



associação paulista das agências digitais



Manual de Preços e Serviços Digitais APADi x

Valores de referência para avaliação do custo
básico das principais ações digitais de Comunicação

Manual de Preços e Serviços Digitais APADi

Agências associadas APADi

AG2 Publicis Modem	Lampejos Comunicação Digital
Agência Pulso	Levitron Web Works
Agência VM2	Lov
Agência WLD	MZclick
All Image	Nuova
Cappuccino Digital	PictureWeb
Casulo	Polvora!
CDN Digital	Princi Agência Web
Chleba	Provnet
Conteúdo Online	Rocket Com
Cricket Design	Scrip
Dainet	SEO Marketing
Digital Industry	Timepix Interactive
Digitale	Trendi
Diretta	Tribal
DOC.COM	Tritone
Emporium da Criação	TV1
Enken	UltraHaus
Espiral Interativa	Urban Summer
Estudio23	Valormais
Foster	Vanguarda Brasil
FSB	WebBox
Full Tecno	Webcore
GerenteWeb	Wemake
Gommo	Wezen
Goomark	WX7
Grupo Innovar8	XY2 Agência Digital
Kronedesign	ZAW Comunicação Digital

Colaboradores APADi

Datadrome
Dinamize
Jet

<http://www.apadi.com.br/>

* Agências e colaboradores associados até dezembro de 2010

A expressiva participação dos consumidores brasileiros na Internet, especialmente nas grandes redes sociais, tem impulsionado empresas de todos os setores a investir cada vez mais em diversas ações dirigidas ao universo digital. E este é um dos importantes fatores que tem gerado o crescimento local das agências digitais.

Mas o aumento deste setor representa um resultado mais importante: o amadurecimento das companhias em relação ao desenvolvimento de ações dirigidas à Internet. É claro que ainda há quem acredite que “fazer Internet” seja uma tarefa simples, mas esta já não é mais a opinião da maioria de profissionais que contratam tais serviços.

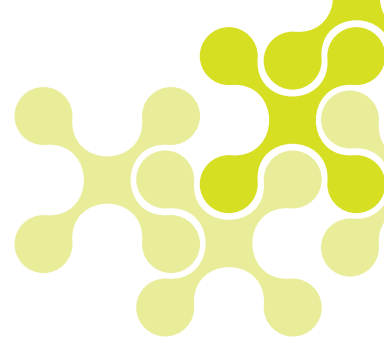
Atualmente, São Paulo é o estado que mais reúne fornecedores especializados em ações digitais. Segundo dados apurados pela ABRADi, no segundo semestre de 2009, a região representa 36% do mercado nacional de agências digitais – representando 63% da região sudeste –, com cerca de 830 empresas especializadas e mais de seis mil colaboradores empregados.

Porém, estes números representam muito mais que uma simples liderança nacional. Pois o atual desafio da APADi é fomentar o crescimento deste setor, com base em ações que ajudem a promover o segmento digital no país.

Por isso, convidamos as empresas interessadas nos meios digitais – incluindo agências e companhias de todos os setores – a compartilhar este novo documento da associação. O objetivo da Tabela de Preços da APADi é apoiar o crescimento legal e sustentável de toda a cadeia que envolve as ações digitais no país. Dessa forma, certamente, todos os setores envolvidos poderão alcançar um retorno cada vez mais satisfatório em benefício desta nova era da comunicação.

Cláudio Coelho
Presidente da APADi
Diretor da Cappuccino Comunicação Digital





Sobre este documento

Baseada nos valores praticados no maior mercado de agências digitais do Brasil, a Tabela de Preços da APADi inclui os preços médios dos principais produtos e serviços dirigidos à Internet.

O objetivo deste documento é ser uma referência de mercado para que agências e clientes tenham parâmetros adequados para avaliar o custo básico das principais ações digitais.

Para a APADi, os valores apresentados neste documento são considerados justos e viáveis para que o setor se mantenha sustentável, obedecendo aos padrões de qualidade necessários.

É importante esclarecer que, ao contratar trabalhos mais complexos – como serviços especializados, pacote de ações ou itens adicionais aos contratos com fee mensal –, a APADi sugere que os valores desta tabela sejam sempre negociados entre agências e clientes.

Embora o quesito preço não deva ser o principal critério para a escolha de uma agência, temos certeza que este novo documento oferece informações essenciais para as mais frequentes negociações deste segmento.

