

## Campanhas de marketing digital do programa PotencializEE em nível nacional

### Descrição das atividades:

O objetivo desta licitação é contratar uma agência de marketing para realizar serviços mensais de marketing digital para o programa PotencializEE ([www.programa-potencializee.com.br](http://www.programa-potencializee.com.br)) em âmbito nacional, com as seguintes finalidades:

- I) Alcance de micro, pequenas e médias empresas (MPMEs) do setor industrial brasileiro, disseminando conteúdo sobre eficiência energética;
- II) Conversão dessas MPMEs para inscrição no programa, com o objetivo de obter apoio técnico e financeiro, visando a melhoria da competitividade através da economia de energia alcançada por meio de investimentos em equipamentos e tecnologias mais eficientes.

**Local:** Brasil (remoto)

**Carga horária de trabalho:** 5.220 horas de trabalho (além do orçamento de R\$ 350.000 para campanhas de tráfego pago)

### Para manifestar interesse, os proponentes ao trabalho deverão enviar apenas:

- Carta de apresentação da empresa c/ CNPJ ou do consórcio com uma(s) outra(s) empresa(s) c/ CNPJ(s)
- Capital social e faturamento nos últimos 2 anos;
- Certidões Negativas de Débitos Federais, Estaduais e Municipais;
- Lista de Projetos de Referência (mín. de 5 projetos) para comprovar a experiência técnica/regional e qualificações abaixo:
  - experiência com marketing digital no setor brasileiro de empresas de transformação industrial;
  - experiência na gestão de ferramentas de tráfego pago e automatização de marketing;
  - experiência na otimização da taxa de conversão de visitantes de um site e clientes corporativos.

Os interessados neste processo licitatório deverão manifestar interesse **até o dia 14/10/2024**, às 23h59, por e-mail para o endereço eletrônico [br\\_quotation@giz.de](mailto:br_quotation@giz.de), assunto: "LIC24-38-12.9097.2-782.00-83471825-Marketing Digital-MI".

Após a avaliação das manifestações de interesse recebidas pela GIZ, apenas as empresas com perfil aderente serão convidadas a apresentar uma proposta com base nos serviços descritos no TdR em uma segunda etapa posterior.

## **Projeto: PotencializEE - Investimentos Transformadores em Eficiência Energética na Indústria**

PN: 2012.9097.2-782.00

### **Termo de Referência**

#### **Campanhas de marketing digital do programa PotencializEE em nível nacional**

##### **1. Contexto**

A indústria brasileira é responsável por 32% do consumo de energia final do país e por 18% das emissões de gases de efeito estufa (GEE) da matriz energética do país com base no Balanço Energético Nacional 2022. Na contramão das tendências globais, as indústrias brasileiras têm consumido cada vez mais energia, o que significa que o potencial de eficiência energética (EE) e de mitigação das emissões de gases de efeito estufa (GEE) é enorme, especialmente entre as micro, pequenas e médias empresas industriais (MPMEs).

Liberar os investimentos de EE dentro da indústria é essencial para que o Brasil consiga alcançar as metas da sua Contribuição Nacionalmente Determinada (NDC) no combate às mudanças climáticas. O programa PotencializEE - “Investimentos Transformadores de Eficiência Energética na Indústria”, que conta com financiamento nacional e internacional<sup>1</sup>, tem como objetivo promover a eficiência energética (EE) em MPMEs industriais por meio de três mecanismos de suporte:

- Assistência técnica para desenvolver projetos financiáveis de EE e para desenvolver capacidades no setor;
- Fundo Garantidor para reduzir as exigências de garantia em créditos e outras ferramentas para mitigar os riscos em investimentos de EE;
- Linhas de crédito destinadas ao financiamento de investimentos de EE.

São resultados esperados do programa:

- Reduzir as emissões de GEE e mobilizar os financiamentos necessários;
- Contribuir para o desenvolvimento industrial sustentável e para o crescimento do mercado de EE industrial;
- Aumentar a produtividade e os níveis de competitividade das MPMEs por meio de economia de energia.

---

<sup>1</sup> O fundo internacional de descarbonização “Mitigation Action Facility” da Alemanha, Reino Unido, União Europeia e outros doadores (<https://mitigation-action.org/>), bem como através do Programa Nacional de Conservação de Energia Elétrica (PROCEL) pelo lado do Governo Federal do Brasil.

O PotencializEE tem o potencial de mobilizar cerca de 420 milhões de reais de investimentos em EE de MPMEs industriais, por meio de instituições financeiras. O impacto ambiental do Programa referente à redução da emissão de gás carbônico na atmosfera é estimado em 1,1 MtCO<sub>2</sub>eq (milhão de toneladas de CO<sub>2</sub> equivalentes). As reduções nas emissões de GEE esperadas no âmbito do programa contribuirão para o alcance da Contribuição Nacionalmente Determinada (NDC) do Brasil, estabelecida no âmbito do Acordo de Paris sobre mudanças climáticas.

O escopo atual do programa, limitado apenas ao estado de São Paulo, teve o objetivo de servir como piloto para promover o desenvolvimento e aprimoramento da metodologia de atendimento, preparando todas as ferramentas para que a expansão nacional pudesse acontecer. Diante deste contexto, o Ministério de Minas e Energia (MME) e o Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços (MDIC) anunciaram em novembro 2023 a ampliação do programa PotencializEE a partir de 2024 em todas as regiões do país, operando minimamente em um estado por região do país e contemplando pelo menos 11 (onze) mil MPME industriais a serem atendidas por meio de recursos do PROCEL para empresas de médio porte ou pequenas energointensivas, e do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) para micro e pequenos negócios provenientes do Novo Brasil Mais Produtivo. Em ambos os casos os projetos serão desenvolvidos em empresas do setor industrial. Nesta ampliação nacional, prevê-se que o SENAI seja o principal responsável pela assistência técnica às empresas industriais em relação às medidas de EE, na realização dos diagnósticos energéticos, apoio à implementação e realização dos processos de Medição e Verificação (M&V) da economia de energia. Da ampliação do programa para outras regiões brasileiras, participam também o BNDES, que já estabeleceu um Fundo Garantidor específico para o financiamento de projetos de eficiência energética (FGEnergia) por meio de bancos públicos e privados. Além disso, o SEBRAE disponibilizará um outro Fundo Garantidor (FAMPE) voltado para micro e pequenos negócios.

## **2. Justificativa**

O mercado de EE no Brasil é promissor, mas enfrenta uma série de obstáculos que podem ser classificados como: (i) os que limitam a demanda por produtos e serviços de EE, incluindo falta de conscientização, baixa prioridade da EE e falta de incentivos regulatórios; (ii) capacidade limitada das empresas de serviços de conservação de energia (ESCOs), consultores e fornecedores para gerar e prestar serviços à projetos com investimento em EE de baixo risco; e (iii) atrativos limitados das linhas de crédito existentes de bancos públicos e privados devido à percepção de risco das instituições financeiras e ao excesso de exigências de garantias em operações de crédito.

A Tabela 1 traz um resumo das barreiras existentes e classificadas em categorias.

**Barreiras relacionadas ao cliente - por que há uma demanda limitada por produtos e serviços de EE?**

- Falta de consciência dos benefícios comerciais da EE, das melhores práticas e do financiamento disponível.
- Falta de tempo e recursos para gerenciar a implementação, como selecionar fornecedores, executar estudos de viabilidade etc. A EE é normalmente associada às equipes de manutenção, embora seja um custo cada vez mais significativo que deva ser gerenciado em um nível mais sênior.
- Falta de dados apurados sobre o consumo de energia e *benchmarking* de EE, levando a uma visibilidade deficiente dos custos de energia e do desempenho relativo.
- Falta de confiança em tecnologias, fornecedores de tecnologia e implementadores de projetos.
- Dificuldade dos usuários finais em apresentarem solicitações de empréstimo com os estudos necessários de viabilidade (em particular as MPMEs), devido à baixa priorização para alocar recursos iniciais na preparação de projetos (inclusive auditorias energéticas).
- Os usuários finais costumam ter altos níveis de endividamento, o que limita sua capacidade de contrair créditos adicionais.
- A falta de incentivos regulatórios e a instabilidade política limitam a disposição dos usuários finais em investir.

