

TELEVISION
WEB



Índice

<i>A Television</i> _____	3
<i>Nossos Parceiros</i> _____	4
<i>Marketing Digital</i> _____	5
<i>Google Adwords</i> _____	6
<i>Google Analytcs</i> _____	7
<i>SEO</i> _____	9
<i>Fale conosco</i> _____	11
<i>Aviso Legal</i> _____	11



A Television

Há mais de 10 anos os profissionais da **Television** atuam na Internet, enfrentando os desafios que o mercado impõe no dia-a-dia.

A **Television** é mais que uma agência web focada em soluções dinâmicas.

Nós entendemos que a **web é um ambiente dinâmico**, que possui linguagem e forma de comunicação específica. A internet deve **ajudar a você e sua empresa a terem resultados**, e estabelecer um vínculo direto entre você e os visitantes do seu site.

Sendo assim, nós buscamos sempre:

- Satisfazer as necessidades e expectativas dos Clientes;
- Contribuir para a qualidade de vida e o progresso profissional de seus colaboradores.
- Obter lucratividade visando o desenvolvimento da empresa e o retorno do investimento dos sócios.
- Respeito com os clientes, funcionários, consumidores, e parceiros de negócio.
- Comprometida em agir com sensibilidade, integridade e honestidade em todas as situações.
- Escutar o outro com respeito e valorizar as diferenças individuais.
- Proteger o meio ambiente e contribuir para o desenvolvimento das comunidades onde as pessoas vivem e trabalham.
- Trabalho em Equipe onde todos os colaboradores da Television fazem parte de uma grande equipe e devem estar comprometidos em trabalhar juntos entre funções, compartilhando idéias, tecnologias e talentos para atingir melhor os resultados e manter o crescimento lucrativo.
- Melhoria Contínua, A Television tem o compromisso de se aperfeiçoar a cada dia em todos os aspectos, individualmente e em equipe. O melhor entendimento das expectativas de nossos clientes, e o trabalho contínuo em inovação, aperfeiçoamento de produto, serviços e processos levará a Television a atingir os mais altos níveis de excelência.

Reunimos profissionais e parceiros com competências em informática, editoração, web design, web development. Com isso, somos capazes de entregar soluções preocupadas não somente com o aspecto técnico, mas também com a usabilidade e o design da solução.

Nós da **Television** sabemos que para uma presença eficiente na web é preciso lidar de maneira correta, desde o briefing até a implantação, com aspectos tais como:

- Arquitetura da informação,
- Sistema de informação,
- Design da Interface
- Usabilidade.

Nossos Parceiros

A Television conta com diversos parceiros de Negócios e Tecnologia.

Parceiros de Negócios e Tecnologia

	A Netpoint provê a infra-estrutura adequada para a hospedagem das soluções.
	A G2M é o nosso braço tecnológico desenvolvendo soluções complexas de Streaming
	A Microsoft oferece uma gama de recursos dedicados a servir as necessidades da indústria analistas.
	Porque o Google fornece os resultados de busca mais relevantes -- primeiro e mais rápido!
	Líder mundial em ferramentas de ilustração, design, editoriação.



Marketing Digital

O **web marketing** - ou simplesmente, Marketing Digital - é o nome dado ao conjunto de instrumentos e 'modus operandi' que realça a presença ou a existência de uma empresa, profissional, pessoa, ou mesmo uma idéia em uma área pré definida ou em toda rede mundial de computadores interligados com a utilização da internet.

O que fazemos:

- Análise do site atual e proposta de soluções,
- Preparamos o marketing digital para empresas que já possuem desenvolvedor próprio,
- Planejamos as campanhas on-line,
- Ajudamos a planejar ou planejamos a Arquitetura de informação e usabilidade.

Palestras, workshops e treinamentos in-company

- Como chegar à primeira página do Google: Mitos, verdades e dicas essenciais
- Potencialização de resultados no Google

É fundamental a divulgação de sites nos buscadores, razão que, somente cerca de 20% a 25% de tudo que existe na WEB é publicada nos buscadores, e são responsáveis pela maioria de acessos aos sites. Para isso, os profissionais da WEB cadastram seus sites em diversos tipos de Buscadores, entre elas, Site de Busca, Guia Local e Guia de Busca Local.

Os nossos profissionais de WEB Marketing fazem a tarefa de cadastrar os sites a deixar ao sistema automático dos buscadores(robots) para obterem resultados melhores devido a característica de cada tipo de buscador.

As ações de Web marketing podem ser classificadas entre 'ativas' e 'receptivas', sendo que a primeira trata dos projetos e atividades feitas o sentido de despertar a atenção dos usuários (consumidores) para uma comunicação específica enquanto que as receptivas tratam do ambiente digital para onde o usuário é direcionado.

Google Adwords



Adwords (ou **links patrocinados**) é um serviço da Google que consiste em anúncios em forma de links encontrados, principalmente, nos sites de busca, relacionados às palavras-chave que o internauta está procurando no motor de busca da página.