Observações gerais

Como já detalhamos no Documento de Concorrência e Avaliação da APADi, a questão preço é apenas um dos itens que devem ser considerados para a escolha de uma agência digital. Porém, é importante que o mercado entenda que há algumas justificativas operacionais que interferem diretamente na composição dos preços praticados por cada agência. A seguir, confira alguns itens que devem ser observados com atenção.



Impostos

Há diversos tipos de agências e regimes tributários em que estas se enquadram de acordo com os serviços oferecidos. E os impostos que incidem sobre os orçamentos de cada empresa têm um peso considerável na composição de preços dos serviços prestados.

Seja pela localização física ou pelo enquadramento tributário do prestador de serviços, há muita diferença entre o percentual a ser recolhido por cada agência para um mesmo projeto. Alguns detalhes que também interferem nos orçamentos têm base na categoria municipal e federal, no sistema de retirada de lucros e até no faturamento anual da agência, entre outros fatores.

Tipos de atendimento

Existem diversos tipos de contrato que podem ser estabelecidos para a contratação de projetos digitais. Porém, entre as particularidades que mais fazem diferença na composição de preços, destacam-se dois modelos de contrato: por fee e por job.

Entre as vantagens dos contratos de longo prazo, baseados em um fee mensal, está a agilidade com que cada projeto pode ser realizado. Isso porque, ao prestar serviços contínuos para a mesma companhia, as agências eliminam várias etapas de trabalho para chegar ao entendimento de cada projeto. Outro benefício que os clientes encontram nesta modalidade de acordo é a facilidade de negociação para tarefas que não estavam inclusas na proposta inicial.

Mas nem todas empresas têm necessidades e/ou verbas que justifiquem este modelo de contratação. Neste caso, a melhor alternativa é contratar uma agência para cada job, mesmo que o preço unitário de cada ação seja um pouco superior em relação aos outros modelos de parceria.

Porém, além da possibilidade de pagar por cada tarefa isolada, as empresas bem planejadas, com visão de longo prazo para suas necessidades, ainda têm a opção de negociar pacotes de ações, com preços mais vantajosos.

Região da agência

A localização geográfica de cada agência digital é um fator que interfere diretamente sobre seus orçamentos. Cargas tributárias, salários e aluguéis são alguns pontos que podem incidir na composição de preços. Porém, a região específica em que a agência atua também tem um papel importante sobre o custo dos projetos. Isso porque algumas localidades se transformam em polos setoriais que podem onerar ou depreciar determinados projetos, de acordo com a especialidade local e com a respectiva demanda.

Particularidades sazonais

Como em todos os setores, as agências digitais também têm particularidades sazonais. Por isso, as empresas que têm um planejamento de ações mais organizado podem negociar melhores preços no primeiro trimestre de cada ano, quando a demanda de serviços digitais é menor. Em contrapartida, o último trimestre anual é sempre mais conturbado, quando a maioria das empresas necessita de diversos projetos digitais, seja em contratos por fee ou job.

Custos de software

Nem todas agências digitais têm a quantidade de software necessária para desenvolver projetos simultâneos. Por isso, o custo de software por hora acaba aumentando nestas empresas e pode onerar projetos maiores e mais complexos. Dessa forma, a APADi sugere que as empresas fiquem atentas à infraestrutura tecnológica de cada prestador de serviço. Mesmo porque nossos associados defendem o uso de ferramentas e sistemas legalizados, que exigem um elevado custo de aquisição e manutenção.



Precificação

Os preços apresentados neste documento foram calculados com base no custo médio de horas dos profissionais contratados pelas agências associadas à APADi. Mas é importante esclarecer que os clientes não devem comparar orçamentos de agências aos honorários de profissionais freelancers. Isso porque as agências digitais oferecem estrutura de atendimento, metodologias e recursos bem diferenciados.

Por isso, ao avaliar os orçamentos recebidos, as empresas devem avaliar e pesar diferenciais como equipe profissional, equipamentos, software e sistemas, instalações e outros itens que possam interferir nos custos envolvidos. Todos estes fatores incidem diretamente no custo de horas trabalhadas.

Vale lembrar que, além de oferecer resultados eficazes aos seus clientes, o objetivo de uma agência digital é obter uma remuneração capaz de gerar rentabilidade e de manter as estruturas física, tecnológica e intelectual.