**Barreiras relacionadas à cadeia de valor - por que ESCOs e fornecedores enfrentam dificuldades em desenvolver e manter uma carteira de projetos de EE?**

- Falta de estrutura de alocação de risco contratual aceita, dificultando a capacidade de financiamento dos projetos.
- Conhecimento técnico limitado para identificar oportunidades (principalmente aquelas de EE térmica) e acesso limitado às instalações do usuário final, na maioria das ESCOs.
- Falta de capacidade administrativa e financeira para cumprir adequadamente os requisitos básicos dos financiadores e apresentar um modelo de negócio sólido (incluindo ESCOs).

- As MPMEs (incluindo a maioria das ESCOs) enfrentam grandes dificuldades para fornecer as garantias necessárias para o acesso aos créditos, limitando seu interesse na maioria dos mecanismos de financiamento.

**Barreiras relacionadas ao financiador - por que os mecanismos de financiamento existentes não são atraentes ou suficientes?**

- Projetos pequenos aumentam os custos de transação, levando as instituições financeiras a aumentar as taxas de juros, ou simplesmente reduzir seu interesse em créditos de EE.
- Burocracia associada à obtenção de mecanismos financeiros subsidiados.
- Alta percepção de risco das instituições financeiras, levando a um maior custo de financiamento.
- Dificuldades intrínsecas na resolução de potenciais litígios, levando as instituições financeiras a exigir garantias de ativos comercializáveis para cada empréstimo.

A conscientização das MPMEs industriais sobre as oportunidades de EE, serviços energéticos, tecnologias, cases de sucesso, múltiplos benefícios energéticos, econômico-financeiros e ambientais, entre outros aspectos, são atividades fundamentais do PotencializEE. Tais atividades tem como finalidade gerar interesse para a EE, iniciar diagnósticos energéticos (elaboração de projetos de EE) e destravar investimentos em tecnologias de alto impacto de mitigação de emissões de GEE, além de fomentar o mercado de EE no Brasil de forma sustentável e inclusiva. É necessário fornecer conteúdo atrativo para empresas industriais sobre o potencial de economia de energia no formato adequado, contextualizá-lo com sua competitividade e produtividade, acompanhar os leads através de ferramentas de marketing digital e convertê-las até que solicitem um diagnóstico energético subsidiado do SENAI através do site do programa. Destaca-se que os diagnósticos energéticos em nível nacional serão gratuitos para as MPMEs indústrias.

### **3. Objetivo**

O presente termo de referência (TdR) visa contratar uma agência de marketing que execute serviços mensais de marketing digital. A partir do plano estratégico definido em conjunto com o PotencializEE, a agência deverá ficar responsável pela produção de conteúdo para redes sociais, campanhas de mídia (tráfego pago); e-mails marketing, e criação de todas as artes por meio de uma equipe de designers dedicada para o projeto. Caso a proponente não tenha em seu portfólio todos os serviços descritos nesse TdR, é possível a realização de consórcios com empresas

competentes nas áreas solicitadas. A responsabilidade sobre a gestão dos serviços dessas empresas, no entanto, será da proponente, que liderará o contrato.

O contrato tem os seguintes objetivos principais:

I) Alcance de micro, pequenas e médias empresas (MPMEs) do setor industrial, disseminando conteúdo sobre eficiência energética;

II) Conversão dessas MPMEs para inscrição no programa, com o objetivo de obter apoio técnico e financeiro, visando a melhoria da competitividade através da economia de energia alcançada por meio de investimentos em equipamentos e tecnologias mais eficientes.

Esses objetivos serão alcançados por meio das seguintes ações:

- Desenvolvimento de um plano estratégico, em parceria com o PotencializEE, com foco em marketing digital;
- Criação de conteúdo criativo para campanhas de tráfego;
- Criação e execução de campanhas de marketing de conteúdo (inbound);
- Criação e execução de campanhas de mídia (tráfego pago);
- Criação de conteúdos distintos para as redes sociais do PotencializEE (3 posts semanais para o LinkedIn, 3 posts semanais para o Instagram e até 3 vídeos mensais para o YouTube);
- Criação de todas as peças para os conteúdos mencionados acima, ou seja, não trabalhar com templates prontos. A comunicação visual de cada conteúdo precisa ser pensada de forma planejada e exclusiva, levando em consideração a estratégia desenhada para cada canal;
- Atrair fornecedores de tecnologias para participar da iniciativa, oferecendo suas soluções (produtos) no catálogo virtual de tecnologias de EE do PotencializEE que ficará disponível para consultores de EE, empresas prestadoras de serviços especializadas na temática instituições financeiras;
- Todas as atividades descritas acima devem ser previamente aprovadas pela equipe responsável do PotencializEE antes de serem executadas.

O programa está buscando alcançar os seguintes indicadores-alvo: Realização de 11 mil diagnósticos energéticos e implementação de 2.750 projetos de EE por MPMEs industriais no Brasil até o final de 2027. Dessa forma, espera-se que as ações da contratada ampliem a visibilidade do programa no ambiente digital a fim de fornecer leads e inscrições suficientes para o cumprimento dos objetivos gerais do programa. A agência contratada deve gerar pelo menos 5.000 inscrições no programa. Espera-se que SENAI e SEBRAE gerem as outras inscrições através de contatos diretos. As entregas previstas da agência contratada não dependem do trabalho do SENAI e SEBRAE.

## **4. Especificações dos serviços**

A fim de alcançar os objetivos mencionados anteriormente, a empresa contratada deverá realizar as seguintes atividades:

### **4.1 Reunião de Abertura**

Após a assinatura do contrato, será realizado um workshop em São Paulo com os principais especialistas da contratada e a equipe da GIZ, a fim de prestar esclarecimentos sobre a proposta de valor do programa, as tarefas da contratada, os papéis dos atores envolvidos, o cronograma, a estratégia e a metodologia a ser utilizada pela contratada para prestar os serviços, assim como esclarecer dúvidas quanto ao fluxo de trabalho e aos resultados esperados. Nessa mesma atividade, haverá uma agenda que pode incluir apresentações de profissionais de diferentes áreas do PotencializEE e parceiros, visando promover a imersão da equipe da contratada nos temas e nas mensagens-chave a serem desenvolvidos durante a vigência do projeto.

Para orientar a contratada, serão fornecidos antes ou logo depois da reunião de abertura:

- Metas e objetivos traçados para a ampliação do programa a nível nacional
- Relatório de comunicação 2023 – 24 do programa, incluindo detalhamento dos KPIs (key performance indicators) a serem atingidos em linha com os objetivos indicados acima, assim como documentos sobre o PotencializEE e plano de expansão nacional;
- Manual da marca, incluindo logomarcas, cores, fontes etc.;
- Conteúdos estratégicos produzidos nos anos anteriores (incluindo press releases, mensagens-chave, dados relevantes, vídeos, artes, relatórios de campanhas, planos de comunicação etc.);
- Cases de projetos de EE elaborados e implementados no estado de São Paulo por meio do PotencializEE;
- Mapa de potenciais de EE por estado, setor industrial e combustível, além de calculadoras a serem publicadas no site e outros estudos já publicados.

A contratada deverá criar um plano de marketing digital para vigência entre outubro de 2024 e abril de 2025. Em 2025 e 2026, este plano de marketing digital deverá ser adequado, considerando os dados observados do público-alvo e as experiências obtidas, caso a GIZ mantenha o contrato firmado. Os planos devem ser revisados e aprovados pela GIZ a cada 6 (seis) meses.

Fica previsto o acompanhamento do contrato por profissionais de comunicação da GIZ Brasil para aprovação de campanhas, esclarecimento de questões internas técnicas e institucionais do programa. Além disso, uma outra agência de comunicação

realizará um trabalho complementar de relações públicas para GIZ no âmbito do programa.

### **Produto 1:**

- a) Minuta da reunião inicial (workshop), incluindo as principais definições.
- b) Plano de comunicação 2024 - 2025, incluindo o cronograma detalhado das atividades e interações necessárias (oficinas, reuniões de rotina - mensais e semanais - relatórios de resultados), KPIs, metodologias selecionadas, atividades diárias e marcos principais para a entrega dos produtos.
- c) Atualização do plano de comunicação em 2025 e 2026, incluindo o cronograma detalhado das atividades e interações necessárias (oficinas, reuniões de rotina - mensais e semanais - relatórios de resultados), KPIs, metodologias selecionadas e marcos principais para a entrega dos produtos.
  - **Orçamento: Até 50 horas de trabalho**

## **4.2 Execução de campanhas de tráfego pago**

A contratada ficará responsável por criar e executar estratégias de marketing digital considerando os pilares de tráfego, engajamento e conversão de MPMEs industriais em pelo menos 6 estados do país. Além de gerenciar a compra de espaços publicitários nas plataformas digitais alvo, ou seja, realizar os pagamentos, e gerenciar o cronograma de inserções a partir de um plano de investimentos definido em conjunto com a GIZ. A contratada deverá criar e executar 2 campanhas digitais por trimestre. O conteúdo deverá ser voltado às necessidades do público-alvo (MPMEs industriais), de acordo com cada tema acordado. Mais detalhes sobre os produtos de cada campanha se encontram no capítulo 4.4.

