

CONTRATAR PALESTRA



Desafio Técnico Inetvip

Página criada para o desafio técnico de comunicação e marketing
da Inetvip Telecom

Essa página foi criada como resposta ao desafio técnico da Inetvip Telecom

Como nós estamos falando de um provedor de internet, pensei em criar uma página em meu website para responder o desafio técnico com mais detalhes e mais profundidade. Caso prefira ter acesso por PDF, você consegue acessar através do botão abaixo:



[Acessar PDF](#)

Cada um dos quatro requisitos foram respondidos em ordem e são acompanhados de um **vídeo**, onde explico, em síntese, qual a minha resposta para cada ponto.

Qual a imagem que a inetvip projeta através da sua comunicação?

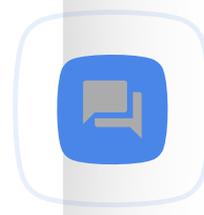
Essa é uma ótima pergunta e envolve um tema que gosto muito: a semiótica. A semiótica é o estudo do processo geral de representações que leva em conta os signos que compõem o objeto analisado. Em outras palavras, é um método útil para estudar a Inetvip e concluir, com certa objetividade, qual imagem a empresa projeta através da sua comunicação.

Utilizar a semiótica neste exercício é importante para não deixar a subjetividade da experiência individual sobrepor a resposta objetiva que precisamos.

A minha opinião pessoal não é relevante: é preciso uma argumentação objetiva para este exercício.

Vamos analisar agora, utilizando da semiótica, três peças (ou canais) de comunicação da Inetvip.

INETVIP Pergunta 01



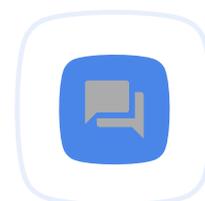
1: Instagram

Desde o início do ano de 2020 foram 31 postagens realizadas. 22% dessas (7 posts) são fotografias ou vídeos de eventos que a Inetvip realizou ou participou. Isso é importante, pois uma comunicação que valoriza **a proximidade física com o cliente** (lembre-se deste ponto para o desafio técnico). Além disso, é um valioso diferencial competitivo – as grandes empresas de telecom não conseguem estar próximas de seus clientes. Temos como **primeiro fator que compõe a imagem da inetvip a regionalidade e proximidade com o cliente.**

16% das postagens do ano de 2020 são informações sobre o processo de expansão tecnológica da Inetvip. Perceber isso é extremamente importante, pois mostra não só a dedicação da empresa frente à inovação: mostra também o desejo de ser reconhecida como inovadora. Não basta ter iniciativas que são focadas em tecnologia – **o cliente tem que perceber a Inetvip como inovadora.** A inovação neste caso faz parte da estratégia de marketing.

Temos, portanto, duas informações objetivas utilizando apenas dados concretos provenientes do instagram. Vamos à próxima peça:

