

PORTIFÓLIO

# DIGITAL BETTER

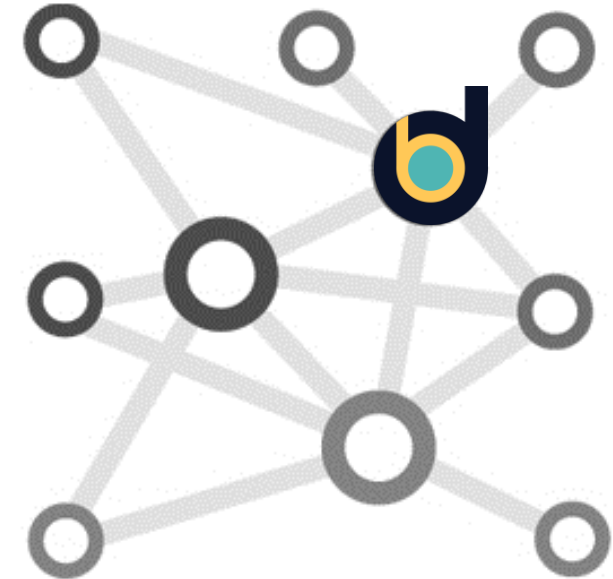
Comunicação | Conteúdo | Marketing digital

Daniela Buono 2024



# SOBRE A DIGITAL BETTER

- ▶ Empresa de comunicação, conteúdo e marketing digital.
- ▶ Desde 2018, presta consultoria em comunicação, produz conteúdo multicanal, planeja e realiza projetos digitais.
- ▶ Existimos para apoiar empresas, instituições e gestores de comunicação e marketing no planejamento estratégico e produção de conteúdo em tempos de rápida transformação digital.



# COMPETÊNCIAS

Planejamento estratégico

Comunicação digital

Content & Creative

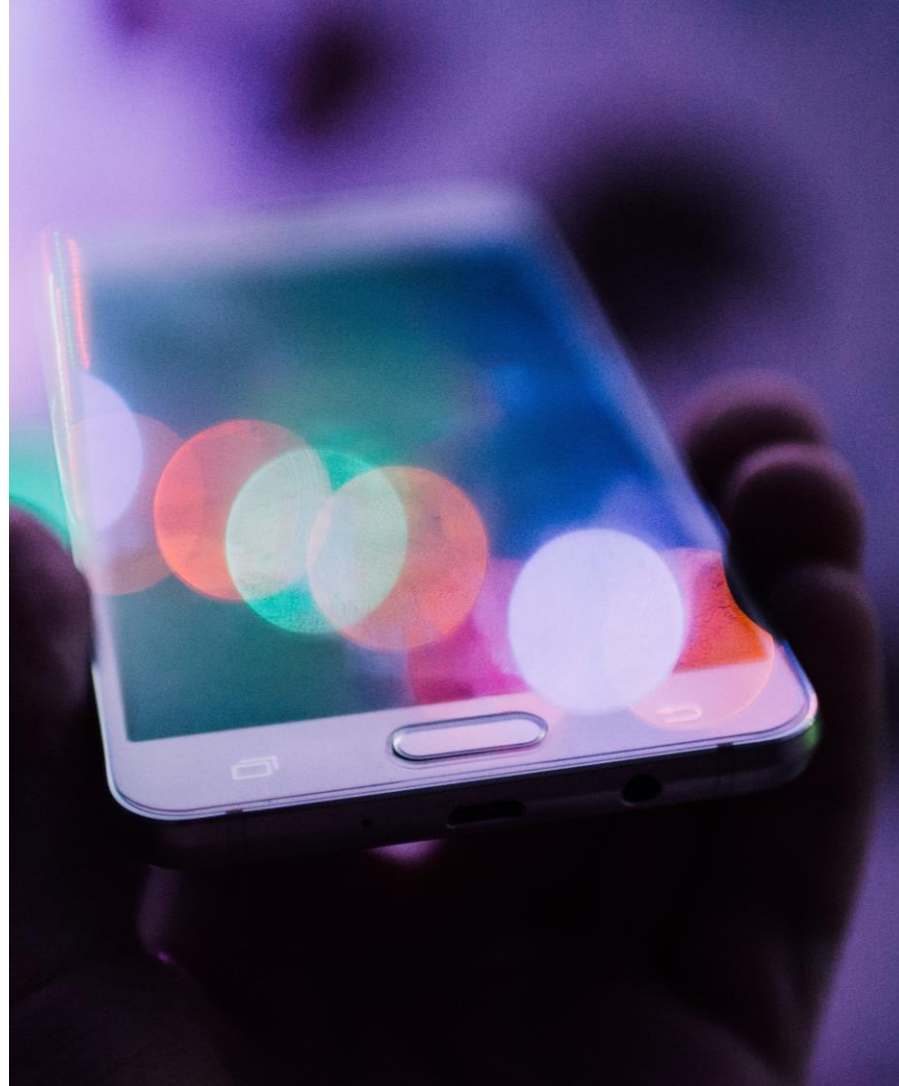
Social Media

Advertising

SEO

Social Listening

Performance / KPIs



# DANIELA BUONO, SÓCIA-DIRETORA



Jornalista pela PUC-SP, tem +20 anos de experiência na área de Comunicação com passagem por jornais impressos, produtoras de vídeo, canais de TV e agências digitais.

+10 anos de atuação no mercado digital com projetos de Branded Content, Inbound Marketing, Advertising, Social Media e Social Listening.

Especialista em estratégia de conteúdo para canais digitais, principalmente nos segmentos de cultura, educação, infância e família.

Sólido conhecimento das rotinas de atendimento ao cliente, identificação de oportunidades e elaboração de propostas comerciais em empresas de comunicação. Clientes atendidos: WMF Martins Fontes, Alfa Tennant, AppGuardian, JLeiva Cultura & Esporte, Itaú Cultural, Fundação Maria Cecília Souto Vidigal, Instituto ABCD, Libbs, EDP Brasil e Cielo.

Experiência como produtora e roteirista de vídeos e séries educativas para Telefonica, IBM, Abbott, Unilever, Novartis, Hospital Sírio Libanês, MTV, TV Cultura, GNT, SBT, TV Escola, Secretaria de Educação de São Paulo e Prefeitura de Santo André.

Idealizadora e sócia da startup Cia das Mães, rede online de mães empreendedoras e e-commerce de produtos infantis que ficou entre os 10 finalistas do Prêmio IG Startups 2011.

[Perfil LinkedIn](#)

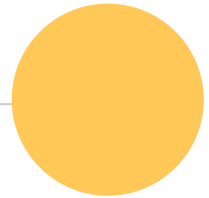


Clientes da Digital Better



Clientes atendidos em agências



# PORTFOLIO DIGITAL BETTER

Projetos realizados por Daniela Buono de 2018 a 2024



# voltando a escola





# Comunicação digital

Coordenação da comunicação deste projeto cultural que desde 2017 já levou +800 artistas para grafitar em +100 escolas públicas do Brasil.

Acesse o perfil

[@projetovoltandoaescola](https://www.instagram.com/projetovoltandoaescola)

Atividades: planejamento, coordenação da comunicação, website, pauta, textos, cards, gestão de perfis IG, FB e YT, vídeos, influencers e assessoria de imprensa.





**BABI LOPS**  
@babi.lops  
voltando  
a escola

**CALUZ**  
@caluzcaluz  
voltando  
a escola

Governo do Estado de São Paulo,  
por meio da Secretaria da Cultura, Economia  
e Indústria Criativas, Conecta Cultura  
e Soluções Usiminas apresentam.

**voltando  
a escola**

**E.E. PEI**  
Érico  
Veríssimo

**voltando  
a escola**

Prefeitura de São Paulo,  
por meio do PROMAC da Secretaria de Cultura,  
Conecta Cultura e Parque Global apresentam.

**voltando  
a escola**

**EE Luis  
Gonzaga**

Prefeitura de São Paulo,  
por meio do PROMAC da Secretaria de Cultura,  
Conecta Cultura e Parque Global apresentam.

