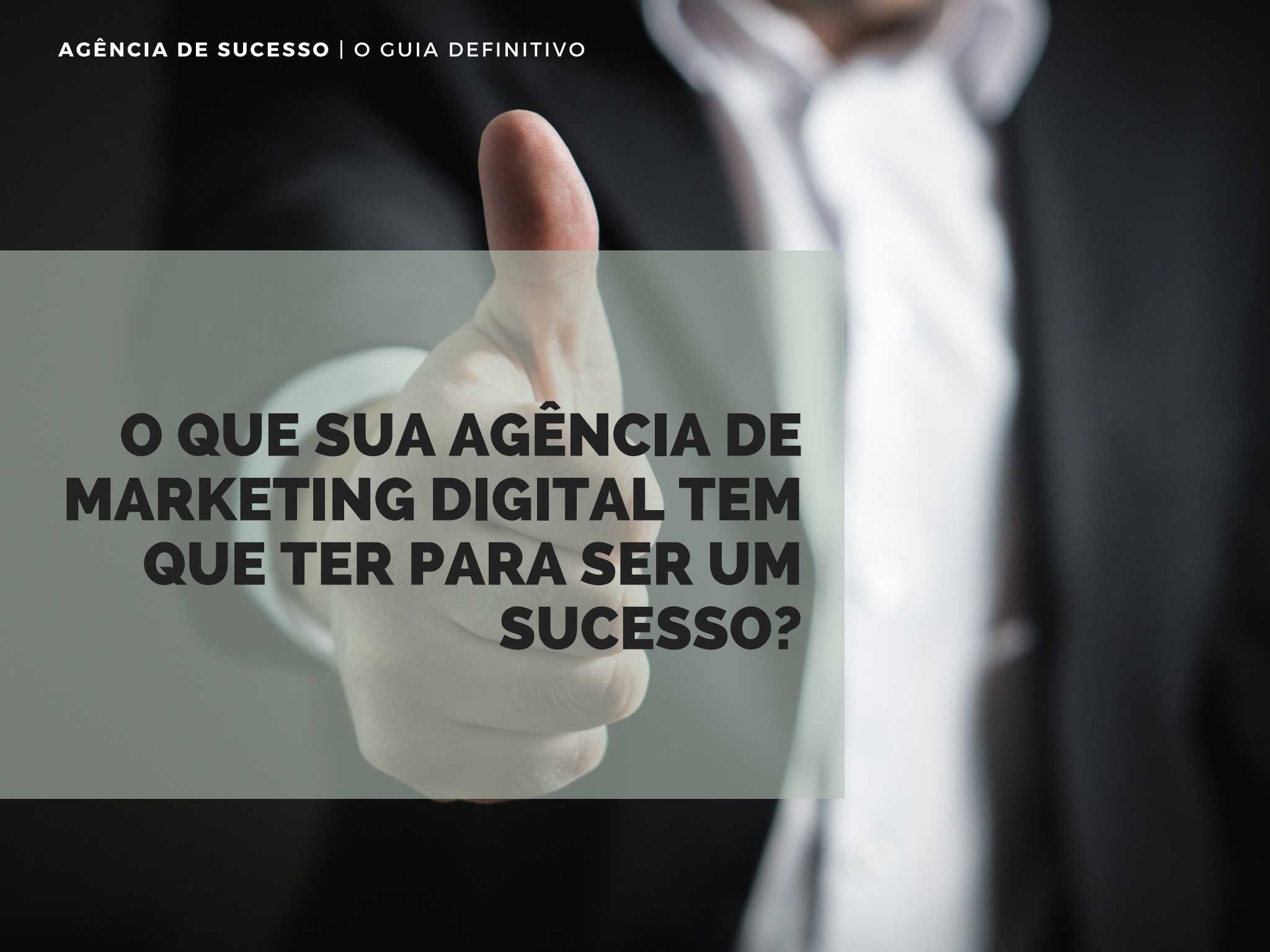
Nesse sentido, já que ainda existe uma resistência e uma falta de capacitação desses gestores em enxergar essa situação, as agências que dispararam na frente, poderão contar como diferencial.



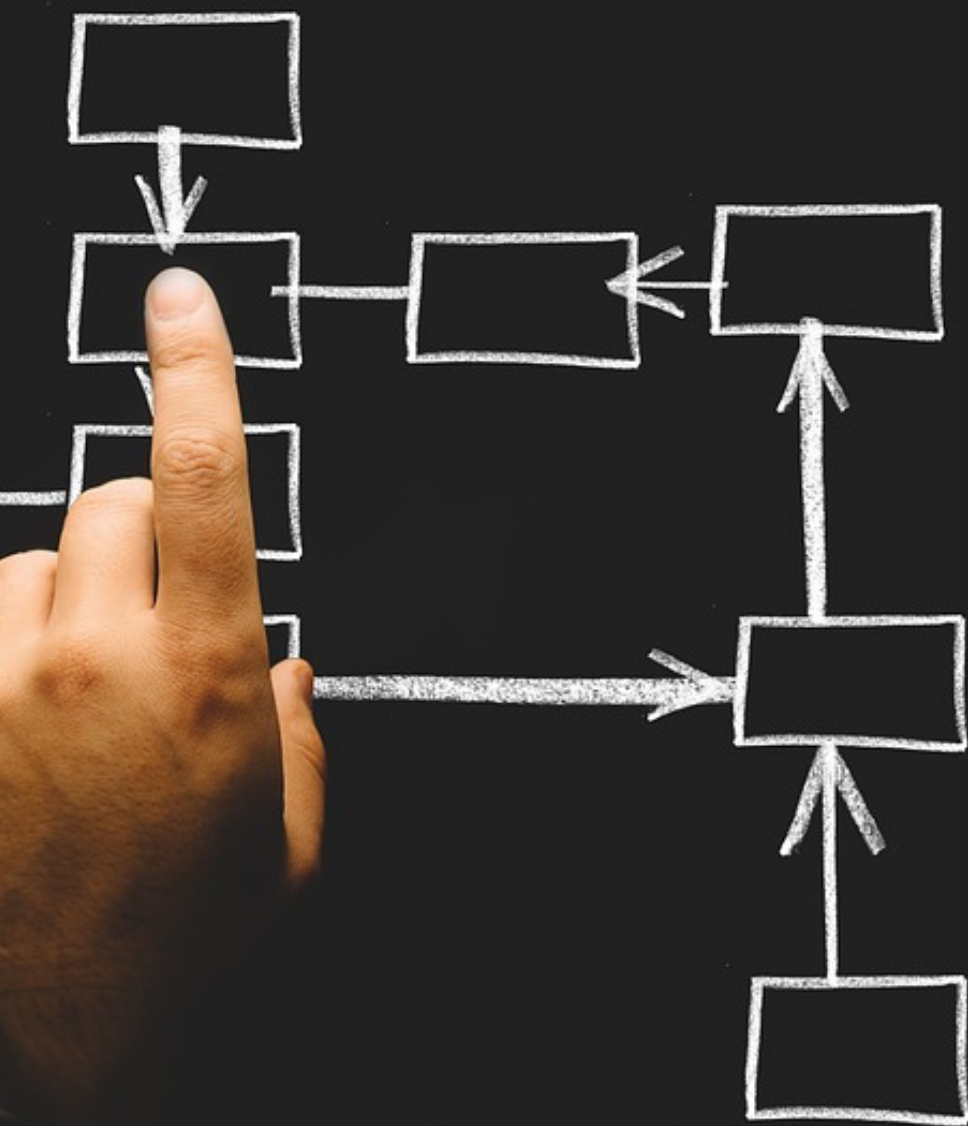
# A DIFICULDADE DE MÃO-DE-OBRA QUALIFICADA

Além da forte concorrência e da significativa falta de informação, as agências de marketing digital se deparam com mais uma questão problemática: o obstáculo do recrutamento.

Como a área de marketing digital é demasiadamente nova e é submetida a constantes mudanças, um profissional qualificado hoje, pode não servir mais amanhã, caso ele não se atualize constantemente. Por isso, o ciclo de vida dos profissionais da área, se não houve atualização constante das ferramentas-chave do mercado, é limitado e essa situação traz um agravante aos processos de recrutamento das agências que cada vez mais estão em busca de profissionais atualizados e resiliente com as novas tecnologias.



**O QUE SUA AGÊNCIA DE  
MARKETING DIGITAL TEM  
QUE TER PARA SER UM  
SUCESSO?**



# ORGANOGRAMA BEM DEFINIDO

É recomendado que um funcionário esteja focado em determinadas ações, ao invés de acumular várias tarefas de diversos setores; que um colaborador entenda até onde vão suas responsabilidades, até onde vão as do seu setor, e quando se inicia as incumbências do outro departamento e colaboradores; que toda a equipe entenda o organograma da empresa e compreenda a hierarquia da agência (Sim! É recomendado ter hierarquia, mesmo que flexível) e que todos os profissionais (Inclusive os da criação que são um tanto resistentes a essas questões) assimilem o fluxo de trabalho da agência (Quem atende o cliente quando ele solicita?)

No início de um job, além do briefing, quais documentos devem ser elaborados? Quando o briefing está pronto, a quem deve ser direcionado? Qual atendimento tem prioridade no tráfego? E quando? Entre outras questões.)

Todas essas circunstâncias precisam estar bem alinhadas para que um job seja produzido com qualidade e dentro do prazo estabelecido. Nesse sentido, é preciso definir um organograma, compartilhá-lo com a equipe e organizar o fluxo de demandas da agência.

# ORGANOGRAMA BEM DEFINIDO

## **Organizando o tráfego - o fluxo de jobs! - da sua agência**

Quando se fala em tráfego, existem dois conceitos essenciais para as agências digitais: o tráfego de sites e o tráfego de fluxo de trabalho. Essa parte do material se reservará em comentar sobre o segundo tópico, explicando alguns pontos cruciais que tornam a sistematização do tráfego de trabalho - a lista de jobs que precisa ser produzida - algo essencial para uma agência.

## **O que é um tráfego em uma agência de publicidade?**

De acordo com Dicio.com, tráfego é o "Transporte ou movimentação de mercadorias, cargas". Dentro de uma agência de comunicação, essas "mercadorias" e "cargas" são os "jobs" e "peças". Para essas peças e jobs serem produzidos e atenderem aos prazos estipulados entre a agência e o cliente, é preciso que o fluxo de trabalho seja organizado levando em consideração as prioridades e prazos, complexidade do job e disponibilidade dos criativos com as específicas habilidades para a realização de cada trabalho.



# ORGANOGRAMA BEM DEFINIDO

## Como o Tráfego se Desenrola em algumas Agências de Publicidade?

Em muitas agências é reservado um profissional específico para agrupar todas as demandas dos atendimentos e organizar o fluxo de trabalho de cada criativo. Cabe a este funcionário de tráfego, então, elencar todos os jobs demandados dos atendimentos / social media's da agência e organizá-los em uma lista prioritária para a produção.

Já vimos agências trabalharem com lista de tarefas no e-mail, com bagunçadas planilhas sendo enviadas para dezenas de funcionários, com quadros de lousa expostos nas salas de criação, com folhas impressas e distribuídas aos funcionários e com várias outras formas muito questionáveis.

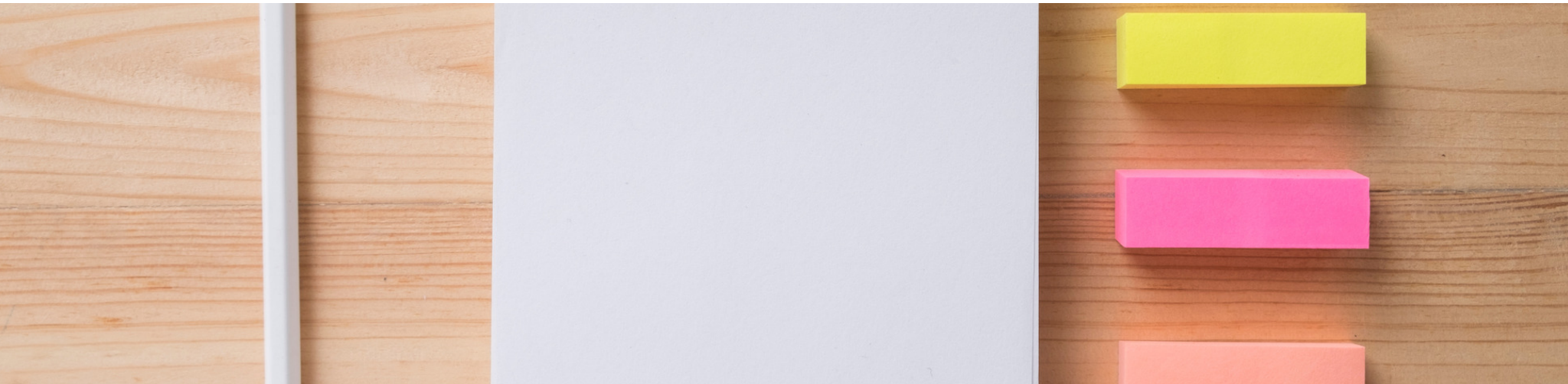
Alguns métodos arcaicos ainda são praticados na organização do fluxo de trabalho das agências e otimizar e automatizar esse processo é um diferencial em termos de produtividade e organização para as empresas que querem se diferenciar neste mercado tão competitivo.