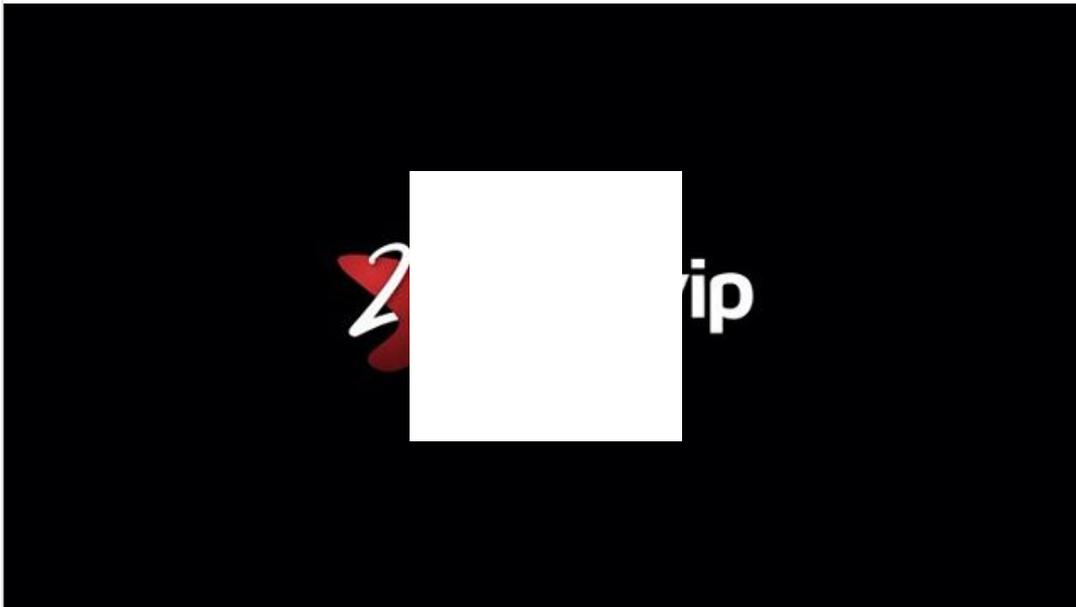
2: Campanha Audiovisual de 21 anos





inetvitelecom
Inetvip

Ver perfil



[Visualizar mais no Instagram](#)

44 curtidas

Adicione um comentário...

Em setembro de 2019 foi publicado um comercial audiovisual no Instagram para comemorar os 21 anos da Inetvip. O comercial é cheio de signos importantes para entender melhor o que a empresa projeta em sua comunicação.

A primeira cena do vídeo é uma pessoa falando ao telefone com o suporte técnico da empresa. Acompanhado dessa cena temos a seguinte frase: “Você se conecta quando ouve uma voz do outro lado do telefone. Quando abraça, beija, sorri.” Após o processo de instalação de uma rede de internet, o principal contato que o cliente tem com a empresa é através do suporte técnico. **De cara o comercial apresenta sua real intenção: humanizar a Inetvip.**

Acompanhar a cena do suporte técnico com as palavras “abraça, beija, sorri” reforça que, quando o suporte técnico é focado em uma maior humanização ele resolve problemas: os clientes podem, portanto, sorrir.



A humanização é evidente no trecho seguinte: "você se conecta quando descobre mundos, assuntos... Quando aprende e quando ensina". A Inetvip basicamente está comunicando que, através dela, você conseguirá explorar novos ambientes e descobrir novas coisas. O desejo de explorar é inerentemente humano e será possibilitado pela conexão da Inetvip.

Vemos pela terceira vez – de maneira ainda mais explícita: "você se conecta quando se aproxima de quem está distante! Ou se aproxima dos seus sonhos". Analisando dentro da semiótica a Inetvip está fazendo uma correlação de signos – **se conectando com a Inetvip você irá conseguir realizar seus sonhos.**

A correlação de signos é utilizada em comerciais de grandes empresas o tempo todo. Assim como a Coca Cola faz com o "abra felicidade" – A Inetvip faz com o "conectando emoções". Essa é a raiz do desejo de humanização da marca.

O comercial também comunica e reforça o aspecto da conexão física e regionalidade (explorada anteriormente no ponto do Instagram).

3: Site da Inetvip

Um dos métodos eficazes de análise de conteúdo é a criação de uma nuvem de palavras utilizando o site da Inetvip. Com um simples programa da web, podemos pegar todo o conteúdo do site atual da Inetvip e analisar visualmente quais são as palavras que aparecem com mais frequência.

No caso da Inetvip temos as palavras "**atendimento**" e "**velocidade**" aparecendo mais que as outras. Em um segundo plano, mas ainda com uma boa frequência, temos "**desconto**", "**indicado**" e "**indicação**" – mostrando o desejo na execução de um marketing de indicação forte.