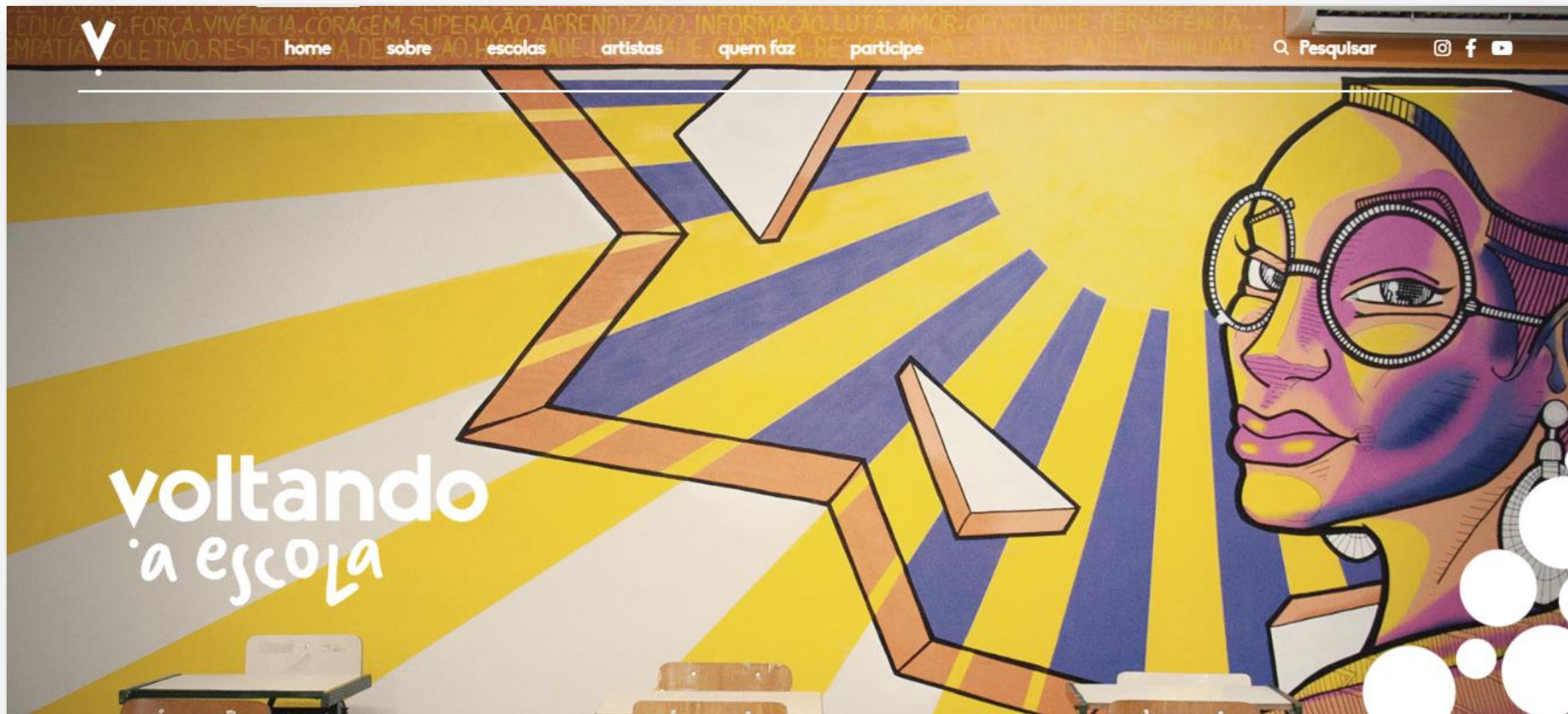
**voltando  
a escola**

**EMEF  
FRANCISCO  
REBOLO**

Governo do Estado de São Paulo,  
por meio da Secretaria da Cultura,  
Economia e Indústria Criativas, Conecta  
Cultura e Soluções Usiminas apresentam.

**voltando  
a escola**

**UME  
PIERUZZI**



Acesse o site: [www.voltandoaescola.com](http://www.voltandoaescola.com)



# Social media

Gestão dos perfis IG, FB e LKD desta empresa de consultoria em sustentabilidade para o setor audiovisual.

Acesse o perfil [@cinema\\_verde](https://www.instagram.com/cinema_verde)

Atividades: planejamento, pauta, textos, cards, vídeos, social ads, google ads, gestão de perfis (IG, FB, LKD) e monitoramento de performance.



07 DE AGOSTO



**DIA NACIONAL DO DOCUMENTÁRIO BRASILEIRO**

Conheça e participe dos festivais nacionais de




#CINEMAAMBIENTAL  
#CINEMAINDÍGENA



#sustentabilidadenoaudiovisual

**POR ONDE COMEÇAR?**


**REDUZA O CONSUMO DE CARNE NOS SETS DE FILMAGEM**

#sustentabilidadenoaudiovisual

**POR ONDE COMEÇAR?**

**USE COLETORES ADEQUADOS E RECICLE BITUCAS**




MESA DE DISCUSSÃO

**Spicine**

**SUSTENTABILIDADE – O AUDIOVISUAL COMO INDÚSTRIA LIMPA**

15/06, das 17h30 às 18h30  
CCSP – Sala Paulo Emilio

Estela Renner – Maria Farinha  
Vanessa Morya – Set Sustentável  
Ariene Ferreira – Cinema Verde

INSCREVA-SE!  
LINK NA BIO



**CHECKLIST AUDIOVISUAL SUSTENTÁVEL**





**CHECKLIST AUDIOVISUAL SUSTENTÁVEL**

- ✓ Reutilização de materiais
- ✓ Redução de descartáveis
- ✓ Coleta seletiva simplificada
- ✓ Consumo de alimentos saudáveis




**CHECKLIST AUDIOVISUAL SUSTENTÁVEL**

- ✓ Bom senso no uso de celulares
- ✓ Monitoramento de energia e transporte
- ✓ Cálculo e compensação de emissão de carbono



**PESQUISA**

**BRASIL SAI NA FRENTE EM PESQUISA SOBRE RECICLAGEM DE BATERIAS DE LÍTIO**




*Leitura é uma viagem*



# Comunicação digital

Coordenação da comunicação deste projeto cultural que realizou 14 formações em mediação de leitura e piqueniques literários para crianças em praças públicas de cidades no interior de SP e PR em 2023.

Acesse o perfil [@lereumaviagemoficial](https://www.instagram.com/lereumaviagemoficial)

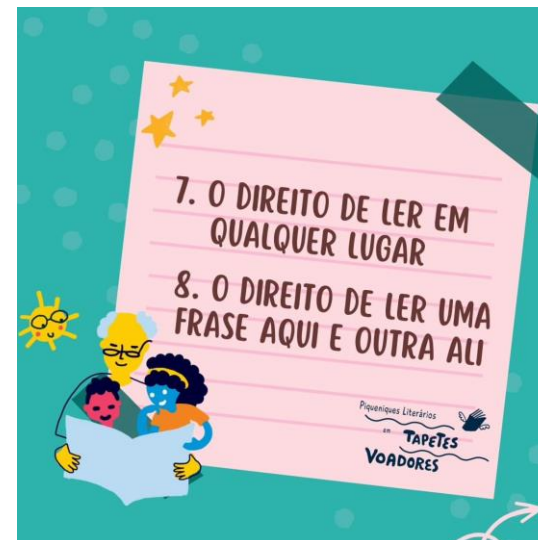
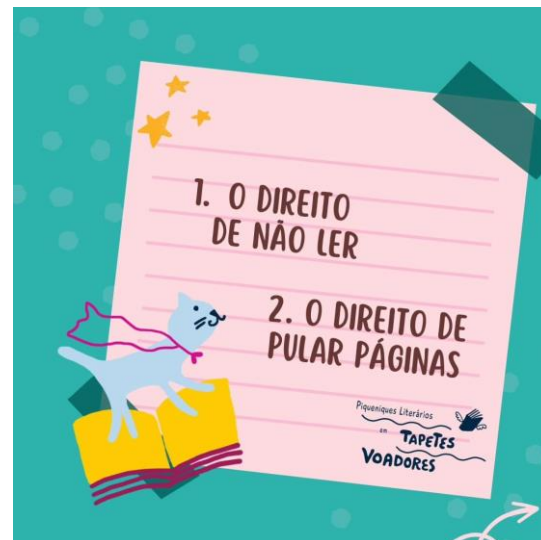
Atividades: planejamento, coordenação da equipe, pauta, textos, cards, gestão de perfis IG, FB e YT, vídeos, social ads, influencers, monitoramento de performance e assessoria de imprensa.

**NOSSO PODCAST ESTÁ NO AR!**

Clica na bio!







Por que é  
importante ler  
para crianças na  
primeira infância?

Saiba mais



Acesse o site: [www.lereumaviagem.com](http://www.lereumaviagem.com)

2º FESTIVAL



CAJU

DE LEITORES



# Social media

Gestão dos perfis IG e FB deste projeto cultural que realiza um festival de literatura indígena em Caraíva, distrito de Porto Seguro (BA).

Acesse o perfil [@cajuleitores](https://www.instagram.com/cajuleitores)


Atividades: planejamento, pauta, textos, cards, vídeos, website, gestão de perfis (IG e FB), social ads e monitoramento de performance.



PRESENÇA CONFIRMADA

# Ailton Krenak

LÍDER INDÍGENA,  
AMBIENTALISTA,  
FILÓSOFO,  
POETA E  
ESCRITOR



2º FESTIVAL  
CAJU  
DE LEITORES

## CONVIDADES

2º FESTIVAL  
CAJU  
DE LEITORES



**Daniel Munduruku**  
Professor, ativista indígena  
e autor de mais de 50 livros  
infantojuvenis premiados



**Trudruá Dorrico**  
Escritora, mestre em Estudos  
Literários e doutora em  
Teoria da Literatura

2º FESTIVAL  
CAJU  
DE LEITORES

4 a 7 de setembro de 2023  
Aldeia Xandó - Caraíva (BA)

## Reserve a data e venha pra Caraíva!

2º FESTIVAL  
CAJU  
DE LEITORES

Desejamos aos  
escritores e às  
escritoras indígenas  
que seus trabalhos  
maravilhosos voem  
cada dia mais longe!

25/07 - Dia do Escritor

2º FESTIVAL  
CAJU  
DE LEITORES

2º FESTIVAL  
CAJU  
DE LEITORES

"A literatura indígena é  
portadora da boa notícia  
do (re)encontro."

Daniel Munduruku

DICA DE LIVRO

2º FESTIVAL  
CAJU  
DE LEITORES



FUTURO  
ANCESTRAL

AILTON KRENAK  
Companhia das Letras

2º FESTIVAL  
CAJU  
DE LEITORES

"A literatura indígena educa,  
descoloniza e contribui com as  
lutas e resistências."