Algumas formas de tráfego estão fadadas ao fracasso devido aos seus custos, mão de obra operacional empregada e falta de otimização. Entenda um pouco mais a seguir:

## O que acontece quando o tráfego não é sistematizado?

Como foi citado nos parágrafos anteriores, a capacidade humana é passível de erros. Um profissional pode muito bem deixar de fazer um post importante que precisava ser produzido naquele dia (Imagine não publicar algo comemorativo no Dia das Mães porque o designer simplesmente entendeu que as outras demandas eram mais importantes que este post!?. Imagine o caos!

Imagine os usuários questionando a marca de seu cliente nas redes sociais onde qualquer fásca vira um turbilhão! . Além disso, com um tráfego não otimizado, a integração entre a equipe é prejudicada.



# ORGANOGRAMA BEM DEFINIDO

## Então... Como otimizar seu tráfego?

O fluxo de trabalho de uma agência - ou até mesmo de uma house de comunicação - pode ser otimizado através de programas e softwares que integram os departamentos e retiram a responsabilidade operacional de um único colaborador.

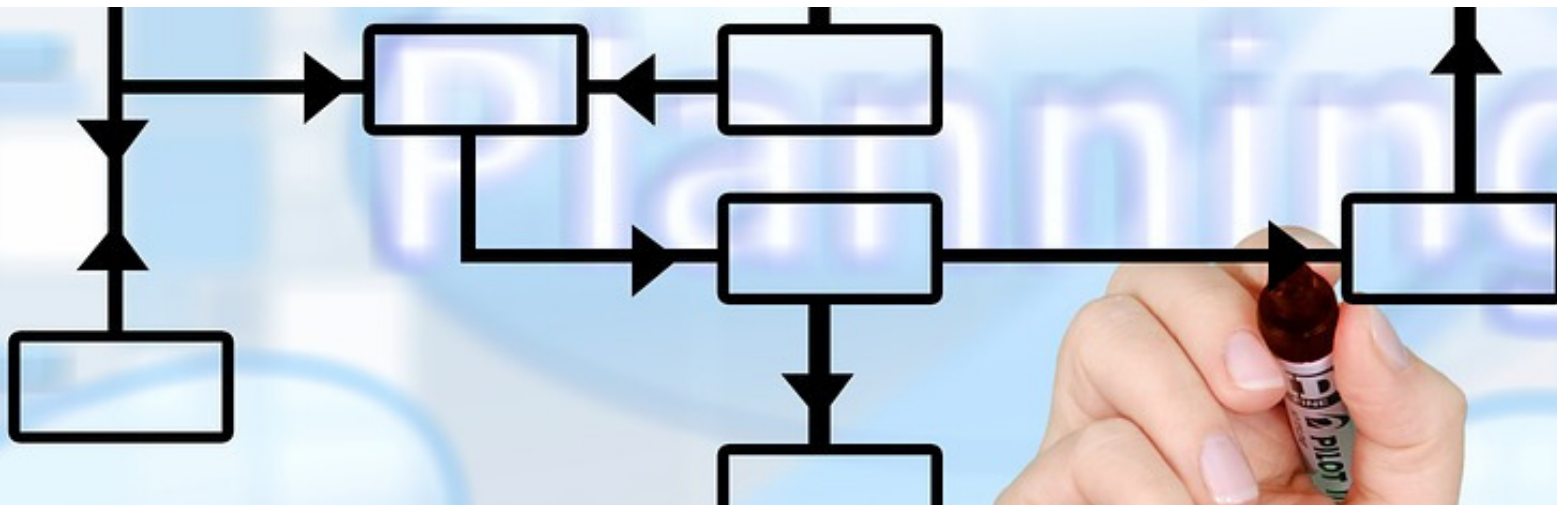
Com um sistema de gestão integrado, todo o fluxo de jobs é organizado automaticamente e os colaboradores são notificados de acordo com as demandas e as devidas urgências. Inclusive com a lista de pendências que estão atrasadas e que precisam ser urgentemente agilizadas. Tudo isso para não deixar nada passar.

Lembre-se que se a sua agência possuir um profissional especializado para tráfego, ele deve ficar responsável por analisar a carga de trabalho dos criativos e prever soluções e aperfeiçoamento do fluxo e não apenas ficar focado no preenchimento de planilhas.

## Quais benefícios de um tráfego sistematizado?

Uma agência de publicidade já possui o custo de um profissional de tráfego que, algumas vezes, possui um tempo ocioso pois se limita ao preenchimento de planilhas ou alimentação mecânica das informações, quando deveria realmente analisar e aperfeiçoar o fluxo de trabalho diário da agência. Na verdade, ocioso durante o dia e completamente sobrecarregado no fim do expediente - quando é o momento de organizar todas as demandas da agência.

Para otimizar esse fluxo, o gestor deve direcionar parte desse custo a um software. Dessa forma, um dos benefícios é a integração e organização otimizada e aperfeiçoada sem aumento de custo relevante. Nesse contexto, o perfil do profissional do tráfego se torna analítico e tático, até estratégico dependendo da questão, e não apenas operacional.



# ORGANOGRAMA BEM DEFINIDO

## Quais benefícios de um tráfego sistematizado?

Além disso, problemas como a falta de comunicação entre os departamentos, como a criação e o atendimento, e os esquecimentos de jobs se findarão. Isso porque a grande maioria dos softwares destinados a agências possuem um sistema de notificações que integram os departamentos e otimizam as tarefas de forma que impossibilitem gargalos.

Ou seja, assim que o criativo finalizar o job, o atendimento já será notificado e quando o atendimento cadastrar a demanda no tráfego do sistema, o próprio software irá remanejar de acordo com as prioridades elencadas e a carga de trabalho direcionada para cada criativo.

Além de tudo isso, podem-se destacar outros benefícios da automatização do tráfego. São alguns deles:

- Redução de riscos de esquecimento de jobs;
- Integração dos departamentos;
- Incentivo à comunicação entre os profissionais;
- Organização otimizada considerando as prioridades dos jobs;
- Trabalho mais analítico do colaborador de Tráfego;
- Maior agilidade na produção dos jobs;
- Histórico da produção para futuras revisões e correções de gargalos;
- Distribuição automática de tarefas entre os profissionais da agência, entre outros.

Lembre-se que você deve investir receita em colaboradores que pensam. Ao passo que as tarefas operacionais / mecânicas você, como um bom gestor, deve otimizar ao máximo.

Primeiro para não ter colaboradores insatisfeitos com suas rotinas monótonas e repetitivas e segundo para impossibilitar erros humanos que podem comprometer os processos de trabalho de sua empresa.



# ORGANOGRAMA BEM DEFINIDO

## Gerenciando os processos de sua agência

Para alinhar o fluxo de trabalho e organizar a sua agência, é imprescindível gerar processos internos. Através desses processos, sua equipe terá uma visão geral do funcionamento da empresa e entenderá onde ela e seu departamento se encaixam, como devem proceder e como os demais devem realizar suas tarefas.

(Lembre-se que um cliente, que está em um ambiente externo à agência, consegue visualizar o quão desorganizada sua empresa é, apenas com a observação da entrega de um job. Não se esqueça que essa constatação pode influenciar diretamente na renovação de um contrato).

Para iniciar a padronização dos processos é preciso que o gestor desenhe as rotinas e atividades desempenhadas por seus colaboradores, dessa forma, produzindo um padrão de procedimento. No caso do departamento de atendimento da agência, é indispensável delinear como as tarefas devem ser executadas desde a chegada de um novo cliente até a finalização de um job.

Além disso, é importantíssimo estabelecer um modelo de briefing e limitar horários de envio deste documento para que a criação possa trabalhar (Afinal, um departamento de criação sem briefing não executa suas tarefas).

Enquanto isso, para o departamento da criação é preciso indicar as ponderações sobre manuais de marca, programas utilizados, modelo de envio de job para o atendimento, entre outros tópicos.

Este amplo processo denomina-se macroprocesso. Quando este procedimento estiver definido, é preciso dividi-lo em processos menores indicando o colaborador responsável pela tarefa ou, se for de preferência do gestor, por área.



# ORGANOGRAMA BEM DEFINIDO

## Modelo de Procedimento / Saída de Post para Facebook

Após os processos traçados, é preciso prever os possíveis gargalos e problemas além da rotina delineada. Para isso, é imprescindível utilizar a bagagem dos colaboradores que atendem e executam as tarefas da agência.

Estes profissionais vão conhecer com profundidade os problemas que podem se desenrolar na prática e não irão ter uma visão ideal e distante da realidade como o gestor pode possuir.

Com os possíveis problemas que podem se suceder em mente, é preciso estabelecer padrões de procedimentos perante essas situações. Por exemplo:

- **Situação:** Solicitação de confecção de post para Facebook
- **Profissionais responsáveis:** Social Media e Designer
- **Procedimento de rotina:** Após envio do job da criação para o social media, este último deverá conferir se todas as informações presentes no briefing foram executadas. Em seguida, é preciso encaminhar o material para a revisão. Nesta revisão é preciso checar se a postagem foi produzida respeitando os 20% de limite textual imposto pela rede social Facebook. Feita uma segunda conferência, o material poderá ser programado na fanpage do cliente pelo próprio social media.

As publicações devem ser agendadas com pelo menos dois dias de antecedência, exceto publicações humanizadas e exceções específicas.

- **Exceções à rotina e equívocos:** Texto ultrapassando os 20% de limite textual
- **Como proceder perante o problema:** Após conferência dos arquivos, inserir job novamente no tráfego do mesmo criativo que produziu o post e solicitar alteração. Reenviar o briefing em seguida. Prazo para esse tipo de alteração de até 2 horas contando a partir do "start" do timesheet do criativo.



# ORGANOGRAMA BEM DEFINIDO

## Benefícios da Gestão de Processos em uma Agência de Publicidade

Com os processos fixados, é preciso apresentar os procedimentos para a equipe. Além de apresentá-los, é preciso se certificar de que todos os compreendam e que apliquem-nos à cultura da agência.

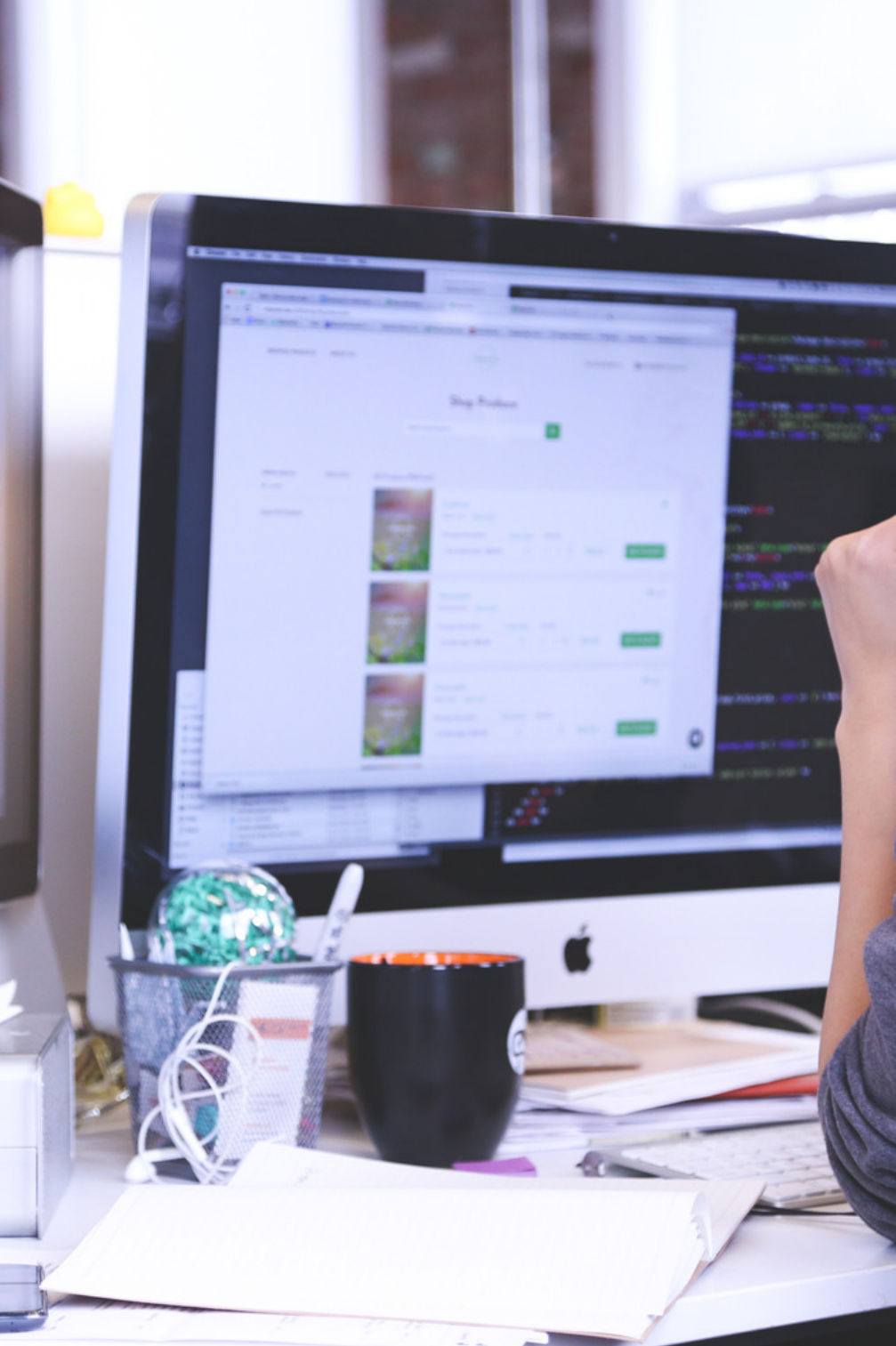
Isso significa que o gestor deve se preocupar em fazer os procedimentos serem praticados além de escritos no papel. Para tornar essa compreensão prática, o uso de infográficos em uma reunião com toda a equipe para a apresentação é uma ótima opção.