Manterei essa resposta mais enxuta. O nome Inetvip é bem sugestivo: a combinação de **“internet” e “vip” mostra o traço de exclusividade da marca (VIP)**. Além da exclusividade, eu visualizo a inovação e a velocidade como pilares fundamentais na empresa. **Portanto, para mim, a Inetvip é inovação, velocidade e exclusividade.** Claro que temos outros termos (como suporte e atendimento de qualidade, conexão) que orbitam a marca mas estes três são os principais quando penso em Inetvip.

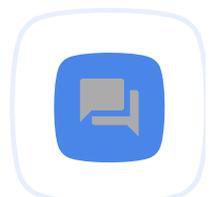
Estes pontos são inclusive presentes na própria logomarca da empresa:



Botão Play ou seta para frente - indica movimento e velocidade.

Assim como o Iphone ou o Ipad, o prefixo “i” está relacionado à inteligência e inovação.

VIP - exclusividade.



Construa uma crítica sobre a comunicação que a empresa adota hoje

Gosto de manter minhas análises técnicas e objetivas. Novamente minha opinião não é relevante para construir uma crítica sobre a comunicação da empresa. As estatísticas e os números são muito mais adequados para este tipo de análise.

Em um cenário ideal, seria necessário analisar a comunicação offline e online, realizando pesquisas e testes, para ter uma visão geral da Inetvip. Como estamos em um cenário atípico (com o COVID-19) e temos pouco tempo para preparar este documento decidi restringir minha análise apenas ao ambiente online.

INETVIP perguntas 03



Website (SEO, SEM e Posicionamento no Google)

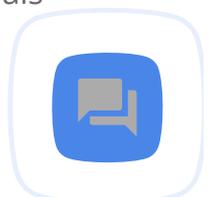
As ferramentas utilizadas para essa análise são o SEMRUSH, o SERANKING, o WEBSITE GRADER e o MOZ Link Explorer. Todas essas ferramentas podem analisar qualquer site – inclusive de concorrentes.

A Inetvip tem atualmente um bom posicionamento online – ela aparece nas primeiras posições em quase todas as palavras chaves analisadas. Ela possui também uma grande oportunidade de crescimento. Hoje não existem competidores trabalhando um SEO Local e poucos são aqueles que executam estratégias de compras de anúncios no Google (sendo a LED Internet a principal).

Organic Search Positions 1 - 100 (729) *i*

| <input type="checkbox"/> | Keyword | SERP Features | Pos. <i>↕</i> | Diff. <i>↕</i> | Traffic% <i>↕</i> |
|----------------------------|--------------------------|---------------|---------------|----------------|-------------------|
| > <input type="checkbox"/> | inetvip | | 1 → 1 | 0 | 68.21 |
| > <input type="checkbox"/> | inetvip lagoa santa | | 1 → 1 | 0 | 7.52 |
| > <input type="checkbox"/> | internet lagoa santa | | 1 → 1 | 0 | 3.58 |
| > <input type="checkbox"/> | internet em lagoa santa | | 1 → 1 | 0 | 2.32 |
| > <input type="checkbox"/> | inetvip 2 via de conta | | 1 → 1 | 0 | 2.11 |
| > <input type="checkbox"/> | internet vip lagoa santa | | 1 → 1 | 0 | 2.11 |
| > <input type="checkbox"/> | internet em vespasiano | | 1 → 1 | 0 | 1.91 |
| > <input type="checkbox"/> | inetvip telecom | | 1 → 1 | 0 | 1.64 |
| > <input type="checkbox"/> | inetvip planos | | 1 → 1 | 0 | 1.64 |
| > <input type="checkbox"/> | internet vespasiano | | 1 → 1 | 0 | 1.23 |

Na tabela acima conseguimos visualizar as oportunidades de crescimento da Inetvip em termos de palavras chaves. A grande maioria do tráfego do site é proveniente de palavras chaves qualificadas – isto é, pessoas que estão ativamente buscando a Inetvip. Apenas 4 das 10 principais palavras chaves são regionais (“internet em Lagoa Santa”, “internet vespasiano”). Com uma boa estratégia de sitemap e de On Page SEO é possível melhorar ainda mais essa presença.