Marcia Kambeba @marciakambeba

DICA DE LIVRO

2º FESTIVAL  
CAJU  
DE LEITORES



ORIGINÁRIAS  
UMA ANTOLOGIA  
FEMININA DE  
LITERATURA  
INDÍGENA

ORG. TRUDRUÁ DORRICO  
DIVERSAS AUTORAS

Companhia das Letrinhas



[INÍCIO](#) [SOBRE](#) [PROGRAMAÇÃO](#) [CONVIDADES](#) [IMAGENS](#) [PODCAST](#) [CONTATO](#)

# FESTIVAL CAJU DE LEITORES

2ª edição - 04 a 07 de setembro de 2023

Aldeia Xandó, Caraíva (BA)



Acesse o site: [www.cajuleitores.com.br](http://www.cajuleitores.com.br)





*wmf* **martinsfontes**

EDITORIA



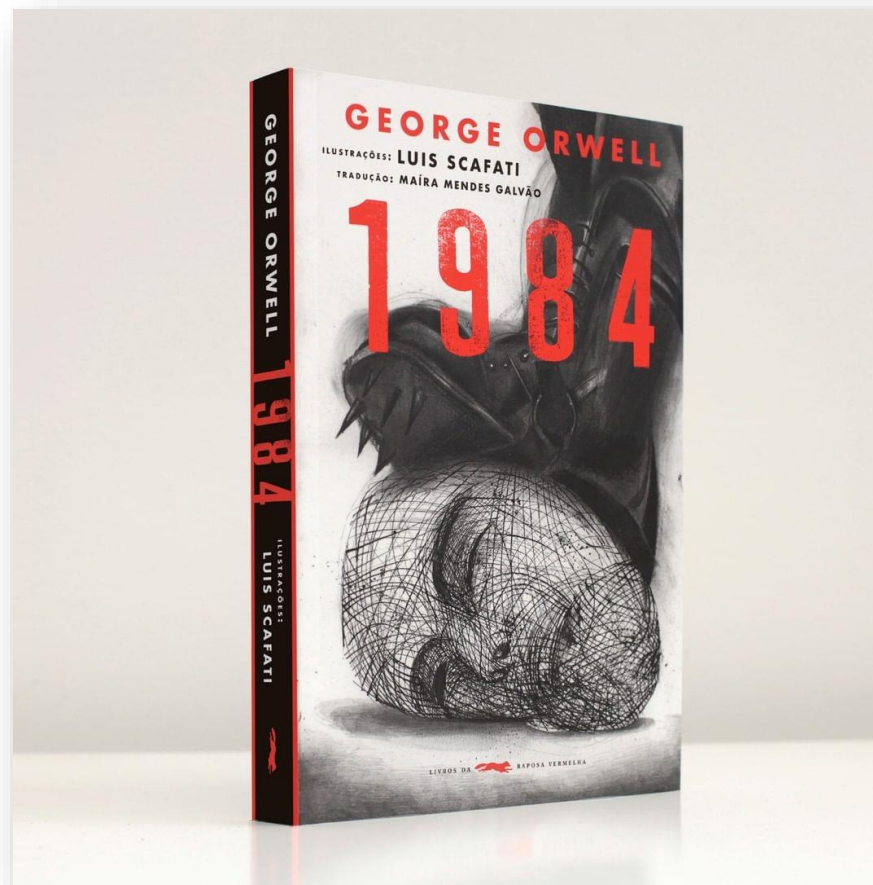
# Comunicação on/off

Gestão dos perfis sociais e relações públicas desta reconhecida editora brasileira durante 2 anos (2021 a 2023).

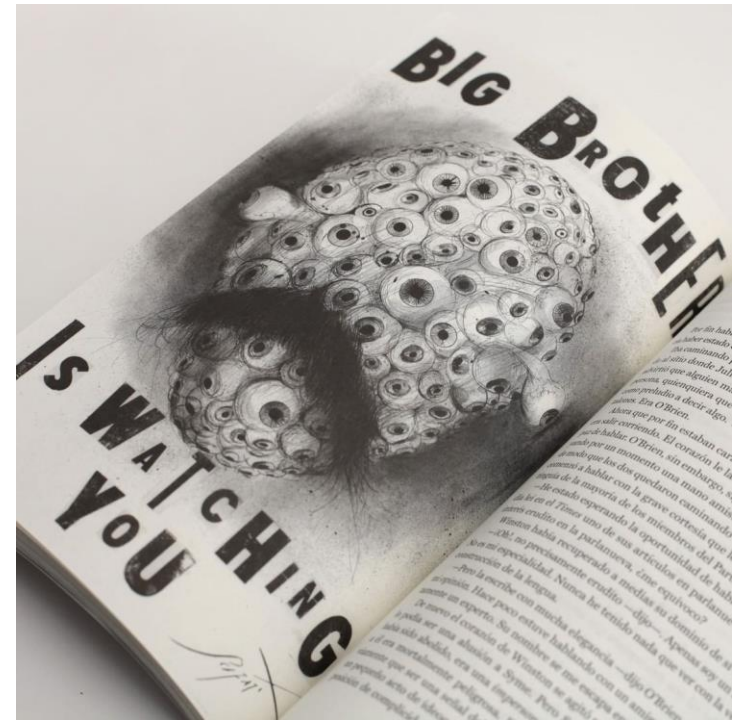
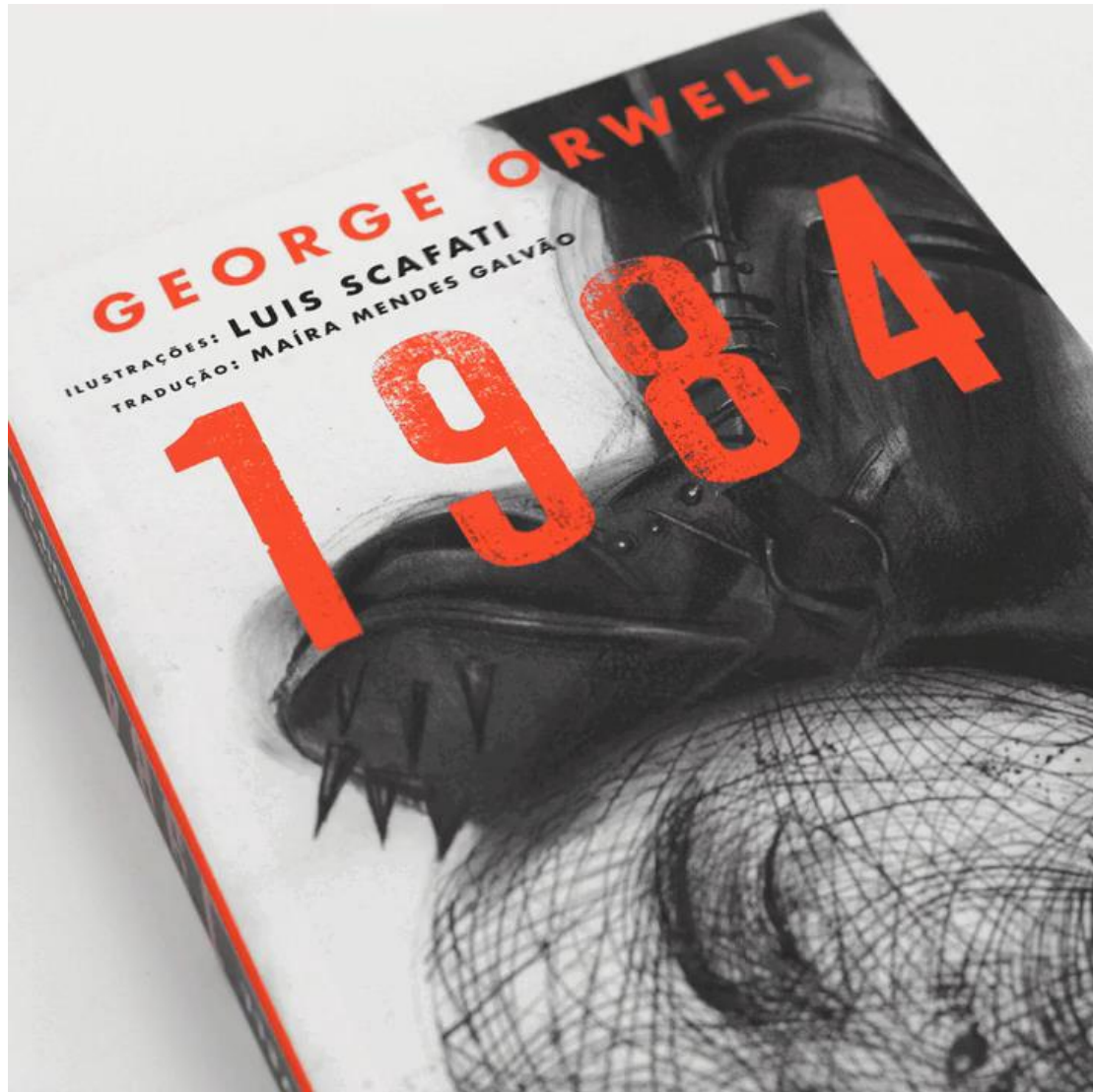
Acesse o perfil:

[@editorawmfmartinsfontes](https://www.instagram.com/editorawmfmartinsfontes)

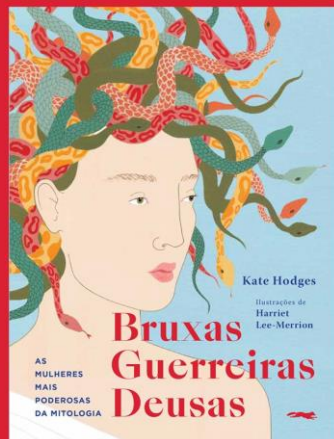
Atividades: planejamento, pauta, textos, cards, SAC, vídeos, influencers, imprensa e eventos.







LANÇAMENTO



Kate Hodges

Ilustrações de  
Harriet  
Lee-Merrion

## Bruxas Guerreiras Deusas

AS  
MULHERES  
MAIS  
PODEROSAS  
DA MITOLOGIA

wmf/martinsfontes



“Somos as netas das bruxas  
que não conseguiram  
queimar.”

wmf/martinsfontes

A aparência horrorosa da Medusa é tanto uma maldição como um superpoder, tanto fascinante como repelente. Hoje, sua imagem foi resgatada como exemplo para mulheres que falam o que pensam e para sobreviventes de eventos traumáticos.



MEDUSA



Carregando a bênção e ao mesmo tempo a maldição que é a clarividência, Cassandra é uma representante dos que dizem a verdade, ainda que sejam castigados por isso.

CASSANDRA



TĀRĀ

“

## TĀRĀ

DEUSA BUDISTA/HINDUÍSTA  
Também conhecida como Aria Tārā, Jetsun Dólma,  
Tārā Bosatsu, Duoluó Púsà, Lua da Sabedoria.

Tārā assume várias formas. Em algumas vertentes do budismo, ela tem 21 aparências, cada uma associada a uma cor diferente e com características distintas.

“

Essa multiplicidade é um dos atributos mais adoráveis de Tārā; ela pode ser obstinada e representa as complexidades da vida de muitas mulheres: equilibrar a vida profissional e doméstica, ser assertiva e terna, pagar o aluguel, se permitir o ócio doméstico, lutar, ser protetora.

“

Tārā Verde, a salvadora, e a mais notável do grupo;  
Tārā Branca, a curandeira, que representa vida longa;  
Tārā Vermelha, que usa seus poderes de sedução para encontrar pessoas que precisam de ajuda;  
Tārā Amarela, a forma da riqueza;  
Tārā Azul, a guerreira irascível;  
e Tārā Negra, que é cheia de poder e se manifesta por meio de um mantra secreto.

Esse arco-íris de Tārās traz sutileza e nuances de significado a essa figura.







# MKT Digital – Campanha com website e advertising





cultura nas capitais

## Como 33 milhões de brasileiros consomem diversão e arte

Ao investigar os hábitos culturais em 12 capitais, a pesquisa realizada pela **JLeiva** oferece uma ampla visão da nossa identidade cultural e colabora com subsídios para o desenvolvimento de projetos e políticas públicas melhorar a qualidade de vida da população no Brasil.

HOME

JLEIVA >

BLOG

MATERIAIS >

Q



CONHEÇA PESQUISA INÉDITA DA JLEIVA  
SOBRE OS HÁBITOS CULTURAIS DOS BRASILEIROS



cultura nas capitais

PESQUISA DA JLEIVA REVELA  
OS HÁBITOS CULTURAIS  
DOS BRASILEIROS

CONHEÇA



cultura nas capitais

SÃO PAULO | 24 DE JULHO  
INSCREVA-SE

## Business Intelligence para o mercado cultural brasileiro

Você sabe qual a importância de Business Intelligence para o mercado?

janeiro 30, 2019 - Notícias, Cultura, Pesquisas e Estudos, Serviços Empresas, ativi

Por muito tempo, as empresas identificaram novas oportunidades de negócios e marketing baseadas apenas na intuição e experiência de seus líderes. Hoje em dia, a competitividade do mercado, é imperativo que toda e qualquer tomada de decisão seja baseada em pesquisas e análises de dados mercadológicos.

Em poucas palavras: ninguém mais sobrevive sem BI (Business Intelligence)! O mercado cultural inclusive.

BI nada mais é que um processo que envolve coleta, organização e análise de dados em relatórios ou dashboards.

É poder olhar uma tela e em 5 minutos ter uma visão completa de uma empresa e tomar uma decisão de negócio ou marketing inteligente, com base em fatos.

BI é essencial para quem vive de Cultura (artistas e produtores) e para gestores. É alimento para todo o setor cultural brasileiro.

Como elaborar um projeto cultural de sucesso ou saber identificar o valor do papel, sem conhecer as demandas culturais de um determinado público-alvo? Como formular uma política pública sem conhecer a diferença entre a vida cultural dos homossexuais e heterossexuais? Sem verificar o percentual de homens e de mulheres em museus, concertos, bibliotecas etc?

## Saiba por que conhecer dados do setor é um diferencial competitivo na produção cultural

Entender as nuances do mercado e o público-alvo ajuda nas decisões e estratégias

fevereiro 12, 2019 - Notícias, Cultura, Pesquisas e Estudos, JLeiva, Serviços Produtores

Produções culturais como festivais de música, peças de teatro, exposições, filmes ou programas de televisão envolvem muito trabalho de organização, planejamento financeiro, coordenação de equipes, marketing, logística, entre outras atividades. E é o produtor cultural o responsável por orquestrar todas essas frentes.

Muitas vezes, a formação desse profissional se apoia mais sobre o conhecimento empírico do que o teórico. A partir da vivência na área, ele constrói sua metodologia e molda a forma como atua. É na vida diária que aprende a identificar oportunidades e a tomar decisões de negócios.

Mas diante de um cenário cada vez mais competitivo, entender as nuances do mercado e conhecer o público-alvo é, sem dúvida, um diferencial. As chances de sucesso de um projeto aumentam significativamente quando se compreende, por exemplo, as demandas e os hábitos culturais dos grupos que você pretende impactar.

Como defender a relevância social de projetos voltados para cinema, teatro, museu, concerto, bibliotecas sem conhecer os perfis de quem frequenta essas atividades? Como identificar o potencial de um projeto ainda no papel, sem informações, por exemplo, sobre as particularidades no consumo de cultura de mulheres e homens?

## Resultados Facebook



Período - 13/07/2018 - 30/09/2018

Investimento	Impressões	Alcance	Cliques	CPC Médio
R\$8.210,30	1.013.292	263.616	6.478	R\$1,23

## Resultados Google



Período - 13/07/2018 - 30/09/2018

Investimento	Impressões	Cliques	CPC Médio
R\$2.778,13	447.001	9.870	R\$0,28

## Destaques da campanha

Período - 13/07/2018 - 30/09/2018



+1.450.000  
visualizações  
de anúncios



+16 mil cliques  
em anúncios



+10.000  
visitas ao site







**AppGuardian**

Pais e filhos mais conectados



# MKT digital – Fee advertising em Google e Social Ads

**AppGuardian**  
Pais e filhos conectados

f @ in ▶ ▶

Me ajuda, pai?

Seu filho é viciado em internet?  
Clique aqui e responda o quiz!

O celular conecta seu filho com o mundo.  
Por que não com você?

Experimente grátis!

DISPONÍVEL NO Google Play

Baixar na App Store

# APP GUARDIAN PLANO DE MÍDIA

Campanha de anúncios para lançamento do AppGuardian

Daniela Buono e Flávio Paes

16 de agosto de 2018

## 1. Estratégia da campanha

Objetivos, canais, modalidades de anúncios e estimativas

digitalbetter.com.br

## Estratégia geral

### PÚBLICO ALVO

Usuários de smartphones Android  
Brasil, 18+  
Pais com filhos entre 7 e 12 anos

### CANAIS



## Facebook e Instagram Campaign

PESSOAS DE AMBOS OS SEXOS COM +18 ANOS E PAIS COM FILHOS ENTRE 7 A 12 ANOS

### Objetivo 1 - TRÁFEGO

Anúncios clique em link com objetivo de tráfego para site/blog

### Locais de exibição

Facebook Newsfeed  
Instagram  
Audience Network

### Formato

Page Post

### Objetivo 2 - ENGAJAMENTO

Anúncios para engajamento com o post

### Locais de exibição

Facebook Newsfeed  
Instagram  
Audience Network

### Formato

Impulsioneamento de post

### Objetivo 3 - NOVOS FÃS

Anúncios para aumentar a base de fãs

### Locais de exibição

Facebook Newsfeed  
Instagram  
Audience Network

### Formato

Page Post

## Objetivos primários

1. DOWNLOADS DO APPGUARDIAN
2. OTIMIZAÇÃO DO CUSTO POR DOWNLOAD



## Objetivos secundários

1. TRÁFEGO PARA SITE/BLOG
2. CAPTAÇÃO DE NOVOS FÃS
3. ENVOLVIMENTO COM PUBLICAÇÕES



## Facebook e Instagram Campaign

### Segmentação

Pessoas de ambos os sexos com +18 anos  
Pais com filhos até 12 anos

### Remarketing

Clicaram no anúncio, mas não fizeram download

### Locais de exibição

Facebook Newsfeed (timeline)  
Instagram (timeline)  
Audience Network (rede de sites e apps parceiros)