Apesar da elaboração de procedimentos não ser uma tarefa difícil, a gestão desses processos é complexa. Após a padronização de processos, a automação destes a partir de softwares de gestão é imprescindível para otimizar o tempo dos gestores e profissionais da agência.

A automação é benéfica à rotina da agência por vários motivos:

- Com freelancers e colaboradores à distância é possível a continuidade do trabalho e execução dos procedimentos;
- Novos profissionais sabem como proceder diante de situações conflitantes sem dificuldade;
- A rotina é otimizada, o tempo é economizado e toda a equipe é interligada em um só sistema com o objetivo de realizar as tarefas de forma integrada;
- A taxa de erros e equívocos por parte dos colaboradores é reduzida;
- A equipe absorve uma visão sistêmica do processo compreendendo as funções de cada setor, como eles se interligam e de qual forma cada indivíduo se insere na organização;
- Redução dos comuns retrabalhos da rotina de uma agência de publicidade;
- A estratégia é alinhada e todos os colaboradores começam a "falar a mesma língua".





# SOFTWARE DE GESTÃO INTEGRADO

Apesar de algumas empresas terem conhecimento de que a automação de processos é capaz de aumentar a produtividade, muitas ainda realizam a sua gestão através de **planilhas**. Mas já vimos anteriormente que basear uma gestão em planilhas é ineficaz.

Pensando que ainda existem gestores que batem nessa tecla, reunimos treze motivos que provam porque sua agência precisa ter um software de gestão, e não de planilhas infinitas.

# SOFTWARE DE GESTÃO INTEGRADO

## Mais organização no Fluxo de Trabalho

Sabia que existem agências que organizam seu tráfego apenas com a utilização de emails e/ou listas de tarefas impressas? (Sim! Na era da tecnologia existem agências que imprimem seus tráfegos). Já pensou nesse fluxo de trabalho baseado em e-mails e/ou listas impressas?

Como faz quando você quer achar uma determinada tarefa? É possível que você fique perdido em meio a tantos e-mails e papéis que foram lhe distribuídos nos últimos dias. Sabemos que um e-mail corporativo é bastante movimentado, pois na maioria das empresas, ele é o que move a comunicação interna.

Quando a diretoria quer passar uma informação importante aos colaboradores, ela envia um comunicado via e-mail. Imagina só essas informações se misturarem com os e-mails pelos quais lhe são passados os seus jobs! Cria uma confusão na sua cabeça e, conseqüentemente, lhe demandar mais tempo para achar uma determinada tarefa.

Aqui está o primeiro porquê: com um software, você controla e organiza os jobs da agência em um só lugar de um modo muito mais rápido e certo. Sem se perder!

## Departamentos mais Integrados Entre Si

Em um software, cada colaborador tem o conhecimento a respeito de todas as atividades que estão sendo desenvolvidas na agência. O designer gráfico consegue ver o que o social media vai escrever, enquanto esse visualiza quais as artes gráficas serão produzidas pelo primeiro, e assim por diante.

O **sistema de gestão** não é individual, ou seja, o software consegue integrar todos os setores da agência. Com o sistema, os colaboradores têm uma visão geral da empresa, pois tudo fica reunido em um só local. Isso facilita o processo de comunicação entre eles. Quando surge alguma dificuldade, todos estarão à par da atividade e todos podem se ajudar com alguma questão que pode vir a surgir, tornando o ambiente mais colaborativo.



# SOFTWARE DE GESTÃO INTEGRADO

## Redução do Retrabalho

Se o tráfego é mais organizado e os setores mais integrados com um software de gerenciamento automatizado, conseqüentemente as temidas refações das agências diminuem.

Os processos que são descritos podem ser visualizados por todos da agencia na plataforma, evitando, assim, mal-entendidos. Aqui, na verdade, a palavra de ordem é a organização.

Por trás de um bom e eficiente trabalho de criação, há um planejamento bem feito e pensado para atender as expectativas que se deseja alcançar.

O profissional que distribui as tarefas da agência deve saber exatamente para quem vai destinar um job e qual o momento certo para abrir uma tarefa.

Através do software, essa distribuição ocorre de maneira rápida e evita o "vai e vem" de tarefas entre os setores, o que faz as chances de um retrabalho caírem.

## Otimização do Trabalho

Você deve estar percebendo que os motivos aqui listados até agora estão formando uma cascata. A organização contribui para a integração de setores, que contribui para a diminuição dos retrabalhos. E com menos refações, obviamente o trabalho na agência é otimizado.

Se um trabalho não requer alterações, você consegue concluir mais tarefas em um tempo menor, otimizando o tráfego da agência e permitindo até mesmo que a empresa receba novos jobs e novos clientes. A agência fica preparada para receber sempre novos desafios e concluí-los em um tempo ágil.



# SOFTWARE DE GESTÃO INTEGRADO

## **Acompanhamento das Horas Gastas pelos Colaboradores em suas Atividades**

Uma ferramenta que os softwares de gerenciamento mais atuais dispõem é o Timesheet.

Funciona assim: quando um colaborador vai iniciar e concluir certa tarefa, ele sinaliza no sistema. Assim, é possível dimensionar quantas horas aquele funcionário levou para desenvolver aquela tarefa

O Timesheet é fundamental também para a precificação da agência, pois muitas calculam os seus preços de acordo com as horas de seus colaboradores.

## **Automatização da Gestão Financeira**

A gestão financeira feita à mão, ou seja, por meio de cadernos ou planilhas, abre margem para erros. Fora que é trabalhoso montar relatórios para analisar os dados de um determinado período.

Nesse contexto, o software vem para tornar a gestão financeira da sua agência muito mais descomplicada, já que ele automatiza os processos financeiros como, por exemplo, a emissão de relatórios para tomada de decisões, evitando possíveis erros.

Além disso, o sistema ajuda no monitoramento dos gastos, sendo possível controlar todos os orçamentos da agência e evitar imprevistos.

## **Resolução de todas as pendências**

A não utilização de softwares de gestão em algumas empresas geram diversas dificuldades, como o não atendimento de solicitações, pendências não resolvidas no prazo, etapas dos processos que não ficam claras e problemas na comunicação entre as áreas da empresa.

Como em um software as tarefas são alocadas em um só local com os seus respectivos prazos, as pendências não são passadas em branco. As tarefas não ficam soltas em um e-mail, ficando para baixo a cada novo e-mail que você recebe, mas sim, são exibidas na plataforma até que você as conclua.



# SOFTWARE DE GESTÃO INTEGRADO

## Fácil Visualização de Dados

A concentração das atividades da empresa em um só lugar evita que você se perca diante de todas as tarefas que estão sendo desenvolvidas. Com isso, fica fácil localizar qualquer tarefa que você deseja, pois é garantia de que todas elas vão estar no histórico.

Uma dificuldade das empresas que não possuem um software de gerenciamento é o não estabelecimento de prazos. O software coloca as atividades e os deadlines de cada uma de um modo bem fácil e simples de visualizar, evitando que uma tarefa não seja cumprida no tempo estipulado.

Ademais, lidar com questões de números, contas, controles e cálculos não é tarefa simples para todo mundo.

Por isso, o software pode facilitar a visualização desses dados colocando à sua frente gráficos e relatórios com essas informações para facilitar a compreensão.

A visão simplificada de todos os dados que um gestor precisa implica em uma tomada de decisão muito mais rápida.

## Armazenamento em Nuvem

Os softwares mais atuais já contam com o armazenamento em nuvem, o que permite o seu acesso online por qualquer dispositivo, como desktop, tablete ou smartphones.

Desse modo, os funcionários não dependem mais de um sistema off-line, facilitando o acesso às informações da empresa a qualquer hora.



# SOFTWARE DE GESTÃO INTEGRADO

## Dados armazenados de Forma Segura

Um sistema de gerenciamento online é seguro para armazenar os dados de uma empresa.

Com um sistema online de gestão, o gestor não precisa temer se backups forem feitos automaticamente, pois o software online vai salvar todos os dados, garantindo a proteção de informações.

## Histórico das Tarefas

E se o gestor quiser ver o histórico de uma tarefa que foi concluída há dois anos atrás?

Não tem problema, o software de gerenciamento guarda todas as informações que foram inseridas nele desde a época de sua aquisição.

Por isso, é possível rever jobs que foram concluídos dias ou meses atrás, já que o sistema gera um espaço que vai armazenar todas essas informações.

## Suporte para possíveis dúvidas

Geralmente, a empresa de um software dispõe de um suporte que fica de prontidão para atender às solicitações e dúvidas de seus usuários.

Então se você tem medo de implementar um software somente porque acha que não vai saber manusear ou se acostumar com ele, é só entrar em contato com a empresa que eles vão esclarecer qualquer questão, desde o cadastro de um novo usuário até a emissão de relatórios financeiros.



**RESTRICTED AREA  
AUTHORIZED PERSONS ONLY**

# SOFTWARE DE GESTÃO INTEGRADO

## Mais tempo para ideias novas

Com os doze motivos acima, nós chegamos ao último, que é uma consequência de tudo que já foi citado.

Ou seja, vamos recapitular alguns pontos principais: com mais organização no fluxo de trabalho, com os departamentos mais integrados e com menos retrabalhos, sobra mais tempo para novas criações. Ideias são sempre bem-vindas!





# FERRAMENTAS DE DESIGN

Uma agência não sobrevive sem ferramentas que possibilitem profissionalismo em design. Já que este consolida a comunicação na imagem. É através dele que é comunicado o posicionamento da empresa, por exemplo.

Na rotina de uma agência de marketing digital a confecção de artes é uma das ações mais repetidas. Diariamente passam pelo tráfego dezenas de post's e adaptações para formatos variados de redes sociais.

Por isso, é imprescindível que a área de design tenha uma atenção especial dos gestores.



# PARCERIAS ESTRATÉGICAS

Se sua empresa trabalha com SEO, provavelmente você entende o valor de uma boa parceria, principalmente quando aquele backlink é de um site com alta relevância e autoridade.

Mas, aqui, o foco é comentar sobre parcerias bem mais estratégicas. O objetivo é dialogar sobre a terceirização e a consolidação de parcerias com empresas específicas. Por exemplo, se a sua agência oferece um serviço de SEO, muito provavelmente sua empresa sente a necessidade de utilização de uma ferramenta poderosa para acompanhar o tráfego e a evolução de SEO de seus clientes, certo?

É indiscutível: a viabilidade de realizar esse acompanhamento internamente é inexistente. Nesse sentido, é preciso contratar, firmar uma parceria e estreitar os laços com empresas que ofereçam esse tipo de ferramenta e serviço.

Como a área de marketing digital está sempre em constante inovação, é preciso que você fique atento às novas ferramentas que surgem e que renove parcerias com as que mais fazem sentido para você, sua empresa, seu mercado e seu cliente.

Fique atento às necessidades do mercado e busque parcerias estratégicas para que sua empresa consiga oferecer os melhores serviços e entregar os mais altos resultados.



# RELATÓRIOS DE BI PARA TOMADAS DE DECISÃO

Um Relatório de Gestão possibilita ao gestor um entendimento sistematizado do atual momento e do histórico da empresa compreendendo como cada setor se encontra, seja ele o administrativo, financeiro, de criação, etc.

Com o objetivo de revelar a situação da empresa em um determinado período (quinzenal, mensal ou trimestral) este documento, quando elaborado de forma precisa, permite que decisões sejam tomadas de forma assertiva, que uma boa gestão seja realizada e que, dessa forma, garanta a sobrevivência e saúde da empresa. E, em se tratando de uma agência, esse cenário é ainda mais decisivo, tamanha a volatilidade financeira e de trabalho, correto?

Para isso, é fundamental que ele consiga incorporar todos os departamentos a fim de que as informações sejam analisadas detalhadamente e de forma integrada. Afinal, só assim é possível alterar processos de trabalho que não funcionem como antes ou investir em ferramentas estratégicas que otimizem a rotina da agência.

# RELATÓRIOS DE BI PARA TOMADAS DE DECISÃO

## Com que frequência são elaborados?

Além de compreender seu significado, também é importante garantir que este documento seja elaborado com determinada frequência que se adeque ao seu negócio.

Isso porque cada instituição possui particularidades. Logo, de nada adianta se basear em uma frequência que não diz respeito à forma como sua agência é conduzida.

Dados como fluxo de caixa, contas a receber e a pagar, por exemplo devem ser analisados diariamente, já que requerem maior consideração na rotina da empresa.

Claro que isso depende das normas estipuladas previamente, tudo dependerá do perfil de cada setor e de cada agência e de como são conduzidos os processos dentro da empresa.

Então, agora que você já sabe o que é e qual a frequência estimada na sua elaboração, nos próximos tópicos será mostrado como eles se aplicam na prática.

## Como funcionam em Agências de Comunicação?

Mencionamos no tópico anterior a importância de se considerar as particularidades de cada empresa no momento da elaboração desses documentos.