Quando analisamos posicionamento no ambiente de anúncios do Google, a Led Internet é a única que realiza um estratégia de compra de anúncios. Além disso, o snippet do Google Maps não é bem trabalhado pela Inetvip – Ela aparece em 3 ou 4 posição por conta do Google Meu Negócio que está desatualizado.

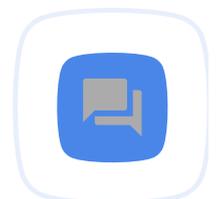
Existem alguns aspectos técnicos que podem ser melhorados (foi utilizado o Website Grader para essa análise). O site da Inetvip não foi construído em WordPress e não possui um redirecionamento automático para o Https. Ambas as mudanças são indicadas: O SSL é fator de posicionamento importante no Google e o WordPress possibilita a utilização de diversos plugins para a execução de SEO na página.

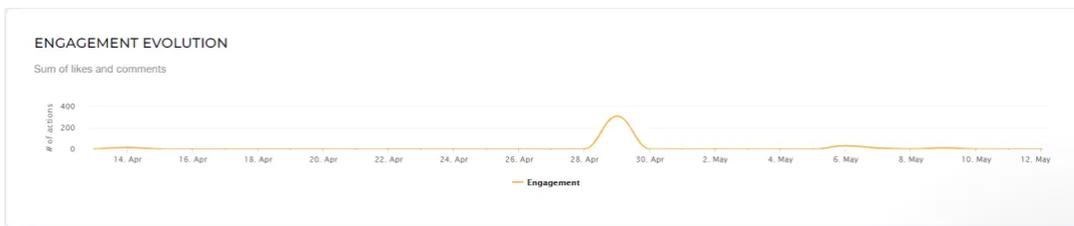
Posicionamento no Instagram

Hoje o Instagram é a rede social mais amplamente utilizada pela demografia de 20 – 35 anos. Além disso, existem diversas oportunidades de crescimento e engajamento no Instagram para a Inetvip. Como vimos na pergunta de número 1, a Inetvip tem interesse em trabalhar o marketing de indicação e uma estratégia no Insta pode aumentar a base de clientes da Inetvip.



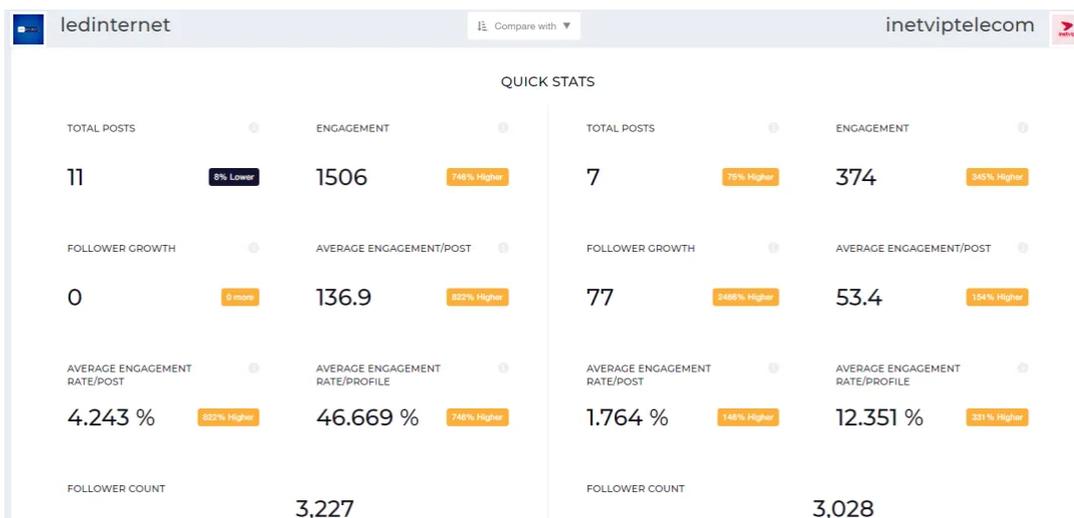
Este relatório gerado pelo Social Insider mostra alguns dos importantes números do Instagram da Inetvip nos últimos 30 dias. O engajamento médio por post é bom (53.4 por postagem) porem o número de postagem nos últimos 30 dias é baixo (7 posts). Vamos analisar com maior profundidades estes números.