Como precificar ideias

Entre as diversas etapas dos projetos desenvolvidos pelas agências digitais, o trabalho de criação é um dos itens mais complexos. Isso porque se trata de uma tarefa imensurável, pois uma boa ideia é aquela que melhor atende às necessidades do cliente. Porém, esta criação pode surgir em três minutos ou em 300 horas.

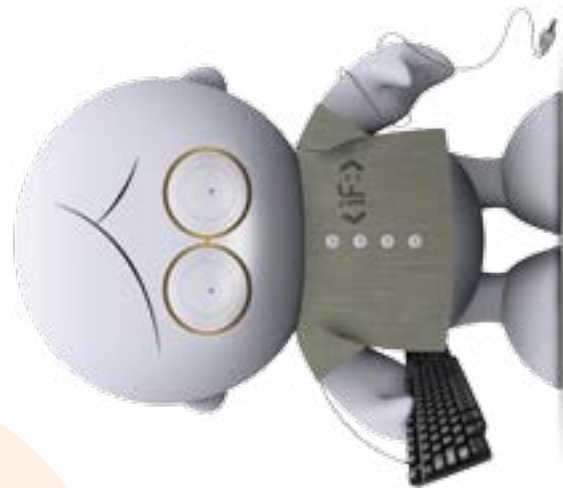
Por isso, o trabalho de criação não pode ser comparado às tarefas de um programador, por exemplo, e não pode ser orçado com base no custo de horas cobrado pelas agências. Dessa forma, não há como estabelecer pisos ou tetos para o trabalho de criação, pois esta tarefa deverá ser negociada com base no perfil da agência, do cliente e do profissional envolvido, nos custos totais das ações que envolvem a campanha e no modelo de contrato estabelecido.

Custo de produção

Nem todas agências digitais têm a quantidade de software necessária para desenvolver projetos simultâneos. Por isso, o custo de software por hora acaba aumentando nestas empresas e pode onerar projetos maiores e mais complexos. Dessa forma, a APADi sugere que as empresas fiquem atentas à infraestrutura tecnológica de cada prestador de serviço. Mesmo porque nossos associados defendem o uso de ferramentas e sistemas legalizados, que exigem um elevado custo de aquisição e manutenção.

Periodicidade da tabela

A Tabela de Preços da APADi terá revisões anuais, sempre de acordo com o comportamento do mercado e com base nos valores praticados pelas agências da região.



Valores de referência

Os preços das tabelas abaixo sugerem os valores para peças e escopos específicos baseados nas solicitações mais frequentes dos clientes das agências digitais associadas à APADi. Obviamente, os preços mínimos representam o piso médio de cada tarefa. Porém, não é possível estipular o valor máximo de todos os itens, em função de variáveis que incluem o volume de tarefas, a complexidade do projeto e a equipe alocada, além da experiência e capacitação dos profissionais envolvidos.

Nesta tabela, não abordamos projetos de Portais Corporativos, E-Commerce e E-Procurement e outros serviços que tenham maior complexidade na definição de escopo. No entanto, sugerimos algumas etapas que ajudarão a precificar melhor tais projetos:

PRÉ-PROJETO

- ✘ Entrevistas com alta direção
- ✘ Análise de documentos (documentação estratégica)
- ✘ Gera relatório de porte estratégico

DIAGNÓSTICO

- ✘ Análise dos processos definidos como prioridade no pré-projeto (pilares)
- ✘ Entrevistas com operacional
- ✘ Observação direta do processo
- ✘ Gera relatório de diagnóstico

PLANEJAMENTO

- ✘ Diretrizes estratégicas
- ✘ Arquitetura Informação
- ✘ Elaboração do modelo
- ✘ Gestão de conteúdo
- ✘ Modelo governança (macro estrutura)
- ✘ Definição de papéis e responsabilidades dos atores
- ✘ Planejamento evolutivo
- ✘ Definição das métricas

Também é imprescindível avaliar a eventual necessidade de integrar tais projetos com outros sistemas e ferramentas já desenvolvidos pela empresa, como folha de pagamento, tabela de preços, controle de estoque, ERP etc. Com essa documentação em mãos, as próximas etapas deverão incluir desenvolvimento, implementação, validação e homologação do ambiente.



