

# QUAIS AS FUNÇÕES DE UMA AGÊNCIA DE PUBLICIDADE





# 01 ACCOUNT MANAGER

(ATENDIMENTO)

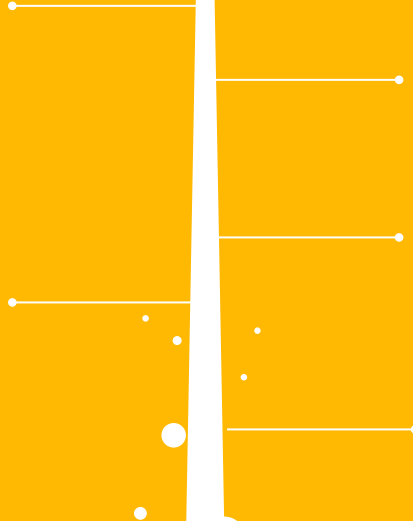
# ATENDIMENTO

O Account Manager (Gerente de Contas) na área de atendimento de uma agência de publicidade é uma peça-chave para o sucesso das relações entre a agência e seus clientes. Este profissional atua como o principal ponto de contato entre ambas as partes, garantindo que as necessidades e expectativas dos clientes sejam compreendidas e atendidas de maneira eficaz.



# RESPONSABILIDADES

Gestão de Relacionamento  
com o Cliente:



## **Gestão de Relacionamento com o Cliente:**

Manter uma comunicação constante e eficaz com os clientes, garantindo que estejam sempre informados sobre o progresso de seus projetos.

Construir e manter um relacionamento de confiança e parceria com os clientes, compreendendo suas necessidades e expectativas.

# RESPONSABILIDADES

**Gestão de Relacionamento  
com o Cliente:**

**Planejamento e  
Coordenação de Projetos:**



## **Planejamento e Coordenação de Projetos:**

Coordenar o desenvolvimento e a execução de campanhas publicitárias, desde o briefing inicial até a entrega final.

Trabalhar com diferentes equipes internas (criação, mídia, produção, etc.) para garantir que os projetos sejam entregues no prazo e dentro do orçamento.

# RESPONSABILIDADES

**Gestão de Relacionamento  
com o Cliente:**

**Desenvolvimento de  
Estratégias de Marketing:**

**Planejamento e  
Coordenação de Projetos:**





## **Desenvolvimento de Estratégias de Marketing:**

Colaborar com os clientes para desenvolver estratégias de marketing que atendam aos objetivos de negócios deles.

Analisar o mercado e a concorrência para identificar oportunidades e oferecer soluções criativas e eficazes.

# RESPONSABILIDADES

**Gestão de Relacionamento  
com o Cliente:**

**Desenvolvimento de  
Estratégias de Marketing:**

**Planejamento e  
Coordenação de Projetos:**

**Gestão de Orçamento:**



## **Gestão de Orçamento:**

Gerenciar os orçamentos das campanhas, assegurando que os recursos sejam alocados de forma eficiente e que os custos sejam controlados.

Negociar contratos e acordos financeiros com os clientes e fornecedores.

# RESPONSABILIDADES

Gestão de Relacionamento  
com o Cliente:

Planejamento e  
Coordenação de Projetos:

Desenvolvimento de  
Estratégias de Marketing:

Gestão de Orçamento:

Gestão de Orçamento:



## **Acompanhamento de Resultados:**

Monitorar o desempenho das campanhas e preparar relatórios de resultados para os clientes.

Fazer ajustes nas estratégias conforme necessário para otimizar os resultados.



# Criação

(OS DIFERENTES)

# CRIAÇÃO

A área de criação é o coração criativo de uma agência de publicidade. É onde as ideias inovadoras e as estratégias visuais são desenvolvidas para dar vida às campanhas publicitárias. Esta área é composta por uma equipe multidisciplinar de profissionais talentosos que trabalham em conjunto para produzir conteúdos originais e impactantes.



# FUNÇÕES NA ÁREA DE CRIAÇÃO



## DIRETOR DE CRIAÇÃO

Líder da equipe de criação, responsável por orientar a direção criativa das campanhas.

Trabalha em estreita colaboração com os clientes e outras equipes internas para garantir que a visão criativa esteja alinhada com os objetivos do cliente.