### Formatos

Page posts  
App Install  
Carrossel



Page Post



Audience Network



Carrossel



Instagram



CRONOGRAMA GERAL CAMPANHA APP GUARDIAN	Julho			Agosto			Setembro			Outubro			Nov					
Agosto a Outubro 2018	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2
<b>Planejamento</b>																		
Desenho inicial e proposta	ok	ok																
Discussão da estratégia			ok	ok														
Aprovação + Kick-off					ok													
Plano de mídia					ok	ok												
Plano de conteúdo (pautas, tom)																		
Métricas e modelos de docs gestão																		
Cronograma geral																		
Personas - Interesses																		
Plano SEO																		
Validação do planejamento																		
<b>Social Media - Produção de conteúdo + publicação</b>																		
Facebook					2	2	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Instagram					1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Youtube					1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
LinkedIn					1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Blog					1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>Community / Relacionamento</b>																		
<b>Advertising - Setup + produção + publicação</b>																		
Settings Google UAC																		
Settings Facebook / Instagram																		
Tags de tracking site/blog/PStore																		
Criação de anúncios (3 packs)																		
Publicação de anúncios (3 packs)																		
<b>Advertising - Gestão de mídia</b>																		
Impulsionamentos FB / IG					2	2	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Otimização Google UAC																		
Gestão e alinhamentos																		
<b>Performance</b>																		
Report semanal de resultados																		
Reunião semanal de pauta e estratégia																		
Relatório de performance																		
<b>SEO</b>																		
Guia de SEO																		
Revisão de posts do blog																		
Análise de performance																		

## Anúncios Facebook Audience Network



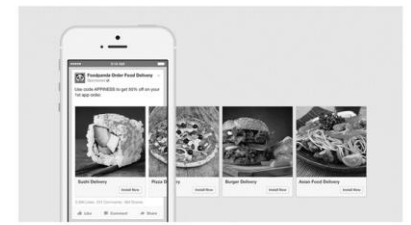
Usaremos o Audience Network para veicular anúncios de vídeo em aplicativos e sites fora do Facebook. Os anúncios no Audience Network podem ser veiculados em todos os dispositivos e em vários posicionamentos de vídeo e de exibição, incluindo o nativo, o interstitial, com incentivo e o vídeo in-stream. Não é preciso criar e carregar novos ativos de criativo; os anúncios serão automaticamente renderizados para se ajustarem ao tipo de posicionamento.

digitalbetter.com.br

## Especs Facebook – Carrossel



Sequência navegável de até 10 imagens ou vídeos, cada item com um link ou um botão de ação;  
 Tamanho das imagens: 1080 x 1080  
 Proporção da imagem: 1:1  
 Texto: 125 caracteres  
 Título: 40 caracteres  
 Descrição do link: 20 caracteres



digitalbetter.com.br

## Resumo do orçamento

Objetivo	Plataforma	Investimento	%Inv.	Downloads	CPD Médio	Impressões	Cliques	CTR%	CPC Médio	Engajamento	Custo Per Engajamento	Fãs	Custo Por Fãs
Download	Google												
Download	Facebook/Instagram												
Engajamento	Facebook/Instagram												
Traffego	Facebook/Instagram												
Base de fãs	Facebook/Instagram												

\*valores estimados sujeito a alterações.



## Overview Google UAC

Universal app campaigns are a one-stop-shop to reach the right users to install your app while they...

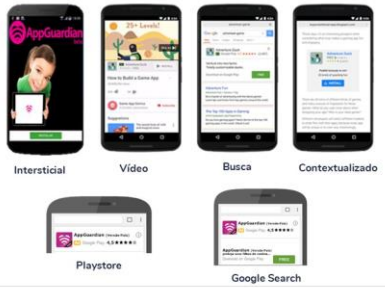


A Google Adwords alcança 3,5 milhões em suas listas pela Apple e Amazon. Este grande necessidade direcionado serviço Universal Campaign, Google Adwords exclusivamente para dispo

digitalbetter



## Google Universal App Campaign (UAC)



**Google AI** - Serviço de automatização inserimos 25 a 30 conteúdos para anúncios (vídeos, imagens e textos), descrições nos Detalhes do app, lance e orçamento, idioma e local da campanha.  
 O Google faz combinações dos elementos, cria uma série de anúncios em vários formatos, testa em todos os seus canais e escolhe os que tem melhor performance (7 dias de aprendizagem inicial custo x download).  
**Locais de exibição**  
 - Interstitial (imagem que aparece dentro dos apps)  
 - YouTube (vídeo que aparece em vários placements)  
 - Google Search (rede de pesquisa por palavra-chave)  
 - Google Display (rede de sites afiliados do Google)  
 - Busca na Google Play Store (tipo um SEO pago quando usuário pesquisa na busca da loja)  
 - Apps relacionados na Google Play (sugestões de apps relacionados)  
**Segmentação**  
 - Dispositivo (Android)  
 Ler mais: <https://techcrunch.com/2017/08/14/google-is-going-all-in-on-universal-app-campaigns/>

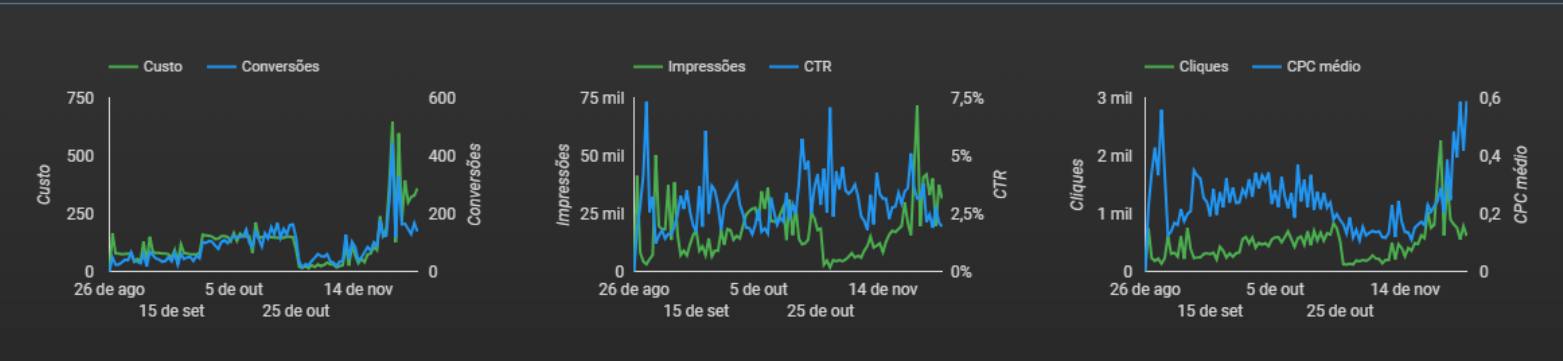
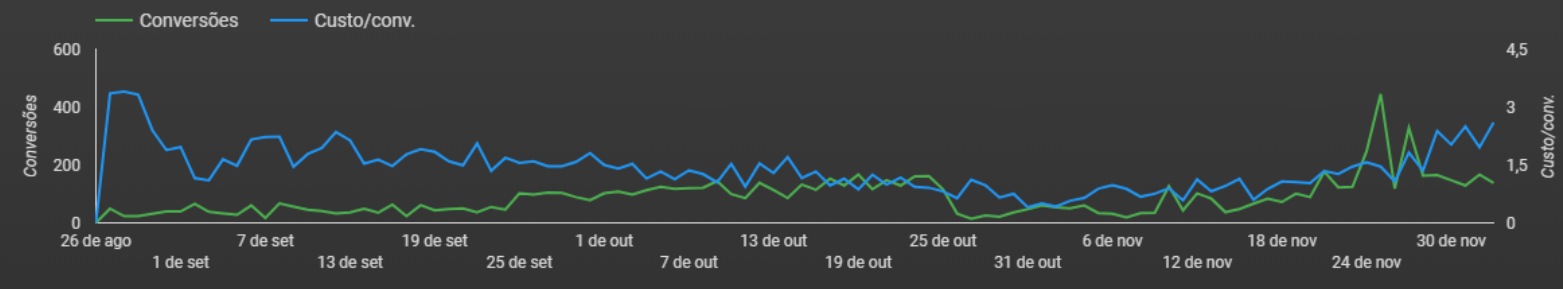


**APPGUARDIAN**  
 dashboard

26 de ago de 2018 - 3 de dez de 2018

**OVERVIEW - GOOGLE ADS**

<b>Investimento</b> R\$ † N/A	<b>Downloads</b> 8.777 † N/A	<b>Custo Por Download</b> R\$ † N/A	<b>Taxa de Downloads</b> 13,11% † N/A	<b>Cliques</b> 47.725 † N/A	<b>CPC médio</b> R\$ † N/A	<b>Impressões</b> 1.798.507 † N/A	<b>CTR</b> 2,7% † N/A
-------------------------------------	------------------------------------	---	---	-----------------------------------	----------------------------------	---	-----------------------------



Cidade	Investimento	Downloads	CPD.
Sao Paulo	R\$ 567,11	469	
Rio de Janeiro	R\$ 481,95	341	
Fortaleza	R\$ 248,98	167	
Salvador	R\$ 230,74	156	

Espaço	Investimento	Downloads	CPD.
Google Display Network		6.255	
Google search: Other		1.691	
Google search: Top		831	
Search partners: Other		0	



***alfa***  
**BY TENNANT COMPANY**



# MKT digital – Campanha de Social e Google Ads

CRIANDO UM MUNDO MAIS LIMPO,  
SEGURO E SAUDÁVEL.



**alfa** **TENNANT**  
Uma Empresa Tennant

LAVADORAS | VARREDEIRAS | ASPIRADORES | ALTA PRESSÃO | ENCERADEIRAS | OUTROS PRODUTOS

11 3320.8550 | NFO.BRASIL@TENNANTCO.COM | WWW.ALFA TENNANT.COM.BR



[Clique aqui para assistir](#)



**ECONOMIZE ATÉ 80%  
NA LIMPEZA DA  
SUA EMPRESA.**

APOSTE EM TECNOLOGIA  
PARA HIGIENIZAÇÃO  
DE PISOS E SUPERFÍCIES.

