

MANUAL OPERACIONAL

Tráfego Pago

O processo completo da agência, do primeiro contato com o cliente à operação diária das campanhas.

- Agência Segundo Marketing

O QUE VOCÊ ENCONTRA AQUI

01 Onboarding do cliente

03 Comunicação e rotina semanal

05 Anexo: planos de tráfego

02 Operação diária de tráfego

04 Regras da agência

01

ENTRADA DO CLIENTE

Onboarding do cliente

O onboarding é o momento mais importante para a retenção, a renovação e a satisfação do cliente. Ele entrega três resultados: alinhar expectativas dos dois lados, gerar a segurança de que o cliente tomou a decisão certa e criar encantamento já no início da parceria.

PASSAGEM DE BASTÃO

Quando quem vende não é quem opera, o vendedor apresenta o cliente ao time operacional e repassa todos os áudios, e-mails e conversas da venda. No primeiro contato, todos os envolvidos precisam saber o que foi combinado, porque ali está a razão pela qual o cliente nos contratou.

O onboarding tem quatro etapas:

1**Dever de casa****2****Reunião de briefing****3****Análise de conta e estratégia****4****Apresentação da estratégia**

1 Dever de casa

Antes da reunião, o time estuda o cliente a fundo, partindo das anotações da ligação comercial somadas à análise prévia. O objetivo é chegar preparado e já gerando valor.

ICP e pesquisa de mercado

Mapeamento do perfil de cliente ideal e do contexto competitivo do mercado em que o cliente atua.

Anúncios e site

- Anúncios ativos na Meta.
- Alinhamento entre a landing page e os anúncios.
- Anúncios ativos no Google Ads.
- Velocidade de carregamento das páginas.
- Se o site é mobile friendly.
- Tags instaladas nas páginas (Meta, Google, Analytics, GTM).
- Cliente oculto.

Redes sociais

Título do perfil, bio, link, seguidores, número de posts, curtidas, comentários, principais publicações e publicações que podem virar anúncios.

Google Business Profile

Nome da empresa, endereço, telefone, horário de funcionamento, site, foto de capa, fotos de fachada e de produtos, resposta a avaliações, frequência de publicações, formas de contato e categorias.

Pontos para levantar e abordar na reunião

- A necessidade de postar conteúdo.
- Como preparar o perfil do Instagram para receber tráfego pago.
- Como otimizar o site do cliente.
- Melhorias no atendimento.
- A importância de uma boa bio e dos destaques.
- Por que é preciso ter o pixel instalado no site.

2 Reunião de briefing

Quando o cliente entra, a gestora abre o grupo e marca dentro dele a reunião de briefing para colher as informações iniciais.

PARTE ZERO: ENCANTAMENTO

Antes do roteiro formal, abrimos com a etapa de impressionar o cliente. Ele nos contratou e não quer passar por uma burocracia respondendo perguntas, então conduzimos essa coleta de forma leve e já chegamos demonstrando preparo: apresentamos nossas pesquisas de público e de mercado e apontamos fatores de melhoria.

DICA INTERNA

Grave sempre as reuniões. Isso facilita muito a compilação e a organização de todas as informações que o time vai precisar depois.

ROTEIRO DE CAMPO

Perguntas que conduzem a reunião

1. Qual é o principal objetivo da empresa com o tráfego pago hoje?
2. Qual produto ou serviço vocês querem vender com prioridade?
3. Quem é o público mais qualificado para essa oferta?
4. Hoje, como o lead chega e como acontece o fechamento da venda?

5. Qual é o ticket médio, a margem e a meta de faturamento?
6. O que já foi testado em tráfego ou marketing e o que funcionou até agora?
7. Qual é hoje o maior gargalo: gerar leads, atender, converter ou escalar?
8. Quem cuida dos criativos, do atendimento e do retorno dos leads internamente?
9. Quais acessos, ferramentas e estruturas já existem para rodar a operação?
10. O que definiria essa parceria como um sucesso nos próximos 30, 90 e 180 dias?

Aprofundamento do negócio (apoio)

Quando houver espaço, aprofundamos sem repetir o que já foi perguntado: vendas e faturamento dos últimos 12 meses, melhor mês, condições e descontos, frete por região, como os resultados são medidos, jornada do lead até o fechamento, se faz pesquisa com clientes, estrutura da equipe (copy, design, edição, social), investimento por plataforma e referências ou concorrentes que admira (pedir uma lista de perfis e canais).

O time que faz acontecer

- **Head de tráfego:** elabora as estratégias.
- **Gestor de tráfego operacional:** operacionaliza as estratégias.
- **Head de projeto:** mantém o operacional conectado a demandas e prazos.
- **Head de sucesso do cliente:** garante a satisfação do cliente.
- **Analista de sucesso do cliente:** antecipa dúvidas e propõe soluções rápidas.