Esse fato é ainda mais pertinente às agências de Comunicação, que, independentemente de sua estrutura, possuem singularidades que, se não consideradas, podem comprometer severamente sua análise. Com base nisso, é fundamental especificar como um relatório se aplica em cada setor.



# RELATÓRIOS DE BI PARA TOMADAS DE DECISÃO

## Gestão Financeira: Ranking de Clientes

O momento financeiro de uma agência diz muito sobre ela, não somente pelos resultados obtidos em determinado período, mas também sobre como tais resultados são influenciados pela relação com os clientes.

Ou seja, esses resultados são influenciados não somente pelo faturamento direto - como um job ou fee mensal que atrai receita direta do cliente - mas também como aqueles outros valores que o cliente pode conquistar para a agência através do relacionamento com terceiros - assim como o BV.

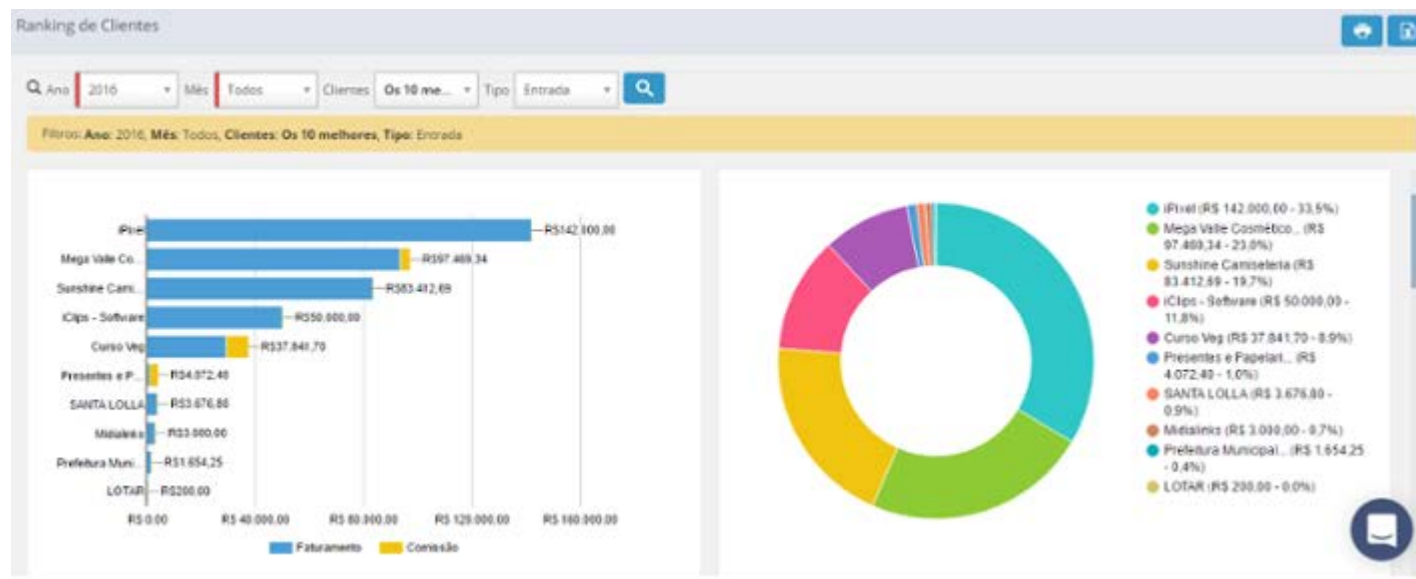
Nesse sentido, é importante refletir algumas questões, como... Você sabe qual cliente consome mais horas de trabalho em sua agência? Qual a relação horas trabalhadas x valor de faturamento de cada cliente?

É para solucionar essa questão que surgem os relatórios de Ranking de Clientes.

Esse sistema tem como função ranquear suas contas, de acordo com a relação Entrada / A receber, podendo ser os 10 melhores ou piores clientes, financeiramente falando.

Nesse sentido, trata-se de uma análise dos clientes mais e menos rentáveis para a agência, objetivando informações detalhadas sobre diversos fatores, como os elencados a seguir:

- A relação de quantidade de horas trabalhadas no período para cada cliente;
- A relação do custo trabalhado no período para cada cliente;
- Levantamento completo do faturamento direto e comissões que cada cliente traz para a agência;
- Rentabilidade (lucro/prejuízo) de cada cliente.



# RELATÓRIOS DE BI PARA TOMADAS DE DECISÃO

## Produtividade: Status das Peças

A produtividade é característica obrigatória no dia a dia de uma agência, afinal, os prazos são apertados e a demanda é intensa.

Nem sempre é possível contar apenas com a boa vontade dos colaboradores para que tudo saia conforme o planejado, nesse caso, é fundamental recorrer à ferramentas que agilizam os processos internos da empresa.

Um segundo documento que deve ser analisado pelos gestores de agências é o relatório de Status de Peça

O Status das peças surge para acompanhar a produtividade de toda a equipe, ou de um job específico, já que ela se encarrega de apontar o estágio atual das peças, se estão em criação, revisão, arte final, aguardando aprovação, e as que entraram em alteração.

A visualização do estágio de cada uma das peças permite a agência investigar em qual etapa se concentra a maior quantidade de peças, e principalmente os motivos das refações através de duas formas: através de alterações feitas pela própria agência e em casos em que o próprio cliente solicita modificações quando recebe a peça para aprovar.

Nesse contexto, será que não seria interessante analisar a quantidade de horas que sua agência gasta com refação? Saber qual impacto dessa demanda dentro da agência?

O relatório de duração de atividades é um dos mais importantes para acompanhar o status das peças.

Em muitos casos, o tempo gasto com refação é superior as horas de criação. Por isso, saber quantificar o tempo gasto em cada status, e quais os impactos causados por eles, é fundamental para "onde" e "como" atacar os problemas.



# RELATÓRIOS DE BI PARA TOMADAS DE DECISÃO

## Relatórios de Estimativa

Estimar o custo interno através de valor/hora dos colaboradores não é nenhuma novidade para quem já está habituado à rotina de uma agência, juntamente com o valor que o cliente pretende investir em mídia, produção e eventos, são essas etapas que vão definir estimativa de custos e investimento por job

Um terceiro relatório que deve ser analisado em sua agência é o de estimativa

Seu custo interno abrange somente o valor/hora de trabalho do funcionário?

A melhor forma de estimar o valor do custo interno é atribuir não somente o valor/hora do funcionário, mas também o custo de estrutura de sua agência, incluindo custos fixos e variáveis.

Para isso é importante seguir o seguinte processo: após definir o valor correto da hora/trabalho, estabeleça quais os funcionários serão envolvidos na tarefa juntamente com a quantidade de horas estimadas para a elaboração do trabalho.

Em seguida, determine uma porcentagem de lucro sobre o custo interno e a porcentagem do imposto que será cobrado. Automaticamente será exibido o valor que deverá ser cobrado do cliente a fim de que a agência cubra seus custos e alcance o lucro estimado.

Através da função Estimativa, também é possível planejar o investimento em mídia, produção e eventos, assim será possível prever o quanto a agência receberá de comissão e honorário.

## Invista em Relatórios de Gestão!

Agora você já sabe o que é e quais seus principais usos em Agências de Comunicação.

É a sua vez de elaborá-los de acordo com seus objetivos, analisando cada departamento e avaliando os resultados de forma eficaz para que as tomadas de decisão sejam eficientes.

Perfil	Funcionário	Valor da Hora	Qtde Estimada de Horas	Custo Estimado Horas
Não Definido	Fábio Moreira Campos	49,00	9,00	R\$ 441,00
Não Definido	Márcio Mota Lopes	50,00	14,00	R\$ 700,00
Não Definido	José Luiz	50,00	16,00	R\$ 800,00

Novo Item

Total Horas Estimada: 39,00

Custo Total Estimado Horas: R\$ 1.941,00

**QUAIS TIPOS DE  
FERRAMENTAS SUA  
AGÊNCIA DE MARKETING  
DIGITAL TEM QUE  
OFERECER PARA SER UM  
SUCESSO?**



# DE AUTOMAÇÃO DE MARKETING

As **ferramentas de automação de marketing** surgiram no mercado como a solução para otimizar os processos repetitivos da área e aumentar a eficiência das campanhas e ações de marketing.

Nesse sentido, essas ferramentas agendam emails de acordo com o estágio de compra do lead, pontuam o interesse dos contatos acerca dos conteúdos lidos, agendam a publicação de artigos e otimizam outras dezenas de ações comuns ao setor.

Esses mecanismos vêm de encontro com a necessidade das agências de otimizar seus processos e poupar tempo dos colaboradores para atividades estratégicas e táticas, ao invés de apenas operacionais.



# DE HOSPEDAGEM E DISTRIBUIÇÃO DE VÍDEOS

Não é segredo para mais ninguém que os vídeos revolucionaram a forma como as pessoas se comunicam e consomem conteúdo. Mas, o que talvez nem todos saibam é que os vídeos são, também, excelentes ferramentas para as agências de marketing digital. A cada dia que passa, a estratégia de marketing digital evolui e a tendência é de que os vídeos estejam cada vez mais presentes.

No entanto, um bom vídeo, focado em conversão, pode não trazer resultados positivos se ele não estiver disponível em uma plataforma que garanta alguns pontos fundamentais, como armazenamento do conteúdo, integração com outras plataformas, segurança dos vídeos, relatório dos usuários, distribuição eficaz, possibilidade de personalização e acessibilidade.

O Samba Vídeos, plataforma de vídeos da Samba Tech, tem todas essas características essenciais para que seus vídeos sejam usados mais estrategicamente. Mas sabe por que você precisa levar em conta todos esses pontos que te falamos? A gente te explica!



# DE HOSPEDAGEM E DISTRIBUIÇÃO DE VÍDEOS

## Armazenamento

Os vídeos ficam armazenados em infraestrutura escalável com arquitetura em Cloud Computing.

A plataforma otimiza os arquivos para serem distribuídos de acordo com a velocidade de internet do seu usuário, com possibilidade de expandir seus servidores e infraestrutura de armazenagem de conteúdos à medida que for solicitado para entregá-los aos usuários de forma dinâmica.

## Integração

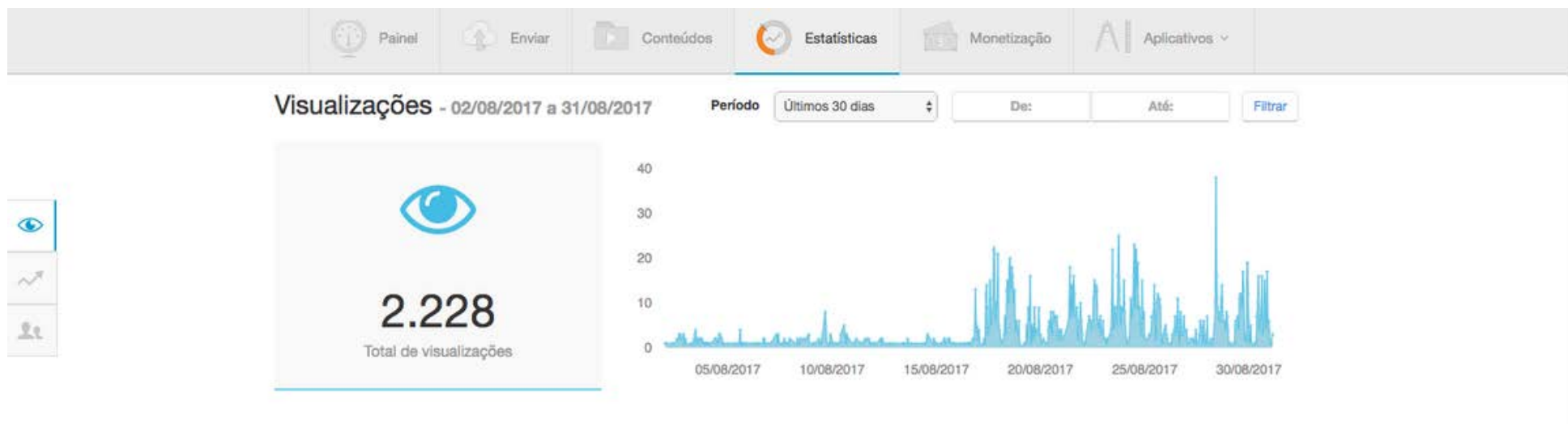
Baseado no conceito de Cloud Computing e Platform-as-a-Service, o Samba Vídeos se integra facilmente por meio de API's a páginas de saída, como media centers, blogs e portais corporativos tornando real a estratégia das empresas de se comunicar por meio de vídeos online.

Desta forma, toda configuração e gerenciamento dos vídeos é realizada na interface do Samba Vídeos e simultaneamente aplicada na página de destino.

## Segurança

O Samba Vídeos trabalha com o que há de mais moderno em segurança de vídeos online para proteger os vídeos de downloads indevidos e garantir que ele toque apenas nos locais pré-determinados.

O Samba Vídeos oferece diversas formas de proteção, como segurança por Domínio, Criptografia, Token, Geo-blocking, Marca D'água e DRM.



# DE HOSPEDAGEM E DISTRIBUIÇÃO DE VÍDEOS

## Relatórios

Através de estatísticas personalizadas, é possível obter dados completos de consumo das mídias e fazer um raio x completo do perfil da audiência que assiste os vídeos.

