

	PROCEDIMENTO	
	CALENDÁRIO SAZONAL	Identificação: PRO-ECOM-003
		Versão: 01

1. OBJETIVO

Orientar a equipe para a confecção do calendário sazonal de produtos. O manual também tem como finalidade a descrição das atividades macro possibilitando rastreabilidade, gestão e treinamento da equipe.

2. RESPONSABILIDADES

MATRIZ DE RESPONSABILIDADES

E-Commerce

R	Responsável (aquele que executa)
A	Aprovador (apenas aprova a execução da atividade)
C	Consultado (Especialista ou outros Colaboradores)
I	Informado(Deverá ser Informado após a decisão ou ação)



Entregável / Nome da Tarefa		Cargo e Nome dos integrantes do processo					
Observação		E-Commerce	InfraCommerce (TERCEIRO)	DIRETORIA	RESPONSÁVEIS MARCAS BELLIZ	FINANCEIRO	MARKETING
CALENDÁRIO SAZONAL							
1.1	Mapear sazonalidades	R					
1.2	Validação de calendário	R		A			
1.3	Alinhamento com Responsável pela marca	R		I	R		
1.4	Estratégia Promocional do mês	R	I	I	I		
1.5	Disponibilizar Materiais para propaganda	I					R
1.6	Desenvolvimento do plano de Mídia	R	R	I	I		I
1.7	Aprovação do Plano de Mídia	R	I	C	C		
1.8	Pagar boletos do FaceBook, Google	R				A	

3. DESCRIÇÃO

3.1 Mapeamento de Sazonalidade

Mensalmente, realiza-se o mapeamento da sazonalidade de todos os produtos de todas as marcas do portfólio Belliz.

Constrói-se uma em arquivo proposta anual ou semestral em arquivo PPT reservada no G:\E-Commerce\1. Calendário Digital, e solicita crivo da diretoria Belliz e após a autorização a área de E-commerce deverá entrar em contato com as áreas que terão seus produtos como foco de desenvolvimento e realizar o alinhamento final com uma reunião entre E-Commerce e os responsáveis da linha Ricca e Vertix.

Depois de aprovado pelas áreas, E-Commerce desenvolve a estratégia da campanha, com temas, dinâmicas promocionais e lista de produtos que selecionados para o tema/campanha. Esse documento integra o briefing que deverá ser enviado para a agência InfraCommerce.

Observação: o Briefing é um material extenso que reúne todas as informações das campanhas do mês seguinte (toda com temas, lista de peças e canais, conteúdo por canal, dinâmicas promocionais + lista de produtos que selecionei para o tema/campanha)

Para realizar o a definição visual do produto no site, E-commerce necessita de materiais de marketing por isso, solicita ao setor de Marketing materiais disponíveis para os produtos em questão e se não houver nenhum material disponível, se faz necessário o envio de um briefing do produto. Portanto E-commerce faz uma espécie de benchmarking em redes sociais e outras plataformas para possibilitar entendimento da dinâmica utilizada pelas marcas no passado.

	PROCEDIMENTO	
	CALENDÁRIO SAZONAL	Identificação: PRO-ECOM-003
		Versão: 01

Realiza-se os prints de imagens, boas práticas e ou exemplos que E-commerce julga interessante para composição do material e envia para os responsáveis das áreas solicitando as imagens em alta definição num arquivo aberto para edição.

Se não houver nenhuma das alternativas acima, se faz necessário desenvolver o material do início. Para isso a InfraCommerce (empresa terceirizada) é acionada e o desenvolvimento é feito contando com essa parceria.

3.2 Desenvolvimento do material promocional

E-commerce, após ter entendido as dinâmicas dos produtos e feito o benchmarking, já tem subsídios suficientes e então solicita à InfraCommerce (empresa terceirizada) uma reunião de briefing como time de criação, incluindo nessa visão:

- Estratégia Promocional;
- Grade de peças que devem ser criadas por marca;
- Materiais de apoio de apoio por marca;
- Sugestão de conteúdo por peça (textos, frase chave, referências de outras marcas etc.);
- Programação (datas de disparo, veiculação, subida no site etc.).

InfraCommerce (empresa terceirizada) leva cerca de 9 dias úteis para desenvolvimento do material e para E-Commerce que por sua vez avalia e aprova. No caso de reprova, e solicitado à InfraCommerce (empresa terceirizada) a correção do material.

Paralelamente; mensalmente E-Commerce solicita os boletos e pagamento para realização da quitação do débito com o FaceBook e Google e solicita o adiantamento do pagamento pelo processo interno Belliz

4. REFERÊNCIAS

- MACRO ATIVIDADES:



	PROCEDIMENTO	
	CALENDÁRIO SAZONAL	Identificação: PRO-ECOM-003
		Versão: 01

5. FORMULÁRIOS E MODELOS

N/A

6. RISCOS AO NEGÓCIO

A falta de aproveitamento de materiais que deveriam vir mais encaminhados do MKT gera atraso no processo, faz com que eu gaste o dobro do tempo na atividade, tem risco de estourar o pacote de criação que contratamos da ifc (principalmente por gastamos muitas horas criando KVs).

7. MITIGAÇÃO DE RISCOS

N /A

8. CONTROLES INTERNOS / KPIs

N/A

9. CONTROLE DE REGISTROS

Identificação	Responsável	Tipo de Arquivo	Local	Indexação	Proteção	Retenção	Disposição
CALENDÁRIO	E-Commerce	DIGITAL	G:\E-Commerce\1. Calendário Digital	-	BackUP	-	-
MATERIAIS E GUIDE PARA CRIAÇÃO	E-Commerce	DIGITAL	https://drive.google.com/drive/u/1/folders/1SAMTfe5ykTh1-VvpwxBOQ-KAihnGApYm	-	BackUP	-	-

10. CONTROLE DE REVISÕES

Controle de Revisões				
Revisão	Data	Principais Alterações	Elaborado por	Aprovado por
01	15/12/2021	PRIMEIRA PUBLICAÇÃO	Adalberto / Jessica (Gestão)	Joyce Leite E-commerce