Supervisiona o trabalho dos diretores de arte, redatores e outros membros da equipe de criação.





# FUNÇÕES NA ÁREA DE CRIAÇÃO



## DIRETOR DE ARTE

Desenvolve e supervisiona o conceito visual das campanhas.

Colabora com designers gráficos e ilustradores para criar layouts, gráficos e outros elementos visuais.

Assegura que todos os componentes visuais sejam coerentes e esteticamente agradáveis.



# FUNÇÕES NA ÁREA DE CRIAÇÃO

## REDATOR PUBLICITÁRIO (Copywriter):

Cria o texto para anúncios, slogans, roteiros de vídeos, posts em redes sociais e outros materiais publicitários.

Trabalha em parceria com o diretor de arte para garantir que o texto e os elementos visuais estejam harmonizados



# FUNÇÕES NA ÁREA DE CRIAÇÃO



## DESIGNER GRÁFICO

Desenvolve elementos visuais como logotipos, banners, infográficos, e outros materiais gráficos.

Utiliza softwares como Adobe Photoshop, Illustrator e InDesign para criar peças visuais de alta qualidade.



# FUNÇÕES NA ÁREA DE CRIAÇÃO



## ILUSTRADOR

Cria ilustrações originais que complementam os conceitos criativos das campanhas.

Pode trabalhar em ilustrações digitais ou tradicionais, dependendo das necessidades do projeto.



# WHAT SETS US APART?



## JUPITER

It's a gas giant and the biggest planet in the Solar System

## SATURN

Saturn is composed mostly of hydrogen and helium

## MARS

Despite being red, Mars is actually a cold place



**MÍDIA**



# SOCIAL MÍDIA

# SOCIAL MÍDIA



O profissional de Social Media, também conhecido como Gestor de Redes Sociais ou Analista de Mídias Sociais, é o maestro da comunicação digital de empresas, marcas e personalidades. Ele é responsável por criar, implementar e gerenciar estratégias de marketing nas redes sociais, com o objetivo de alcançar o público-alvo, aumentar o engajamento e gerar resultados concretos.

- Criar e implementar estratégias de Social Media
- Produzir conteúdo
- Publicar conteúdo
- Monitorar e analisar resultados
- Interagir com o público
- Gerenciar campanhas de anúncios
- Analisar dados e métricas
- Ficar atualizado sobre as tendências





**PERFORMANCE**

# PERFORMANCE



Através de estratégias meticulosas e análise profunda de dados, os especialistas nessa área transformam campanhas em sucessos estrondosos, impulsionando resultados concretos para marcas e empresas

- Definição de Objetivos Claros:
- Análise Aprofundada do Público-Alvo
- Criação de Conteúdo Engajador
- Implementação de Campanhas Otimizadas
- Monitoramento Constante de Resultados
- Análise Detalhada de Dados
- Relatórios Detalhados



# INBOUND MARKETING

# INBOUND MARKETING

O marketing que tem foco em gerar conexões, oferecer conteúdos relevantes, de publicar algo de valor — tangível ou intangível.

- Definição da Persona
- Planejamento Estratégico
- Criação de Conteúdo de Alta Qualidade
- Otimização para SEO
- Promoção e Divulgação
- Análise de Resultados





**PRODUÇÃO**

# PRÉ - PRODUÇÃO

- Na fase de pré-produção, a equipe elabora orçamentos, define cronogramas, agenda gravações, reserva locações e cuida de todos os detalhes necessários para a execução do trabalho.



## PRODUÇÃO EXECUTIVA

- Durante a produção, o profissional de produção supervisiona todo o processo, coordena a equipe envolvida, garante o cumprimento do cronograma e resolve quaisquer imprevistos que possam surgir.



- Na pós-produção, a equipe finaliza as peças publicitárias, cuidando da edição de vídeos, tratamento de imagens, sonorização e demais processos necessários para a entrega final do material.

## PÓS-PRODUÇÃO







05

ADMINISTRATIVAS

# Gestão Financeira:

Equipe financeira é responsável por controlar o fluxo de caixa da agência, emitir notas fiscais, gerenciar pagamentos a fornecedores e funcionários, e garantir a saúde financeira da empresa.



# Recursos Humanos:

O setor de recursos humanos cuida da contratação, treinamento e desenvolvimento de talentos, zelando pelo bom ambiente de trabalho e motivação da equipe.



# Administração e Facilities:

A área administrativa cuida da infraestrutura da agência, incluindo manutenção do escritório, aquisição de materiais de expediente e demais necessidades logísticas para o bom funcionamento da empresa.



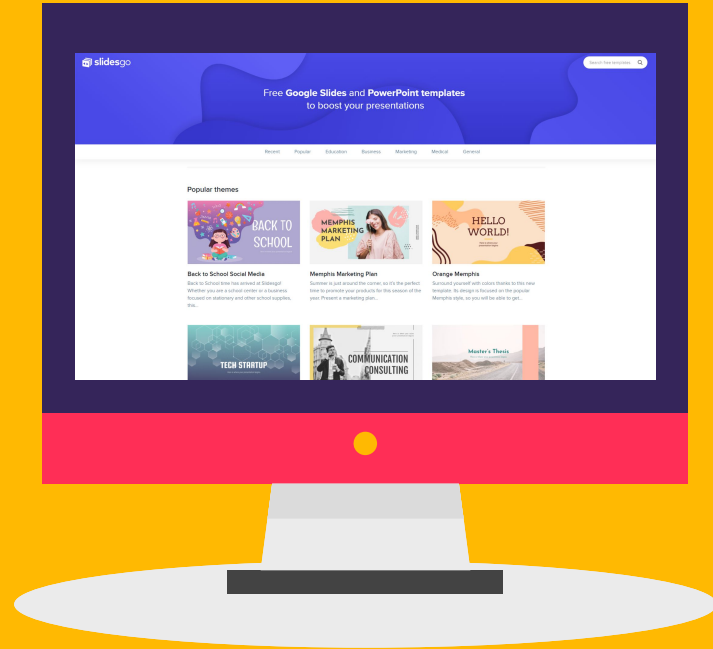


# 05

## EXPERIÊNCIA DO USUÁRIO

# UI DESIGNER

O UI Designer, ou Designer de Interface de Usuário, é o maestro da orquestra digital, conduzindo os elementos visuais e interativos para criar interfaces harmônicas e intuitivas. No palco do mundo digital, ele transforma ideias em experiências memoráveis para usuários de sites, aplicativos, softwares e outros produtos digitais.



# UX DESIGNER

O UX Designer, ou Designer de Experiência do Usuário, atua em diversas áreas dentro de uma agência de publicidade, especialmente quando se trata de projetos que envolvem computação gráfica e interatividade.

Sua atuação se concentra em garantir que as interfaces digitais sejam intuitivas, fáceis de usar e proporcionem uma experiência positiva para o público-alvo.



# HORA DA PRÁTICA

**LISTAR**  
Listar os profissionais  
que estariam inseridos  
no projeto.

**ESCOPO**

Criar um escopo do  
trabalho dentro da  
agência

Ele se refere ao conjunto de atividades, tarefas  
e objetivos que devem ser realizados para  
alcançar um determinado resultado.

**CRONOGRAMA**

Criar um cronograma e  
itens a serem cumpridos  
de cada departamento

**APRESENTAÇÃO**

Criar uma apresentação  
em power point.