A plataforma permite ainda integração com serviços de terceiros, como o Google Analytics, para mensuração dos resultados.

## Distribuição

Seus vídeos tocando em qualquer aparelho conectado à web! Entrega segura dos vídeos para website, blogs e portais como YouTube e Dailymotion.

As mídias são distribuídas para multicanais, entregando vídeos em diversas qualidades através da tecnologia ABR, Adaptive Bitrate Streaming, que adapta a qualidade do vídeo de acordo com a qualidade de banda disponível do usuário.

## Customizável

Com um design de alta qualidade e arquitetura que preza pela experiência do usuário, o player do Samba Videos está entre as melhores ferramentas utilizadas para o consumo de vídeos na internet.

É possível customizar as cores do player de acordo com a identidade do cliente, inserir o logo da empresa e personalizar os links externos para compartilhamento do conteúdo.

O player possui integração nativa com as redes sociais Twitter, Facebook e WhatsApp, facilitando o compartilhamento do conteúdo na internet e contribuindo para o alcance mensagem e aumento de audiência.



### Painel - Projeto Feliz



Envios recentes



Estatísticas - Hoje



O que há de novo





# DE HOSPEDAGEM

Não faz sentido elaborar uma boa estratégia de comunicação se não existir um objetivo, um canal para onde levar o prospect. Nesse sentido, no ambiente online, este local é o site. E para este site funcionar, além de um bom design, estrutura, conteúdo e outros tópicos necessários para a página funcionar, é preciso configurar os bastidores: a hospedagem.

Por isso, sua agência de marketing digital deverá possuir parceiros que ofereçam qualidade em hospedagem para seus sites.



# DE CRM

Uma ferramenta de CRM é imprescindível para qualquer empresa. A sigla significa "Customer Relationship Management" e, em tradução livre, quer dizer "Gerenciamento de Relacionamento com o Cliente".

Essa ferramenta se direciona a aglomerar um histórico dos clientes através da automação de processos de vendas, marketing e atendimento com o objetivo de aumentar os lucros e reduzir os custos.

Para agências que oferecem serviços como Inbound Marketing, trabalhar com ferramentas de CRM já é rotina. Porém, para as agências mais tradicionais, essa é uma ação um pouco mais desafiadora.

Este desafio deve ser encarado por todas as agências visto a necessidade dos clientes, no geral, de buscar soluções estratégicas para impulsionar crescimento em suas vendas. E, nesse sentido, a agência deve se posicionar cada vez mais como uma consultoria e indicar seus parceiros estratégicos.

# DE MENSURAÇÃO DE TRÁFEGO DE SITE E ACOMPANHAMENTO DE SEO

SEO é, sem dúvida, uma das principais ferramentas para quem produz conteúdo e deseja boa colocação na internet; é um conjunto de ferramentas, técnicas, recursos e dicas para quem deseja ser encontrado no meio mais utilizado e de fácil acesso por todos: a internet e seu conjunto de buscadores, sites, blogs, redes sociais e toda a interatividade que a plataforma dispõe.

A divulgação de conteúdo na web deve, nos próximos anos, sofrer diversas mudanças nos modelos e métodos aplicados para tal fim. A produção de conteúdo já é modelo de muitas empresas como estratégia de marketing para reputação da marca, e o SEO (otimização de sites – conteúdos para mecanismos de buscas) é uma necessidade para quem atua produzindo textos para web.



# DE ANÁLISE DE TRÁFEGO E TRACKING SEO

## Palavras-chave

Existe um modelo cronológico a seguir para inserir estas estratégias de SEO em seu conteúdo.

Em 2013, o Hitwise, que é uma ferramenta de inteligência para marketing digital da Serasa Experian, apurou que buscas por uma única palavra correspondem a 38,91%; já quem utilizou os buscadores para procurar conteúdos com duas palavras foram 21,10%, e três palavras 16,86%.

Resultados como estes provam que as pessoas estão cada vez mais objetivas ao utilizar estas quantidades de expressões para encontrar um conteúdo; sempre mais rápidas e sem perder tempo.

Neste contexto, você nota a importância de ter em seu conteúdo palavras qualitativas e mais procuradas na internet, o que dentro de SEO é intitulado palavras-chave.

São elas as responsáveis por levar seu conteúdo à primeira página dos buscadores e, se o trabalho for bem executado, aos primeiros resultados desta mesma preciosa primeira página.

## O Google Trends

Exite uma ferramenta online e gratuita que permite avaliar e considerar a expressão que ná o só vai ter impacto nas buscas, mas que adequa ao seu conteúdo, como o Google Trends.

Ele funciona como um "termómetro" para você definir pautas e palavras-chave interessantes que são mais pesquisadas na internet. Com ele, você consegue mensurar para então potencializar o SEO de sua publicação.

A ferramenta traz resultados pesquisados há anos e das últimas 24 horas, com apresentação de gráficos, rankings, regiões etc. Nem sempre o que você vai escrever estará no topo das pesquisas, mas alguma expressão buscada com frequência servirá ao seu conteúdo.



# DE ANÁLISE DE TRÁFEGO E TRACKING SEO

## Planner do Google

O Planejador de palavras-chave é uma ferramenta gratuita dentro do Google AdWords, e funciona como uma oficina para criar novas campanhas da Rede de Pesquisa ou expandir as que já existem.

Nele é possível pesquisar ideias de palavras-chave e de grupos de anúncios, receber o histórico de estatísticas, ver o possível desempenho de uma lista de palavras-chave e até mesmo criar uma nova multiplicando várias listas de palavras-chave.

Vale lembrar e entender a diferença do Google Trends, mencionada no item anterior. O Planejador do Google permite uma análise maior e mais precisa das palavras-chave. Para ter acesso a ele é preciso uma conta no Google AdWords.

## Inserção das palavras-chave no conteúdo

Após análise e seleção das palavras-chave adequadas ao seu conteúdo, você vai começar a aplicá-las tanto no texto inteiro como no título e resumo também. Veja como:

## Título

É essencial, então cuidado! Opte pela palavra-chave mais adequada para não apenas valorizar o texto na busca, mas para impactar o título e chamar atenção do leitor, pois o título é que todos leem de imediato.

Pense: imagine um conteúdo relevante e de interesse do público, mas cujo título está ruim, sem palavras que remetam diretamente ao tema abordado.

É o mesmo que desperdiçar informações do texto, pois o leitor não vai nem chegar a ele, caso o título não esteja agradável, impactante e objetivo.



# DE ANÁLISE DE TRÁFEGO E TRACKING SEO

## Texto

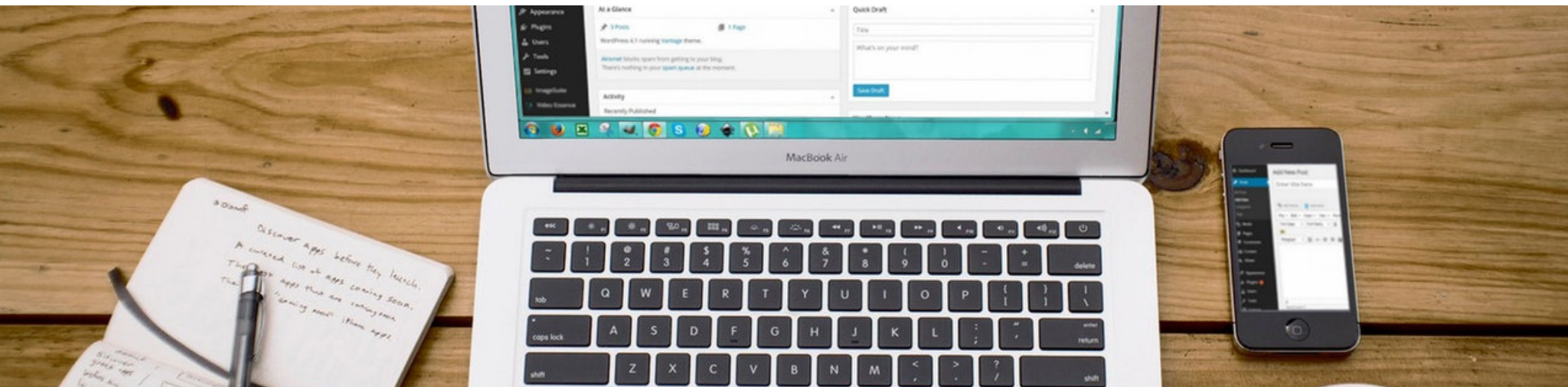
Quando falamos de palavras-chave, de sua importância para ranquear seu conteúdo no topo dos melhores e principais buscadores, logo pensamos: então vou encher meu texto de palavras-chave pertinentes ao assunto do texto. Assim meu texto será o primeiro de todos. Não. Não é verdade.

O correto é você, como mencionamos acima, utilizá-las no título, no resumo/linha fina e quando chegar ao texto continue a colocá-las partindo do geral para o particular, ou seja, como um funil – de mais para menos. Esta técnica permitirá melhor ranquear seu texto.

## Resumo

Geralmente os buscadores apresentam um trecho do resumo ou linha fina do seu conteúdo.

Então aproveite para valorizá-lo com um segunda e última palavra-chave.





# DE ACOMPANHAMENTO DE REDES SOCIAIS E GERAÇÃO DE RELATÓRIOS

O acompanhamento das redes sociais é obrigatório para as agências de marketing digital. Porém, um desafio muito comum a praticamente todas as agências digitais é otimizar esse processo, principalmente a questão da geração de relatórios.

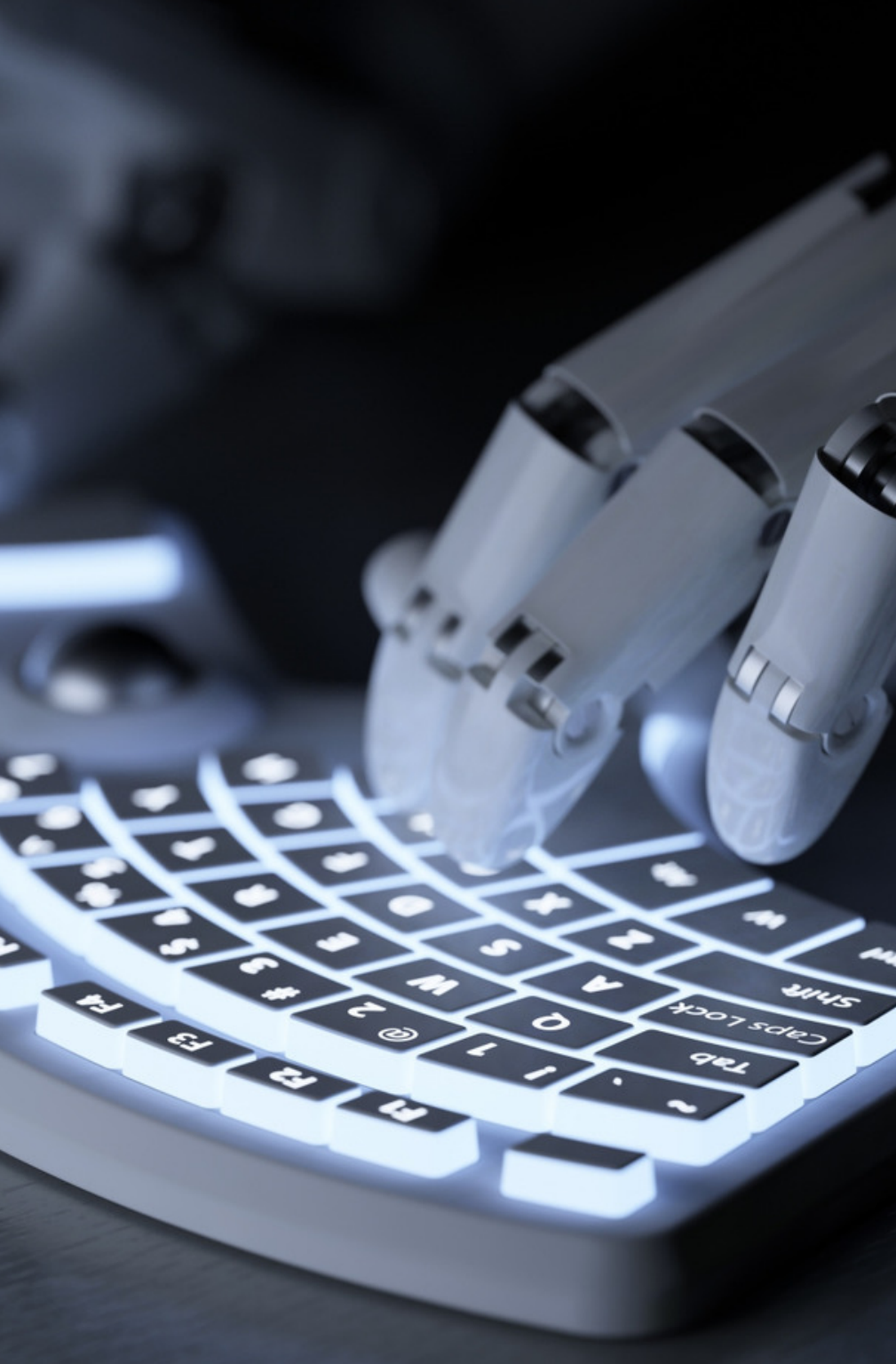
No mercado, já existem algumas soluções muito interessantes que otimizam este processo e dão todo o suporte que as agências necessitam. Tudo isso para sobrar tempo para os criativos realmente criarem.