A contratada deverá implementar as seguintes atividades:

- Gerenciar a verba de R\$ 350.000,00 para realização de campanhas para geração de tráfego em plataformas como: Facebook Ads, Google Ads, LinkedIn Ads, Sales Navigator (caso este produto seja sugerido), Instagram Ads e YouTube Ads. Caso a verba não seja utilizada, a contratada pagará ao contratante o saldo se isso for solicitado pela GIZ.
- Antes de empregar os recursos, apresentar um plano de investimentos a ser aprovado pela GIZ referente às plataformas a serem utilizadas, distribuição de orçamento entre campanhas e plataformas, estrutura das campanhas, segmentação, Chamadas para Ação (CTAs), testes de diferentes versões (A/B), criativos e KPIs de forma que os investimentos sejam flexíveis, otimizados e estejam de acordo com as ações implementadas e resultados desejados.
- O pagamento dos valores a serem feitos para as plataformas será realizado para a contratada que, por sua vez, fará a compra dos espaços em cada

plataforma e prestará contas para a GIZ sobre a veiculação dos anúncios mensalmente, destacando desempenho das inserções em cada uma delas, incluindo relatórios analíticos de anúncios das plataformas digitais (Google, LinkedIn, Facebook, Instagram e YouTube) e comprovantes de pagamento (p.ex. boleto, nota fiscal etc.).

- Realizar as devidas configurações e otimizações de campanhas nas plataformas que serão utilizadas considerando a segmentação do principal público-alvo (MPMEs industriais de cada estado - a ser definido posteriormente - seus interesses e características).
- As campanhas de tráfego devem seguir as especificidades de cada plataforma (Google Ads (incluindo YouTube), Facebook Ads (incluindo Instagram) e LinkedIn), visando a conversão em inscrições no programa como objetivo principal, através de campanhas de topo, meio e fundo de funil.
- Implementar processos de acompanhamento de conversões *real time* e mensais por meio de dashboards para monitoramento de dados e dos principais KPIs estipulados no plano de marketing digital e aprovados pela GIZ, utilizando a plataforma contratada pela GIZ (Matomo Analytics). As configurações de rastreamento e medição dos leads já existem (tags no site do programa), mas devem ser revisados pela contratada para atingir a meta estabelecida, observando as políticas de privacidade, conforme necessário.
- Otimizar a execução das campanhas com base no desempenho dos anúncios para aumentar a taxa de conversão (CRO), modificar a segmentação do público-alvo, aprimoramento dos anúncios, propor alterações na landing page, mudar criativos ou palavras-chaves, assegurar a compatibilidade com dispositivos móveis, e tomar outras ações para melhorar a experiência do usuário (UX) e aumentar as taxas conversão.
- Organizar cada mês a análise qualitativa e quantitativa de dados com recomendações ao time de comunicação e marketing do programa e equipe de vendas do SENAI (consultores de relacionamento com a indústria e especialistas de EE no programa) e SEBRAE.

## **Produto 2:**

- a) Plano de investimento de mídia referente às plataformas a serem utilizadas, atualizado cada duas semanas, incluindo a distribuição do orçamento entre campanhas de topo, meio e fundo de funil, segmentações, criativos e métricas de desempenho que serão acompanhadas em cada campanha específica.
- b) Dashboard com os principais dados de desempenho das campanhas, incluindo KPIs, como leads e inscrições no programa, além de dados específicos relevantes para o desempenho das campanhas (CRO, CPC, ROI etc.).
- c) Relatório mensal de cada rede social (likes, compartilhamentos, engajamento, comentários, horários com melhor desempenho etc.) e de anúncios nas plataformas digitais (Google, LinkedIn, Facebook, Instagram e YouTube), incluindo comprovantes relacionados de pagamento.

- **Orçamento para compra de mídia:** Até R\$ 350.000,00 (a ser indicado na proposta financeira em outras despesas/gastos)
- **Orçamento: Até 324 horas de trabalho**

### 4.3 Execução de campanhas de e-mail marketing

A contratada deverá implementar as seguintes atividades:

- Gestão da Plataforma RD Station do programa, atualização e organização dos leads, entre outras necessidades de otimização da ferramenta.
- Criação de fluxos específicos de automação para nutrição e conversão de leads, considerando o estágio de empresas no programa (lead qualificado, inscrição, pré-diagnóstico/primeira visita gratuita, diagnóstico energético em andamento, decisão de investimento pendente, financiamento, entre outros fluxos a serem alinhados com a GIZ, conforme a necessidade).
- Apresentar para cada fluxo de e-mail marketing um plano executivo para aprovação da GIZ, incluindo metas específicas de conversão, grupos-alvo segmentados, mensagens-chave, CATs, conteúdos aplicáveis, frequência, prazos, teste A/B, entre outros aspectos. A estruturação de listas de contatos de empresas atendidas nas etapas do programa será apoiada pela GIZ através de sistema distintos de monitoramento e planilhas.
- Curadoria de conteúdo dos e-mails e monitoramento da jornada de cada fluxo, incluindo: taxa de abertura, taxa de cliques, taxa de conversão, e taxa de cancelamento de inscrição para avaliar o desempenho etc.
- Os e-mails devem ser personalizados, contando com títulos atraentes, imagens de qualidade, assegurando que fiquem bem em dispositivos móveis, testando novos formatos e tipos de conteúdo de forma frequente.
- Produzir e gerenciar o newsletter trimestral via RD Station, incluindo notícias existentes no site do programa, atualizações sobre o progresso e impacto da iniciativa (dados a serem compartilhados pela GIZ) e convites para eventos específicos a serem organizados pela GIZ ou pelos parceiros.
- Pesquisa e sugestão de imagens gratuitas, quando não houver ilustração oferecida pela GIZ, criação de um texto de abertura para cada edição do newsletter. Cada newsletter diagramado pela contratada será aprovada pela GIZ antes do disparo via RD Station.
- Destaca-se que a contratada não será responsável pela geração das notícias no site do programa. Essas notícias serão desenvolvidas pela GIZ e outros prestadores de serviço. A contratada deve integrar as notícias existentes no newsletter trimestral via RD Station de forma que aumente as taxas de conversão e cliques gerados pelo newsletter. Espera-se da contratada que sejam apresentadas sugestões para melhoria em relação à produção de notícias pela GIZ e outros prestadores de serviço nesse contexto.

### Produto 3:

- a) 3 planos de fluxos de automação de e-mail marketing, com três e-mails cada um, por trimestre, incluindo objetivos, metas, grupos-alvo segmentados, mensagens-chave, CATs, conteúdos aplicáveis, frequência, prazos, teste A/B, entre outros aspectos;
- b) Newsletter diagramado e enviado para o público-alvo, incluindo notícias existentes no site do programa, por trimestre.
- c) Relatório de execução e conversão das campanhas de mailing por mês, incluindo KPIs, análise qualitativa e ações tomadas para melhorar a taxa de conversão.
  - o **Orçamento: Até 444 horas de trabalho**

#### 4.4 Geração de conteúdo para campanhas, mailing e redes sociais

A contratada deverá implementar as seguintes atividades:

- Criar estratégia de marketing de conteúdo para campanhas, mailing e redes sociais que deverá explorar temas críticos para fomentar a inscrição de MPMEs industriais ao programa (p.ex. economia financeira com gastos de energia, menor custo por produto produzido, ganho de competitividade, ganho de produtividade, captação de novos clientes com menor pegada de carbono, etc.), os temas podem variar a cada mês de acordo com as temáticas definidas no plano de comunicação estratégico ou alterações definidas nas reuniões semanais de alinhamento.
- Confeccionar criativos (peças de comunicação) com variações de formatos, incluindo pelo menos:
  - o 3 posts e 3 peças (cards, carrosséis, infográficos, imagem estática ou vídeos) semanais para o LinkedIn – conteúdo exclusivo para esta rede social;
  - o 3 posts e 3 peças (cards, carrosséis, infográficos, imagem estática ou vídeos) semanais para o Instagram – conteúdo exclusivo para esta rede social;
  - o 3 vídeos curtos produzidos por trimestre para o YouTube (incluindo captação de imagens em indústrias de São Paulo ou outros estados, edição e finalização, entre 30 e 60 segundos) com animações simples;
- Os criativos e os textos dos anúncios devem ser elaborados com linguagem simples, cotidiana e personalizada, sempre incluindo um CTA focado em conversão no âmbito das campanhas de cada uma das plataformas mencionadas acima. Alterações nos conteúdos e formatos devem ser realizados conforme a necessidade, visando a otimização do desempenho.
- Fornecer recomendações para inserir os criativos na landing page do programa e melhorar os textos no site, aproveitando as técnicas de SEO/SEM (*search engine marketing* e *search engine optimization*) para a otimização das campanhas e aumentar o tráfego no site.