O gráfico anterior é a soma dos engajamento em cada dia (considerando apenas os últimos 30 dias). Vemos no dia 29 de abril um grande pico no número de curtidas e comentários. Este foi o dia do sorteio dos dias das mães. É possível perceber também que o engajamento fora da data do sorteio é bem baixo. Neste caso, o engajamento médio que vimos anteriormente é um indicador impreciso que foi elevado pelo sorteio do dia das mães.

As duas concorrentes locais da Inetvip que fazem um trabalho consistente no Instagram são a Telecom Dados e a LED Internet. Infelizmente a Telecom Dados não está configurada como um perfil comercial e portanto não podemos analisar os seus dados. Vamos analisar comparativamente a presença da LED Internet e da Inetvip no Instagram.



Nós não temos os dados do crescimento de seguidores da LED Internet pois a ferramenta não estava acompanhando o seu crescimento. É possível perceber que a Led Internet tem números superiores que a Inetvip em todos



os pontos de análise. Eles também realizaram um sorteio para o dia das mães e conseguiram números expressivos.

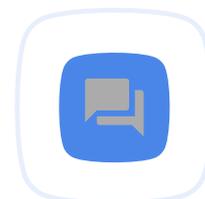


Existe uma grande oportunidade de crescimento e de trabalhar o marketing de indicação dentro das redes sociais da Inetvip – principalmente no Instagram.

Conclusão

Quando levamos em consideração o site e o Instagram da inetvip podemos construir uma crítica sólida a respeito da comunicação da Inetvip. Embora em um ótimo posicionamento digital, a Inetvip tem ainda muito a crescer. **A Led Internet e a Telecom Dados são suas principais concorrentes no ambiente digital e são as duas únicas que trabalham estrategicamente neste ambiente.**

A oportunidade de construir uma comunicação sólida e estruturada no universo online é uma das maiores oportunidades da Inetvip durante a crise do COVID-19.



Como você trabalharia o posicionamento da empresa, perante seus clientes internos e externos, diante da realidade que o mundo está vivendo com a pandemia do COVID-19?

Vamos agora ao complexo desafio técnico. As perguntas anteriores são um ótimo ponto de início, uma vez que agora podemos entender com maior assertividade qual o estado atual da comunicação da Inetvip.

Durante o processo de Brainstorming para executar o desafio, algumas ideias criativas passaram pelo minha mente. Certamente o estado atual do Covid-19 apresenta uma oportunidade para o setor de comunicação de qualquer empresa. A grande dificuldade é entender qual a oportunidade para o setor de comunicação da Inetvip.

INETVIP Pergunta 04



Algumas das ideias que tive no processo de Brainstorming (nenhuma foi escolhida para compor o plano principal):