**alfa**  
Uma Empresa Tennant



**ECONOMIZE ATÉ 80%  
NA LIMPEZA DA  
SUA EMPRESA.**

APOSTE EM TECNOLOGIA  
PARA HIGIENIZAÇÃO  
DE PISOS E SUPERFÍCIES.

**alfa**  
Uma Empresa Tennant



**ECONOMIZE ATÉ 80%  
NA LIMPEZA DA  
SUA EMPRESA.**

APOSTE EM TECNOLOGIA  
PARA HIGIENIZAÇÃO  
DE PISOS E SUPERFÍCIES.

**alfa**  
Uma Empresa Tennant



# Marketing digital – Fee gestão de google ads por 5 anos

Investimento: R\$ 10.000/mês





# MKT digital – Job vídeo institucional



[Clique aqui para assistir](#)

# MKT digital – Job design de catálogo e folhetos



**GUIA GERAL  
DE PRODUTOS**

Uma linha completa de máquinas  
para limpeza de pisos, superfícies e carpetes.



**alfa** **TENNANT**  
BY TENNANT COMPANY

Criando um mundo mais limpo, seguro e saudável.



**alfa**  
BY TENNANT COMPANY

# A135

Lavadora de piso compacta  
de operação a pé

FÁCIL  
UTILIZAÇÃO

DESIGN  
COMPACTO  
E PRÁTICO

RODO  
PARABÓLICO

Imagem meramente ilustrativa

ads\*



# MKT digital – Campanha de advertising google e social ads

## Público-alvo e canais de mídia

### PÚBLICO-ALVO

Brasil, 24+, ambos os gêneros  
Profissionais de comunicação e marketing  
Cargos em empresas de médio a grande porte

### CANAIS DE MÍDIA



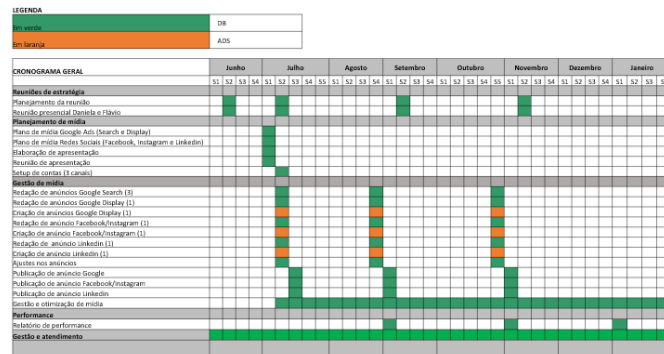
## Detalhamento da distribuição do budget

Julho a Dezembro 2019 – Budget total: R\$ 6.000,00

Objetivo de negócio	Objetivo de mídia	Plataforma	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez	TOTAL Investimento
Evento/vídeo	Clique em link	Facebook/Instagram	R\$150,00	R\$600,00	R\$200,00				
		Google Display	R\$150,00	R\$600,00	R\$200,00				
		Google Search	R\$100,00	R\$150,00	R\$100,00				
		LinkedIn	R\$100,00	R\$150,00	R\$100,00				
Lead	Clique em link	Facebook/Instagram			R\$400,00	R\$400,00	R\$300,00	R\$300,00	
		Google Display			R\$400,00	R\$400,00	R\$150,00	R\$150,00	
		Google Search			R\$250,00	R\$250,00	R\$150,00	R\$150,00	
		LinkedIn			R\$50,00	R\$50,00	R\$50,00	R\$50,00	
<b>TOTAL</b>		<b>R\$500,00</b>	<b>R\$1.600,00</b>	<b>R\$1.650,00</b>	<b>R\$1.050,00</b>	<b>R\$600,00</b>	<b>R\$600,00</b>	<b>R\$6.000,00</b>	
Por mídia		Facebook/Instagram	R\$150,00	R\$600,00	R\$600,00	R\$400,00	R\$300,00	R\$300,00	R\$2.350,00
		Google Search/Display	R\$250,00	R\$750,00	R\$950,00	R\$650,00	R\$300,00	R\$300,00	R\$3.200,00
		LinkedIn	R\$100,00	R\$250,00	R\$100,00	R\$50,00	R\$50,00	R\$50,00	R\$450,00



## Cronograma geral da campanha



## Especs Google Display

Dimensões para os banners das peças Display: 300x250, 336x280, 728x90, 300x600, 320x100.





**ads** comunicação corporativa

Preencha os campos abaixo e garanta seu lugar no workshop! **Vagas limitadas!**

Nome\*

Email\*

Telefone\*

País\*  +55

Empresa\*

Website\*

Cargo\*

LinkedIn\*

1 + 7 = ?

**Workshop Gratuito**

**Como o Marketing de Influência pode alavancar sua marca**

**Data:** 10 de setembro

**Local:** Av. Lavandisca, 777 - 13º andar - Moema

**Horário:** 08h30 às 10h30

**QUERO ME INSCREVER**

Venha conhecer histórias de sucesso e entender como usar os influenciadores digitais para:

- Ampliar a confiança de consumidores e clientes
- Promover conhecimento e lembrança sobre sua marca (brand awareness)
- Atrair audiência mais qualificada e engajada
- Gerar centenas de leads para sua equipe de vendas
- Obter alto retorno com baixo investimento
- Conquistar resultados

**Programação:**

- 08h30** Café da manhã de relacionamento
- 09h00** Boas-Vindas: Ingrid Rauscher, CEO da ADS Comunicação Corporativa
- 09h10** \*Marketing de Influência: as reais oportunidades para promover marcas, produtos e serviços com influenciadores digitais.\*  
Por Rodrigo Azevedo, CEO e criador do Grupo Comuniquê-se, do Prêmio Comuniquê-se e da plataforma número 1 de marketing de influência no Brasil, Influency.me.
- 09h50** Apresentação de casos de sucesso
- 10h10** Abertura para perguntas
- 10h30** Encerramento

Escolha um parceiro experiente e capacitado como a **ADS** para planejar e gerenciar suas campanhas com influenciadores

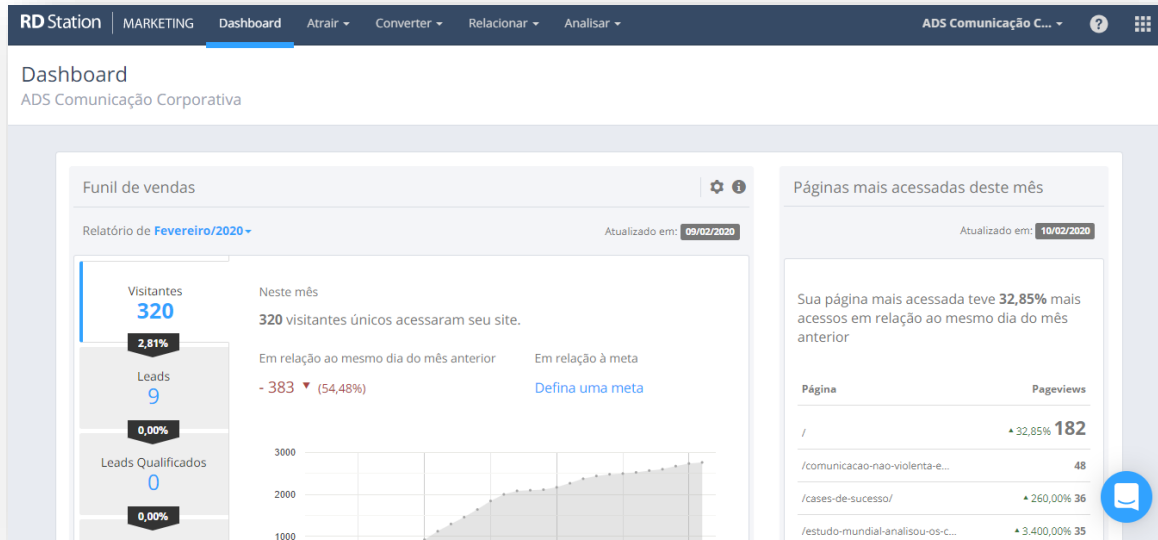
**ads** comunicação corporativa

Uma parceria que promove conexões entre empresas e pessoas.

**QUER IMPULSIONAR AS VENDAS DO SEU NEGÓCIO?**

Venha conversar com especialistas sobre a estratégia digital mais eficiente do momento.

**QUERO ME INSCREVER**



RD Station | MARKETING | Dashboard | Atrair | Converter | Relacionar | Analisar | ADS Comunicação C... | ?