# DE GERAÇÃO DE LEADS

O maior objetivo de uma boa estratégia de marketing digital é a geração de contatos para o cliente. Nesse sentido, é imprescindível a utilização de uma boa ferramenta para a captação de leads.


Essa ferramenta deve oferecer recursos como opt-in's, opt-out's, landing pages, pop-up's, tracking de acompanhamento de contatos, entre outros recursos que ofereçam à agência e ao cliente da mesma informações para uma boa venda.



# DE CHAT E CONVERSAS AUTOMATIZADAS

No ambiente digital, gerar confiança é um desafio gritante. Além disso, estreitar os laços e manter uma comunicação próxima ao prospect é ainda mais desafiador.

Nesse sentido, uma agência digital quando enxerga a necessidade de otimizar este processo de comunicação para seus clientes necessita ter um parceiro na manga: uma ferramenta de chat automatizado.



**DICAS DE FERRAMENTAS  
QUE PODEM TE AJUDAR  
NESSA JORNADA**

# COM ORGANOGRAMA E DISTRIBUIÇÃO DE TAREFAS DA SUA AGÊNCIA

Após organizar as incubências de cada setor e cada colaborador, é necessário verificar o tempo que cada colaborador está consumindo para a produção de cada tarefa. Aliás, nesse sentido, as próximas dicas serão fundamentais para a precificação dos jobs da sua agência.

Ao observamos agências de publicidade reconhecidas por entregarem resultados impecáveis aos seus clientes é comum associarmos boa parte desse sucesso à sua capacidade criativa.

Entretanto, existem uma série de fatores que, de forma integrada, contribuem extensivamente para que uma campanha corresponda às expectativas, tanto da agência que a desenvolve, quanto do cliente que anseia por melhores resultados.

Um desses fatores é um fluxo de trabalho eficaz, já que é ele quem vai determinar se um job será elaborado com qualidade e dentro do deadline estabelecido.

Diante disso, adotar uma ferramenta que permita uma maior integração de todo o escopo produtivo é fundamental para que uma equipe mantenha o foco necessário para que as tarefas atendam a tais circunstâncias.

Seu objetivo é calcular a quantidade de tempo que um criativo utilizou para efetuar uma determinada tarefa.

E por se tratar de um setor que vende horas de trabalho, e que possui deadlines curtos, não utilizar uma ferramenta que atenda a essas necessidades, é sinônimo de um processo operacional ineficaz, contribuindo para a queda da produtividade de toda a equipe e a brecha para gargalos.

Em contrapartida, utilizar a ferramenta é ter recursos para enxergar, baseado em dados, qual é a melhor distribuição de tarefas de acordo com a quantidade de demandas no tráfego e rapidez de produção de cada colaborador.



# COM FLUXO DE TRABALHO DA AGÊNCIA - TRÁFEGO - INTEGRADO E AUTOMATIZADO

Sistemas de gestão integrados são imprescindíveis se uma agência criativa busca produtividade e agilidade na entrega dos serviços.

O modelo de gestão do iClips garante o suporte necessário para todas as demandas operacionais, táticas e estratégicas das agências. Isso se reflete, em um primeiro momento, na automação do tráfego.

Em outra frente, o iClips ampara a agência em toda a estruturação e organização de documentos usados na contratação de terceiros, além do histórico de negociação entre cliente X agência.

Embora o controle financeiro ainda seja um assunto um tanto quanto delicado para alguns donos de agência, com o auxílio do software em questão, a economia de tempo e a facilidade com a qual o controle total das projeções de entradas e saídas é realizado.

São fatores notáveis para qualquer gestor, desta forma, não há necessidade de utilizar plataformas e ferramentas distintas para gerar boletos e notas.

Por fim, se uma gestão integrada diz muito sobre o alinhamento de todos os setores, tal sistema possibilita uma eficiente comunicação entre os departamentos, evitando que falhas na comunicação prejudique a qualidade do trabalho executado.



# COM AUTOMAÇÃO DE MARKETING

Em tempos em que o investimento em Marketing Digital revelou-se um poderoso método para geração de resultados em empresas de todos os setores, adotar ferramentas que possibilitem uma automatização eficaz desse processo é mais que um investimento, é uma garantia de resultados realmente satisfatórios.

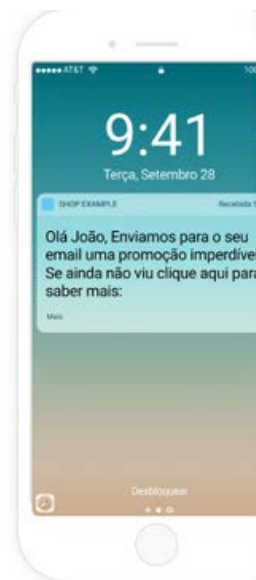
Nesse sentido, é notável a capacidade da ferramenta E-goi - software que oferece soluções de automação de marketing, tracking de ecommerce 360º e lead nurturing - em atender todas as necessidades dos clientes em uma única plataforma.

O fato de toda a equipe da agência ter acesso ao seu próprio dashboard é imprescindível para o acesso a informações específicas a determinada área, além de poupar tempo e trabalho para as agências após o setup inicial para o cliente.

Outra funcionalidade que chama a atenção, é o fato de haver plugins de integração, ajustando-se a qualquer situação. Com uma ferramenta multicanal, o E-goi possibilita uma melhor adaptação ao cliente.

Ou seja, este pode escolher entre enviar SMS, E-mail Marketing, Torpedo de Voz ou até mesmo Notificações Push, o que também pode acontecer simultaneamente.

Com a plataforma, a automação acontece de forma simples e objetiva: Desde um email de boas-vindas a uma interação totalmente automatizada com os visitantes do site, o E-goi possibilita a aplicação de todos os processos que envolvem uma estratégia de marketing de forma completa e objetiva.



# COM HOSPEDAGEM DE VÍDEOS

Quando se fala em divulgação de conteúdo qualificado há diversas frentes pelas quais uma mesma mensagem pode ser transmitida.

Os vídeos, por exemplo, têm se mostrado uma eficaz fonte de divulgação de serviços e informações por parte de grandes empresas e criadores digitais.


Nesse sentido, inserir esses conteúdos em soluções profissionais de hospedagem de vídeos pode ser a chave para garantir a visibilidade desejada, além de evitar alguns imprevistos mais suscetíveis em plataformas gratuitas.

A Samba Tech, plataforma referência internacional em vídeos online, cumpre bem esse papel, já que possui uma vertente voltada especialmente para a hospedagem de vídeos, e, além desse serviço, também oferece recursos que vão desde relatórios de audiência até o número de visualizações por tipo de dispositivo.

Recursos como esses têm colocado plataformas profissionais como a Samba a frente de serviços gratuitos como os já citados anteriormente.

Isso porque, além de possibilitar uma resolução mais ágil de possíveis problemas de suporte, plataformas profissionais garantem um fortalecimento de marca muito mais assertivo, uma que vez permite recursos de customização muito mais ajustados ao perfil do usuário.

E com a crescente busca pela monetização de vídeos online, mais uma vez, a plataforma se mostra uma eficaz ferramenta quando o assunto é lucratividade, uma vez que ela possibilita a inserção estratégica de anúncios publicitários, além de permitir uma negociação desse espaço de maneira mais adequada para cada tipo de estratégia.



**Mídia e Publishers**

A solução ideal para quem precisa gerenciar, distribuir, monetizar e acompanhar o consumo dos seus vídeos na Internet.

Disponibilize vídeos em seu site, blog ou portal e gere receita através de anúncios. O Samba Vídeos está pronto para garantir escala, relatórios completos e integrações com as ferramentas que você já usa no dia a dia.

**Ideal para:**

- ▶ Grupos de mídia

# COM GERAÇÃO DE LEADS

Mais do que se preocupar com a criação de bons conteúdos que irão trazer os tão sonhados leads qualificados para o seu negócio, contar com uma ferramenta que automatize esse processo é imprescindível.

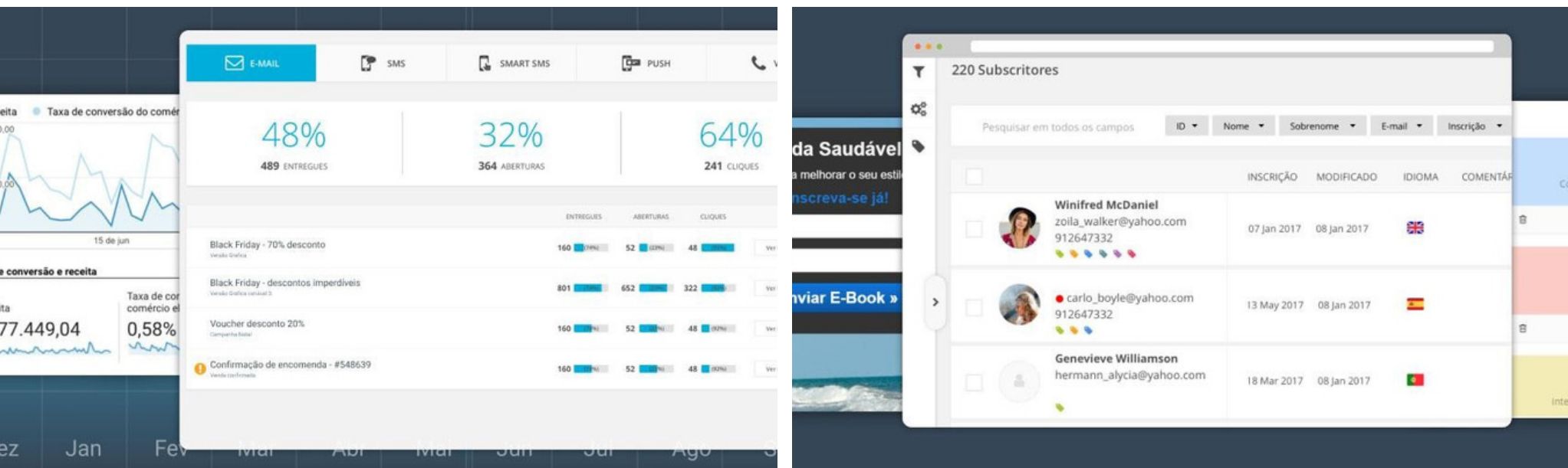
Se a sua estratégia de marketing digital tem a produção de newsletters como uma das aliadas para a geração de leads, o E-goi oferece em sua base, diversas opções de templates gratuitos e customizados para criar as campanhas de e-mails e landing pages.

Com a plataforma, também é possível realizar testes A/B. Denominado Split-testing, essa funcionalidade permite ao usuário criar, por exemplo, 2 versões de uma newsletter.

O teste é realizado para X% dos clientes, gerando, horas depois, um relatório da campanha que obteve melhores resultados. Posteriormente o E-goi enviará para os outros subscritores, a campanha em questão.

E se a criação de bons conteúdos se mostra essencial para a geração de leads qualificados, mais importante ainda é analisar se os resultados das campanhas elaboradas estão trazendo o resultado desejado.

Sendo assim, a plataforma disponibiliza relatórios detalhados sobre as taxas de abertura, cliques, bounces, dados comportamentais, dados geográficos e social stats em tempo real.



# COM TRÁFEGO AUTOMATIZADO

Nos tópicos anteriores você viu o quanto o tráfego é importante para manter o dia a dia da agência em ordem.

Mas um tráfego com um fluxo de trabalho automatizado agrega e muito para o dia a dia das agências de publicidade que buscam mais agilidade na sua rotina operacional.

E é exatamente o papel do iClips: integrar e otimizar todos os departamentos de modo que não haja furos e falhas na comunicação. E com deadlines curtos e tarefas e mais tarefas se acumulando, uma solução prática e eficaz é a adoção da ferramenta timesheet para uma gestão de tráfego otimizada.

Desta forma, a ferramenta auxilia o profissional do tráfego a acompanhar a elaboração de cada tarefa, sem atrasos e possibilitando a realocação das atividades de acordo com a necessidade do cliente e da própria agência.

Algo que exemplifica perfeitamente esse cenário é a realocação de tarefas baseada em prioridades, isto é, se um job com alto nível de urgência surge na agência, é necessário encaminhá-lo imediatamente para sua equipe, certo?

Nesse sentido, indicá-lo para aquele colaborador que tem tempo ocioso ou tem em seu tráfego jobs de baixa urgência é uma opção adequada. Além dessa alternativa, pode-se optar também em pausar um job que é a produção é partida - por exemplo um Outdoor complexo que tem sua produção dividida em semanas, em que cada dia é produzido um pedaço por um criativo ou parte do setor de criação - para furar o tráfego e dar conta do recado.

Com a padronização do fluxo de status da peça, o colaborador poderá avisar ao tráfego, através de uma notificação no próprio sistema, que uma tarefa foi finalizada, agilizando o processo de aprovação ou revisão da mesma.

Distribuição de  
Tarefas e Peças



Aprovação de  
Valores

Alertas Automáticos  
no Financeiro

# COM RELATÓRIOS DE BI

Que os relatórios são extremamente importantes para o controle eficaz de uma agência nós já sabemos. Na teoria, trata-se de um instrumento para tornar visível a realidade de uma empresa em determinado momento, auxiliando gestores a tomarem decisões baseadas em dados precisos.