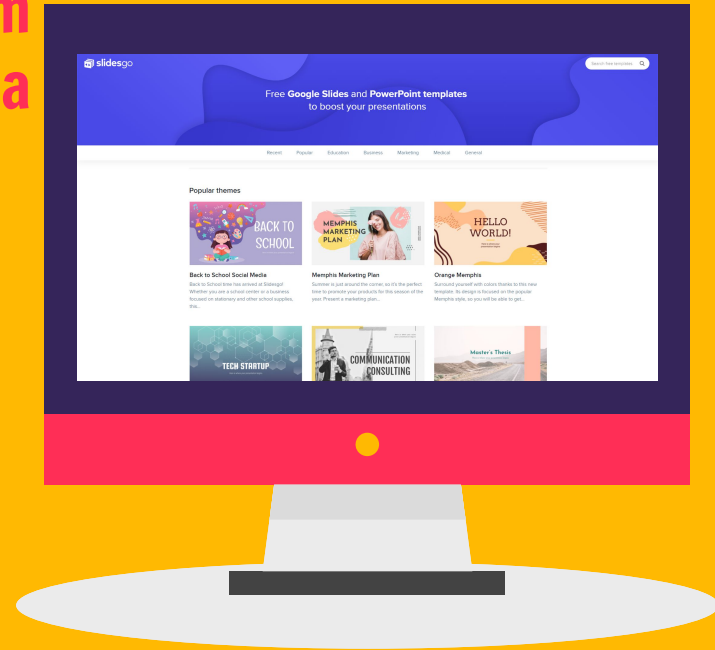


# Proposta Comercial de Projeto em Computação Gráfica



# Proposta Comercial de Projeto em Computação Gráfica

A proposta comercial é importante para consolidar tudo o que é negociado e criar valor para o cliente, estreitando o relacionamento com ele.



# Proposta Comercial de Projeto em Computação Gráfica

Ele deve incluir tópicos essenciais, como capa, introdução, sumário executivo, argumentação, detalhes sobre o serviço, prazos, valores etc.



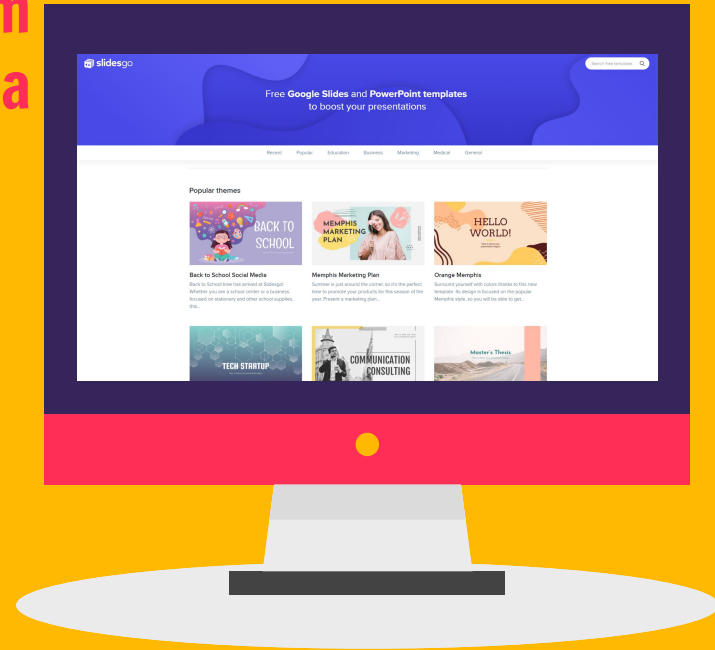
# Proposta Comercial de Projeto em Computação Gráfica

Ele deve incluir tópicos essenciais, como capa, introdução, sumário executivo, argumentação, detalhes sobre o serviço, prazos, valores etc.



# Proposta Comercial de Projeto em Computação Gráfica

Para montar uma proposta comercial de design é preciso definir o objetivo do documento, conhecer profundamente o cliente, escolher o formato do documento, organizar o conteúdo e fazer follow-up\*\*.



**\*\*acompanhamento de um processo após a execução da etapa inicial.**

# Proposta Comercial de Projeto em Computação Gráfica



- Uma proposta comercial de projeto em Computação Gráfica é um documento que define o escopo, o cronograma, o orçamento e os resultados esperados de um projeto de CG. Ela é usada para comunicar os detalhes do projeto ao cliente e para obter sua aprovação.

# Elementos de uma proposta comercial:



01

## Resumo do projeto:

Uma breve descrição do projeto, incluindo seus objetivos e principais entregáveis.

02

## Descrição do escopo:

Uma descrição detalhada do trabalho a ser realizado, incluindo as tarefas específicas, os softwares e hardwares a serem utilizados e os prazos de entrega.

03

## Cronograma:

Um cronograma que mostra quando cada tarefa será concluída.

04

## Resultados esperados:

Uma descrição dos resultados que o cliente pode esperar do projeto.

# Elementos de uma proposta comercial:



05

## **Qualificações da equipe:**

Uma descrição das qualificações da equipe que trabalhará no projeto.

06

## **Termos e condições:**

Os termos e condições do contrato, incluindo o preço do projeto, o cronograma de pagamento e a política de garantia.