- Aprovar o conteúdo a ser abordado em cada ação com a equipe da GIZ.

#### Produto 4:

- 3 posts e 3 peças (cards, carrosséis, infográficos, imagem estática ou vídeos) semanais para o LinkedIn – conteúdo exclusivo para esta rede social;
- 3 posts e 3 peças (cards, carrosséis, infográficos, imagem estática ou vídeos) semanais para o Instagram – conteúdo exclusivo para esta rede social;
- 3 vídeos curtos por trimestre para o YouTube (incluindo captação de imagens em indústrias de São Paulo ou outros estados, edição e finalização, entre 30 e 60 segundos) com animações simples;
  - **Orçamento: Até 1.792 horas de trabalho**

#### 5. Produtos esperados e prazos

O presente contrato terá vigência de doze meses, passando a vigorar a partir de 01 de novembro de 2024, podendo ser prorrogado, a critério do CONTRATANTE, por mais 12 meses, sendo previstas até **2.610 horas** efetiva de trabalho durante o ano vigente, além do orçamento previsto para outras despesas/gastos (no total R\$ 350.000,00). O prazo de entrega do produto final é o dia 01 de novembro de 2025. Qualquer alteração de produtos e prazos deverá ser acordada entre as partes.

Produto	Descrição dos produtos	Prazo de entrega	Formato
Produto 1	a) Minuta da reunião inicial (workshop), incluindo as principais definições. b) Plano de comunicação 2024 - 2025, incluindo o cronograma detalhado das atividades e interações necessárias (oficinas, reuniões de rotina - mensais e semanais - relatórios de resultados), KPIs, metodologias selecionadas, atividades diárias e marcos principais para a entrega dos produtos. c) Atualização do Plano de comunicação em 2025 e 2026, incluindo o cronograma detalhado das atividades e interações necessárias (oficinas, reuniões de rotina - mensais e semanais - relatórios de resultados), KPIs, metodologias selecionadas e marcos principais para a entrega dos produtos.	a) 1 semana após a data da contratação.  b) 2 semanas após a data da reunião inicial.  c) Cada trimestre após a data reunião inicial.	Digital
Produto 2	a) Plano de investimento de mídia referente às plataformas a serem utilizadas, atualizado cada duas semanas, incluindo a distribuição do orçamento entre campanhas de topo, meio e fundo de funil, segmentações, criativos e métricas de desempenho que	a) Cada 2 semanas após a data da reunião inicial.	Digital

	<p>serão acompanhadas em cada campanha específica.</p> <p>b) Dashboard mensal com os principais dados de desempenho das campanhas, incluindo KPIs, como leads e inscrições no programa, além de dados específicos relevantes para o desempenho das campanhas (CRO, CPC, ROI etc.).</p> <p>c) Relatórios mensal de cada rede social (likes, compartilhamentos, engajamento, comentários, horários com melhor desempenho, etc.) e de anúncios nas plataformas digitais (Google, LinkedIn, Facebook, Instagram e YouTube), incluindo comprovantes relacionados de pagamento.</p>	<p>b) Cada mês após a data da reunião inicial</p> <p>c) Cada mês após a data da reunião inicial</p>	
Produto 3	<p>a) 3 planos de fluxos de automação de e-mail marketing, com três e-mails cada um, por trimestre, incluindo objetivos, metas, grupos-alvo segmentados, mensagens-chave, CATs, conteúdos aplicáveis, frequência, prazos, teste A/B, entre outros aspectos.</p> <p>b) Newsletter diagramado e enviado para o público-alvo, incluindo notícias existentes no site do programa, por trimestre.</p> <p>c) Relatório de execução e conversão das campanhas de mailing por mês, incluindo KPIs, análise qualitativa e ações tomadas para melhorar a taxa de conversão.</p>	<p>a) Cada trimestre após a data da reunião inicial</p> <p>b) Cada trimestre após a data da reunião inicial</p> <p>c) Cada mês após a data da reunião inicial</p>	Digital
Produto 4	<p>a) 3 posts e 3 peças (cards, carrosséis, infográficos, imagem estática ou vídeos) semanais para o LinkedIn – conteúdo exclusivo para esta rede social;</p> <p>b) 3 posts e 3 peças (cards, carrosséis, infográficos, imagem estática ou vídeos) semanais para o Instagram – conteúdo exclusivo para esta rede social;</p> <p>c) 3 vídeos curtos por trimestre para o YouTube (incluindo captação de imagens em indústrias de São Paulo ou outros estados, edição e finalização, entre 30 e 60 segundos) com animações simples;</p>	<p>a) Cada semana após a data da reunião inicial</p> <p>b) Cada semana após a data da reunião inicial</p> <p>c) Cada trimestre após a data da reunião inicial</p>	Digital

## 6. Processos de rotina

Como parte do trabalho a ser desenvolvido entre a GIZ e a contratada com o intuito de assegurar que as atividades sejam realizadas de forma eficiente para atingimento dos resultados esperados, é importante a definição de alguns procedimentos, como os descritos abaixo:

**6.1 Reuniões semanais:** Nessas oportunidades, as equipes se atualizem rapidamente sobre o status das atividades e identificam tarefas que precisam ser realizadas para a conclusão das iniciativas em andamento.

**6.2 Reuniões mensais:** nessa ocasião, será feito um balanço das atividades e resultados no mês anterior e o alinhamento das ações do mês seguinte, de acordo com o plano de comunicação. Nestas reuniões a contratada, apresente os dados dos relatórios mensais mencionados acima. Ajustes na estratégia pré-definida podem ser realizados de acordo com o andamento do programa e as necessidades identificadas.

### 6.3 Processo de aprovação de conteúdo:

- alinhamento prévio das mensagens e narrativas (GIZ e contratada);
- desenvolvimento do produto (contratada);
- aprovação do conteúdo (GIZ e parceiros);
- implementação (contratada);
- compilação dos resultados (contratada).

## Viagens

Para a realização de viagens, a contratada terá um montante global pré-definido para hospedagem e alimentação, de acordo com os valores indicados abaixo.

Rubrica	Valor máximo
Hospedagem - Diária	R\$ 350,00
Alimentação - Diária	R\$ 118,00

Já para os gastos com passagens aéreas, a proponente deverá indicar uma estimativa de valores na proposta financeira, considerando a cidade de Bauru, no estado de São Paulo como referência de destino, entretanto, a proponente poderá viajar para outros municípios paulistas. Se for necessário a compra de passagens aéreas, estas devem ser adquiridas com pelo menos 2 semanas de antecedência, mediante aprovação da GIZ.

Destino	Passagem aérea (ida e volta)	Viagens no interior de SP (carro particular)	Taxi (trechos)	Hospedagem	Alimentação (dias)
Gravações de cases no estado de São Paulo	0	20	0	60	120

No caso de uso de carro particular, será necessário informar a quilometragem da viagem, sendo o valor do reembolso de EUR 0,30 por Km e a conversão da moeda na data do reembolso. As viagens (origem-destino) deverão ser aprovadas pela GIZ previamente a sua realização.

