

PROCESSO SELETIVO EXTERNO – 05/2021

2ª Etapa – Prova de Conhecimento

GABARITO

COZINHEIRO – HOTEL BARREIRA ROXA													
1	2					3	4	5	6	7	8	9	10
B	C	C	C	C	C	C	C	C	B	E	A	D	D

AUXILIAR DE COZINHA – HOTEL BARREIRA									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
VVVV FV	A	Todas as Alternativas	C	B	D	A	D	A	D

BARTENDER – HOTEL BARREIRA									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ABD	C	C	C	D	D	B	C	D	A
11	12	13	14	15					
D	B	E	A	B					

COPEIRO – HOTEL BARREIRA									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
A	C	E	C	C	C	B	C	D	D

ANALISTA DE ÁREA - FINANÇAS									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
B	B	D	C	A	C	D	C	C	B

ANALISTA TÉCNICO – MARKETING

Questão 01:

A metodologia Inbound é uma forma não-invasiva de construir relações significativas e duradouras com seus clientes, ao acompanhá-lo em uma jornada de crescimento, aprendizado e reconhecimento de suas dores e como a instituição pode ajudar a saná-las.

Semestralmente, o Senac RN abre as matrículas para suas turmas de idiomas, onde oferece turmas de diversas modalidades (intensiva, semi-intensiva) para os idiomas inglês, espanhol, francês, alemão e italiano.

Levando em conta as fases do funil de vendas no Inbound Marketing, descreva qual estratégia você construiria a longo prazo para divulgação os cursos de idiomas Senac RN.

O (a) candidato (a) deverá propor uma estratégia de divulgação, levando em conta as 4 fases do funil de vendas. Para uma boa avaliação, deverá ser considerado:

1ª fase atração de visitantes: atrair o público certo, através da construção de conteúdos de topo de funil, materiais mais superficiais que ajudam a persona a entender melhor sobre a sua empresa, em formato de blog posts, redes sociais, otimização do site e campanhas on-line.

2ª fase conversão de leads: Fase onde se aprofunda os temas trabalhados anteriormente com a persona. Não só no conteúdo oferecido, como também o próprio formato do material. Nos blog posts os conteúdos devem ser mais relevantes para a persona definida para idiomas, preferencialmente trazendo uma informação exclusiva. Assim, aumenta-se a chance da persona deixar seu lead/contato e ter interesse em continuar sendo nutrida e seguir o fluxo do funil. Nesta fase podemos utilizar os seguintes formatos: webinars exclusivos, e-books, infográficos e artigos.

3ª fase oportunidade/venda: Esta é a fase na qual as estratégias devem focar em demonstrar o diferencial Senac em relação aos outros cursos de idiomas e porque a persona deve escolher a nossa instituição.

4ª fase encantar os clientes: Última fase, mas não menos importante, aqui as estratégias devem focar em manter a persona satisfeita oferecendo um suporte adequado dentro e fora da sala de aula e continuar a nutri-la através de comunicações constantes sobre melhorias, novos cursos que se encaixam com seu perfil, descontos e eventos especiais para alunos Senac.

Questão 02

O que são as abordagens SEM e SEO? Como elas se diferem? E quais são os 4 pilares fundamentais do SEO?

SEO - Uma abordagem que usa métodos orgânicos para aparecer nos resultados da pesquisa.

SEM - Uma abordagem que usa métodos pagos para aparecer nos resultados da pesquisa.

Com o SEO, os profissionais de marketing otimizam seus sites trabalhando por meio de SEO técnico, SEO on-page, criação de conteúdo e SEO off-page para criar o melhor resultado para uma consulta específica que merece um ranqueamento no topo do Google.

Os 4 pilares são:

SEO técnico - foca em melhorar a estrutura técnica de um site e procura otimizar a velocidade do site, compatibilidade com dispositivos móveis, rastreabilidade, uso de dados estruturados, segurança e indexação. Há muitos outros fatores ainda, mas esses são os mais comuns.

SEO On-page - são os fatores de otimização na página que ajudam os mecanismos de pesquisa a entender o conteúdo e o contexto, incluindo itens como título, H1 e otimização de meta tags, alt tags de imagens e etc.

Conteúdo - O conteúdo é um dos principais fatores de ranqueamento do Google e sem um ótimo conteúdo que corresponda à intenção do usuário será difícil ranquear na primeira página. Ter um blog é essencial para gerar informações sobre seu negócio e desenvolver uma estratégia sólida de conteúdo.