É um modo rápido e simples de adquirir publicidade altamente segmentada, baseada no sistema de custo por clique (CPC) ou de custo por impressões (CPM), independentemente de qual seja o seu orçamento.

Os anúncios do AdWords são exibidos juntamente com os resultados de pesquisa no Google, assim como em sites de pesquisa e de conteúdo da crescente Rede do Google, que inclui AOL, EarthLink, HowStuffWorks e Blogger.

CPC

No Adwords você define o CPC Máximo que deseja pagar por uma visita gerada pela palavra-chave, porém o CPC Real é definido como R\$ 0,01 (um centavo) acima do mínimo necessário para manter a posição do seu anúncio.

Por exemplo: Se você definiu o CPC máximo para a palavra "brinquedos educativos" como R\$ 0,40 e o próximo anunciante definiu como R\$ 0,20, então o Google irá cobrar R\$ 0,21 ao seu anúncio ser clicado.

Classificação dos Anúncios

A posição do anúncio na página de resultados é definida pela fórmula:

Classificação do anúncio = CPC máximo X Índice de qualidade

O Índice de qualidade é determinado pelo histórico de desempenho no Google: sua taxa de cliques (CTR), a relevância do texto do anúncio, o histórico de desempenho da palavra-chave, a qualidade da página de destino e outros fatores de relevância.

Em resumo, o Google valoriza anúncios cujo conteúdo tem uma relação mais estreita com a busca realizada, e com isso, evita que as empresas comprem links em áreas não relacionadas ao seu ramo de atividade.

Google Analytics



O Brasil já conta com mais de 21 milhões de internautas, e uma pesquisa da WBI Brasil indica que 98% dos internautas utilizam mecanismos de busca diariamente. O Google, o principal mecanismo de busca da atualidade, responde por mais de 70% das buscas no Brasil.

Grande parte das empresas já possui website, porém ainda são poucas que desenvolvem uma estratégia planejada para divulgação do site nos sites de busca.

Saiba mais, lendo o texto abaixo.

Otimização para sistemas de Busca é um conjunto de regras e métodos usados para melhorar o posicionamento de páginas de websites na listagem de resultados das Máquinas de Busca e pode também ser considerado um subconjunto de regras para o marketing em sistemas de Busca.

O termo **SEO** (do inglês, Search Engine Optimizers, Acrônimo SEO) também se refere a indústria de consultoria, que trabalham na otimização de projetos e websites de seus clientes.

Alguns comentáristas, e também alguns profissionais de SEOs, dividiram os métodos usados por seus praticantes em categorias como os "SEO de chapéu branco" (geralmente utilizam métodos aprovados pelos sistemas de busca, como a prática de construção de conteúdo e melhoria da qualidade do site), ou "SEO de chapéu negro" (utilizam truques como "cloaking" (camuflagem do conteúdo real da página) e spamdexing). O termo `spamdexing` (originado da fusão de spam e indexing) refere-se a prática de Spam direcionada aos motores de busca.

Os praticantes de técnicas do Chapéu Branco dizem que os do Chapéu Negro se valem de métodos que são vistos como tentativas de manipular o posicionamento nos resultados das Máquinas de Busca a seu próprio favor.

Praticantes do Chapéu Negro dizem que todas as tentativas e técnicas utilizadas para manipular o posicionamento são legítimas, e o tipo de técnica utilizada para se alcançar o objetivo de melhorar o rank é irrelevante.

As máquinas de Busca indicam diferentes tipos de listagens nas páginas de resultados, incluindo: publicidade paga nas páginas de resultados, (SERPs), incluindo:

- Conteúdo de publicidade paga por click,
- Anúncios,
- Pagamento para inclusões em sistemas de busca e resultados de busca orgânica.

As técnicas utilizadas no SEO são concebidas para alavancar seus objetivos no seu website melhorando o número e a posição de seus resultados nas busca orgânica para uma grande variedade de palavras chave relevantes ao conteúdo do web site.



Estratégias de SEO podem melhorar tanto o número de visitas quanto a qualidade dos visitantes, onde qualidade significa que os visitantes terminam a ação esperada pelo proprietário do site (ex. comprar, assinar, aprender algo).

Os serviços de Otimização para Sistemas de Busca normalmente é oferecido como um serviço autônomo, ou como parte de um projeto de Webmarketing, e pode ser muito eficaz quando incorporado no início do desenvolvimento dos projetos iniciais de um website.

Em termos de competição, com grande volume de termos para busca, o custo de anúncios para pagamento por click pode ser bem expressivo. Um bom posicionamento nos resultados orgânicos de busca pode fornecer o mesmo tráfego almejado e ter um custo potencialmente mais baixo significativamente. Os proprietários de websites devem optar por otimizar seus sites para a busca orgânica, se o custo de otimização for menor do que o custo da publicidade paga.

Nem todos os sites têm objetivos idênticos para a otimização em sistemas de busca. Alguns querem atingir todo o tipo de tráfego na rede, e podem ser otimizados para incrementar a busca de frases comuns.