Nosso método (alinhamento de expectativas)

A maioria erra no tráfego por falta de método claro. Apresentamos o nosso: ferramentas, distribuição de conteúdo, anúncios que convertem, públicos essenciais e diversificação de fontes, campanhas de alta precisão, pesquisa de audiência e mercado e a técnica "1234" de otimização. Deixamos claro que público frio não vira comprador de imediato, que o tráfego não acontece da noite para o dia e que o resultado não depende só do gestor.

O QUE CABE AO CLIENTE

Prover o investimento, criar e aprovar páginas e anúncios, cuidar do atendimento, converter os leads e repassar os relatórios de venda. Se o cliente não faz a parte dele, o tráfego pago não funciona.

Solicitação e envio de acessos

Criação do grupo de WhatsApp, pasta no Drive, ClickUp, pasta de Criativos e acessos às ferramentas (Google Ads, Meta, GTM, GA4, plataforma de vendas, Google Meu Negócio, entre outras).

PRAZO

Os acessos são solicitados em até 24 horas úteis após a primeira ligação. Se o cliente não sabe liberar, gravamos um tutorial pelo Meet mostrando cada passo.

Alinhamentos finais

Periodicidade das reuniões, canal de comunicação padrão, explicação sobre a liberação dos acessos e a importância do feedback mútuo, incluindo o compromisso de responder uma pesquisa de satisfação de 2 minutos ao fim de cada mês.

3 Análise de conta e estratégia

Com os acessos em mãos, fazemos o setup, seguido da análise de conta e da criação da estratégia. Essa etapa interna entende o que o cliente já fez de certo e de errado e, a partir disso, desenha o plano.

Se já existe conta rodando

Analisamos o que já está montado e adaptamos à estratégia.

Se não existe conta

Criamos tudo do zero, de acordo com a estratégia definida para o cliente.

Análise do tráfego

O que já funcionou, o que já foi feito, o que está certo, o que está errado, melhores anúncios, melhores públicos, boas práticas e ideias de testes. Tudo registrado em um documento.

Criação da estratégia

Definimos o que será feito, quanto será investido, as etapas do processo de venda, a sugestão de verba para distribuição de conteúdo, os públicos necessários, a quantidade de campanhas, a verba por tipo de público, os tipos de criativos essenciais e o que será preciso para implementar (site, landing page, WhatsApp Business, responsável pelas mensagens e formulários instantâneos).

4 Apresentação da estratégia

Acontece 7 dias após o onboarding, contando com a liberação dos acessos dentro das 24 horas combinadas. Na reunião nós apresentamos a análise realizada, alinhamos a estratégia com o cliente, abrimos espaço para dúvidas e sugestões, reforçamos que os dois lados precisam colaborar, damos a previsão para começar a anunciar, resumimos as pendências que dependem dele, explicamos que o tráfego vai mudar o jogo mas não da noite para o dia e demonstramos satisfação em estar no projeto.

PRINCÍPIO

O faturamento do tráfego pago mora na retenção e na renovação dos clientes.

Pós-ligação

- Captura de tela dos públicos criados na conta.
 - Análise de públicos e anúncios que funcionaram no passado.
 - Swipe file de anúncios para o cliente modelar.
 - Envio de material de apoio à criação de anúncios.
 - Envio do manual de conteúdos.
 - Envio das sugestões de ideias surgidas após a ligação.
-

Operação diária de tráfego

Concluído o onboarding, começa o trabalho de tráfego. A rotina diária segue esta sequência, percorrendo todos os clientes antes de fechar com a leitura analítica.

ROTINA DIÁRIA

1 Status das campanhas

Verificar se todas as campanhas de todos os clientes estão rodando normalmente.

2 Saldo e meios de pagamento

Conferir todos os dias se os clientes têm saldo na conta. A recarga é feita 2 dias antes do saldo acabar. Ficar atento aos vencimentos dos cartões, porque um cartão sem limite pausa a campanha.

3 Análise de métricas

Olhar três janelas. Hoje mostra se está entregando resultado, ontem mostra se o resultado foi bom ou ruim e os últimos 7 dias dão o panorama maior.

4 Volume de leads

Analisar quantos leads chegam por dia e há quanto tempo nenhum lead chega.

5 Conferência de entrega de leads

Quando o cliente recebe lead por planilha, verificar se não houve nenhum bug na entrega.

6 Qualidade de lead

No formulário, avaliar a qualidade pelas respostas que pedimos ao lead. Na campanha de WhatsApp, abrir o WhatsApp do cliente e verificar como está o atendimento.

7 Criativos e termos ativos

Meta

Google

Análise de criativo ativo: há quanto tempo está no ar, se entrega resultado e se entrega para o público certo.