SEO off-page - Pode ser definido como construção de autoridade, incluindo link building, foca em melhorar a confiabilidade e a autoridade de um site aos olhos dos mecanismos de pesquisa e de seus usuários, conectando-o a outros sites relevantes e de alta autoridade.

Questão 03

O que é copywriting e quais são os gatilhos mentais mais eficazes ao trabalhar com copywriting? Descreva-os.

Copywriting é o processo de produção de textos persuasivos para ações de Marketing e Vendas, como o conteúdo de e-mails, sites e anúncios.

Segundo Robert Cialdini, o comportamento humano é governado por alguns princípios psicológicos fundamentais, que geralmente nos levam a agir de forma quase que automática: reciprocidade, aprovação social, afinidade, autoridade, escassez e compromisso.

Reciprocidade: esse princípio psicológico sugere que o ser humano tem a tendência natural a responder uma ação positiva com outra ação positiva. É o famoso “gentileza gera gentileza”.

Aprovação social: o gatilho da aprovação social conclui que somos influenciados pelos outros em nossas decisões e, quanto mais pessoas optam por algo, mais as outras são levadas a tomar a mesma atitude.

Afeição/Afinidade: é o princípio psicológico que afirma que as pessoas tendem a se conectar psicologicamente com quem se parece com elas, seja por medos, angústias, habilidades e características parecidas.

Autoridade: esse gatilho sugere que o ser humano tende a obedecer quem ele julga como superior, por uma questão de respeito.

Compromisso e coerência: defende que, ao comprometer-se publicamente com algo, a pessoa se sente pressionada psicologicamente a se comportar de modo coerente com a missão que foi assumida.

Escassez: é um gatilho mental que é rapidamente acionado quando estamos em posição de perder algo. Com isso, nosso cérebro reage de forma emocional (parte do cérebro límbico) e tenta evitar essa sensação.

Questão 04

No contexto de marketing digital, o que significam as siglas ROI, KPI e CPC?

ROI é a sigla de *Return on Investment* ou retorno sobre investimento. Trata-se de uma métrica do marketing digital que mede o resultado de uma ação de marketing.

KPI é a sigla para *Key Performance Indicator* ou indicador-chave de performance. Cada setor e cada empresa terá o seu conjunto de KPIs. Eles mensuram o desempenho das estratégias da empresa.

CPC é a sigla de marketing digital para indicar Custo por Clique

Questão 05

Diariamente, o Senac RN utiliza as suas redes sociais para a divulgação de cursos nas áreas de Beleza, Tecnologia, Gastronomia, Saúde, Educação, Comércio, Gestão e Artes. Levando em conta as informações abaixo, crie uma estratégia de divulgação do curso Microsoft Excel Intermediário nas seguintes redes sociais: Instagram e TikTok, de acordo com as caracterizas de cada um desses canais;

Microsoft Excel Intermediário

Período: 06/09 a 20/09

Aulas de segunda a sexta – 18h30 às 21h30

Valor: R\$ 308 à vista ou em 7x de R\$ 44 nos cartões de crédito

Objetivo:

Proporcionar aos participantes conhecimentos intermediários, necessários para a criação e elaboração de planilhas eletrônicas, com qualidade e foco em resultados, aumentando sua produtividade, utilizando-se do Microsoft Office Excel e seus complementos. O avanço da tecnologia de informação em todos os segmentos do mundo do trabalho e fora dele exige a formação de um profissional com competências básicas e constantemente atualizada em Informática para atuar no mercado. É necessário a esse

profissional o conhecimento na elaboração e manutenção de planilhas através do Microsoft Office Excel, suas principais fórmulas, funções.



O (a) candidato (a) poderá propor uma sequência de textos, que podem ser para a construção de peças estáticas ou para construção de vídeo, com o objetivo de divulgação o curso de Microsoft Excel Intermediário; além de um texto para acompanhar a postagem em cada um dos canais citados. Para uma boa avaliação, deverá ser considerado:

- Criatividade, os formatos sugeridos devem despertar a atenção nas redes sociais;
- A chamada deve igualmente atrativa ao formato escolhido;
- Priorizar uma linguagem direta;
- Utilizar hashtags relevantes;
- Informar ao público onde ele pode se matricular ou conseguir mais informações;
- Observar regras da norma culta do português.

Natal/RN, 08 de julho de 2021

SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM COMERCIAL – SENAC-AR/RN

Gerência de Desenvolvimento de Pessoas