

# BRIEFING PACOTE GOOGLE ADS PRO

**PROJETO:** Google Ads Pro - Clínica Veterinária The Dog's

**JOB:** 065

**ATEND.:** Aron Selhorst

## 1. RESPONSÁVEIS

---

**Quem é o responsável por eventuais conteúdos adicionais ou dúvidas durante a fase de SETUP Inicial?**

Nome: Gabriela

Telefone: (49) 99911-5307

E-mail: clinicathedogs@gmail.com

**Quem é o responsável pela aprovação da campanha Google Ads?**

Nome: Gabriela

Telefone: (49) 99911-5307

E-mail: clinicathedogs@gmail.com

Nome fantasia da empresa: Clínica The Dog's

## 2. DADOS GOOGLE MEU NEGÓCIO

---

### 2.1 Acesso à conta:

Adicionado usuário responsável da agência. (  ) SIM (  ) NÃO

### 2.2 Dados do Estabelecimento:

#### **A - Identificação:**

Nome Fantasia: Clínica Veterinária The Dog's

Categoria: Clínica Veterinária

Endereço: R. Minas Gerais, 460 - E - Pres. Médici, Chapecó - SC, 89801-200

**B - Atendimento ao Público:**

- Horário de Funcionamento:

Segunda: 08:00h às 12:00h e 13:30h às 18:00h

Terça: 08:00h às 12:00h e 13:30h às 18:00h

Quarta: 08:00h às 12:00h e 13:30h às 18:00h

Quinta: 08:00h às 12:00h e 13:30h às 18:00h

Sexta: 08:00h às 12:00h e 13:30h às 18:00h

Sábado: 08:00h às 12:00h

Domingo: Fechado

- Telefone: (49) 3025-0417
- WhatsApp: (49) 98822-4432
- Website: <https://thedogs.com.br/>

**C – Data de abertura da Empresa:**

15 de novembro 2015

**D - Descrição da Empresa:**

A Clínica Veterinária The Dog's, foi fundada em agosto de 2012 na cidade de Coronel Freitas em Santa Catarina pelo médico veterinário Fábio Paradizo de Mello e a jornalista Giane Carla Gottardi onde permaneceu até julho de 2015.

Uma grande tempestade ocorrida dia 14/07/2015 na cidade de Coronel Freitas interrompeu a história de dois profissionais, que com muito trabalho e dedicação fundaram a Clínica The Dog's.

A Clínica foi totalmente destruída pela enxurrada e o veterinário Fábio perdeu sua sócia e esposa neste dia trágico. Mesmo diante de tanta perda, a garra e determinação pelos animais fez Fábio re-inaugurar a empresa em novembro de 2015 em Chapecó, onde hoje é reconhecida e mostra que estamos no caminho certo.

Podemos afirmar que todo nosso esforço valeu a pena para continuarmos com nossa principal missão: tratar e cuidar dos animais e lutarmos por um mundo mais justo e digno! Todo esse trabalho também não seria possível sem ajuda dos nossos amigos e protetores independentes, clientes, colaboradores e pessoas engajadas na proteção animal.

**E - Logomarca e 10 fotos do estabelecimento:**

( ) Solicitado ( **X** ) Enviado

### 3. MARKETING E DESENVOLVIMENTO

---

#### 3.1 Rede de Pesquisa - Metas da Campanha:

- Vendas – Gerar vendas online, no aplicativo, por telefone ou na loja.
- Leads – Incentivar clientes a realizar ações para gerar leads e outras conversões.
- Tráfego – Fazer com que as pessoas acessem o seu site.

#### 3.2 Qual o endereço para o direcionamento da campanha?

<https://www.thedogs.com.br/>

#### 3.3 Quais são seus Serviços/Produtos?

1. Especializados em Braquicefálicos
2. Endoscopia Digestiva e Respiratória Veterinária
3. Rinoscopia Veterinária
4. Otoscopia
5. Videocirurgia Diagnóstica e Cirúrgica
6. Raio-X Digital e Contrastado

#### 3.4 Campanhas – Principais Produtos/Serviços:

1. Endoscopia Digestiva e Respiratória Veterinária (Maior Fluxo)
2. Rinoscopia Veterinária (Mais Rentável)
3. Vídeo-cirurgia - Castrar, vesícula, biópsia, (Inovador)
4. Otoscopia

#### 3.5 Quais são seus períodos de sazonalidade (melhores e piores meses para vendas)?

**Meses desafiadores:** Abril, Maio, Junho e **Setembro**

**Melhores meses:** Janeiro, Fevereiro, Julho, Dezembro

#### 3.6A que público se destina seus produtos/serviços? Quem são seus clientes?

**Possui informação sobre classe social, região, idade e sexo?**

Classe Social: Renda Alta

Região: Empresários

Idade: 25-40

Gênero: Mulher

#### 3.7 Qual o ticket médio do produto ou serviço foco da campanha?

- R\$1500,00 a R\$1800,00

#### 3.8 Qual o número de atendimentos em relação aos principais serviços?

Atendimentos/mês: 15 a 20

Contatos/dia: 1 a 2 por dia (WhatsApp e Ligações)

**3.9 Qual o faturamento semanal, mensal e anual referente a esse produto ou serviço foco da campanha?**

Vendas de serviços/produtos por mês R\$20mil a R\$30 mil

**3.10 Escreva 5 frases sobre seu negócio:**

1. Serviço Especializado
2. Referência no segmento de Clínica Veterinária
3. Melhorando a qualidade de vida dos animais
4. Atendimento personalizado
5. Buscando excelência nos serviços prestados
6. Mínima invasão veterinária (Metodologia: Procedimentos com máxima visualização sem o animal passar pelo sofrimento e corte e com rápida recuperação)
7. Mínima incisão, máxima visualização
8. Anestesiista próprio

**3.11 Regiões de maior interesse:**

- ( ) Apenas Chapecó  
( ) Estados específicos. Quais:  
( X ) Região específica: Qual: Concórdia, Seara, Xaxim, Xanxerê, pato branco, frederico Westfalen, Abelardo Luz (Até 50km de Chapecó)  
( ) País específico. Qual: 1º Etapa: Brasil – 2º Mundo

**3.12 Quais são seus concorrentes diretos e crescentes**

- Concorrente 1: MedicalVet  
Concorrente 2: Basso  
Concorrente 3: Axial Medicina Diagnóstica  
Concorrente 4: Amado Pet  
Concorrente 5: Pet House

**3.13 Você já possui um slogan (frase curta que descreve seu Serviço/Produto)?**

Serviço de Mínima invasão veterinária

**3.14 Recompensa: O que você poderia fazer de especial para seu cliente?**

Plantão - 24hrs

**3.15 Disposição orçamentária inicial:**

- ( X ) R\$ 1.500,00 ( ) R\$ 3.000,00 ( ) R\$ 5.000,00 ( ) Outros valores R\$

*Verba para investimento no Google Ads no 1º mês.*

## 4. DEFINIÇÃO DE PERSONALIDADE DE SEU CLIENTE IDEAL

---

### 4.1 Padrão geral?

Renda alta e não se preocupa com preço e sim com o animal, são pessoas que tratam os animais como filhos.

### 4.2 Qual o gênero dela?

Mulher

### 4.3 Qual a sua idade? (faixa etária)

25-65

### 4.4 Do que sua persona tem medo?

Medo de anestesia, de morrer

### 4.5 O que ela acha que é a solução de seus problemas?

Que não vai ter corte e é a melhor solução

### 4.6 Quais são as atividades mais comuns que ela realiza (tanto pessoal como profissionalmente)?

Passear com cachorro e em parques.