### Base de Leads

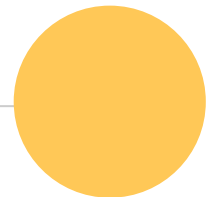
Leads | Empresas | Importações | Exportações | Inserir Lead

Busca:  | Existem 1.090 Leads na sua base

Todos os contatos da base de Leads | 1.090 Leads encontrados | Ordenação | Ações

★ <b>Jornal União São Paulo</b>	Conversões: 1	Última conversão: há 17 horas	/contato/trabalhe-conosco/
★ <b>Assoc BRASIL LÍDERES ORG</b>   ASSOC BRASIL LÍDERES ORG	Conversões: 2	Última conversão: há 2 dias	Oportunidade criada no RD Station CRM

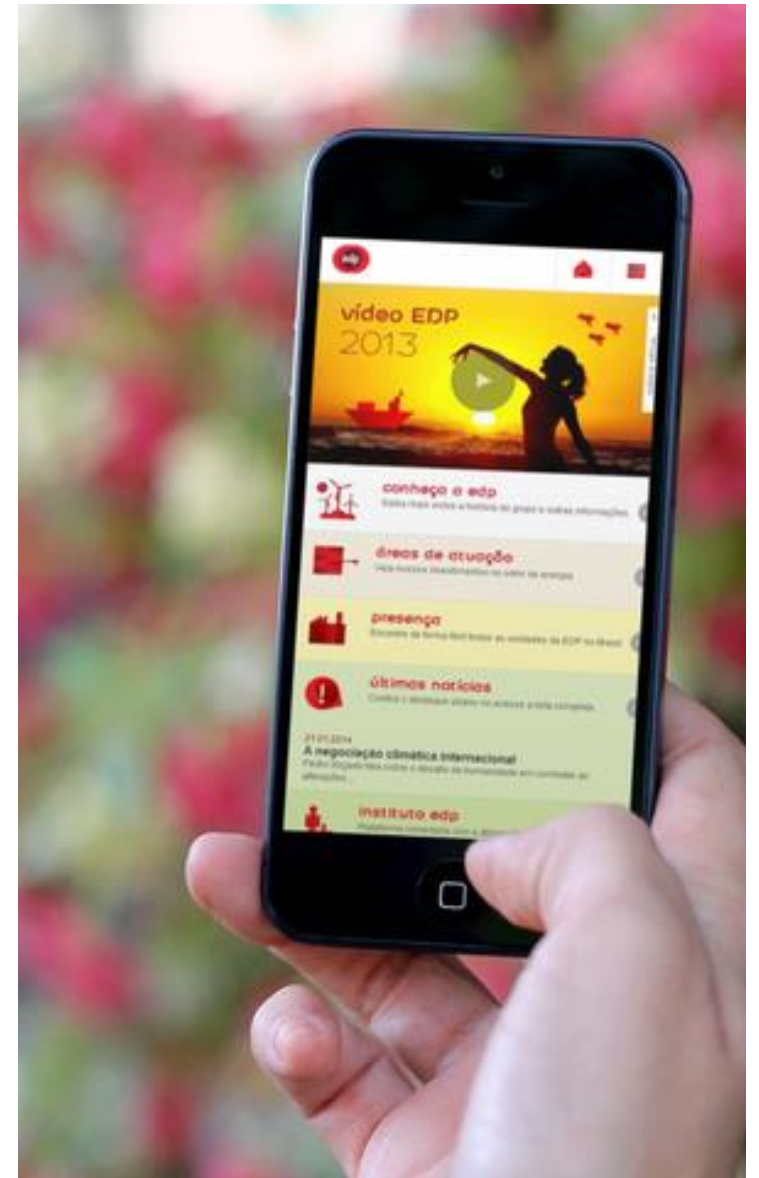
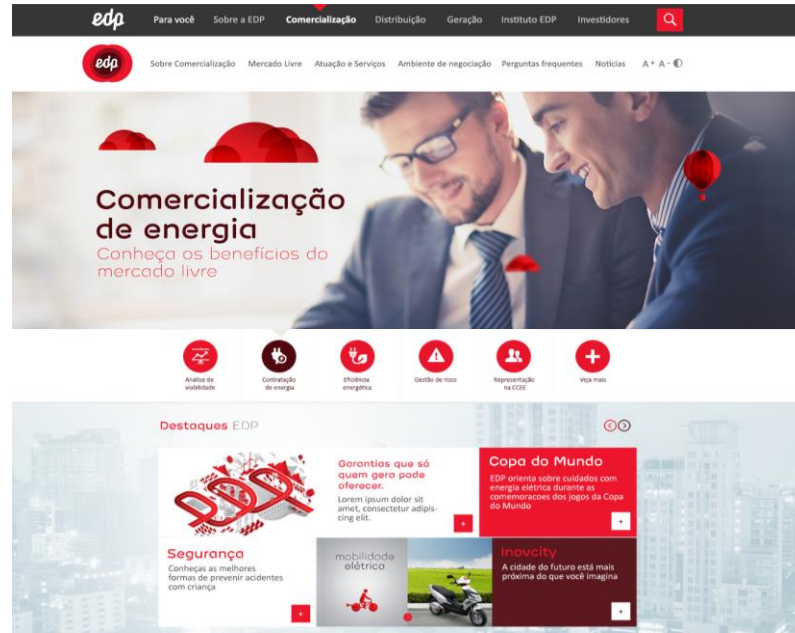




# PROJETOS PARA AGÊNCIAS

Realizados por Daniela Buono entre 2012 e 2017









edp online



# Bem-vindo à EDP Brasil

Encontre informações e serviços direcionados ao seu perfil:

Para sua  
casa

Para seu  
negócio

Para grandes  
empresas

Para órgãos  
públicos

PESQUISA DE SATISFAÇÃO



## ENGAJAMENTO IMBATÍVEL

3x mais que a concorrência



## SAC 2.0 BOMBANDO

+200 atendimentos/mês  
+900 interações/mês

1º LUGAR NO RANKING DE ENGAJAMENTO Setor Energy Utility (Nov/2014)



## BRANDING INVEJÁVEL

99% das menções são positivas

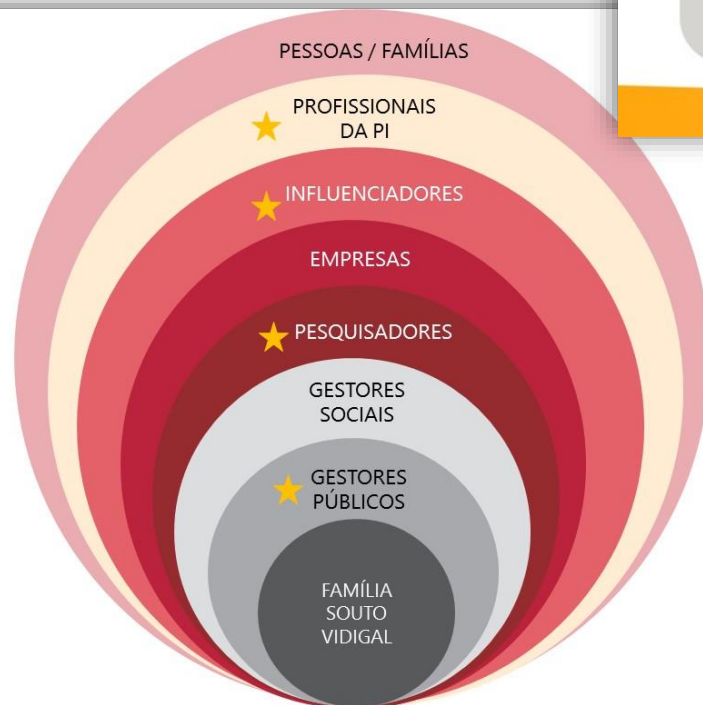




FUNDAÇÃO  
MARIÁ CECILIA  
SOUTO VIDIGAL  
PELA PRIMEIRA INFÂNCIA

## PÚBLICOS-ALVO DA COMUNICAÇÃO DA FMCSV

- Existem duas cebolas: uma dos públicos da FMCSV e outra dos públicos da comunicação da FMCSV, que mais segmentada;
- Ao lado, os públicos da comunicação aparecem ordenados por quantidade de pessoas envolvidas em cada faixa, do maior para o menor volume;
- Os públicos prioritários estão marcados com estrela.



## NOSSA ANÁLISE DA COMUNICAÇÃO DIGITAL DA FMCSV

n'

### AS IS...

Orientada a canais, compartimentada

Generalista

Formato broadcast

Usa ferramentas e canais isoladamente

KPI é quantitativo, foco na disseminação

### ...TO BE

Orientada ao público e conteúdo, integrada

Comunicação segmentada, personalizada

Foco no relacionamento

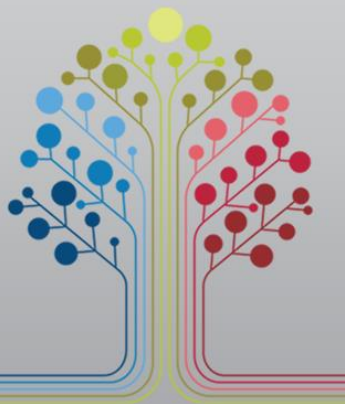
Usa canais integrados a ferramentas de inbound marketing e CRM

KPI é quantitativo e qualitativo, em busca do impacto do conhecimento



QUEREMOS  
ESTAR AINDA  
MAIS PRESENTES  
NO SEU DIA A DIA!

COLABORE



QUEREMOS APRENDER  
E CRESCER COM VOCÊ!