2022

# Proposta comercial

Design para Social Media



Cliente: xxxx xxxxxx xxxxxx  
Proposta: xxxx  
Validade: xx-xx-xxxx

Se posicione no  
mercado, tenha um  
visual atrativo,  
amplie seu negócio  
**e venda muito mais.**



## Quem sou eu?



Sou Matheus Pimentel, especialista em Design para Social Media, trabalho na área desde 2017, ajudo empresas a se destacarem no mercado, deixando um visual mais atrativo, estou sempre buscando bons resultados.

### Habilidades

Photoshop

Illustrator

Tráfego pago

Gestão de mídias

Copywriting

Edição de vídeo

**Produção de ponta a  
ponta, oferecemos as  
melhores estratégias  
para sua empresa**





### Planejamento de Conteúdo

Realizo toda a estrutura de posicionamento da sua marca no mercado com os textos que vão em cada arte, legendas, palavras chaves do seu segmento.



### Gerenciamento de Redes Sociais

Faço a gestão completa do seu negócio tanto no Instagram como no Facebook.



### Design para Social Media

Design moderno, com criação de artes específicas para as redes sociais.



### Tráfego pago

Alcance mais pessoas através dos anúncios pagos, chega de queimar dinheiro com o botão "promover".



### Criação de Marca

Desenvolvimento estratégico de marca com personalidade e exclusividade.



### Edição de vídeo e motion design

Edição profissional de vídeos institucionais e desenvolvimento de layout animado para as redes sociais.

**+130 milhões**

de pessoas acessam a internet no Brasil

**+69 milhões**

de pessoas acessam o Instagram no Brasil

**+120 milhões**

de pessoas acessam o Facebook no Brasil



**Portfólio e  
cases de  
sucesso**



# Investimento



## Design para Social media

Pacote Basic



Postagens mensais

8 posts

Gerenciamento de redes sociais

Não incluso

Criação de legendas

Não incluso

Gestão de anúncios

Não incluso

Avatar e capa de facebook

Não incluso

Relatório mensal

Não incluso

Investimento mensal

R\$ 400,00

# Design para Social media

Pacote Basic



Postagens mensais	12 posts
Gerenciamento de redes sociais	Não incluso
Criação de legendas	Não incluso
Gestão de anúncios	Não incluso
Avatar e capa de facebook	Não incluso
Relatório mensal	Não incluso

**Investimento mensal**

**R\$ 540,00**

## PAGAMENTO

### Formas de pagamento

Transferência  
Pixpay  
Pix

### Dados

Nome: Matheus de Souza Pimental da Silva  
CPF: 156.591.647-65  
Chave Pix: matpimental.designer@gmail.com

### Conta bancária

Banco: Nubank  
Agência: 0001  
Conta: 31637816-5

# Design para Social media

Pacote Basic



Postagens mensais	24 posts
Gerenciamento de redes sociais	Não incluso
Criação de legendas	Não incluso
Gestão de anúncios	Não incluso
Avatar e capa de facebook	Não incluso
Relatório mensal	Não incluso

**Investimento mensal**

**R\$ 960,00**

## PAGAMENTO

### Formas de pagamento

Transferência  
Pixpay  
Pix

### Dados

Nome: Matheus de Souza Pimentel da Silva  
CPF: 156.591.647-65  
Chave Pix: matpimentel.designer@gmail.com

### Conta bancária

Banco: Nubank  
Agência: 0001  
Conta: 31637816-5

# Atenção

## Pagamento

O pagamento é feito a partir das contas do Nubank e Picpay com 50% antes e 50% final ou 100% antes.

As artes finais só serão enviadas em alta qualidade após a confirmação de pagamento.

## Prazo

É passado após o pacote escolhido pois cada um tem um tempo determinado para ser elaborado. Observação: Sábado, domingo e feriados não contam, pois eu não trabalho, solicitações enviadas nesse dia são realizadas no próximo dia útil.



### Observações

A entre• As fotos são utilizadas de banco de imagem pago, mas o cliente tem total liberdade de enviar fotos da empresa desde que ela esteja em alta qualidade.

- O logo da empresa deverá ser enviado por e-mail em .PDF, .PNG ou .AI.

- O briefing (caso não escolha o planejamento) deverá ser enviado via e-mail ou via WhatsApp. ga é realizada via WhatsApp para aprovação e após aprovada via e-mail em alta qualidade.