## **7. Capacidades e experiências necessárias para a realização das atividades**

### Proposta técnica

Cada licitante deve apresentar uma proposta técnica no âmbito da licitação, incluindo uma breve explicação dos métodos e estratégias de execução escolhidas pela agência (licitante) para implementar os serviços, entregar os produtos previstos e alcançar a meta indicada no TdR, além do portfólio apresentando experiências relevantes da agência (sem CVs no máximo 7 páginas). O licitante poderá apresentar a proposta técnica em um consórcio com uma(s) outra(s) empresa(s). Nesse caso, será necessário indicar na proposta o líder do consórcio a fim de coordenar as atividades com a equipe da GIZ.

### Especialistas

O licitante é obrigado a disponibilizar pessoal com a capacidade técnica adequada, assim como apresentar os currículos (CVs) destes, de modo a atender os perfis dos especialistas descritos abaixo e as qualificações exigidas no presente TdR. As qualificações especificadas para os especialistas abaixo representam os requisitos para atingir o número máximo de pontos na avaliação da proposta de cada licitante, ou seja, não se trata de critérios de exclusão. Assim, o fato de não cumprir todos os requisitos no âmbito das qualificações resultará em uma pontuação menor na avaliação da proposta.

### **Qualificação da equipe**

#### **I. Gestor de marketing digital**

##### **a) Qualificações gerais**

- Formação profissional em marketing digital, tecnologias de informação ou áreas afins, com nível superior completo.
- 10 anos de atuação comprovada no planejamento, criação e execução de estratégias de marketing digital.

#### **b) Qualificação específica**

- 7 anos de experiência na gestão de ferramentas e plataformas de automação de marketing.
- 5 anos de experiência em gestão de equipes multidisciplinares e gestão de projetos complexos.
- 5 anos de experiência profissional com o setor industrial, com pequenas e médias empresas.

#### **c) Experiência regional/conhecimento dos países**

- 10 anos de experiência profissional no Brasil.

#### **d) Habilidades linguísticas**

- Nativo ou fluente em português, com domínio verbal e escrita.

## **II. Analista de tráfego pago e dados**

### **Perfil**

#### **a) Qualificações gerais**

- Formação profissional em marketing digital ou áreas afins, com nível superior completo.

#### **b) Qualificação específica**

- 5 anos de experiência comprovada na execução de campanhas de anúncios pagos, como Google Ads, LinkedIn Ads, Facebook Ads, e outras plataformas de PPC (pay-per-click).
- 5 anos de experiência comprovada em usar o Google Analytics e outras ferramentas correlatas, implementar e gerenciar tags de rastreamento e otimização de conversão de campanhas de tráfego pago.
- Cursos realizados em plataformas de tráfego pago.

#### **c) Experiência regional/conhecimento dos países**

- 7 anos de experiência profissional no Brasil.

#### **d) Habilidades linguísticas**

- Nativo ou fluente em português, com domínio verbal e escrita.

### **III. Analista de marketing digital – redes sociais**

#### **Perfil**

##### **a) Qualificações gerais**

- Formação profissional em marketing digital, comunicação ou áreas afins, com nível superior completo.

##### **b) Qualificação específica**

- 5 anos de experiência comprovada no desenvolvimento e na implementação de campanhas pagas e orgânicas em redes sociais, incluindo LinkedIn, Facebook e Instagram.
- 5 anos de experiência comprovada na otimização de campanhas pagas e orgânicas e na criação de relatórios detalhados que mostrem o impacto das atividades de mídia social considerando os objetivos de negócios.
- Cursos realizados em plataformas de mídia social.

##### **c) Experiência regional/conhecimento dos países**

- 7 anos de experiência profissional no Brasil.

##### **d) Habilidades linguísticas**

- Nativo ou fluente em português, com domínio verbal e escrita.

### **IV. Analista de marketing digital – e-mail marketing**

#### **Perfil**

##### **a) Qualificações gerais**

- Formação profissional em marketing digital, comunicação ou áreas afins, com nível superior completo.

##### **b) Qualificação específica**

- 5 anos de experiência comprovada na concepção, implementação e gerenciamento de campanhas de e-mail marketing, com foco em automação.
- 5 anos de experiência comprovada na utilização de plataformas de automação de e-mail marketing como RD Station (ou similares), desenvolvimento de fluxos de trabalho automatizados para nutrição de leads, segmentação de listas de e-mails e criação de relatórios sobre o desempenho das campanhas.
- Cursos realizados em plataformas de e-mail marketing.

##### **c) Experiência regional/conhecimento dos países**

- 7 anos de experiência profissional no Brasil.

#### **d) Habilidades linguísticas**

- Nativo ou fluente em português, com domínio verbal e escrita.

### **V. Equipe de designer gráfico e produção de vídeos**

#### **Perfil**

##### **a) Qualificações gerais**

- Formação profissional em design de comunicação, artes visuais ou áreas afins, com nível superior completo.

##### **b) Qualificação específica**

- 5 anos de experiência comprovada na criação de uma variedade de materiais gráficos, como banners, anúncios, postagens em redes sociais, e outros ativos digitais, que funcionam bem em diferentes dispositivos.
- 5 anos de experiência comprovada na utilização de ferramentas de design gráfico, como Adobe Creative Suite (Photoshop, Illustrator, InDesign) e outras ferramentas de design digital, como Sketch ou Figma.
- 5 anos de experiência comprovada na criação e edição de vídeos que engajem o público para diferentes plataformas digitais, como redes sociais, YouTube e websites corporativos.
- Cursos realizados em áreas como UX/UI ou design de animação.

##### **c) Experiência regional/conhecimento dos países**

- 7 anos de experiência profissional no Brasil.

#### **d) Habilidades linguísticas**

- Nativo ou fluente em português, com domínio verbal e escrita.

### **7.1. Critérios para avaliação da proposta técnica**

Adequação da concepção sugerida e plano de trabalho, incluindo abordagem técnica e procedimentos metódicos. As propostas técnicas deverão ser apresentadas em língua portuguesa, em **formato PDF**, de forma clara e objetiva. É vedada a apresentação de qualquer outro formato de arquivo, como Word, Excel, ou similares, exceto quando explicitamente solicitado neste documento.

Adicionalmente à proposta técnica, os licitantes poderão incluir uma apresentação em formato PDF com no máximo 20 slides, contendo um resumo executivo da proposta e os principais destaques. A apresentação deverá ser enviada em anexo à proposta técnica principal.

## **8. Pagamentos**

Os pagamentos serão efetuados após a assinatura do contrato, aprovação das horas trabalhadas por mês em cada produto e apresentação de Nota Fiscal e/ou Fatura. (Cada mês a empresa contratada apresentará as horas trabalhada na entrega dos produtos combinados, solicitando a aprovação do pagamento via GIZ).

Os custos de viagem serão reembolsados contra a apresentação dos comprovantes de despesas, conforme diretrizes da GIZ a serem informadas no contrato.

O processo de revisão e aprovação técnica dos produtos inclui duas rodadas de comentários (feedback) da GIZ ou parceiros do programa PotencializEE. A aprovação final dos produtos e a autorização para pagamento estão a cargo do Diretor do projeto.

## **9. Considerações finais**

### **a. Direitos autorais**

Todas as informações e materiais produzidos a partir dos trabalhos objeto desse contrato terão os direitos autorais revertidos para a GIZ. A reprodução total ou parcial requer expressa autorização, reconhecendo-se a propriedade intelectual. Serão dados os devidos créditos de autoria de mapas, fotos, filmes e demais registros que venham a ser usado para fornecer informações sobre o estudo, a critério da instituição contratante.

Para a publicação e produção de materiais bibliográficos na forma de artigos, trabalhos acadêmicos, para congressos e eventos científicos, entre outros, produzidos a partir de informações objeto da contratação pela consultoria e sua equipe técnica, deverá ser solicitada previamente autorização para a GIZ.

### **b. Código de conduta**

A gestão interna da GIZ visa promover a equidade de oportunidade e de perspectivas, independente da identidade de gênero, orientação sexual, etnia, condição de saúde, origem social, religião ou idade. A diversidade de seu pessoal, assim como um ambiente corporativo regrado pelo respeito e apreço mútuos, representa para a GIZ um sinal de êxito e excelência em seu trabalho. A GIZ prioriza a indicação de mulheres, de LGBTI (Lésbicas, Gays, Bissexuais, Transexuais e Travestis, Intersex), pessoas negras e indígenas, e pessoas com deficiência para palestras, representações, entrevistas e até mesmo vagas de emprego.

