

PROCEDIMENTOS INTERNALOS

INSERÇÃO DE CLIENTES E PADRÓES DE
NOMENCLATURA

INSERÇÃO DE NOVOS CLIENTES

CADASTRO

- Solicitar ao novo cliente as informações para emissão do contrato e fatura, conforme combinado na conversa de vendas, e informado dentro da plataforma Monday;
- Fica à encargo do gestor de tráfego marcar a reunião e acesso remoto com o novo cliente, no período de até 1 (um) dia útil;

REUNIÃO PARA VINCULAÇÃO DE CONTAS

FACEBOOK

- Criar conta de anúncios com o nome da empresa do cliente usando o prefixo “CA - ”, ficando da seguinte forma: CA – Nome da empresa;
- Selecionar moeda “BRL”;
- Verificar integração entre página do Facebook, Instagram e Whatsapp Business;
- Inserir forma de pagamento conforme as informações presentes na plataforma Monday;
- Enviar o acesso à BM (Business Manager) do cliente para o e-mail contato@brieff.com.br.

GOOGLE

- Acessar / criar conta Google Ads do cliente, e resgatar cupom desconto;
- Verificar forma de pagamento junto ao cliente;
- Verificar conta google meu negócio, do cliente;
- Adicionar conta do cliente à conta MCC da Brief;
- Enviar ao cliente o briefing de campanhas.

CONFIGURAÇÕES NO GERENCIADOR DO NOVO CLIENTE

- Criar Pixel do facebook usando a nomenclatura “Pixel + nome da empresa”;
- Atribuir acesso da conta de anúncios do novo cliente ao gerenciador de negócios da Brieff, marcando como pessoas autorizadas todos os gestores, mais o usuário de contingência;

PÚBLICOS OBRIGATÓRIOS

- Criar os seguintes públicos respeitando as respectivas nomenclaturas conforme informado abaixo:
 - IG – Envolvimento 365D**
 - FB – Envolvimento 365D**
 - IG – Envolvimento 30D**
 - FB – Envolvimento 30D**
 - IG – Envolvimento 7D**
 - FB – Envolvimento 7D**
- (PÚBLICO SEMELHANTE 1% ENVOLVIMENTO IG 365D)**
-(PÚBLICO SEMELHANTE 3% ENVOLVIMENTO IG 365D)

ORGANIZAÇÃO

- As pastas criadas no Drive da empresa e dos clientes, deverão ser sempre escritas com letras MAIÚSCULAS, para melhor e mais rápido entendimento;
- Os novos clientes deverão ter uma pasta com o nome fantasia da empresa, com as respectivas subpastas:
 - LOGOTIPO**
 - MÍDIAS**
 - DOCUMENTOS**
 - FINANCEIRO**

-CRIATIVOS PRONTOS / MÊS / DIA X

NOMENCLATURA DE CAMPANHAS

- As campanhas devem ter com prefixo as palavras **[TEMP]** para quando for teste ou campanhas temporárias, e **[CONTÍNUA]** para as campanhas principais que ficarão ativas por tempo indeterminado;

- Após o prefixo, deverá ser incluído o objetivo da campanha e ação de conversão, conforme abaixo:

[CONV-LEAD] – Para uma campanha de conversão com captação de leads

[CONV-PURCHASE] – Para uma campanha de conversão com evento de compra

[CONV-CONTATO] – Para uma campanha de conversão com evento no botão

[CONV-IC] – Para uma campanha de conversão com evento de inicialização de finalização de compra

[MSG-DIRECT] – Para uma campanha de mensagem no instagram

[MSG-FACE] – Para uma campanha de mensagem no Messenger

[MSG-WHATS] – para uma campanha de mensagem no WhatsApp

[TRAF-LWHATS] – Para uma campanha de tráfego para um link de whatsapp

[ENV] – Para uma campanha de envolvimento

[VV] – para uma campanha de videoview

[ALCANCE] – para uma campanha de alcance

- No terceiro item da nomenclatura, deverá constar o posicionamento do conjunto de anúncios, conforme modelos abaixo:

[FB&IG FEED/STORIES] – para um conjunto de anúncios com posicionamento no Facebook e Instagram, imprimindo os anúncios no feed e nos stories

[POS. AUTOM.] – para um conjunto de anúncios com posicionamento automático

- No quarto item da nomenclatura, deverá constar a localização de impressão dos anúncios, conforme exemplo abaixo:

[CRICIÚMA+20KM]

[CRICIUMA]

[R. ANDRADAS+2KM]

- No quinto e último item da nomenclatura, deverá constar a data que foi iniciada, fora dos colchetes. Formando uma campanha conforme exemplo abaixo:

[CONTÍNUA] [MSG-WHATS] [FB FEED] [PORTO ALEGRE +10KM] 15/12