**Análise Estratégia Comercial Digital**

***Check-list***

**PARTE 1**

Preenchimento por observação, prévio ao contacto com a empresa.

É favor juntar, dentro do possível, elementos que comprovem a avaliação através de exemplos (print screen ou outros).

**IDENTIFICAÇÃO DA EMPRESA**

Empresa: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Telefone:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ email:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Responsável pelo marketing/comunicação (nome):\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Contacto: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**1. Canais de comunicação digital utilizados pela empresa**

[ ]  Site [ ] facebook [ ]  Instagram

[ ]  Outros. Quais?\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**2. Caracterização dos diferentes canais**

|  |
| --- |
| SITE |
| 1. Tipo
 |
| [ ]  informativo [ ]  ecommerce [ ]  vitrine [ ]  Outro. Qual? |
| 1. Conteúdos (actualização, tipo e qualidade)
 |
| [ ]  Adequados [ ]  Desadequados |
| 1. Orientação e relacionamento com o cliente (contactos visíveis, benefícios, diferenciação)
 |
| [ ]  Adequado [ ]  Desadequado |
| 1. Navegabilidade (velocidade de carregamento, intuitivo, tamanho de página)
 |
| [ ]  Adequada [ ]  Desadequada |
| 1. Responsivo
 |
| [ ]  Sim [ ]  Não |
| 1. Linguagem textual utilizada
 |
| [ ]  Adequada [ ]  Desadequada |
| 1. Linguagem visual utilizada
 |
| [ ]  Adequada [ ]  Desadequada |
| 1. Qualidade fotografias
 |
| [ ]  Muito Boas [ ]  Razoáveis [ ]  Más [ ]  Inexistentes |
| 1. Quantidade fotografias
 |
| [ ]  Demasia [ ]  Ideal [ ]  Insuficientes [ ]  Inexistentes |
| 1. Qualidade Vídeos
 |
| [ ]  Muito Boa [ ]  Razoável [ ]  Má [ ]  Inexistente |
| 1. Quantidade Vídeos
 |
| [ ]  Demasia [ ]  Ideal [ ]  Insuficientes [ ]  Inexistentes |

|  |
| --- |
| FACEBOOK |
| 1. Tipo Página
 |
| [ ]  informativa [ ]  comercial [ ]  vitrine [ ]  Outra. Qual? |
| 1. Dados e Contactos (sobre)
 |
| [ ]  Adequados [ ]  Desadequados |
| 1. Frequência publicações
 |
| [ ]  Adequados [ ]  Desadequados |
| 1. Conteúdos (coerência de temas)
 |
| [ ]  Adequados [ ]  Desadequados |
| 1. Relacionamento com o cliente (interação pelas publicações, respostas a mensagens ou comentários)
 |
| [ ]  Adequados [ ]  Desadequados |
| 1. Linguagem textual utilizada
 |
| [ ]  Adequados [ ]  Desadequados |
| 1. Linguagem visual utilizada
 |
| [ ]  Adequados [ ]  Desadequados |
| 1. Qualidade fotografias
 |
| [ ]  Muito Boas [ ]  Razoáveis [ ]  Más [ ]  Inexistentes |
| 1. Qualidade Vídeos
 |
| [ ]  Muito Bons [ ]  Razoáveis [ ]  Maus [ ]  Inexistentes |

|  |
| --- |
| INSTAGRAM |
| 1. Tipo Página
 |
| [ ]  informativa [ ]  comercial [ ]  vitrine [ ]  Outra. Qual? |
| 1. Dados e Contactos
 |
| [ ]  Adequados [ ]  Desadequados |
| 1. Frequência publicações
 |
| [ ]  Adequada [ ]  Desadequada |
| 1. Conteúdos (coerência de temas)
 |
| [ ]  Adequada [ ]  Desadequada |
| 1. Relacionamento com o cliente (interação pelas publicações, respostas a mensagens ou comentários)
 |
| [ ]  Adequada [ ]  Desadequada |
| 1. Linguagem textual utilizada
 |
| [ ]  Adequada [ ]  Desadequada |
| 1. Linguagem visual utilizada
 |
| [ ]  Adequada [ ]  Desadequada |
| 1. Qualidade fotografias
 |
| [ ]  Muito Boas [ ]  Razoáveis [ ]  Más [ ]  Inexistentes |
| 1. Qualidade Vídeos
 |
| [ ]  Muito Bons [ ]  Razoáveis [ ]  Maus [ ]  Inexistentes |

**PARTE 2**

Preenchimento após contacto com a empresa.

É favor juntar, dentro do possível, elementos que comprovem através de exemplos.

**Ações ou estratégias de marketing ou promoção digital**

|  |  |
| --- | --- |
| Já utilizadas | A utilizar |
|  |  |

**Público-Alvo**

|  |  |
| --- | --- |
| Atual | Pretendido |
|  |  |

**Base de dados de Clientes e relacionamento com a mesma**

|  |  |
| --- | --- |
| Atual | Pretendido |
|  |  |

**Medição de Resultados**

|  |  |
| --- | --- |
| Atual | Pretendido |
|  |  |

**Objetivos dos serviços a obter com o Programa**

**Principais desafios da empresa ao nível da comunicação/marketing**

**Potencial de investimento em ações promocionais e marketing**

[ ]  Enorme [ ]  Bom [ ]  Razoável [ ]  Pequeno [ ]  Inexistente

**ELABORADO POR:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**PARTE 3**

Preenchimento no final do Programa, com balanço do serviço efetuado e Plano de Ação sugerido para a área de atuação da empresa prestadora de serviços.

É favor juntar, dentro do possível, elementos que comprovem através de exemplos.

**Ações Implementadas**

**Ações a implementar**

**Recomendações**

**ELABORADO POR:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**