Assim, o(a) consultor(a) ou empresa selecionado(a) deverá respeitar a diversidade de gênero, orientação sexual, etnia, condição de saúde, classe social, religião e idade e assumir atitudes que, com efeito multiplicador, ajudará a promover a igualdade entre

os diversos atores envolvidos na consultoria desse TdR, adotando as seguintes posturas:

- Postura pessoal
  - Escute e dê crédito a ideias de suas(eus) colegas de trabalho, independentemente de gênero, orientação sexual, etnia, condição de saúde, origem social, religião ou idade, mantenha a atenção para situações de vulnerabilidade, respeite sua oportunidade de fala e apoie as ideias de suas colegas de trabalho;
  - Fale sobre assuntos relacionados a gênero, escute e tenha empatia com quem é prejudicada(o) pelas desigualdades – em especial as mulheres, leia sobre o tema e incentive essa discussão nos espaços que circula, seja na empresa, organização, reuniões ou palestras;
  - Questione e combata o assédio sexual, seja um exemplo de respeito às mulheres e não se cale diante da denúncia ou testemunho a um assédio;
  - Questione a ideia de que existem atividades de homens e atividades de mulheres, evite atribuir certas atividades apenas a mulheres, simplesmente porque são tidas como “atividades femininas”;
- Ao prestar o serviço
  - Seja um exemplo de respeito aos direitos das mulheres, de LGBTI, das pessoas negras e indígenas, pessoas com deficiência e idosas(os) para suas(seus) colegas de trabalho. Evite piadas que degradem esses grupos;
  - Procure estar sempre informada(o) sobre as políticas de promoção da equidade de gênero em seu ambiente de trabalho, busque divulgá-las e respeitá-las. A implementação de estratégias de promoção de equidade de gênero visa uma transformação de cultura interna e pode impactar também externamente;
- Orientações corporativas
  - Apoie iniciativas de acesso e permanência de mulheres, de LGBTI, pessoas negras e indígenas, e pessoas com deficiência no campo do desenvolvimento sustentável, que encontram inúmeros obstáculos para ocuparem espaços de decisão e poder em nossa sociedade.

Brasília, 14/08/2024

**Sistema de Avaliação pós Manifestação de Interesse (MI)**

Avaliação comercial e técnica para participação de processo de licitação pós manifestação de interesse

Nome do Responsável pela Avaliação (Projeto ou Parceiro)		PotencializEE/Brasil				12.9097.2-782.00				16/08/2024			
		Empresa 1		Empresa 2		Empresa 3		Empresa 4		Empresa 5			
		Documentos enviados		Documentos enviados		Documentos enviados		Documentos enviados		Documentos enviados			
		Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não		
<b>I. Avaliação Comercial</b>													
1. Lista de Projetos de Referência (máx. 5 projetos)													
2. Avaliação comercial com base no volume de negócios e empresa de dados													
3. Documentação Técnica da Empresa													
4. Registro Comercial													
<b>I. Avaliação Técnica</b>													
	em %	pontos	avaliação	pontos	avaliação	pontos	avaliação	pontos	avaliação	pontos	avaliação		
	Critério (1)	(máx. 10)	(2)x(3)	(máx. 10)	(2)x(3)	(máx. 10)	(2)x(3)	(máx. 10)	(2)x(3)	(máx. 10)	(2)x(3)		
	(2)	(3)	(4)	(3)	(4)	(3)	(4)	(3)	(4)	(3)	(4)		
<b>1. Experiência técnica da empresa</b>													
1.1 Experiência com marketing digital no setor brasileiro de empresas de transformação industrial		30	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
1.2 Experiência na gestão de ferramentas de tráfego pago e automatização de marketing		40	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
1.3 Experiência na otimização da taxa de conversão de visitantes de um site e clientes corporativos		30											
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>		
<b>2. Outras experiências da empresa</b>													
Não se aplica.			0	0	0	0	0	0	0	0	0		
<b>Total</b>		<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>		
<b>3. Recursos humanos da empresa (informações gerais)</b>													
Não se aplica.			0	0	0	0	0	0	0	0	0		
<b>Total</b>		<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>		
<b>Total Geral</b>		<b>100</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>		
Colocação													
<b>4. Vantagens/Riscos especiais</b>													
Colocação													

Somente deverão ser convidadas candidatas com pontuação superior a 500!

Data, Assinatura

## Sistema de Avaliação Técnica de Ofertas - pós Carta Convite

Nome do Projeto: PotencializEE / marketing digital		AV:										
PN: 12.9097.2 - 782.00		Responsável pela avaliação:										
Objetivo da Licitação = forma curta		Peso em % (2)	Empresa 1		Empresa 2		Empresa 3		Empresa 4		Empresa 5	
Critérios (1)	a)	pontos (máx. 10) (3)	avaliação (2)x(3) (4)	pontos (máx. 10) (3)	avaliação (2)x(3) (4)	pontos (máx. 10) (3)	avaliação (2)x(3) (4)	pontos (máx. 10) (3)	avaliação (2)x(3) (4)	pontos (máx. 10) (3)	avaliação (2)x(3) (4)	
		1. Adequação da concepção sugerida e plano de trabalho										
1.2 Concepção (abordagem técnica/procedimentos metódicos) - Métodos e estratégias de execução	4		0		0		0		0		0	
1.3 Concepção de monitoramento e avaliação			0		0		0		0		0	
<b>Total 1.</b>	<b>4</b>		<b>0</b>		<b>0</b>		<b>0</b>		<b>0</b>		<b>0</b>	
2. Apoio técnico (backstopping)												
2.1 Pessoal	3		0		0		0		0		0	
<b>Total 2.</b>	<b>3</b>		<b>0</b>		<b>0</b>		<b>0</b>		<b>0</b>		<b>0</b>	
3. Qualificação do pessoal proposto												
3.1 Perito 1 - Gestor de marketing digital												
3.1.1 Qualificação geral												
- Formação profissional em marketing digital, tecnologias de informação ou áreas afins, com nível superior completo (especialização em áreas correlatas seria desejável).	1		0		0		0		0		0	
- 10 anos de atuação comprovada no planejamento, criação e execução de estratégias de marketing digital.	4		0		0		0		0		0	
3.1.2 Qualificação específica												
- 7 anos de experiência na gestão de ferramentas e plataformas de automação de marketing.	4		0		0		0		0		0	
- 5 anos de experiência em gestão de equipes multidisciplinares e gestão de projetos complexos.	4		0		0		0		0		0	
- 5 anos de experiência profissional com o setor industrial, de preferência com pequenas e médias empresas.	4		0		0		0		0		0	
3.1.3 Experiência regional/ conhecimentos sobre o país: 10 anos de experiência profissional no Brasil.	2		0		0		0		0		0	
3.1.4 Conhecimentos linguísticos: Excelente domínio de português verbal e escrita.	1		0		0		0		0		0	
<b>Subtotal 3.1</b>	<b>20</b>		<b>0</b>		<b>0</b>		<b>0</b>		<b>0</b>		<b>0</b>	
3.2 Perito 2 - Analista de tráfego pago e dados												
3.2.1 Qualificação geral												
- Formação profissional em marketing digital ou áreas afins, com nível superior completo (especialização em áreas correlatas seria desejável).	1		0		0		0		0		0	
3.2.2 Qualificação específica												
- 5 anos de experiência comprovada na execução de campanhas de anúncios pagos, como Google Ads, LinkedIn Ads, Facebook Ads, e outras plataformas de PPC (pay-per-click).	5		0		0		0		0		0	