No lugar do criativo, analisamos palavras-chave e termos de pesquisa, conferindo se o termo não está fora do que queremos.

QUANDO O CRIATIVO NÃO FUNCIONA

Acessar a Biblioteca de Anúncios da Meta, separar os melhores como referência e direcionar para a gestora disparar para o time produzir os novos.

8 Revisão de funil

Feito todo o restante, revisamos o funil para responder à pergunta central: está entregando o resultado que o cliente espera? É dentro do funil que conseguimos enxergar isso.

9 Conferência de travamento

Para encerrar a rotina, conferir se não há nenhuma automação travada.

03

RELACIONAMENTO

Comunicação e rotina semanal

A comunicação acontece em duas frentes: dentro do time e com o cliente.

Com o time

Nós nos reunimos toda segunda-feira para falar de cada cliente. Os canais internos são o nosso grupo e o chat do ClickUp.

Com o cliente

Temos reuniões periódicas, com frequência definida pelo plano contratado. O acompanhamento diário acontece pelo grupo exclusivo no WhatsApp em todos os planos.

RITMO DE INÍCIO DE SEMANA

Segunda-feira o time alinha cada conta internamente. Terça-feira, até as 10h, o cliente recebe o panorama dos últimos 7 dias. O começo da semana fecha com todos olhando para os mesmos números.

Regras da agência

Padrões fixos que valem para todos os clientes, sem exceção.

RELATÓRIO SEMANAL

Terça-feira até as 10h

Enviamos no grupo de cada cliente as métricas dos últimos 7 dias (de segunda a domingo), para mantermos um parâmetro comum com o cliente.

PRESTAÇÃO DE CONTAS

Todo dia 5 do mês

Enviamos as métricas mensais no e-mail do cliente como prestação de contas.

TEMPO DE RESPOSTA

Meta de 30 minutos, teto de 2 horas

O atendimento acontece das 9h às 18h. A meta é responder em até 30 minutos e nenhum grupo pode ficar sem resposta por mais de 2 horas dentro desse horário. Fora do horário, só respondemos em caso de emergência real, para não educar o cliente a cobrar a qualquer hora.

APROVAÇÃO

Criativos e landing pages

Todo criativo e toda landing page passam por aprovação do cliente antes de irem ao ar.

Planos de tráfego

Todos os planos têm contrato de 12 meses, sem multa de rescisão e com aviso prévio de 30 dias. O pagamento é no ato da assinatura, com as demais mensalidades no dia 10 ou 20, e o investimento em anúncios é pago diretamente à plataforma.

VENDAS

12h por mês

Básico

Início ou organização das campanhas de anúncios com gestão profissional.

ENTREGÁVEIS

- Gestão de campanhas de tráfego pago.
- Gestão em 1 plataforma de anúncios.
- Análise e otimização das campanhas.
- Acompanhamento dos principais indicadores.

ACOMPANHAMENTO

- Grupo exclusivo no WhatsApp.
- Acompanhamento diário pelo grupo.
- Reunião online a cada 60 dias.

VENDAS

16h por mês

Essencial

Tráfego pago com foco direto em geração de oportunidades e vendas.

ENTREGÁVEIS

- Gestão de campanhas de tráfego pago.
- Gestão em até 2 plataformas de anúncios.
- Análise e otimização das campanhas.
- Acompanhamento dos principais indicadores.
- Treinamento de vendas.
- Desenvolvimento de criativos, edição de vídeo e landing page.

ACOMPANHAMENTO

- Grupo exclusivo no WhatsApp.
- Acompanhamento diário pelo grupo.
- Reunião mensal online.

Avançado

Operação completa unindo tráfego, vendas, automação e inteligência artificial.

ENTREGÁVEIS

- Gestão de campanhas de tráfego pago.
- Plataformas de anúncios ilimitadas.
- Análise e otimização das campanhas.
- Acompanhamento dos principais indicadores.
- Treinamento de vendas.
- Desenvolvimento de criativos, edição de vídeo e landing page.
- Inteligência artificial aplicada ao atendimento e à qualificação.
- Automação de WhatsApp.

ACOMPANHAMENTO

- Grupo exclusivo no WhatsApp.
- Acompanhamento diário pelo grupo.
- Reuniões quinzenais.

PERIODICIDADE DA REUNIÃO POR PLANO

Básico a cada 60 dias, Essencial mensal e Avançado quinzenal.

um **SEGUNDO** muda tudo

AGÊNCIA

Agência Segundo Marketing
Edifício Americana Office Tower
R. Santa Teresa, 56, 7° Andar, Sala 702
Vila Belvedere, Americana, SP, 13473-090

CONTATO

lucas@segundodesign.com
(19) 9.9623-3865