@matpimentel.designer

# Obrigado!

Agradecemos você ter chegado até o final dessa proposta e esperamos ter uma parceria de sucesso, **vamos juntos nessa!**

# Checklist da proposta comercial de design!



## Capa e Título

independentemente do formato da proposta (online ou impresso) é preciso fazer uma capa impactante visualmente, sem se esquecer de incluir logomarca e seguir a identidade visual da marca. Se for impressa, atente-se à escolher bem o papel da capa, ele pode ser mais duro, com maior gramatura



# Introdução:



Sumário executivo presente de forma geral o serviço que será realizado, citando brevemente os benefícios gerados pelo trabalho;

## Argumentação:



inclua a necessidade do cliente de forma clara e explique como o serviço do profissional ou da agência vai ajudá-lo a resolver seus problemas;

## Informações sobre o serviço: :



detalhe cada etapa do serviço a ser realizado e suas respectivas características. Inclua também materiais e informações que deverão ser enviadas pelo cliente;

## Prazos:



mostre profissionalismo e  
confiança e adicione um  
cronograma bem-estruturado  
com prazos de entrega de cada  
tarefa;

# Valores



coloque o valor de cada tarefa ou do serviço em geral e ofereça pelo menos duas formas de pagamento para evitar objeções do cliente;



## Termo de confidencialidade:



Muitos designers e agências esquecem desse ponto tão essencial no envio da proposta. É preciso garantir que o cliente não divulgará valores, ideias e descrição do serviço para mais alguém, principalmente a concorrência;

# Histórico da empresa

resuma a história da marca e conte sobre seus principais clientes, cases de sucesso, prêmios, certificados e diferenciais do negócio. A ideia é passar credibilidade e confiança;



# Finalização

insira o contato da empresa.





# PROPOSTA COMERCIAL

- Defina o objetivo principal da proposta para focar nele ao longo de todo o texto e facilitar a escolha dos elementos visuais e do layout do documento.

## Determine o objetivo



## Estude sobre o cliente e sua empresa

- Mesmo que haja bastante conhecimento sobre o cliente e suas necessidades, é necessário estudar novamente para não se esquecer de nenhum detalhe valioso.
- Pense em como o design pode resolver o problema do cliente, quais são os diferenciais da empresa em relação à concorrência e como isso fará a diferença na qualidade do trabalho entregue.



## Escolha o formato da proposta

- Mesmo que haja bastante conhecimento sobre o cliente e suas necessidades, é necessário estudar novamente para não se esquecer de nenhum detalhe valioso.
- Pense em como o design pode resolver o problema do cliente, quais são os diferenciais da empresa em relação à concorrência e como isso fará a diferença na qualidade do trabalho entregue.



## Escolha o formato da proposta

- A verdade é que o cliente espera uma proposta bem-formatada e visualmente atraente, principalmente quando é enviada por um design ou uma agência.
- Para determinar o melhor formato (impresso ou online) entenda o que faz sentido com o objetivo da proposta e o perfil do cliente.





- A organização das informações também deve acompanhar o perfil do cliente. Se ele é mais tradicional, pense em seguir uma ordem mais comum. Mas, se for mais criativo e flexível, pode-se usar storytelling e envolver quem está assistindo à apresentação.

## Organize as informações



- A organização das informações também deve acompanhar o perfil do cliente. Se ele é mais tradicional, pense em seguir uma ordem mais comum. Mas, se for mais criativo e flexível, pode-se usar storytelling e envolver quem está assistindo à apresentação.

## Organize as informações



## Faça follow-up

- Por isso o follow-up é tão importante. Essa é a atividade de entrar em contato com o cliente, e deve ser feita, geralmente, um dia depois de a proposta comercial ter sido enviada, com o intuito de sondar o que o cliente achou e se tem interesse em assinar o contrato.





# **Proposta Comercial vs. Orçamento: Qual a Diferença?**

# Qual a Diferença?



## **Proposta Comercial:**

Apresentar uma solução completa para um problema ou necessidade do cliente, destacando os benefícios e diferenciais da sua empresa.

## **Orçamento:**

Detalhar os custos específicos de um produto, serviço ou projeto, fornecendo ao cliente uma estimativa precisa dos valores envolvidos