Nome do Projeto: PotencializEE / marketing digital		AV:										
PN: 12.9097.2 - 782.00		Responsável pela avaliação:										
Objetivo da Licitação = forma curta		Peso em % (2)	Empresa 1		Empresa 2		Empresa 3		Empresa 4		Empresa 5	
Critérios (1)		a)	pontos (máx. 10) (3)	avaliação (2)x(3) (4)	pontos (máx. 10) (3)	avaliação (2)x(3) (4)	pontos (máx. 10) (3)	avaliação (2)x(3) (4)	pontos (máx. 10) (3)	avaliação (2)x(3) (4)	pontos (máx. 10) (3)	avaliação (2)x(3) (4)
- 5 anos de experiência comprovada em usar o Google Analytics e outras ferramentas correlatas, implementar e gerenciar tags de rastreamento e otimização de conversão de campanhas de tráfego pago.		4		0		0		0		0		0
- Cursos realizados em plataformas de tráfego pago (desejável).		4		0		0		0		0		0
3.2.3	Experiência regional/ conhecimentos sobre o país: 7 anos de experiência profissional no Brasil.	1		0		0		0		0		0
3.2.4	Conhecimentos linguísticos: Excelente domínio de português verbal e escrita.	1		0		0		0		0		0
<b>Subtotal 3.2</b>		<b>16</b>		<b>0</b>								
3.3	Perito 3 - Analista de marketing digital – redes sociais											
3.3.1	Qualificação geral											
- Formação profissional em marketing digital, comunicação ou áreas afins, com nível superior completo (especialização em áreas correlatas seria desejável).		1		0		0		0		0		0
3.3.2	Qualificação específica											
- 5 anos de experiência comprovada no desenvolvimento e na implementação de campanhas pagas e orgânicas em redes sociais, incluindo LinkedIn, Facebook e Instagram.		5		0		0		0		0		0
- 5 anos de experiência comprovada na otimização de campanhas pagas e orgânicas e na criação de relatórios detalhados que mostrem o impacto das atividades de mídia social considerando os objetivos de negócios.		4		0		0		0		0		0
- Cursos realizados em plataformas de mídia social (desejável).		4		0		0		0		0		0
3.3.3	Experiência regional/ conhecimentos sobre o país: 7 anos de experiência profissional no Brasil.	1		0		0		0		0		0
3.3.4	Conhecimentos linguísticos: Excelente domínio de português verbal e escrita.	1		0		0		0		0		0
<b>Subtotal 3.3</b>		<b>16</b>		<b>0</b>								
3.4	Perito 4 - Analista de marketing digital – e-mail marketing											
3.4.1	Qualificação geral											
- Formação profissional em marketing digital, comunicação ou áreas afins, com nível superior completo (especialização em áreas correlatas seria desejável).		1		0		0		0		0		0
3.4.2	Qualificação específica			0		0		0		0		0
- 5 anos de experiência comprovada na concepção, implementação e gerenciamento de campanhas de e-mail marketing, com foco em automação.		5		0		0		0		0		0

Nome do Projeto: PotencializEE / marketing digital		AV:										
PN: 12.9097.2 - 782.00		Responsável pela avaliação:										
Objetivo da Licitação = forma curta		Peso em % (2)	Empresa 1		Empresa 2		Empresa 3		Empresa 4		Empresa 5	
Critérios (1)		a)	pontos (máx. 10) (3)	avaliação (2)x(3) (4)	pontos (máx. 10) (3)	avaliação (2)x(3) (4)	pontos (máx. 10) (3)	avaliação (2)x(3) (4)	pontos (máx. 10) (3)	avaliação (2)x(3) (4)	pontos (máx. 10) (3)	avaliação (2)x(3) (4)
- 5 anos de experiência comprovada na utilização de plataformas de automação de e-mail marketing como RD Station (ou similares), desenvolvimento de fluxos de trabalho automatizados para nutrição de leads, segmentação de listas de e-mails e criação de relatórios sobre o desempenho das campanhas.		4		0		0		0		0		0
- Cursos realizados em plataformas de e-mail marketing (desejável).		4		0		0		0		0		0
3.4.3	Experiência regional/ conhecimentos sobre o país: 7 anos de experiência profissional no Brasil.	1		0		0		0		0		0
3.4.4	Conhecimentos linguísticos: Excelente domínio de português verbal e escrita.	1		0		0		0		0		0
<b>Subtotal 3.4</b>		<b>16</b>		<b>0</b>								
3.5	Perito 5 - Equipe de designer gráfico e produção de vídeos											
3.5.1	Qualificação geral											
- Formação profissional em design de comunicação, artes visuais ou áreas afins, com nível superior completo (especialização em áreas correlatas seria desejável).		1		0		0		0		0		0
3.5.2	Qualificação específica											
- 5 anos de experiência comprovada na criação de uma variedade de materiais gráficos, como banners, anúncios, postagens em redes sociais, e outros ativos digitais, que funcionam bem em diferentes dispositivos.		5		0		0		0		0		0
- 5 anos de experiência comprovada na utilização de ferramentas de design gráfico, como Adobe Creative Suite (Photoshop, Illustrator, InDesign) e outras ferramentas de design digital, como Sketch ou Figma.		5		0		0		0		0		0
- 5 anos de experiência comprovada na criação e edição de vídeos que engajem o público para diferentes plataformas digitais, como redes sociais, YouTube e websites corporativos.		4		0		0		0		0		0
- Cursos realizados em áreas como UX/UI ou design de animação (desejável).		4		0		0		0		0		0
3.5.3	Experiência regional/ conhecimentos sobre o país: 7 anos de experiência profissional no Brasil.	1		0		0		0		0		0
3.5.4	Conhecimentos linguísticos: Excelente domínio de português verbal e escrita.			0		0		0		0		0
<b>Subtotal 3.5</b>		<b>20</b>		<b>0</b>								
3.6	Composição da equipe	5		0		0		0		0		0
<b>Total 3.</b>		<b>93</b>		<b>0</b>								
<b>Total Geral</b>		<b>100</b>		<b>0</b>								
Colocação												

Nome do Projeto: PotencializEE / marketing digital				AV:																	
PN: 12.9097.2 - 782.00				Responsável pela avaliação:																	
<i>Objetivo da Licitação = forma curta</i>				<i>Empresa 1</i>		<i>Empresa 2</i>		<i>Empresa 3</i>		<i>Empresa 4</i>		<i>Empresa 5</i>									
<b>Critérios</b> (1)				a)		pontos (máx. 10) (3)		avaliação (2)x(3) (4)													

Somente serão consideradas propostas técnicas com avaliação acima de 500 pontos!

---

Data e Assinatura

# **Serviço da GIZ para envio de arquivos grandes**

A GIZ disponibiliza um serviço mais rápido e fácil para transferir arquivos através da internet.

Com esse sistema você poderá transferir arquivos de até de 2GB dando a possibilidade a outra pessoa baixar esses arquivos aonde quer que ela esteja.

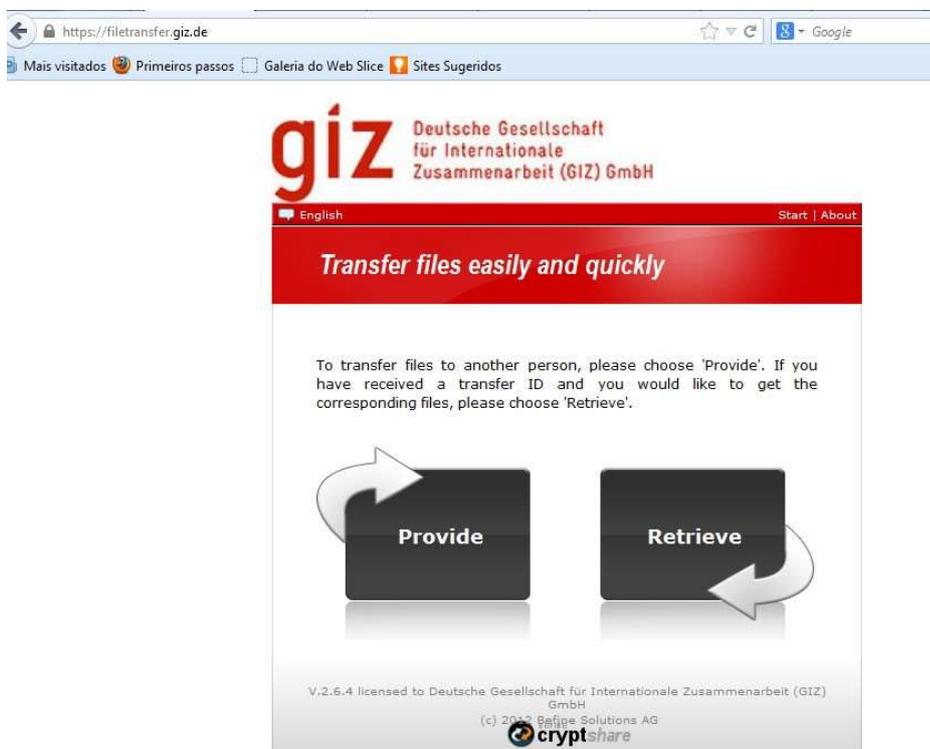
O procedimento de uso do sistema se dará através da transferência dos arquivos, será necessário cadastrar dados pessoais (nome, telefone e e-mail) para o procedimento de transferência. Será necessário ainda cadastrar um endereço de e-mail destinatário para o envio do link e assim possibilitando baixar o arquivo.