Uma boa estratégia para otimização nos sistemas de busca pode funcionar perfeitamente com sites que tenham interesse em atingir um grande público-alvo, tais como Informativos Periódicos, serviços de diretórios, guias, ou sites que exibem publicidade com um modelo baseado em CPM.

Em contraste, muitas empresas tentam otimizar seus sites para um grande número de palavras-chave altamente específicas que indicam a prontidão para venda.

Otimizações deste tipo, tendo em vista um amplo espectro de termos para busca pode impedir a venda de produtos por gerar um grande volume de requisições com baixa-qualidade, com um custo financeiro alto e resultando em pequeno volume de vendas.

Focalizar a qualidade do tráfego gera melhor qualidade nas vendas, permitindo que sua equipe de vendas feche negócios mais rentáveis. A otimização para sistemas de busca pode ser muito eficiente quando usada como parte de uma estratégia de Marketing.

SEO



Otimização para sistemas de Busca é um conjunto de regras e métodos usados para melhorar o posicionamento de páginas de websites na listagem de resultados das Máquinas de Busca e pode também ser considerado um subconjunto de regras para o marketing em sistemas de Busca.

O termo **SEO** (do inglês, Search Engine Optimizers, Acrônimo SEO) também se refere a indústria de consultoria, que trabalham na otimização de projetos e websites de seus clientes.

Alguns comentáristas, e também alguns profissionais de SEOs, dividiram os métodos usados por seus praticantes em categorias como os "SEO de chapéu branco" (geralmente utilizam métodos aprovados pelos sistemas de busca, como a prática de construção de conteúdo e melhoria da qualidade do site), ou "SEO de chapéu negro" (utilizam truques como "cloaking" (camuflagem do conteúdo real da página) e spamdexing). O termo `spamdexing` (originado da fusão de spam e indexing) refere-se a pratica de Spam direcionada aos motores de busca.

Os praticantes de técnicas do Chapéu Branco dizem que os do Chapéu Negro se valem de métodos que são vistos como tentativas de manipular o posicionamento nos resultados das Máquinas de Busca a seu próprio favor.

Praticantes do Chapéu Negro dizem que todas as tentativas e técnicas utilizadas para manipular o posicionamento são legítimas, e o tipo de técnica utilizada para se alcançar o objetivo de melhorar o rank é irrelevante.

As Máquinas de Busca indicam diferentes tipos de listagens nas páginas de resultados, incluindo: publicidade paga nas páginas de resultados, (SERPs), incluindo:

- Conteúdo de publicidade paga por click,
- Anúncios,
- Pagamento para inclusões em sistemas de busca e resultados de busca orgânica.

As técnicas utilizadas no SEO são concebidas para alavancar seus objetivos no seu website melhorando o número e a posição de seus resultados nas busca orgânica para uma grande variedade de palavras chave relevantes ao conteúdo do web site.

Estratégias de SEO podem melhorar tanto o número de visitas quanto a qualidade dos visitantes, onde qualidade significa que os visitantes terminam a ação esperada pelo proprietário do site (ex. comprar, assinar, aprender algo).

Os serviços de Otimização para Sistemas de Busca normalmente é oferecido como um serviço autônomo, ou como parte de um projeto de Webmarketing, e pode ser muito eficaz quando incorporado no início do desenvolvimento dos projetos iniciais de um website.



Em termos de competição, com grande volume de termos para busca, o custo de anúncios para pagamento por click pode ser bem expressivo. Um bom posicionamento nos resultados orgânicos de busca pode fornecer o mesmo tráfego almejado e ter um custo potencialmente mais baixo significativamente. Os proprietários de websites devem optar por otimizar seus sites para a busca orgânica, se o custo do otimização for menor do que o custo da publicidade paga.

Nem todos os sites têm objetivos idênticos para o otimização em sistemas de busca. Alguns querem atingir todo o tipo de tráfego na rede, e podem ser otimizados para incrementar a busca de frases comuns.

Uma boa estratégia para otimização nos sistemas de busca pode funcionar perfeitamente com sites que tenham interesse em atingir um grande público-alvo, tais como Informativos Periódicos, serviços de diretórios, guias, ou sites que exibem publicidade com um modelo baseado em CPM.

Em contraste, muitas empresas tentam otimizar seus sites para um grande número de palavras-chave altamente específicas que indicam a prontidão para venda.

Otimizações deste tipo, tendo em vista um amplo espectro de termos para busca pode impedir a venda de produtos por gerar um grande volume de requisições com baixa-qualidade, com um custo financeiro alto e resultando em pequeno volume de vendas.

Focalizar a qualidade do tráfego gera melhor qualidade nas vendas, permitindo que sua equipe de vendas feche negócios mais rentáveis. A otimização para sistemas de busca pode ser muito eficiente quando usada como parte de uma estratégia de Marketing.



Fale conosco



- **Comercial:** comercial@television.com.br
- **Diretoria:** television@television.com.br
- **Website:** www.television.com.br

Aviso Legal

A Television poderá, a qualquer tempo, e a seu exclusivo critério, alterar os termos e condições estabelecidas no presente documento.