WEBSITE	A PARTIR DE
<p>ESTRUTURA BÁSICA SUGERIDA PELA APADI</p> <ul style="list-style-type: none"> ✘ Área institucional Área estática: quem somos, o que fazemos, onde estamos etc. ✘ Área de contato E-mail, telefone, formulário etc. ✘ Área core Gerenciador de conteúdo para cadastro de serviços/ produtos e cases de clientes. ✘ Área informativa Área dinâmica com notícias, eventos, calendários etc. 	<p>R\$ 20.000,00</p>
<p>VALOR SUGERIDO DEVERÁ INCLUIR</p> <p>Planejamento, arquitetura, criação, implementação e conteúdo institucional enviado pelo cliente. O orçamento para a produção do conteúdo deverá ser solicitado à parte para a agência contratada.</p>	
<p>CONSIDERAR BOAS PRÁTICAS APADI</p> <p>SEO, TAGs, CMS (caso haja uma área de atualização constante) e acessibilidade.</p>	
<p>REPLICAR PARA OUTROS IDIOMAS</p> <p>Cliente deverá enviar os textos traduzidos e finalizados.</p>	<p>30% a 50% do preço inicial do site.</p>

Obs.: ferramentas interativas (enquetes, fórum, área restrita etc) devem ser cotadas à parte.

HOTSITE	A PARTIR DE
<p>ESTRUTURA BÁSICA SUGERIDA PELA APADI</p> <p>Tecnicamente idêntico ao site, o hot site recebe esta denominação por ter um período de vida definido (prazo para sair do ar). É utilizado para divulgar e/ou promover produtos, serviços, lançamentos, eventos etc. Pode ter – ou não – algum tipo de interação com o usuário final, por exemplo, inserção de imagens, upload de vídeos, enquetes, cadastro de usuários, personalização de produto, games etc.</p>	<p>R\$ 15.000,00</p>
<p>VALOR SUGERIDO DEVERÁ INCLUIR (INDEPENDENTEMENTE DO FORMATO)</p> <p>Planejamento, arquitetura, criação e implementação, com conteúdo enviado pelo cliente. O orçamento para a produção do conteúdo deverá ser solicitado à parte para a agência contratada.</p>	
<p>CONSIDERAR BOAS PRÁTICAS APADI: SEO E TAGS</p>	

Obs.: ferramentas interativas (enquetes, fórum, área restrita etc) devem ser cotadas à parte.

LANDING PAGE	A PARTIR DE
<p>É a página de destino criada exclusivamente para que o usuário encontre informações sobre uma ação determinada, com mais facilidade. É muito utilizada como resultado de uma busca (orgânica ou link patrocinado) e como página de destino originada em peças ou campanhas (banner, e-mail marketing, hot site etc.).</p>	<p>R\$ 5.000,00</p>
<p>LAYOUT, TEXTO E PRODUÇÃO DO HTML</p>	

MÍDIA Todo e qualquer serviço que envolva a veiculação publicitária nos meios digitais.	A PARTIR DE
<p>PLANEJAMENTO DE MÍDIA Definição dos melhores meios e formatos para atingir os objetivos estabelecidos.</p>	<p>Remuneração percentual de até 20% (pelo desconto padrão) sobre o valor investido na compra de mídia.</p>
<p>CRIAÇÃO DAS CAMPANHAS Criação do conceito para o meio digital. Adaptação da campanha de outros meios para o meio digital.</p>	
<p>MENSURAÇÃO DOS RESULTADOS Acompanhamento e análise para quantificação do desempenho da campanha nos respectivos meios, utilizando métricas e padrões de mercado (page view, tempo de navegação, taxa de clique, conversão etc.). Esta avaliação pode ser feita uma única vez para cada campanha, ou não, dependendo do período de veiculação planejado para a campanha.</p>	
<p>CRIAÇÃO E PRODUÇÃO DAS PEÇAS Existem diversos formatos (Flash, GIF, JPG etc.), dimensões (medidas) e tamanhos (peso) que variam de acordo com o local de veiculação.</p>	
<p>FORMATOS PADRÃO IAB Qualquer formato sem animação Qualquer formato com animação Qualquer formato com rich media</p>	
<p>ADAPTAÇÃO E REPLICAÇÃO PARA OUTROS FORMATOS (CITADOS ACIMA) Produziu e comprou um full banner, cobra-se a adaptação para os outros formatos.</p>	<p>50% do valor da peça original.</p>