- **Cinema Drive Thru:** Com a quarentena vemos em diversos países um crescimento do entretenimento “drive thru” – e o cinema parece ser o mais forte na Europa. Uma ideia de campanha de divulgação para a Inetvip poderia ser a organização de sessões de cinema Drive Thru. O investimento dessa campanha poderiam ser diluídos entre outras empresas da região como verba de marketing.
- **Lives ou Shows Drive Thru:** A mesma oportunidade que temos para o cinema nós temos para a música. No caso específico da música o show pode ser transmitido ao vivo.
- **Eventos culturais seguindo o modelo Drive Thru nos condomínios que a Inetvip atende:** Os condomínios tem interesse em receber eventos culturais para os seus moradores – considerando que não terá aglomeração de pessoas. O modelo Drive Thru explorado nos pontos anteriores pode ser explorado dentro dos condomínios.
- **Carros de som.**
- **Mala Direta.**
- **Anúncio em jornais e revistas da região.**
- **Lives de entrevistas**
- **Lives de palestras**
- **Entre outras.**

Após listar várias idéias, resolvi voltar ao documento principal e reler para certificar que todos os critérios estavam sendo cumpridos. Um dos grandes desafios deste projeto está no fato de que o objetivo principal da empresa com a campanha não foi definido. Nós temos, no entanto, metas e um KPI



bem definido: aumentar as ligações da Inetvip dos locais que a empresa busca aumentar seu número de clientes.

Alinhando o KPI listado acima com todos os pontos explorados na análise da comunicação da Inetvip é possível perceber com maior clareza qual a oportunidade para a empresa durante este período da quarentena.

Plano “Reestruturando a casa”

A idéia por trás do plano “Reestruturando a casa” é uma formalização de processos para garantir a melhor estrutura de comunicação e marketing para a empresa. Em cada um dos 3 pontos anteriores exploramos com detalhes quais são os pontos fortes e quais os pontos fracos do marketing atual.

Na primeira semana iremos analisar os números do marketing e comunicação da inetvip para o último ano. Qual foi o custo de aquisição de clientes? Qual(is) a(s) campanha(s) tiveram o melhor ROI? Qual(is) a(s) campanha(s) que não tiveram um bom ROI? Quais foram as boas práticas do último ano e quais foram os erros cometidos?

Após este período de análise iremos reestruturar o site levando em consideração as informações obtidas. O novo site da Inetvip seria construído para garantir o melhor ranqueamento e posicionamento no Google. A partir do novo site, iremos criar campanhas de marketing pago no Facebook, Instagram, Google, Linked In e Youtube. Todas voltadas para obter um maior número de conversões (no caso, ligações) dos bairros selecionados.

Passaremos assim pelo estágio três – Teste A/B. As melhores mídias, os melhores criativos e as melhores páginas serão selecionadas através de sucessivos testes.

O último passo deste período é a automatização do marketing digital – onde iremos estruturar as campanhas de conversão para funcionar de maneira automática e vitalícia.



Toda essa estruturação irá acontecer no período de 30-45 dias. A grande vantagem dessa estruturação é que ela pode ser feita internamente, utilizando a própria estrutura de funcionários da empresa. Consigo executar todas as tarefas descritas acima. Os custos envolvidos são apenas aqueles de compra de anúncios.

Temos portanto a seguinte estrutura de custos para a campanha:

- R\$ 1500,00 para a realização de testes A/B.
- R\$ 600 para contratação de um copywriter para a reestruturação do website.
- R\$ 150,00 mensais para a aquisição de plataforma de mensuração de anúncios.
- Após a estruturação final, R\$ 1000 - R\$3000 reais mensais para compra de anúncios online. Este valor pode variar mensalmente dentro da faixa acima.

Conclusão

Este projeto pode não ser glamouroso como outras ideias criativas, mas frequentemente a verdadeira criatividade está na simplicidade das coisas.

PODCAST GABRIEL GONÇALVES LIVE

Acompanhe nas plataformas de podcast





Podcast GGLIVE

O Podcast Gabriel Gonçalves Live é um ambiente de livre expressão onde eu converso com convidados que são referência em sua área de atuação. Artistas, músicos, empreendedores, atletas, investidores, palestrantes, escritores...

O objetivo do podcast é ter uma conversa real e significativa, sem script e sem edição.

[Conheça mais](#)