Esses documentos surgem para otimizar a rotina de qualquer negócio, garantindo uma visão muito mais abrangente de todo o trabalho desenvolvido, ou seja, um relatório é um verdadeiro raio x de sua agência, por isso é imprescindível que os relatórios sejam capazes de fazer a integração de todos os departamentos da agência.

Função desempenhada com exatidão pelos relatórios de BI, ferramenta que integra o software iClips.

Na prática, a ferramenta permite um acompanhamento detalhado da empresa por meio dos seguintes itens:

- Ranking dos clientes mais rentáveis e o quanto eles representam nos totais de receitas;
- Comparativo de crescimento e análise do desempenho da Agência;
- Análise sobre lucratividade de cada conta atendida.

Os dados em questão auxiliam na mensuração da produtividade da equipe, margem de lucro de cada job, além de avaliar qual indicador de venda é mais lucrativo, permitindo obter, a partir das receitas obtidas, um controle das inadimplências e de contas atrasadas.

Job	24 itens encontrados	01/2016	-	06/2016	Selecione um job	Selecione um Cliente	
Filtros: Início: 01/2016, Fim: 06/2016							Opções
Job 13 - AÇÃO PDV - Vult	04:06:02 Horas Trabalhadas	R\$ 157,59 Custo	R\$ 12.689,00 Custo Interno	R\$ 2.687,50 Comissão	R\$ 0,00 Honorário	-R\$ 11,00 Outros Faturamentos	R\$ 15.365,50 Total Lançado
Job 6 - Adote com Amor	00:16:17 Horas Trabalhadas	R\$ 4,89 Custo	R\$ 0,00 Custo Interno	R\$ 0,00 Comissão	R\$ 0,00 Honorário	R\$ 1.200,00 Outros Faturamentos	R\$ 1.200,00 Total Lançado
Job 4 - Campanha de Lançamento - Nova ID	225:45:36 Horas Trabalhadas	R\$ 4.834,13 Custo	R\$ 0,00 Custo Interno	R\$ 3.159,00 Comissão	R\$ 0,00 Honorário	R\$ 0,00 Outros Faturamentos	R\$ 3.159,00 Total Lançado
Job 12 - Campanha do dia dos pais	00:41:49 Horas Trabalhadas	R\$ 25,79 Custo	R\$ 0,00 Custo Interno	R\$ 0,00 Comissão	R\$ 0,00 Honorário	R\$ 0,00 Outros Faturamentos	R\$ 0,00 Total Lançado
Job 11 - Campanha de lançamento	00:00:11	R\$ 0,12	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00

# COM CRM

Gerenciar o relacionamento com os clientes de maneira otimizada e integrada deixou de ser algo raro para se tornar presente em empresas que possuem objetivos claros e que focam em tornar sua relação com os clientes muito mais saudável. Existem diversas ferramentas que cumprem essa necessidade de forma eficiente, uma delas é o Pipedrive.

Com o objetivo de efetuar uma gestão de vendas projetada para ajudar pequenas equipes de vendas a gerenciar processos de vendas complexos e longos, a ferramenta visa controlar, de forma objetiva e visual, as ações que levam os negócios a serem concluídos.

Para isso, a ferramenta possibilita um planejamento de todas as atividades que serão desempenhadas em determinado momento pelo profissional de vendas, além de permitir um acompanhamento de informações referentes à todas as fases da negociação, como por exemplo o histórico de conversas com prospects.

De maneira intuitiva, a plataforma permite um maior entendimento de todas as negociações que estão sendo feitas, instruindo a equipe de vendas a encaminhá-la, de maneira eficiente, a uma possível venda. Tal compreensão é amparada pelos seguintes recursos:

- Gestão do funil de vendas
- Integração de e-mail
- Controle de atividades e metas
- Relatório de vendas
- Previsão de vendas
- Apps móveis
- Integração com o Google Apps
- API e integrações a outros softwares
- Itens personalizáveis
- Entre outros

Utilizado por mais de 50.000 equipes de vendas, o Pipedrive foi uma ferramenta feita por vendedores para vendedores.

## Powerful statistics

### How many deals were won?

by Users by Users over time by Products by Products over time



The screenshot shows the Pipedrive CRM interface with a search bar and navigation tabs for Deals, Mail, Activities, Contacts, and Statistics. The main view is a sales pipeline with stages: Untouched contact, Contact made, Qualified, Proposal presented, and In Negotiation. Each stage contains a list of deals with details like value and number of deals.

Stage	Deal Name	Value	Company
Untouched contact	Best Solutions Deal	\$17,000	Audience Measurement
Contact made	New logotype	\$16,000	Smart Language Ltd
Qualified	Android app	\$36,000	Games Central Ltd
Proposal presented	New website	\$32,000	Colaborativelab
In Negotiation	Online shop design	\$41,800.00	Salestore

## Full email integration

The screenshot shows an email inbox with several messages. Each message has a Pipedrive integration icon and a 'SHARED' button, indicating that the email content is linked to a deal in the CRM.

Sender	Subject	Status
Tim O'Rein, Mail...	New Demo Meeting	Consultation
Allan Quatermain...	New demo request	Consultation
Tim O'Rein, Mail...	Proposal	Consultation
Sally McSellson (...)	Request details	New landing page
Sally McSellson (...)	New landing page re...	New landing page
Allan Quatermain...	Project requirement...	Consultation
Allan Quatermain...	Additional info	Consultation
Allan Quatermain...	Please share this em...	Consultation
Sally McSellson (...)	New landing page re...	New landing page
Mick Stupp	SEO research reques...	SEO research
Anna Nimmy	Meeting arrange...	Product development
Allan Quatermain...	Partners meeting	Consultation
Sally McSellson (...)	New landing page d...	New landing page

# COM MENSURAÇÃO DE TRÁFEGO DE SITE E BLOG

Se você já produz conteúdo qualificado direcionado à suas personas e com base em seus objetivos reais ponto para você (e para sua agência).

Mas você já parou para pensar nas consequências de não mensurar alguns pontos-chaves da sua estratégia? É como se todo o esforço empenhado no marketing fosse em vão.

O SEMrush, ferramenta de SEO com diversas funcionalidades, é a plataforma ideal para quem busca um monitoramento eficaz do tráfego de sites e blogs.

Com a ferramenta Monitoramento de posições (Position Tracking) a plataforma permite acompanhar o ranking do seu site para as palavras-chave nos 100 principais resultados de pesquisa orgânica e paga do Google.

Além disso, é possível acompanhar a classificação de palavras-chave dos concorrentes. E se objetivo é se descobrir o que, de fato, atrai tráfego para o seu site, é possível conectar sua conta do Google Analytics com a SEMrush e ter acesso uma lista detalhada das palavras-chave "not provided" (também conhecidas como as palavras-chave que são "escondidas" pelo Google Analytics) de todas as páginas indexadas.

Desta forma, você consegue ver resultados de forma imediata sobre volume de pesquisa, sua posição no Google para essa palavra-chave e a quantidade de tráfego que ela atrai à sua página. Já a ferramenta Organic Traffic Insights é ideal para integrar as ferramentas Google Analytics e o Google Search Console sem a necessidade de unificar esses dados no Excel.

Ao final do processo, a ferramenta permite filtrar as palavras-chave com o menores níveis de concorrência, ou maior volume de pesquisa. Assim, é muito mais fácil se concentrar realmente em questões que trarão resultados eficazes de forma rápida.



# COM MÉTRICAS PARA SEO

Quando se trata de definição de métricas a análise e coleta de dados contar com uma plataforma que torne esse processo mais ágil e preciso é fundamental. Mais uma vez, o SEMrush se encarrega de sistematizar as estratégias de SEO com ferramentas que auxiliem o profissional de marketing a encontrar soluções satisfatórias para suas necessidades.

Quando se fala em métrica, há algumas que devem ser analisadas constantemente, ao utilizar a plataforma, fica fácil saber quais dados são passíveis de análise para que possíveis melhorias sejam feitas.

Afinal, como o SEMrush auxilia o profissional de marketing na análise de métricas para SEO com relatórios analíticos?

Os relatórios analíticos possibilitam obter insights de pesquisas de palavras-chave, além de estratégias da concorrência ao fazer publicidade, busca orgânica e paga, link building, desempenho nas redes sociais e monitoramento da marca.

Quando se trata de pesquisa orgânica, a ferramenta te ajuda a verificar as melhores palavras-chave da concorrência, além de possibilitar uma análise das mudanças de posição dos domínios.

Com pesquisas de publicidade, é possível descobrir as estratégias publicitárias e orçamentos dos concorrentes, além de uma análise de cópias de anúncios e palavras-chave dos seus concorrentes on-line.

E quando o assunto são backlinks, você há uma ferramenta específica para a análise desses links tão importantes para sua estratégia de marketing. Com ela, você consegue realizar uma análise profunda do backlink, além de verificar cada tipo de backlink.

Já a ferramenta Brand Monitoring possibilita um acompanhamento da reputação da sua marca, descobrindo novas oportunidades e obter informações sobre como seus concorrentes aproveitam as oportunidades do mercado.

Com o SEO Ideas, além da análise de fatores de classificação do Google que afetam o desempenho do seu site, a ferramenta oferece recomendações úteis com base nas informações coletadas.

The screenshot shows the SEMrush Brand Monitoring interface for a campaign named "Southwest". The interface includes a navigation menu with "Mentions", "Statistics", "Resources", and "About tool". The main content area displays search filters: "Search:" with a dropdown set to "Mentions", "By source:" set to "All", "Period:" set to "0" days, and "Backlinks:" set to "Show all". There are "Apply" and "X" buttons. Below the filters, there are options for "By sentiment:" (with smiley face icons) and checkboxes for "Favorites only" and "Exact match of keyword phrase" (which is checked). A summary bar shows "All Unread" and a table of time periods: "24 hours 37", "Last 3 days 119", "Last week 284", and "All time 1721". A list of mentions is visible, starting with "Alaska Airlines Says Goodbye To Virgin America Brand, Hello To ...". On the right side, there are buttons for "Export" and "Create new campaign", and a section for "My Campaigns:" with a "Southwest" entry.

# COM CHAT E CONVERSAS AUTOMATIZADAS

Mais do que manter uma relação saudável com os clientes é preciso lançar mão de ferramentas que conduzam, de forma eficaz, o vínculo constante que sua empresa mantém com eles.

Chats online são uma maneira simples que empresas de diversos setores encontraram para a troca de informações, tanto com seus clientes, quanto com visitantes que chegam diariamente no seu site.

A Jivochat permite o gerenciamento de todos os contatos provenientes de aplicativos como o Messenger, Telegram e Viber, possibilitando também que você converse com vários visitantes simultaneamente.

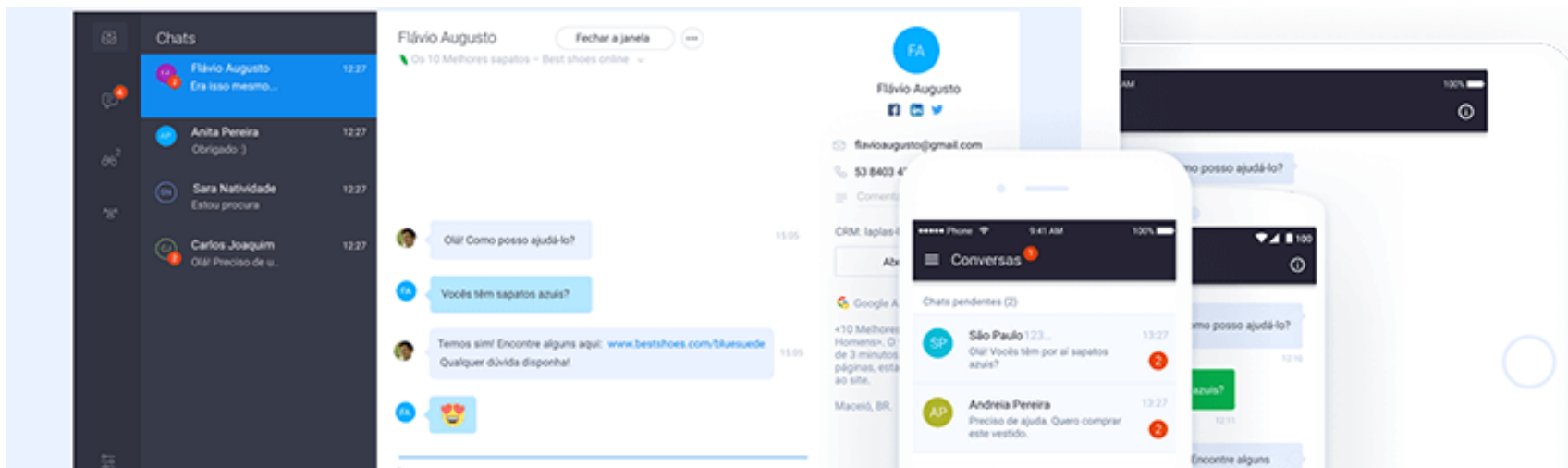
E se atender o cliente da melhor forma é fundamental para transmitir a segurança que ele precisa, é essencial conhecer de perto o seu perfil e suas necessidades.

A ferramenta em questão permite uma visualização do histórico de páginas visitadas pelo cliente, além de conseguir identificar qual o tipo de dispositivo pelo qual estão acessando o site, como chegaram até o site e que tipo de busca fizeram no google. "Olá, posso ajudar?"

Esta é uma das saudações automáticas enviadas pelo chat a visitantes e clientes que acessam o site em busca de informações. Logo depois o usuário recebe uma notificação pelo celular ou computador.