REDES SOCIAIS	A PARTIR DE
<p>ANÁLISE DE PRESENÇA (DIAGNÓSTICO) Onde e como sua empresa e concorrentes estão posicionados nas redes sociais? Quais os atributos da sua marca segundo blogs, microblogs, comunidades e grupos de discussão? Quais os principais interesses do seu público alvo nas redes sociais? Quais são as oportunidades de diálogo para que sua empresa amplie a presença ou se reposicione no mercado?</p> <p>PLANEJAMENTO Canais, tipos de conteúdo, dinâmicas de relacionamento e ações criativas.</p>	R\$ 7.000,00
<p>PERSONALIZAÇÃO DOS CANAIS</p> <p>✕ Wireframe</p> <p>✕ Layout</p>	<p>R\$ 5.000,00 (wireframe e layout)</p> <p>R\$ 2.000,00</p>
<p>DESENVOLVIMENTO: Algumas ferramentas permitem personalização em três níveis. Em um blog, tumblr ou rede Ning, é possível reposicionar os elementos (wireframe), personalizar o visual (layout) e criar objetos personalizados, como widgets, games e mashups (desenvolvimento). Outras ferramentas, como twitter, formspring e youtube, permitem apenas personalizar o layout.</p>	
<p>✕ Curadoria de conteúdo Selecionar conteúdo para publicação em outros canais, como blog, twitter e tumblr. Varia em função de volume (quantidade de conteúdo publicado) e expertise do analista.</p>	R\$ 1.500,00 mensais
<p>✕ Produção de conteúdo não-especializado 1.500 a 3.000 caracteres.</p>	R\$ 2.500,00 mensais (2 posts por semana)
<p>✕ Produção de conteúdo especializado Envolve conhecimento técnico e muitas vezes contratação de especialista.</p>	R\$ 500,00 por texto
<p>✕ Produção de conteúdo multimídia vídeos para youtube, fotos, podcasts etc.</p>	Sob consulta (por volume e qualidade de produção)
<p>SEEDING Prática utilizada para divulgar produtos e serviços nas redes sociais em ambientes que estão receptivos ao consumo desta informação – cobrado por volume de produção.</p>	R\$ 3.000,00 mensais
<p>GESTÃO DE PRESENÇA</p> <p>✕ Relacionamento nos canais sociais Responder comentários, mensagens em microblogs e e-mails enviados por esses canais.</p> <p>✕ Análise e métricas dos canais Analisar menções da marca, repercussão das ações e gerar relatórios para o cliente. É cotado, principalmente, com base no volume de presença da marca (pequeno, médio ou grande).</p>	R\$ 8.000,00 mensais

Obs.: para abordagem institucional, recomendamos um prazo mínimo de seis meses. Já a abordagem promocional está diretamente vinculada ao período da campanha.

LINKS PATROCINADOS	A PARTIR DE
<p>PLANEJAMENTO</p> <p>Análise e definição de canais (Yahoo, Google, Facebook etc.) Tipo de abordagem (promoção, marca, produto) Definição de 1 campanha com 30 palavras-chave em cada estratégia de investimento.</p>	R\$ 2.000,00
<p>GESTÃO DE CAMPANHA</p> <p>Acompanhamento e performance das palavras-chave, cliques e resultados, sugerindo ações de ajustes e correções – se necessárias – com geração de relatórios.</p>	R\$ 2.000,00 mensais ou 15% da verba disponível.

Obs.: eventuais produções de peças para a campanha, consultar item Mídia.

SEO	A PARTIR DE
<p>PLANEJAMENTO</p> <p>Análise ou definição estrutural do site, estratégia de otimização de palavras-chave. É cotado, principalmente, com base na estrutura, no porte e na tecnologia do site.</p>	R\$ 2.000,00
<p>GESTÃO</p> <p>Execução do planejamento, ajustes na estrutura e construção de links externos (relacionamento na Web); acompanhamento de resultados e métricas.</p>	R\$ 1.000,00 mensais

Obs.: recomendado um prazo mínimo de seis meses.