PESQUISA

CLIQUE PARA MUDAR A HISTÓRIA DA  
PRIMEIRA INFÂNCIA NO SEU MUNICÍPIO

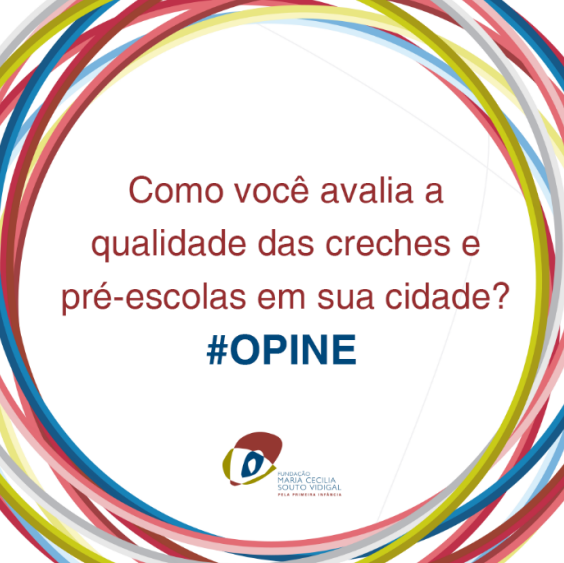


RECONHECIDO COMO PROGRAMA MAIS  
INOVADOR DA AMÉRICA LATINA PELO ALAS/BID, O  
PRIMEIRÍSSIMA INFÂNCIA AGORA ESTÁ DISPONÍVEL  
ONLINE PARA VOCÊ BAIXAR E DESENVOLVER EM  
SUA CIDADE AÇÕES TRANSFORMADORAS DE  
ATENÇÃO A CRIANÇAS DE 0 A 3 ANOS

Envolve-se!



COMECE AGORA A MUDAR A HISTÓRIA DA  
PRIMEIRÍSSIMA INFÂNCIA NO SEU MUNICÍPIO!



Como você avalia a  
qualidade das creches e  
pré-escolas em sua cidade?

**#OPINE**



**A QUE VIEMOS:**  
**GERAR E DISSEMINAR**  
**CONTEÚDOS**  
**UNIR ESFORÇOS**  
**MUDAR REALIDADES**



“ Investir na Primeira Infância pode  
aumentar em até 60% a renda da população  
e reduzir problemas como baixa escolaridade,  
violência e mortalidade infantil.



BEBÊS PODEM  
USAR TABLETS  
PARA BRINCAR?

**#OPINE**





**OPINIÃO**  
Lorem ipsum dolor sit amet  
Your text caption goes here. You can change the position of the caption and set styles in the block's settings tab.

VEJA MAIS +



**PROVOCAÇÃO**  
Lorem ipsum dolor sit amet  
Your text caption goes here. You can change the position of the caption and set styles in the block's settings tab.

VEJA MAIS +



**INSPIRAÇÃO**  
Lorem ipsum dolor sit amet  
Your text caption goes here. You can change the position of the caption and set styles in the block's settings tab.

VEJA MAIS +



**NAS MÍDIAS**  
Lorem ipsum dolor sit amet  
Your text caption goes here. You can change the position of the caption and set styles in the block's settings tab.

VEJA MAIS +



**NAS MÍDIAS**  
O Começo da Vida (Trailer #1)  
Investir na Primeira Infância é investir em uma sociedade melhor.  
Partindo deste importante princípio surge o documentário "Be - O Começo da Vida". O filme traz, dentro de um contexto emocionante, a informação relevante de que os primeiros três anos de vida da criança são fundamentais e decisivos para seu desenvolvimento saudável, tanto na infância, quanto em sua vida adulta.  
O documentário de longa-metragem "Be - O Começo da Vida" é uma produção Maria Farinha Filmes através de uma parceria da Fundação Maria Cecília Souto Vidigal, Instituto Alana e Fundação Bernard van Leer.

VEJA MAIS +



**PROVOCAÇÃO**  
Lorem ipsum dolor sit amet  
Your text caption goes here. You can change the position of the caption and set styles in the block's settings tab.

VEJA MAIS +



**OPINIÃO**  
Lorem ipsum dolor sit amet

Your text caption goes here. You can change the position of the caption and set styles in the block's settings tab.

VEJA MAIS +



**INSPIRAÇÃO**  
Lorem ipsum dolor sit amet

Your text caption goes here. You can change the position of the caption and set styles in the block's settings tab.

VEJA MAIS +



**NOVIDADES**  
Lorem ipsum dolor sit amet

Your text caption goes here. You can change the position of the caption.

VEJA MAIS +



**NAS MÍDIAS**  
Lorem ipsum dolor sit amet

Your text caption goes here. You can change the position of the caption.

VEJA MAIS +



**NAS MÍDIAS**  
O Começo da Vida (Trailer #1)  
Investir na Primeira Infância é investir em uma sociedade melhor.  
Partindo deste importante princípio surge o documentário "Be - O Começo da Vida". O filme traz, dentro de um contexto emocionante, a informação relevante de que os primeiros três anos de vida da criança são fundamentais e decisivos para seu desenvolvimento saudável, tanto na infância, quanto em sua vida adulta.  
O documentário de longa-metragem "Be - O Começo da Vida" é uma produção Maria Farinha Filmes através de uma parceria da Fundação Maria Cecília Souto Vidigal, Instituto Alana e Fundação Bernard van Leer.

VEJA MAIS +



**REFLEXÃO**  
Lorem ipsum dolor sit amet

Your text caption goes here. You can change the position of the caption and set styles in the block's settings tab.

VEJA MAIS +





## O QUE VOCÊ QUER SABER?

Encontre o melhor conteúdo sobre os primeiros anos de vida da criança!



NAVEGUE POR TEMAS



### TEMAS



### FONTES

[ver todos](#)

[ver todas](#)



### DESTAQUES



[ver todos](#)



O bem-estar na Primeira Infância e o papel das políticas públicas

15/05/2015 - por Renata Leite e Mariana de Deus Almeida

ÚLTIMOS POSTS

MAIS LIDOS

MAIS COMENTADOS

MAIS RECOMENDADOS



Qual a diferença entre ler para a criança e deixá-la ver uma história em vídeo?

16/05/2015 - Estudo mostra que animações e desenhos em vídeo não substituem o impacto positivo no cérebro da [...]



Quanto custa ampliar o alcance dos programas de desenvolvimento infantil?

16/05/2015 - Artigo reúne constatações de especialistas sobre a



SAÚDE

Dez perguntas e respostas sobre a intolerância à lactose em crianças

NUTRIÇÃO

Nutrição infantil: muitas famílias ainda não conseguem colocar bons hábitos em prática

BERCÁRIO E CRECHE

Entrevista: O que a creche deve garantir para oferecer educação de qualidade?

## POR ONDE COMEÇAR

ÚLTIMOS  
POSTS

MAIS  
LIDOS

MAIS  
COMENTADOS



CURSO EXECUTIVO DE LIDERANÇA

Curso de liderança executiva em desenvolvimento na Primeira Infância



# PROJETO

- PLANEJAMENTO
- CRIAÇÃO
- CONTEÚDO
- INTERFACE
- DESENVOLVIMENTO WORDPRESS
- HOSTING AMAZON
- MANUTENÇÃO TÉCNICA
- EVOLUÇÃO DO SITE



O MELHOR CONTEÚDO SOBRE OS PRIMEIROS ANOS DE VIDA



## Boletim Radar: seleções especiais de posts!

A partir deste mês o Radar da Primeira Infância traz mais uma facilidade pra você se manter atualizado: a cada quinze dias enviaremos para o seu email uma seleção de posts imperdíveis do site. Confira nesta primeira edição destaques sobre desenvolvimento cognitivo, adoção, linguagem e superdotação. Aproveite! Feliz ano novo!



**FUNÇÕES EXECUTIVAS**  
Como ajudar a criança a pensar antes de agir  
As funções executivas são habilidades que ajudam as crianças a desenvolver o

# MKT DIGITAL

- PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO
- CRIAÇÃO CAMPANHAS
- EMAIL MARKETING
- ANÁLISE ESTRATÉGICA

# SOCIAL MEDIA

- PLANEJAMENTO EDITORIAL
- GESTÃO DE PERFIS
- PRODUÇÃO DE CONTEÚDO
- INTERAÇÃO COM PÚBLICO
- ANÁLISE DE MÉTRICAS

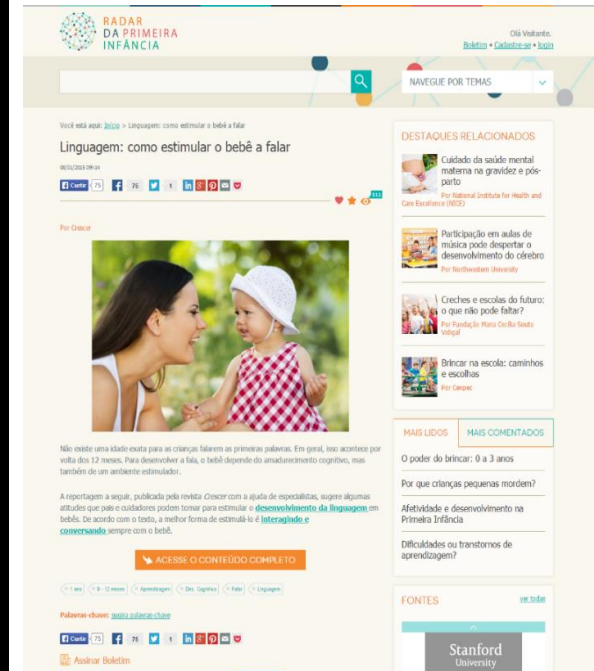


# CONTEÚDO

- TAXONOMIA
- PLANEJAMENTO EDITORIAL
- CURADORIA DIARIA
- REDAÇÃO 8 POSTS/DIA
- PUBLICAÇÃO DE CONTEÚDO
- INTERAÇÃO COM PÚBLICO

## EQUIPE DE CONTEÚDO NINJA

- 8 posts/dia no site
- 150 a 165 posts/mês



# Obrigada! ;-)

Daniela Buono

[daniela.buono@digitalbetter.com.br](mailto:daniela.buono@digitalbetter.com.br)

(11) 97601-5309