Com uma interface moderna e de fácil usabilidade, o chat se adapta a qualquer site e dispositivo móvel e pode ser personalizado de acordo com o layout do site.

Outra funcionalidade é a possibilidade de cadastrar os demais colaboradores de sua empresa, possibilitando que estes monitorem e responda aos visitantes. Há também a opção de escolher respostas rápidas, já pré-definidas pela Jivochat em qualquer idioma.



# COM ACOMPANHAMENTO DE REDES SOCIAIS E GERAÇÃO DE RELATÓRIOS

Se você costuma utilizar as mídias sociais para divulgar o conteúdo da sua agência sabe o quão importante é analisar os resultados obtidos durante determinado período.

E se você efetua essas análises regularmente sabe que tempo despendido para realizar esse tipo de tarefa pode ser enorme quando tais dados são gerados manualmente.

Nesse sentido, o Reportei surge para propiciar agilidade e eficácia na elaboração de tais tarefas.

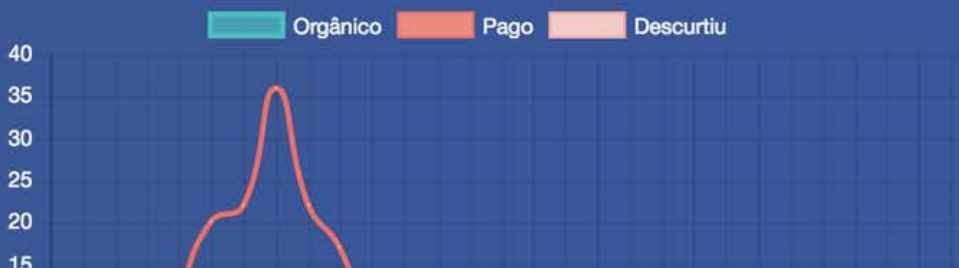
A grande vantagem de uma ferramenta como esta, está no foco que está empregada na geração de relatórios, o que permite um maior aprofundamento no assunto, sugestões de melhores soluções e ainda a possibilidade de criar novas métricas para sua estratégia de marketing.

O reportei permite a integração de diversas redes sociais e o Google Analytics, o que facilita na hora de visualizar dados dos últimos 3 anos.

O software, conta ainda, com relatórios de Facebook, relatórios de Instagram, relatórios de YouTube e relatórios de websites através do Google Analytics, e ainda inclui funcionalidades como relatórios em pdf (disponível para assinantes) e gráficos dinâmicos.

## CRESCIMENTO DE SEGUIDORES DA PÁGINA

O gráfico descreve a evolução de curtidas na página ao longo do período analisado



## ALCANCE DA PÁGINA

Gráfico que compara o alcance orgânico, pago e viral da página no período analisado



# COM AUMENTO DE DIVULGAÇÃO E REFORÇO DO SEO

Às vezes, pode até parecer desnecessária esta questão de otimização de conteúdo digital que o SEO, por exemplo, traz em seu conceito principal.

Mas, não é! Pare e pense: você, quando vai realizar uma pesquisa na internet, tem costume de avançar mais que três páginas do buscador? Se você for paciente, profundo e insistente em sua busca, talvez até avance três, quatro ou mais páginas.

Caso contrário, não sairá da primeira, pois ela vai lhe trazer alguns resultados. Então, a importância de trabalhar o SEO em textos é para melhor posicioná-lo nos buscadores, facilitando a vida de quem busca pelo seu conteúdo e ganhando reputação com mais precisão nos buscadores.

As palavras-chaves, recurso que faz parte das estratégias de SEO, servem para alinhar seu conteúdo com o que é mais pesquisado na internet, aproximando assim, cada vez mais seu texto dos pesquisadores por meios de termos de pesquisas.

O DINO disponibiliza uma plataforma que traz inovação e facilita o processo de comunicação entre assessor de imprensa, empresa e jornalista de redação.

Como? Com divulgação garantida de notícias sem a necessidade de negociar pauta com os veículos jornalísticos. O DINO vem com uma plataforma não para abandonar o modelo tradicional da divulgação de notícias, pelo contrário, é para apresentar um novo modelo de comunicação.

Com a plataforma, você também tem a chance de investir em marketing de conteúdo e estratégia de SEO em seus textos, pois levando em conta que garantimos a publicação em até 30 parceiros, você terá esta média de publicações na internet para trabalhar suas palavras-chave e conteúdos.

A realidade é que, a quantidade de conteúdo digital produzido a cada minuto é brutal, e ganhar um espaço em destaque nos principais buscadores da internet, passou a ser um grande desafio. Por isso, o SEO, em conjunto de técnicas e operações digitais tem o objetivo de corrigir o modo de produção de conteúdo e alavancá-lo ao topo das primeiras páginas dos buscadores, como Google, Yahoo!, entre outros, e fazer o seu conteúdo brilhar.

The screenshot displays the DINO platform interface. On the left is a sidebar menu with the following items: Dashboard, Distribuições, Relatórios (marked with a 'NOVO' badge), Arquivos, Financeiro, and Assine um plano. The main content area features a progress bar with two steps: '1 Conteúdo do Release' and '2 Informações do Release'. A blue button labeled 'Visualizar Release' is positioned above a form field for 'Título'. A question mark icon is visible in the top left corner of the main area.



# AS FERRAMENTAS QUE O LEVAM MAIS LONGE

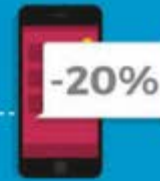
## Conheça o iClips:

O modelo de gestão do iClips dá suporte a todas as atividades executadas na agência. São funcionalidades facilitadoras, que vão desde a organização da carteira de clientes, até a análise da rentabilidade de cada um, passando por todos os processos operacionais como contratação de terceiros, controle de prazos, planejamento de mídia, cotações, etc.

É como se fosse uma engrenagem, cujo centro das atividades é o Job! A partir dele, tarefas são distribuídas, peças são direcionadas aos criativos, as aprovações dos valores acontecem e, na sequência, ocorre o envio dos alertas de faturamento ao financeiro.

**Teste Grátis**

**iClips**



## Capture, envie, venda

Automação do Email e SMS Marketing tornada fácil.



EMAIL MARKETING, SMS MARKETING, PUSH MOBILE, TORPEDO DE VOZ, LANDING PAGES E MUITO MAIS, TUDO ATRAVÉS DE UMA SÓ PLATAFORMA ONLINE. SEJA QUAL FOR A SUA NECESSIDADE, O E-GOI É A MAIS COMPLETA SOLUÇÃO DE MARKETING AUTOMATION, TRACKING DE ECOMMERCE 360° E LEAD NURTURING.

É A MAIS COMPLETA FERRAMENTA DE AUTOMAÇÃO E AINDA OFERECE CONDIÇÕES ESPECIAIS PARA AGÊNCIAS, ATRAVÉS DO SEU PROGRAMA DE PARCEIROS, ONDE A AGÊNCIA RECEBE 30% DE COMISSÃO SOBRE TODOS OS PAGAMENTOS DOS SEUS CLIENTES.

INTERESSADO EM AUTOMATIZAR O SEU MARKETING? FALE CONNOSCO, OU UTILIZE ESTE CÓDIGO PROMOCIONAL EXCLUSIVO E OBTENHA 50% DESCONTO NA PRIMEIRA CONTRATAÇÃO.

**AGENCIAEGOI**

VOUCHER 50% DESCONTO

PIPEDRIVE É UMA FERRAMENTA DE GESTÃO DE VENDAS FEITA POR VENDEDORES PARA VENDEDORES. USADO POR MAIS DE 50.000 EMPRESAS AO REDOR DO MUNDO, O PIPEDRIVE LHE DA UMA VISÃO GERAL ORIENTANDO PASSO A PASSO PARA MANTER SUA EQUIPE FOCADA NAS ATIVIDADES QUE IMPULSIONAM AS VENDAS.

O PIPEDRIVE É FÁCIL DE UTILIZAR. SERÁ ADORADO PELA SUA EQUIPE E VOCÊ PODE CONFIAR NOS DADOS NO SISTEMA. É SIMPLES PARA COMEÇAR, MAS PODEROSO O SUFICIENTE PARA SE ADAPTAR A QUALQUER PROCESSO DE VENDAS E TRABALHAR INTEGRADO COM TODAS AS SUAS DEMAIS FERRAMENTAS.

CADASTRE-SE AGORA E RECEBA UM DESCONTO DE 25% NOS PRIMEIRO TRÊS MESES.

**APROVEITE JÁ**

# pipedriven

O SEMRUSH É UMA SUÍTE DE FERRAMENTAS DE MARKETING ONLINE QUE FORNECE DADOS DE NATUREZA DIVERSA SOBRE A CONCORRÊNCIA.

DO DESEMPENHO DO SITE NA PESQUISA ORGÂNICA E NO PPC ATÉ OS DADOS DE CAMPANHAS DO CONCORRENTE, ESSA FERRAMENTA PERMITE-LHE GERIR ATÉ MESMO AS CAMPANHAS MAIS COMPLEXAS.

ALÉM DISSO, O SEMRUSH INCLUI RECURSOS QUE PERMITEM OTIMIZAR O WEBSITE PARA AS MELHORES PERFORMANCES DE BUSCA: AUDITORIA IN LOCO, CONFRONTO DE PALAVRAS-CHAVE DO DOMÍNIO E O RASTREAMENTO DE POSIÇÃO.

**EXPERIMENTE**



**SEMRUSH**



---

O DINO é uma empresa de marketing que usa notícias como forma de divulgação de empresas. Distribuimos o material para diversos sites, agregando imagens, vídeos e as redes sociais em todo o processo. Com isso, garantimos ao nosso consumidor as seguintes vantagens:



### Visibilidade

Exploramos ao máximo as possibilidades da Internet para que seu conteúdo seja visualizado e disseminado em sites, ferramentas de busca, redes sociais, dentre outros canais.



### Facilidade

Nossa plataforma é intuitiva, simples e democrática. Você cria facilmente sua notícia e quanto mais e melhores forem os recursos que utilizar em seu material mais visibilidade alcançará com seu conteúdo.



### Geração de vendas

Através da distribuição de notícias sobre seu negócio, é possível alcançar milhares de potenciais clientes, tornando-o conhecido.

**Veja como o DINO** pode ajudar sua empresa a ter mais visibilidade.

O JIVOCHAT É UM CHAT ONLINE QUE PODE SER INSTALADO EM LOJAS VIRTUAIS OU SITES E QUE PERMITE DAR SUPORTE 24H AO CLIENTE. PODE CONVERSAR SIMULTANEAMENTE COM DIVERSOS VISITANTES, ALÉM DE TER ACESSO COMPLETO A INFORMAÇÕES RELEVANTES PARA O ATENDIMENTO, COMO PÁGINAS ACESSADAS E ORIGEM DO TRÁFEGO.

VOCÊ NÃO PRECISA MAIS FICAR UTILIZANDO VÁRIOS APLICATIVOS DIFERENTES AO MESMO TEMPO – SEUS OPERADORES PODEM ATENDER TODOS OS SEUS VISITANTES DIRETAMENTE DO SEU APLICATIVO JIVOCHAT

**EXPERIMENTE**

The logo for Jivochat features a stylized green leaf icon above the letter 'j'. The word "jivochat" is written in a bold, dark blue, lowercase sans-serif font.

**jivochat**



# SAMBATECH

---

Usando tecnologia de ponta, a Samba Tech ajuda pessoas e empresas a se comunicarem melhor através dos vídeos. Facilitamos a venda de conteúdos na internet oferecendo um site personalizado, livre de preocupações com gastos em programação, design, questões jurídicas e com gestão de pagamento. Cuidamos do processo de ponta a ponta, desde o momento em que o vídeo sai da câmera até ser distribuído para qualquer dispositivo conectado à internet.

Eleita pela FastCompany como uma das companhias mais inovadoras da América Latina, a Samba Tech leva o conteúdo dos nossos clientes a milhares de pessoas, democratizando o acesso à informação com segurança e qualidade.

Coloque agora mesmo o seu canal de vídeos no ar com o Samba Play. [Clique aqui](#) e veja como o produto funciona na prática.

---

CONHEÇA MAIS SOBRE A SAMBA TECH

O REPORTEI É UMA FERRAMENTA DE RELATÓRIOS DE MARKETING DIGITAL, COM FOCO EM MÍDIAS SOCIAIS. O SOFTWARE CONTA COM RELATÓRIOS DE FACEBOOK, RELATÓRIOS DE INSTAGRAM, RELATÓRIOS DE YOUTUBE E RELATÓRIOS DE WEBSITES ATRAVÉS DO GOOGLE ANALYTICS. EM CONSTANTE DESENVOLVIMENTO, AGREGA NOVIDADES COMO RELATÓRIOS EM PDF (DISPONÍVEL PARA ASSINANTES) E GRÁFICOS DINÂMICOS.

O FOCO DOS RELATÓRIOS É COLETAR DADOS DE REDES SOCIAIS DE FORMA RÁPIDA E ÁGIL, A FIM DE PROPICIAR AO ANALISTA DE MÍDIAS SOCIAIS DADOS PARA APRESENTAR A EMPRESAS E CLIENTES. NA FERRAMENTA, EXISTE UM ESPAÇO PARA ESCREVER A ANÁLISE DO RELATÓRIO DE REDES SOCIAIS.

**EXPERIMENTE**

**reportei**