A respeito do critério de utilização, o sistema pré-determina um período limite para o destinatário baixar os arquivos, sendo no máximo 16 dias. Os arquivos que são transferidos precisam ser baixados dentro do período estabelecido pelo sistema, depois do período estabelecido o sistema automaticamente excluirá os arquivos, estando estes impossibilitados de serem acessados tanto pelo remetente quanto pelo destinatário.

Logo abaixo segue o passo a passo para utilização do sistema:

## Transferindo arquivos com facilidade e rapidez

**Link de acesso:** <https://filetransfer.giz.de/>



Para transferir os arquivos para outra pessoa, por favor, escolha a opção '**Provide**'. Se você recebeu um ID de transferência e gostaria de obter os arquivos correspondentes, por favor, escolha a opção '**Retrieve**'.

English Start | About

1 Sender 2 Recipients 3 Files 4 Done

Please provide your contact information. The recipients may use this information to contact you and get the password.

Your name:

Your phone #:

Your e-mail address:

Save these inputs for 60 days.

Notes:

- All fields are mandatory.
- Inputs will be stored in a cookie

Back Continue

Por favor, forneça suas informações de contato.

Os destinatários podem usar essas informações para contatá-lo e obter a senha para baixar os arquivos que você transferiu.

English Start | About

1 Sender 2 Recipients 3 Files 4 Done

Enter the e-mail addresses of the recipients separated by any delimiter. You can insert e-mail lists from external sources using the clipboard.

In the lower area you can define a password which is required to retrieve the transferred files. On upload completion the recipients will receive a message in the selected language informing them about the provided files. You can add an additional comments to this message.

Input field for recipient addresses:

No password entry required

Password:

Repeat:  (Minimum 8 characters)

Comment for the recipients:  
(This message text will be transferred unencrypted)

Subject:

Message:

Insira o endereço(s) de e-mail do destinatário(s) que vai receber o link para baixar os arquivos transferidos.

Clique no botão para adicionar o endereço.

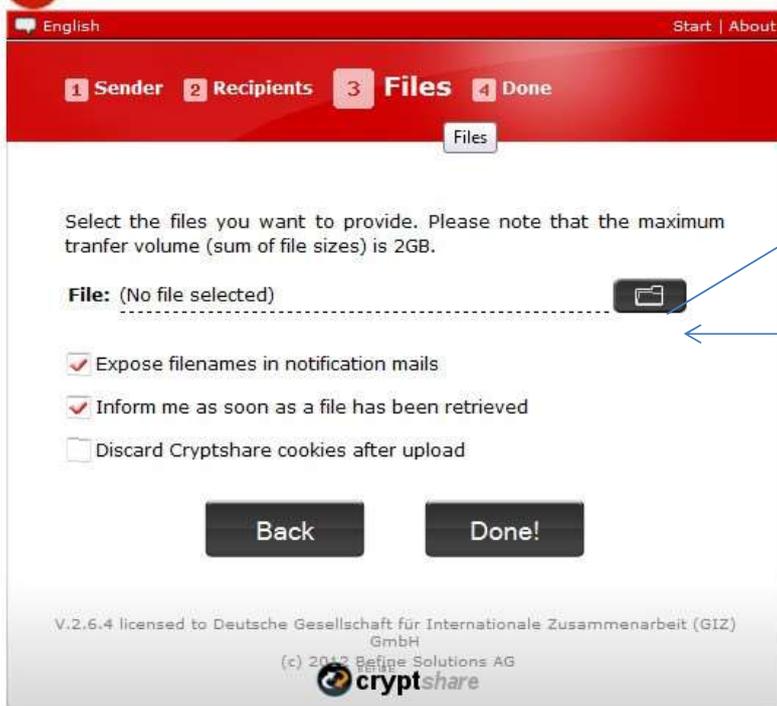
Nesse campo você poderá criar uma senha. Essa senha será necessária para o destinatário baixar o arquivo

Caso não queira criar a senha marque a opção **No password entry required**.

Assunto do e-mail

Mensagem de Texto

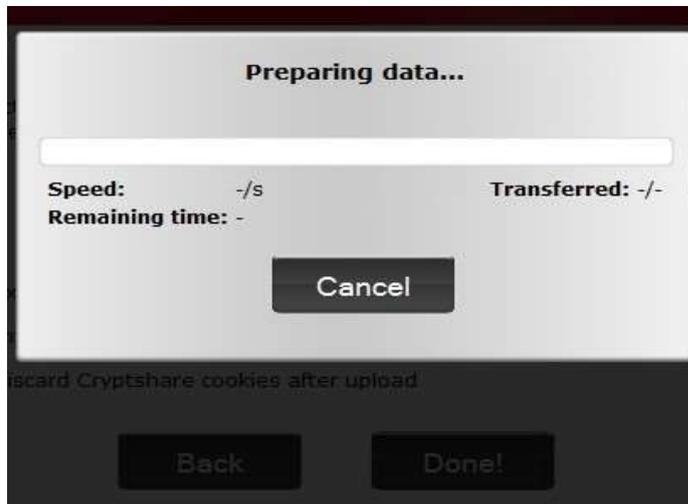
Linguagem da notificação



Clique para adicionar arquivo que será transferido.

Selecione os arquivos que você deseja fornecer. Por favor, note que o volume máximo para transferência (soma dos tamanhos dos arquivos) é de 2GB.

- Expor nomes de arquivos em e-mails de notificação
- Informe-me assim que um arquivo for baixado.
- Descarte os cookies depois de fazer o upload.



Processo de transferência.



Os arquivos foram armazenados e criptografados. Eles estarão disponíveis até 18 de outubro de 2013. Depois disso, eles serão eliminados automaticamente. A notificação foi enviada para

walterpereiradecastro@gmail.com

**Por favor enviar a senha para acesso aos arquivos em um e-mail separado para BR\_Inquiry@giz.de .**

**Mensagem de notificação que o remetente receberá**

Caro senhor ou senhora,

Você forneceu os arquivos

- STAMDATEN für Onsite.zip

Para os seguintes receptores:

- walterpereiradecastro@gmail.com

Você fez a seguinte observação:

Testando

Os beneficiários receberam uma mensagem de notificação. Os arquivos estão disponíveis até 18 de outubro de 2013 e será automaticamente excluído após esta data. Você será notificado para cada arquivo que está recuperado.

Esta mensagem foi gerada automaticamente.

## Mensagem de notificação que o destinatário receberá

Caro senhor ou senhora,

Arquivos foram fornecidos pelo Walter. Você pode baixar os arquivos até 18 de outubro de 2013. Depois de sua data de expiração os arquivos serão apagados automaticamente. A transferência de arquivos é protegida por criptografia.

A senha é necessária para baixar os arquivos. Se você não souber a senha já, por favor, solicitar a senha do remetente com os seguintes contatos:

E-Mail: walter.castro @ giz.de

Telefone: 6183310432

### I. Download Direto

Você pode baixar seus arquivos, clicando neste link:

<https://filetransfer.giz.de/download1.php?id=0zPLF4rJN9&lq=en>

### II. download Manual

- Abra o site <https://filetransfer.giz.de> no seu navegador
- Clique em " Retrieve "

- Digite o ID de transferência **0zPLF4rJN9** e a senha para acessar o arquivo (s) fornecido por você.

The screenshot shows the GIZ file transfer interface. At the top, the GIZ logo and name are displayed. Below the logo, there is a navigation bar with "English" and "Start | About" links. The main content area has a red header with "1 Transfer ID" and "2 Download" tabs. Below the header, there is a text box with instructions: "Please enter the transfer ID and the password to decrypt and download the files. To get the password, please contact the person that provided the files. Please refer to the notification e-mail for contact information." Below the text box, there are two input fields: "Transfer ID:" and "Password:". Below the input fields, there is a notice: "Notice: All fields are mandatory." At the bottom of the form, there are two buttons: "Back" and "Continue". At the very bottom of the page, there is a footer with the following text: "V.2.5.4 licensed to Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH (c) 2012 Defjoo Solutions AG cryptshare".

A senha será a que o remetente cadastrou.

Você poderá enviar por mensagem ou por telefone