



## DIVULGAÇÃO

Prezados(as),

Agradecemos o interesse no Processo nº **005049 – Contratação de Agência de Marketing** do WWF-Brasil. Consolidamos abaixo os esclarecimentos referentes às dúvidas enviadas pelas empresas participantes.

### Localização e forma de trabalho

- O trabalho poderá ser realizado integralmente de forma remota.
- Não há necessidade de correspondentes em outras regiões.

### Campanhas, captação e materiais

- As campanhas serão mensais e de abrangência nacional.
- Não será necessária captação de imagens em campo; utilizamos banco de imagens do WWF-Brasil.
- Criativos e copies serão desenvolvidos pela agência, não pelo WWF-Brasil.
- Não será possível solicitar produção de novas peças ou vídeos ao WWF-Brasil para campanhas — a agência é responsável pela criação.

### Objetivos, metas e indicadores

- Há metas mensais e anuais para aquisição de doadores.
- As campanhas contemplam doações recorrentes e pontuais.
- Indicadores prioritários:
  - Valor arrecadado
  - Custo por aquisição (CPA)
- CPA médio esperado: R\$ 250,00.
- Ticket médio estimado: R\$ 60,00.
- Existe volume mínimo esperado de novos doadores por período.
- Público-alvo ideal: pessoas acima de 30 anos.
- Não há metas específicas para Google Grants.

### Experiência prévia e aprendizados do WWF-Brasil

- Já realizamos campanhas em mídia paga, principalmente em **Meta Ads** e **Google Ads**.
- Principais aprendizados:
  - Performance varia significativamente entre estados;
  - Formato da mídia influencia diretamente os resultados;
  - Públicos frios apresentam baixa eficiência.

### Canais e resultados atuais

- Canal com melhor desempenho de aquisição: F2F (Face to Face).



## DIVULGAÇÃO

- Bases atuais:
  - Aproximadamente 200 mil leads no RD Station
  - Cerca de 2 mil doadores ativos

### Orçamento e gestão de mídia

- O orçamento de mídia deve estar incluído na proposta da agência.
- Valor estimado: R\$ 18 mil/mês.
- Existe orçamento anual, que pode variar de acordo com a performance.
- O WWF-Brasil possui conta ativa de Google Ads Grants.

### Ferramentas e operação digital

- O WWF-Brasil utiliza RD Station (automação e e-mail marketing) e CRM próprio.
- Já existem fluxos de automação estruturados.
- Espera-se que a agência dê suporte à operação do RD Station.
- A agência também deverá desenvolver conteúdos institucionais quando necessário.

### Escopo e entregas

- As até 9 campanhas mensais representam o volume esperado.
- O escopo contempla ações de aquisição, retenção e relacionamento.
- A agência pode sugerir o formato dos relatórios de desempenho.
- Já existe ferramenta utilizada para dashboards, que deve ser considerada no desenvolvimento.
- Reuniões quinzenais serão realizadas de forma remota.
- A tabela de horas excedentes deve constar na proposta.

### Documentos, portfólio e critérios técnicos

- É permitido enviar portfólio e documentos complementares; arquivos grandes podem ser enviados via link.
- Para o critério "Agência parceira RD Station", será considerada experiência comprovada, incluindo domínio de ferramentas equivalentes.
- A contratação não pode ser em formato de consórcio ou parceria; a participação deve ser individual.

---

Atenciosamente,

**Equipe WWF-Brasil**

*Aquisições e Contratações*