



## PROCESSO SELETIVO EXTERNO – 04/2019

### 2ª Etapa – Prova de Conhecimento

#### GABARITO

#### ANALISTA TÉCNICO – MARKETING

#### CHAVE DE RESPOSTA DAS QUESTÕES

- 1) Os sites de busca como o Google, Yahoo e Bing podem ser utilizados de forma estratégica para alcançar objetivos específicos e potencializar resultados. Nas próximas semanas, o Senac irá lançar o Programa Senac Comércio. Com o slogan “a experiência vende”, o programa está organizado dividido nos eixos de marketing e vendas, logística, finanças e comércio exterior. Ao todo, foram criados 110 novos cursos, constituídos em trilhas. Como estratégia para nos mantermos bem posicionados nos mecanismos de buscas o Inbound Marketing é uma ferramenta muito utilizada por nossa equipe. O que você entende sobre Inbound Marketing e qual seria o seu plano de ação dentro desta estratégia para divulgar nosso novo programa de cursos?

Inbound Marketing é o conjunto de estratégias de marketing que visam atrair e converter clientes usando conteúdo relevante. Diferente do marketing tradicional, no Inbound Marketing a empresa não vai diretamente atrás de clientes, mas explora canais como mecanismos de busca, blogs e redes sociais para ser encontrada.

Para ser eficiente, o Plano de Ação apresentado precisará envolver estes três pilares: Técnicas de SEO, Marketing de Conteúdo e Estratégia em Redes Sociais com foco em conteúdo.

Apresentar uma sequência de funil, compreendendo a captação, nutrição e conversão do cliente é um requisito essencial para um planejamento eficiente.

- 2) O que é a jornada do cliente e qual é sua importância para o planejamento de Marketing Digital?



A jornada de compra do cliente (que está relacionada também com a jornada de vendas) é o caminho que um cliente percorre desde a primeira interação com a empresa até a compra do produto.

Compreender a jornada do consumidor é importante para entender os caminhos que podem ser trilhados pelo consumidor durante a compra de um curso, por exemplo, e produzir conteúdos específicos para cada momento pensando em entregar exatamente o que o consumidor precisa em cada momento.

**3) No contexto do Marketing Digital, o que significam as siglas: CPC, CPA e CPM?**

CPM - Custo por mil impressões

CPC - Custo por clique

CPA - Custo por aquisição

**4) Em canais de vídeo, que servem para difundir conteúdos produzidos por empresas de Comunicação, por exemplo, há um conceito conhecido por Taxa de Retenção. O que ele significa?**

Essa taxa mede quanto tempo as pessoas, de fato, assistiram ao vídeo. Com isso, você pode analisar exatamente qual a porcentagem de pessoas que chegaram até o final do vídeo, qual ponto do vídeo está perdendo mais audiência, quanto tempo, em média, as pessoas assistem ao conteúdo.

**5) Cite duas características principais da comunicação do ambiente digital que devem ser levadas em conta na gestão de crises.**

Há diversas características presentes nesta relação, dentre elas, podemos citar:

**Agilidade** - Rapidez e transparência para compartilhar uma informação, principalmente, se for a solicitação de um usuário.

**Cuidado com a Linguagem** - É importante atenção ao tom e à linguagem da mensagem, sempre dentro da filosofia da empresa

**Monitoração** - Monitorar a internet e todas as informações que circulam sobre a empresa é uma maneira inteligente de antecipar crises.



**Interpretação** - No caso de crise, é preciso entender o problema para resolver a situação o mais rápido possível.

Natal/RN, 26 de julho de 2019.

**SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM COMERCIAL – SENAC-AR/RN**  
**Gerência de Desenvolvimento de Pessoas**