NEWSLETTER <small>Promover conteúdo informativo (editorial/jornalístico)</small>	A PARTIR DE
<p>PRODUÇÃO EDITORIAL</p> <p>Conteúdo produzido a partir de briefing detalhado do cliente em linguagem específica para a web (webwriting). Ex.: produção de cinco textos de aproximadamente 1.200 toques cada, com entrevistas por telefone.</p>	R\$ 3.000,00
<p>ARTE E PRODUÇÃO DO HTML</p> <p>Produção de layout com conteúdo produzido pelo cliente. Diagramação e implementação da peça em uma página HTML com links e códigos para mensuração.</p>	R\$ 1.500,00
<p>DISPARO</p> <p>Contratação de ferramenta apenas para o disparo da peça (finalizada pelo cliente) para a base de e-mails fornecida pelo cliente.</p>	R\$ 30,00 (1.000 e-mails mensais)
<p>MENSURAÇÃO</p> <p>Importação, higienização e segmentação de base; importação do HTML, programação do disparo, acompanhamento de resultados e análise de relatórios.</p>	R\$ 500,00 (por disparo)

E-MAIL MARKETING Promover produto/serviço/marca/evento etc. pontualmente (promocional)	A PARTIR DE
CRIAÇÃO DA PEÇA (TEXTO E ARTE) + PRODUÇÃO DO HTML Produção de layout com conteúdo produzido a partir de um briefing detalhado do cliente.	R\$ 1.500,00
SOMENTE PRODUÇÃO DO HTML Diagramação e implementação da peça em uma página HTML com links e códigos para mensuração (com arte enviada pelo cliente).	R\$ 500,00
DISPARO (CONTRATAÇÃO DE FERRAMENTA APENAS PARA O DISPARO) Envio da peça finalizada para uma base de e-mails fornecida pelo cliente.	R\$ 30,00 (1.000 e-mails mensais)
GESTÃO Importação, higienização e segmentação de base, importação do HTML, programação do disparo, acompanhamento de resultados e análise de relatórios.	R\$ 500,00 (por disparo)

ADVERGAMES	A PARTIR DE
Utilização de jogo para promover uma marca, produto ou serviço.	
PLANEJAMENTO Criação de game design document, descrevendo jogabilidade, plataformas, interação com a marca.	R\$ 10.000,00
GAME ONLINE STANDARD Jogos pré-prontos que são apenas customizados para a marca ou produto (não necessita de planejamento).	R\$ 8.000,00
MOBILE Jogos feitos para plataformas mobile, em que o valor do desenvolvimento depende da quantidade de adaptações para marcas/modelos de aparelhos escolhidos.	R\$ 25.000,00
GAME ONLINE ORIGINAL Jogos feitos sob demanda para uma marca ou produto, contendo jogabilidade exclusiva para determinadas ações.	R\$ 30.000,00
SOCIAL GAME (JOGOS PARA REDES SOCIAIS) Jogos feitos sob demanda para uma marca ou produto que contam com recursos e funcionalidades de socialização.	R\$ 30.000,00
PLANEJAMENTO DE ADVERTISING IN GAME Planejamento para compra de mídia ou ações especiais dentro de um jogo já desenvolvido e estabelecido no mercado.	R\$ 5.000,00

Obs.: a composição de preços depende da plataforma e da tecnologia definidas.

Manual de Preços e Serviços Digitais APADi

**Jet**
e-commerce

Patrocínio



KINGHOST

A APADi é uma entidade sem fins lucrativos que tem como missão representar os interesses das Agências Digitais Paulistas trabalhando pelo desenvolvimento, normatização, consolidação, aculturamento e profissionalização do mercado corporativo de soluções digitais em São Paulo.

Em 2009, a entidade lançou o **Documento de Concorrência e Avaliação**, que reúne dicas práticas sobre como contratar a melhor agência digital para suas ações de Comunicação. O material pode ser acessado em www.concorrenciadigital.com.br.

A APADi é uma associação ligada à ABRADI.

Copatrocínio


DINAMIZE
10 Anos

 **mailsender**

**MANUAL DE PREÇOS E
SERVIÇOS DIGITAIS APADi**
Edição 01 - Dezembro 2010

Projeto editorial:
Cláudio Coelho - Cappuccino Digital
Presidente da APADi

Marcelo Abdo - Pictureweb
Vice-presidente da APADi

Paulo Centenaro - APADi
Diretor executivo

Simone Freire - Espiral Interativa
Diretora APADi

Textos e revisão:
Ana Cássia Siqueira
Alternativa de Comunicação

Projeto gráfico:
Espiral Interativa

Agradecemos ainda o apoio de diversos associados presentes nas reuniões semanais, sem os quais este projeto não teria sido realizado.

Agências apoiadoras





APADI
associação paulista das agências digitais

apadi@apadi.com.br

Tel: +55 11 3871.0108

<http://www.apadi.com.br>