

São Paulo, 20 de abril de 2022.

CONCORRÊNCIA Nº 13429/2022
ABERTURA: DIA 26 DE ABRIL DE 2022 – ÀS 10H00
OBJETO: “PRESTAÇÃO DE SERVIÇO DE PUBLICIDADE E MARKETING DIGITAL PARA O SENAC SÃO PAULO E PARA A REDE SENAC EAD”.

CARTA DE ESCLARECIMENTOS VI

Encaminhamos abaixo os questionamentos e as respostas a todos os participantes:

1) Na página 55, devemos considerar R\$1.000.000,00 dentro do plano de mídias ou a verba será de outro local? Como podemos encaixar esse valor?

Resposta: Sim. Devem considerar para o plano de mídia.

Podemos, dentro da estratégia do exercício (Processo C), citar outros canais e formatos de comunicação como sugestão?

Resposta: Podem citar e se tiverem custos, precisam ser considerados dentro da verba.

Para o case seria somente online ou off também?

Resposta: Caso você se refira ao exercício C, ele deverá contemplar prioritariamente mídia digital, considerando a diversidade de meios e conexão com as tendências.

2)

Número da Questão	Item	Esclarecimento solicitado
1	Anexo VIII Proposta Comercial Item 1 feed mensal	Está incluso o feed mensal da agência dentro do valor de 26 milhões por ano e se não estiver, qual é a verba destinada para a agência?

Resposta: Não. Caberá a licitante efetuar a sua Proposta Comercial para remuneração mensal, de acordo com o escopo do serviço que consta no Edital. O valor estimado que consta no Edital, é uma estimativa interna para compra de mídia (veiculação), produção (terceiros), honorários de agência sobre compra de mídia (veiculação) e produção (terceiros), reembolso de deslocamento e equipe extra sob demanda se necessário.

3) Referente ao Processo C, entendemos que as compras relacionadas a Facebook e Google não estão inclusas no orçamento de R\$ 1 milhão, mas estas plataformas devem ser inclusas no planejamento apresentado apesar do pagamento ser feito diretamente pelo Senac. A dúvida é: existe um limite para alocação em Google e Facebook? Por exemplo: podemos ter R\$ 1 milhão adicionais planejados para Google e Facebook (ou seja, a campanha teria um total de R\$ 2MM)?

Resposta: O Senac será responsável por contratar e pagar de forma direta os serviços de Google Ads e Facebook Ads, ou seja, os serviços descritos devem ser desconsiderados da estimativa de orçamento.

4) O exercício do Processo C menciona que não devemos incluir Facebook e Google. Entretanto, os 26 milhões de estimativa anual de investimento incluem todos os tipos de mídia (inclusive Google e Facebook)?

Resposta: Resposta: Não incluem.

5) É possível compartilhar os 5 cursos mais concorridos e relevantes para o Processo C? Existe alguma prioridade para comunicação por local do briefing?

Resposta: Os cursos que contaram com mais inscritos no último processo seletivo foram:

- *Bacharelado em Design de Moda*
- *Bacharelado em Engenharia da Computação*
- *Tecnologia em Gastronomia*
- *Tecnologia em Marketing*
- *Bacharelado em Audiovisual*
- *Bacharelado em Design*

Não há priorização para um determinado local. Vale ressaltar que 80% da oferta está concentrada no Campus Santo Amaro.

6) Toda a campanha de performance deve ter como destino uma única landing page? Existe um índice de aprovação de inscritos versus o número de cadastros? É possível monitorar o processo de mídia do clique até a efetivação da matrícula? A agência tem acesso a esses dados?

Resposta: O monitoramento desse funil é feito por meio dos nossos sistemas internos e do Google Analytics. A agência licitada terá acesso aos dados do nosso Google Analytics de acordo com a necessidade estratégia de planejamento e monitoramento das campanhas.

COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO