

POLINA OLEGOVNA BALEVA

**A IMPORTÂNCIA DO E-MAIL MARKETING E
DAS MÍDIAS SOCIAIS EM UMA
ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO
MULTICANAL**

Dissertação entregue à Pontifícia
Universidade Católica de São Paulo para
obtenção do Título de MBA em
Marketing.

São Paulo
2013

POLINA OLEGOVNA BALEVA

**A IMPORTÂNCIA DO E-MAIL MARKETING E
DAS MÍDIAS SOCIAIS EM UMA
ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO
MULTICANAL**

Dissertação entregue à Pontifícia
Universidade Católica de São Paulo para
obtenção do Título de MBA em Marketing.

Área de Concentração:
Marketing

Orientador:
Prof. Dr. Luiz Cláudio Zenone

São Paulo
2013

FICHA CATALOGRÁFICA

Baleva, Polina Olegovna

A Importância do E-mail Marketing e das Mídias Sociais em uma Estratégia de Comunicação Multicanal.

São Paulo, 2013. 169p.

Dissertação (MBA) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo.
PUC-SP – Marketing.

1. Marketing Digital
2. Canais de Comunicação

Ao meu marido Rodrigo pela motivação e excelentes diretrizes que fizeram possível a concepção de minha dissertação.

AGRADECIMENTOS

Ao Prof. Dr. Luiz Cláudio Zenone pela excelente base de conhecimento, diretrizes e excepcional orientação dada ao longo do processo de elaboração deste trabalho.

Aos meus pais por terem contribuído diretamente para minha formação pessoal e educacional, além de terem me ensinado o valor do conhecimento, o qual eu levarei para vida toda.

RESUMO

A importância da Internet como um meio de comunicação no Brasil e no mundo cresce ao longo dos anos. Consequentemente vários canais de comunicação como, E-mail Marketing, Mídias Sociais, Comparadores de Preços, etc, passam a ganhar destaque sob o ponto de vista do mercado. As diferentes características de cada canal podem causar dificuldades ao profissional de marketing digital durante a escolha de quais deles farão parte de uma campanha de marketing on-line. Este trabalho tem como objetivo destacar o E-mail Marketing e as Mídias Sociais quando comparados aos demais canais de comunicação por meio de uma pesquisa respondida por profissionais da área de marketing digital.

A pesquisa, composta de sete perguntas, possui a finalidade de apresentar uma visão dos canais de comunicação estudados, sob o ponto de vista dos entrevistados. Além disso, pretende-se que as conclusões provenientes do estudo estatístico, originado pela pesquisa, auxiliem os profissionais da área de marketing digital a decidirem qual ou quais melhores canais deverão ser utilizados para compor uma estratégia de comunicação.

Nesse estudo procurou-se apresentar importantes características de cada um dos canais escolhidos a fim de auxiliar os gestores das ações de marketing digital na busca por melhores resultados. A entrevista com profissionais da área de marketing foi a forma escolhida para verificar em quais canais de comunicação eles estão direcionando seus esforços, servindo como um importante aprendizado.

Destacam-se os seguintes canais de comunicação apresentados nesse trabalho: E-mail Marketing, Mídias Sociais, Mobile, Mídia Display, Ferramentas de Busca e Comparadores de Preços, porém, apenas o E-mail Marketing e Mídias Sociais tiveram um estudo detalhado por ser um dos que possuem maiores investimentos direcionados pelos profissionais de marketing segundo a pesquisa. Foram entrevistadas 1700 pessoas por meio de um questionário on-line devido à praticidade na elaboração e a velocidade em obterem-se as respostas.

ABSTRACT

Across the years the importance of internet as communication channel in Brazil and worldwide has only grown. The following consequence of that developing made many internet based services that attracted attention of the market, such as E-mail Marketing, Social Media, Price Comparators and many others. As result of the variety of options available, the marketing professional can find obstacles in the choice of which one to use in an online marketing campaign. This work have the objective of contrast the E-mail Marketing and the Social Medias from other marketing channels through a research made with professionals of digital marketing area.

Based in seven questions, the research target to show from the point of view of the respondent professionals the analyzed marketing channels and make a statistic data base. The conclusions made from statistic data originated from the research can be used by the marketing professionals as a base for their decision of which are the best for their work strategy.

This analysis looked to show for the marketing campaign managers the key features of each one of the chosen marketing channels, to help them reaching better results. The interview with professionals of the marketing area was the way chosen to discover in which communication channels they are investing their effort, making a substantial base of learning for new professionals.

In this work, were highlighted the following communication channels: E-mail Marketing, Social Medias, Mobile, Media Display, Search Tools and Price Comparators, but, only E-mail Marketing and Social Medias had a detailed study, the reason is that according to the research, they were the ones with higher investment made by the marketing professionals. For the practicality and fast obtention of data, this research was made with 1700 people that answered an online survey.

SUMÁRIO

LISTA DE GRÁFICOS

LISTA DE TABELAS

LISTA DE FIGURAS

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

1. INTRODUÇÃO.....	5
1.1 PROBLEMA	7
1.2 JUSTIFICATIVA	9
1.3 OBJETIVOS	11
<i>1.3.1 Objetivo Geral</i>	<i>11</i>
<i>1.3.2 Objetivos Específicos.....</i>	<i>11</i>
1.4 METODOLOGIA	12
1.5 HIPÓTESES.....	13
2. REFERENCIAL TEÓRICO	15
2.1 MARKETING.....	15
2.2 EVOLUÇÃO DA INTERNET NO BRASIL E NO MUNDO.....	16
2.3 MARKETING DIGITAL.....	19
2.4 COMUNICAÇÃO MULTICANAL.....	20
2.5 CANAIS DE COMUNICAÇÃO	21
<i>2.5.1 E-mail Marketing.....</i>	<i>22</i>
<i>2.5.2 Mídias Sociais.....</i>	<i>26</i>
3.1 DESCRIÇÃO GERAL DA PESQUISA	32
3.2 CARACTERIZAÇÃO DO SEGMENTO DE MERCADO EM ESTUDO.....	33
3.3 CARACTERIZAÇÃO DA BASE ENTREVISTADA	33
3.4 CARACTERIZAÇÃO DO INSTRUMENTO DE PESQUISA UTILIZADO.....	34
3.5 PROCEDIMENTOS PARA EXTRAÇÃO E ANÁLISE DE DADOS.....	38
4. ANÁLISE DA PESQUISA	40
4.1 LEVANTAMENTO DOS DADOS ESTATÍSTICOS DA PESQUISA.....	40
4.2 ANÁLISE DE DADOS ESTATÍSTICOS DA PESQUISA	45
<i>4.2.1 Análise de dados estatísticos da pesquisa: E-mail Marketing.....</i>	<i>45</i>
<i>4.2.2 Análise de dados estatísticos da pesquisa: Mídias Sociais.....</i>	<i>48</i>
<i>4.2.3 Análise comparativa: E-mail Marketing e Mídias Sociais</i>	<i>50</i>
<i>4.2.4 Análise geral para os demais canais estudados na pesquisa</i>	<i>54</i>
5. CONCLUSÃO	58

ANEXO A – Representação das Respostas dos 1068 Entrevistados na Pesquisa

LISTA DE GRÁFICOS

GRAFICO 1 - EVOLUÇÃO DO NÚMERO DE USUÁRIOS DE INTERNET NO BRASIL, NO PERÍODO DE 2009 A 2015 (EMARKETER, MARCH 2011).....	5
GRAFICO 2 - EVOLUÇÃO DO INVESTIMENTO EM INTERNET NO MUNDO MÊS A MÊS, NO PERÍODO DE 2009 A 2015 (IAB BRASIL, 2011).....	6
GRAFICO 3 - ESTATÍSTICAS DO USO DOS CANAIS DIGITAIS DENTRO DAS AÇÕES ON-LINE.....	10
GRAFICO 4 - CRESCIMENTO DO NÚMERO DE PESSOAS COM ACESSO A INTERNET NO BRASIL DE 2009 A 2012 (IBOPE NIELSEN ONLINE 2012)	18
GRAFICO 5 – UTILIZAÇÃO DO E-MAIL MARKETING DE ACORDO COM O OBJETIVO ESTRATÉGICO (PRODUÇÃO DA PRÓPRIA AUTORA, 2013)	47
GRAFICO 6 - UTILIZAÇÃO DAS MÍDIAS SOCIAIS DE ACORDO COM O OBJETIVO ESTRATÉGICO	49
GRAFICO 7 - RELAÇÃO DO USO DO E-MAIL MARKETING POR TIPO DE EMPRESA	51
GRAFICO 8 - RELAÇÃO DO USO DAS MÍDIAS SOCIAIS POR TIPO DE EMPRESA	51
GRAFICO 9 – COMPARAÇÃO ENTRE OS CANAIS MÍDIAS SOCIAIS E E-MAIL MARKETING COM FOCO NOS OBJETIVOS ESTRATÉGICOS (PRODUÇÃO DA PRÓPRIA AUTORA, 2013)	53
GRAFICO 10 - COMPARAÇÃO ENTRE OS TIPOS DE NEGÓCIOS PRATICADOS PELAS EMPRESAS E USO DOS CANAIS DE E-MAIL MARKETING E MÍDIAS SÓCIAS (PRODUÇÃO DA PRÓPRIA AUTORA, 2013).....	54
GRAFICO 11 - RELAÇÃO ENTRE O USO DOS CANAIS DIGITAIS E O PORTE DA EMPRESA	55

LISTA DE TABELAS

TABELA 1 - EVOLUÇÃO DO NÚMERO DE PESSOAS COM ACESSO A INTERNET, EM MILHÕES.....	18
TABELA 2 - ESTATÍSTICAS DA QUESTÃO 1 (NÚMERO DE RESPOSTAS).....	40
TABELA 3 - ESTATÍSTICAS DA QUESTÃO 2 (NÚMERO DE RESPOSTAS).....	41
TABELA 4 - ESTATÍSTICAS DA QUESTÃO 3 (NÚMERO DE RESPOSTAS).....	41
TABELA 5 - ESTATÍSTICAS DA QUESTÃO 4 (NÚMERO DE RESPOSTAS).....	42
TABELA 6 - ESTATÍSTICAS DA QUESTÃO 4 (PORCENTAGEM)	42
TABELA 7 - ESTATÍSTICAS DA QUESTÃO 5 (NÚMERO DE RESPOSTAS).....	43
TABELA 8 - ESTATÍSTICAS DA QUESTÃO 5 (PORCENTAGEM)	43
TABELA 9 - ESTATÍSTICAS DA QUESTÃO 6 (NÚMERO DE RESPOSTAS).....	44
TABELA 10 - ESTATÍSTICAS DA QUESTÃO 7 (NÚMERO DE RESPOSTAS).....	44
TABELA 11 - ESTATÍSTICAS DA QUESTÃO 7 (PORCENTAGEM)	45
TABELA 12 - VERBA INVESTIDA EM E-MAIL MARKETING POR TIPO DE EMPRESA.....	46
TABELA 13 - RESPONDENTES QUE SELECIONARAM MUITO IMPORTANTE PARA CADA UM DOS OBJETIVOS.....	47
TABELA 14 - TIPOS DE NEGÓCIOS DAS EMPRESAS E USO DO E-MAIL MARKETING	48
TABELA 15 - VERBA INVESTIDA EM MÍDIAS SOCIAIS POR TIPO DE EMPRESA	48
TABELA 16 - RESPONDENTES QUE SELECIONARAM MUITO IMPORTANTE PARA CADA UM DOS OBJETIVOS.....	50
TABELA 17 - TIPOS DE NEGÓCIOS DAS EMPRESAS E USO DAS MÍDIAS SOCIAIS	50

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 - DADOS DA PESQUISA DE MERCADO SOBRE A REDE SOCIAL TWITTER	29
--	-----------

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

B2B	- Business to Business
B2B2C	- Business to Business to Consumer
B2C	- Business to Consumer
Brand top-of-mind	- Marca líder de mercado
Branding	- Trabalhar a marca
Budget	- Orçamento
Networks	- Redes
Off-line	- Sem conexão com Internet
On-line	- Com conexão com Internet
Opt-in	- Regra que possibilita usuário a aceitar um determinado serviço
Opt-out	- Regra que possibilita usuário a recusar um determinado serviço
Prospect	- Um potencial cliente
Share	- Parcela do mercado
Smartphones	- Um aparelho de telefonia com funcionalidades avançadas
SPAM	- Mensagem eletrônica não solicitada
Spiced ham	- Carne enlatada, pré-cozida
Survey	- Ferramenta com função de realizar levantamento dos dados
Tablets	- dispositivo em formato de prancheta
Target	- Termo em inglês, significa alvo
URLs	- Uniform Resource Locator
Virtual Target	- Nome do produto da Serasa Experian
Widgets	- Componente de interface gráfica do usuário

1. INTRODUÇÃO

Com o surgimento e o ganho de importância da Internet como um meio de comunicação, a comunicação de marketing que antes era somente *off-line*, passou a ser realizada também no meio digital. Essa evolução dos meios de comunicação e consequentemente da comunicação de marketing ajudam as empresas na sua tarefa de firmar relacionamento junto ao seu consumidor.

A comunicação de marketing é o meio pelo qual as empresas buscam informar, persuadir e lembrar os consumidores – direta ou indiretamente – sobre os produtos e marcas que comercializam. Num certo sentido, a comunicação de marketing representa a ‘voz’ da marca e é o meio pelo qual ela estabelece um diálogo e constrói relacionamentos com os consumidores. (P.KOTLER, 2006, p. 532).

Pode-se dizer que a comunicação digital é usada tanto para realização do primeiro contato com um *prospect*, quanto para manter um simples contato com o consumidor que já teve algum tipo de interação mesmo que seja breve com a marca. Para entender melhor a importância da Internet e comunicação digital, apresenta-se a seguir dois estudos. O primeiro, realizado pelo instituto de pesquisa eMarketer, mostra o crescimento dos usuários de Internet no Brasil. O segundo, realizado pelo instituto IAB, mostra a evolução do investimento em Internet no mundo.

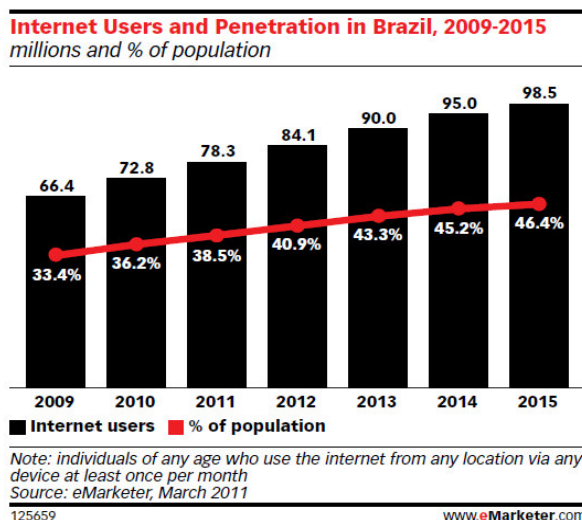


GRAFICO 1 - Evolução do número de usuários de Internet no Brasil, no período de 2009 a 2015 (eMarketer, March 2011)

De acordo com relatório da eMarketer (2011) o número dos usuários de Internet no Brasil que esta em constante crescimento, aumentou aproximadamente 8% de 2010 à 2011. Não menos importante é válido destacar o aumento de investimento nesse meio de comunicação no período de 2008 a 2011 pelo mundo. A figura a seguir apresenta detalhadamente a evolução desse investimento mês a mês.

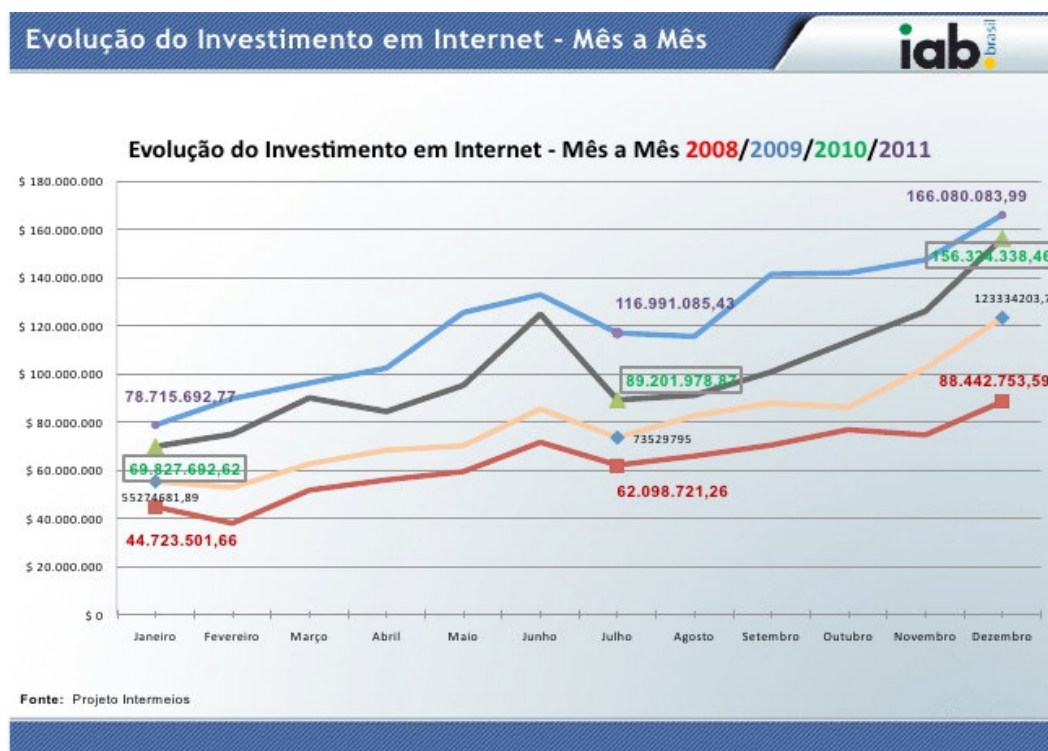


GRAFICO 2 - Evolução do investimento em Internet no mundo mês a mês, no período de 2009 a 2015 (IAB Brasil, 2011)

Sobre os estudos apresentados anteriormente conclui-se que o aumento do investimento e do número de usuários da Internet reforça a ideia sobre a importância desse meio sob o ponto de vista de comunicação e marketing.

A Internet permite executar comunicação on-line por meio de um ou mais canais digitais. Como exemplo de canais digitais tem-se: E-mail Marketing, Mídia em Display, Links Patrocinados, Mídias Sociais, Buscadores de Preços, Mobile etc. Por ter tantos canais diferentes, cada um com suas características, o meio digital oferece várias possibilidades de realizar um plano de comunicação. Com toda essa variedade é aceitável a dúvida sobre qual é o canal mais ou menos indicado para um determinado propósito de uma ação de marketing.

Baseando-se nas informações expostas anteriormente, conclui-se que um profissional de marketing digital precisa saber usar de forma efetiva e eficiente os canais de marketing digital disponíveis no mercado, a fim de que possa garantir bons resultados de suas ações de marketing. Além disso, ele deve compreender para qual objetivo estratégico é mais adequado o uso de cada canal.

1.1 Problema

A variedade dos canais de comunicação, dentro do meio digital, ajuda os profissionais de marketing a realizar suas campanhas on-line de forma mais diversificada e criativa. Por outro lado surge a dúvida se todos os canais são igualmente bons para serem aplicados à qualquer tipo de objetivo estratégico. Como exemplo de objetivos estratégicos tem-se: exposição da marca, geração dos leads, aumento de receita proveniente das vendas e muitos outros.

Destaca-se a seguir uma breve descrição de alguns canais, com o propósito de exemplificar como cada um deles pode ser aplicado em uma estratégia de comunicação e marketing:

Mídias Sociais:

A migração para o mundo digital faz com que mais e mais empresas descubram e participem das redes sociais e busquem estreitar o relacionamento com seu público consumidor. Algumas marcas reconhecem que é necessário mais do que criar um avatar e falar bem de si mesma ou dos seus produtos, serviços e benefícios. É preciso criar um posicionamento adequado. (A. NOVAES, 2010, p. 23).

Ferramentas de Busca: é um canal de marketing digital o qual o usuário realiza diferentes tipos de pesquisa e coleta informação de acordo com seu interesse. Algumas características são citadas por R. Kalatoka:

Se o anunciante pretende comprar uma quantidade de espaço que possibilite atingir de maneira indiscriminada o máximo de pessoas possível, os mecanismos de busca são adequados em decorrência do grande tráfego de visitantes e, em consequência, dos altos níveis de cobertura da audiência e baixo custo das exposições. (R. KALAKOTA, 2002, p. 199).

Mobile: é um canal de comunicação que permite aos usuários acessar a Internet, receber diversos tipos de informações, além de outras funcionalidades que seus dispositivos móveis oferecem. A crescente importância dessa tecnologia vem da mudança comportamental do consumidor.

Os consumidores querem acesso contínuo à comunicação e à informação independentemente da localidade. Dizia-se que avião juntou mais as pessoas do mundo. Da mesma forma, a comunicação sem fio está tornando o mundo "um lugar 24 horas; sete dias por semana" corriqueiro para a próxima geração. (R. KALAKOTA, 2002, p. 40).

No âmbito nacional a Internet móvel vem crescendo e cada vez mais brasileiros aderem a essa tecnologia. O Artigo publicado no Web Site Mundo do Marketing relata que:

Os consumidores brasileiros estão receptivos ao Mobile Marketing. É o que aponta a 7ª edição do Monitor Acision de Valor Agregado Móvel (MAVAM). Cerca de 79,1% dos entrevistados afirmam estarem dispostos a receber mensagens em seus celulares, desde que sua privacidade seja respeitada. O estudo traz ainda as principais oportunidades e desafios para o desenvolvimento do Mobile Marketing no Brasil, mas caberá às empresas entender o que é relevante na comunicação com os consumidores para ganhar mais espaço no mercado. (MARTINS, 2011).

E-mail Marketing:

O e-mail é o recurso mais utilizado da Internet, estimando a IBM que, em 1998, foram trocados 2,7 trilhões de mensagens pelo correio eletrônico em todo o mundo. Tão importante quanto este dado é o fato de que 59% dos usuários verificam seu e-mail diariamente – e muitos o fazem várias vezes ao dia. (J.B PINHO, 2000, p. 281)

Além, disso o autor citado anteriormente afirma que:

O e-mail ainda inverte o paradigma de tentar puxar as pessoas para os sites de venda on-line. Na verdade ele leva suas mensagens de ofertas de vendas para os indivíduos que já estão plugados, podendo funcionar também como um lembrete personalizado sobre um site específico. (J.B PINHO, 2000, p. 282)

Mídia em Display: é caracterizada por peças gráficas de diferentes formatos e tamanhos, que podem ser encontradas em Web Sites. Pode-se entender também como:

[...] pequenas peças gráficas com link, animadas ou não, os banners proliferam na Web e são, hoje, o principal formato da publicidade on-line. Eles cumprem a difícil tarefa de despertar a atenção para uma instituição, um produto ou uma marca e levar o internauta ao site de um determinado anunciante. Seus efeitos são direta e precisamente mensuráveis: os usuários que clicam no banner podem ser facilmente contados. (J.B PINHO, 2000, p. 179) .

Comparadores de Preços: é um canal digital amplamente utilizado pelas empresas que praticam e-commerce. Esta ferramenta é usada pelos usuários para pesquisar e comparar os preços dos produtos de seu interesse. De acordo com o artigo publicado na revista Mundo do Marketing “Para realmente se diferenciar e estar sempre a frente é preciso uma inovação contínua. Divulgar em comparadores de preço, como o Buscapé, sempre foi uma ótima estratégia.” (N. Sztamfazer, 2012).

Os canais de comunicação digital citados anteriormente, apresentam diversas características e de acordo com levantamento da literatura apresentada, entende-se que cada um deles é usado para fins específicos e diferentes. Com isso, é difícil saber qual desses veículos é mais ou menos adequados para serem usados em uma determinada estratégia de marketing. Tomar a decisão em qual desses canais a empresa deve investir e direcionar seus esforços torna-se difícil, se o gestor das campanhas de marketing não souber usar esses veículos corretamente.

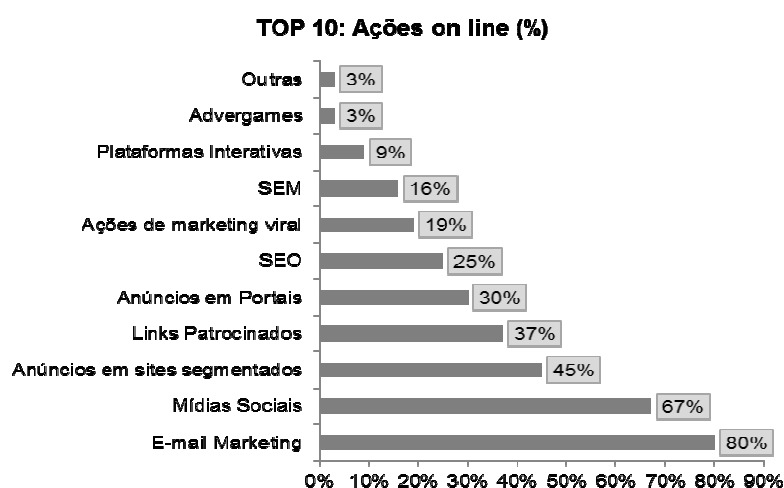
1.2 Justificativa

A escolha do tema deste trabalho justifica-se pelo fato da crescente importância da Internet como um meio de comunicação no Brasil e no mundo. A importância da Internet é tamanha que as empresas criam departamentos de marketing digital deixando-se de comunicar com seu público consumidor não somente pelo meio *off-line*. Essa mudança faz sentido, quando os indicadores de

desempenho desse meio são analisados conforme apresentados no item 1 desse estudo.

A consciência das vantagens que podem ser tiradas desse meio leva as marcas a precisarem de profissionais de marketing digital que saibam utilizar o *budget* de forma eficaz e eficiente. Os profissionais de marketing digital, sob o ponto de vista do lançamento de um novo produto, nem sempre estão bem preparados para indicar quanto da receita pode ser dividida entre os canais de comunicação devido à grande variedade e características de cada um. Muitas vezes é necessário que o profissional entenda o funcionamento de cada canal e seus principais benefícios, podendo assim escolher os mais adequados ao objetivo estratégico da marca. Saber dividir de forma mais assertiva possível a verba estabelecida para o projeto, entre os canais, pode não ser um trabalho simples.

Para que o estudo e a análise desse trabalho sejam feitos de forma que os canais digitais apresentados possam ser compreendidos e ainda, que possa concluir-se com maior consistência em quais situações o uso dos mesmos é aconselhável, o trabalho será focado somente em dois canais digitais, o E-mail Marketing e as Mídias Sociais. A escolha baseou-se na pesquisa feita pela empresa TNS, líder mundial em pesquisa de mercado em conjunto com o portal brasileiro da área de marketing conhecido como Mundo do Marketing. Apresenta-se a seguir a pesquisa publicada em 2010.



**GRAFICO 3 - Estatísticas do uso dos canais digitais dentro das ações on-line
(TNS, 2010)**

No Gráfico 3 estão representadas em ordem decrescente as porcentagens de uso relativos aos canais digitais analisados. De acordo com essa análise, o E-mail Marketing foi utilizado em 80% das ações de marketing digital investigadas, em seguida têm-se as Mídias Sociais, que ficaram em segundo lugar, com 67% das ações.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo Geral

Expor a importância do E-mail Marketing e Mídias Sociais quando comparados aos demais canais de comunicação, por meio de uma pesquisa respondida pelos profissionais da área de marketing digital.

Com esse estudo pretende-se responder a pergunta: Para quais objetivos estratégicos os canais E-mail Marketing e Mídias Sociais são aplicados na prática pelos profissionais da área?

1.3.2 Objetivos Específicos

- Descrever os canais digitais, E-mail Marketing e Mídias Sociais, sob o ponto de vista de sua aplicação dentro das estratégias de marketing digital.
- Apresentar uma pesquisa detalhada feita com profissionais especializados na área de marketing digital, destacando o E-mail Marketing e as Mídias Sociais.
- Realizar uma análise estatística e chegar a conclusões por meio do cruzamento das informações obtidas pelos resultados da pesquisa.

1.4 Metodologia

A metodologia usada para atingir o objetivo principal do trabalho será utilizada na preparação, estudo e levantamento e análise dos dados de uma pesquisa quantitativa descritiva que utiliza como método de contato entrevistas *on-line* por meio de questionários.

Um método fundamentalmente idêntico para todas as ciências, que compreende um certo número de procedimentos, aplicações científicas ou operações levadas a efeito em qualquer tipo de pesquisa. São eles: a observação, a descrição, a comparação, a análise e a síntese. (Cervo, Bervian, da Silva, 2007, p. 30).

Observação:

A observação utilizada é a sistemática. Segundo Lakatos e Marconi (1988) define-se como observação sistemática, estruturada, planejada ou controlada aquela que possui como característica básica o planejamento prévio a utilização de anotações e de controle de tempo da periodicidade. Pode-se recorrer ao uso de recursos técnicos mecânicos e eletrônicos. O tipo de observação escolhida reflete-se pelo fato da rapidez em obter os dados da pesquisa por meio de recursos computacionais.

Descrição:

O cenário da pesquisa quantitativa, a que utiliza como método de contato entrevistas *on-line*, foi realizado sob a plataforma da empresa Serasa Experian conhecida como *Virtual Target* especificamente no módulo *Survey* criado em meados de Maio de 2012. Uma das características utilizadas desse sistema é o de obter resultados baseados em perguntas descritas de maneira clara e objetiva. O resultado é medido por meio de respostas pré-definidas, excluindo a possibilidade de diferentes entendimentos, podendo ser utilizado por diversas pessoas.

Comparação:

A comparação foi utilizada entre as diferentes respostas da pesquisa para uma mesma pergunta. Dessa maneira pretendeu-se analisar as

propriedades gerais e características particulares de cada uma das respostas, obtendo-se resultados satisfatórios conforme descrito no capítulo quatro.

Análise e Síntese:

Segundo Cervo, Bervian, da Silva (2007, p. 34) “[...] a análise e síntese podem ser divididas em experimental e racional.”. Foi utilizada a análise e síntese racional, pois o método não opera especificamente sobre seres e fatos, mas sobre ideias e verdades mais ou menos gerais. Mais especificamente, para resolver o problema, foi utilizada a síntese, isto é, descer de consequência em consequência, sair do mais simples ao mais complexo. Procurou-se utilizar uma espécie de dedução visto que o problema passa a ser apresentado por uma pesquisa quantitativa, resultando em dados a serem entendidos.

O processo dedutivo, por um lado leva o pesquisador do conhecido ao desconhecido com pouca margem de erro; por outro lado é de alcance limitado, pois a conclusão não pode possuir conteúdos que excedam as premissas. (A. Cervo, 2007, p. 46).

Dessa forma, entende-se como uma das vantagens, a redução da margem de erro na conclusão do estudo estatístico da pesquisa. Pode-se entender como desvantagem, o rigoroso esforço gasto na análise e interpretação dos dados estatísticos, além da limitação nas conclusões.

No capítulo três será explicado com maiores detalhes o método aplicado para a realização da pesquisa.

1.5 Hipóteses

Este item tem como objetivo apresentar as hipóteses que surgiram no início da concepção desse trabalho. Com isso, destacaram-se as seguintes hipóteses que serão estudadas a partir dos dados coletados da pesquisa de mercado.

- a) Os canais de E-mail Marketing e Mídias Sociais são os canais digitais mais utilizados pelos profissionais de marketing dentro das suas ações de marketing digital.
- b) E-mail Marketing é um canal digital indicado para atingir os objetivos estratégicos como: aumento de vendas e o aprimoramento do relacionamento com o cliente.
- c) Mídias Sociais é um canal digital indicado para trabalhar o objetivo estratégico de aprimoramento do relacionamento com o público.
- d) Os canais digitais E-mail Marketing e Mídias Sociais têm como uma das características o baixo custo de sua aplicação, ou seja, requer uma pequena parcela da receita predestinada a uma ação de marketing.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

Este capítulo traz informações sobre o marketing, a evolução da Internet no Brasil e no mundo, o marketing digital, a comunicação multicanal e os canais de comunicação, que especificamente serão abordados o E-mail Marketing e as Mídias Sociais. A abordagem desses dois canais terá uma relação direta com os estudos conclusivos da pesquisa de mercado feitos com os profissionais da área de marketing digital citadas no capítulo anterior.

2.1 Marketing

De acordo com P. Kotler (2009) o marketing surgiu durante o século XXI com a percepção do mercado e das empresas sobre a seletividade do público consumidor na hora de execução da compra. Foi percebido que saber identificar e satisfazer as necessidades dos consumidores é algo indispensável para que uma empresa possa sobreviver no mercado e ganhar seu *share* em relação à concorrência. Segundo P. Kotler (2009, p. 2), o êxito do planejamento financeiro de uma empresa depende do sucesso das suas campanhas de marketing.

Finanças operacionais, contabilidade e outras funções de negócios não terão sentido se não houver uma demanda para produtos e serviços suficiente para que a empresa obtenha lucro. Para que se alcance este resultado alguém tem que colocar as coisas em andamento. (P. KOTLER, 2009 p. 2).

Ainda de acordo com P. Kotler (2009, p. 2), o marketing surgiu da necessidade de poder criar demanda para um produto ou serviço que a empresa deseja vender. Porém, não basta saber o que o público está buscando ou criar necessidades para seus clientes, em mercados que se encontram estagnados e bem divididos é necessário saber inovar e mudar sua imagem ou produto para que essa mudança possa ser vista como um diferencial em relação à concorrência. De acordo com P. Kotler (2009, p. 18), as empresas conseguem sobreviver no mercado moderno e vencer a concorrência ao saber identificar e conseguir atender as necessidades dos

clientes de forma econômica e conveniente através de uma comunicação efetiva. Para melhor atingir os clientes o autor revela a importância de uma estratégia de uma comunicação integrada no trecho do seu livro citado a seguir.

[...] uma estratégia de comunicação integrada envolve a escolha de opções de comunicação que reforcem e complementem umas às outras. Um profissional de marketing deve empregar seletivamente [...]. (P. KOTLER, 2009 p. 18).

Um dos exemplos de comunicação integrada, sob o ponto de vista da Internet como um meio de comunicação, é a utilização dos diversos canais de comunicação dentro de uma estratégia de marketing. Esses canais, especificamente o E-mail Marketing e as Mídias Sociais, serão melhores estudados no decorrer deste capítulo.

2.2 Evolução da Internet no Brasil e no mundo

Para entender melhor o conceito da comunicação digital e do que ela nos oferece, é necessário conhecer melhor sobre a Internet e seu funcionamento. Historicamente, de acordo com o J. Reedy (2007) a Internet surgiu a partir de um projeto governamental que tinha como objetivo aprimorar e apoiar os planos de defesa do estado norte americano. Na década de 60 seu único propósito era criação de uma rede de computadores interconectados que traria uma comunicação diferenciada e eficaz.

A meta do governo era evitar a interrupção nos links das comunicações por telefone ou satélite em caso de guerra nuclear ou desastres naturais. Essa interconexão de computadores era supervisionada por uma agência governamental, a DARPA (Defense Advanced Research Projects Agency). (J. Reedy; S. Schullo, 2007, p. 149).

Porém, com o final da Guerra Fria, depois dos anos 90, a Internet cresceu além do esperado e acabou se transformando em uma solução diferenciada e altamente eficiente para todos os segmentos de mercado. A digitalização das comunicações de marketing veio à tona junto com essa expansão da Internet e suas

networks. A partir daí outros processos de comunicação passaram a ser tanto *off-line* quanto *on-line* e com a popularização da Internet, o mercado de comunicações passou a se desenvolver de maneira acelerada trazendo inovações e soluções cada vez mais amplas para os seus usuários.

Uma estratégia de comunicação que envolve um conjunto de diferentes canais ou veículos ajuda as empresas a garantir venda dos seus produtos antes mesmo do consumidor entrar na sua loja ou expressar vontade em saber mais sobre o serviço oferecido.

Conseguir realizar um engajamento forte o suficiente com os seus prospects e os consumidores antes mesmo deles efetuarem a compra se tornou essencial e de extrema importância do ponto de vista do crescimento do negócio e da marca. Com isso, as empresas que conseguem manter a sua marca como *Brand top-of-mind* garantem preferência do seu *target* pelos seus produtos na hora da compra física ou pela Internet.

De acordo com T. Takahashi (2000) a Internet teve sua origem a partir de tecnologia criada pelos norte americanos durante a Guerra Fria. Na época o intuito dos militares era desenvolver um meio que pudesse ser flexível no sentido de arquitetura de informação, teria amplo leque de funções e conexões, capacidade de reconfiguração dinâmica entre outras características interessantes do ponto de vista militar. Posteriormente essa tecnologia passou a ser usada na área de educação e ambientes acadêmicos.

Segundo e/ou respondendo ao modelo de evolução da Internet nos EUA, a tendência nos países mais atentos ao nascente fenômeno foi o envolvimento inicial de instituições de setor acadêmico na montagem de redes nacionais, ou diretamente adotando a linha Internet ou evoluindo de tecnologias anteriores, como Bitnet, UUCP, etc. (T. TAKAHASHI, 2000, p. 133).

Ainda de acordo com o autor, T. Takahashi (2000), na década de 90, ocorreu a abertura dos serviços da Internet para todos os públicos e desde então a rede vem crescendo inclusive no Brasil. “A partir de Junho de 1995, uma decisão do Governo Federal definiu as regras gerais para a disponibilização de serviços Internet para quaisquer interessados no Brasil.” (T. TAKAHASHI, 2000, p. 133).

De acordo com a pesquisa realizada pelo instituto de pesquisa IBOPE Nielsen Online (2012), em setembro de 2012 o número de usuários da rede chegou a 67,8 milhões. No seu estudo, o Instituto pontua que o uso da Internet em domicílios dos brasileiros ainda está em crescimento. O crescimento é atribuído ao uso crescente dos dispositivos móveis como *tablets* e *smartphones* para o acesso às redes sociais. Apresenta-se a seguir o gráfico que relata o crescimento do número de pessoas com acesso a Internet no Brasil de 2009 a 2012.

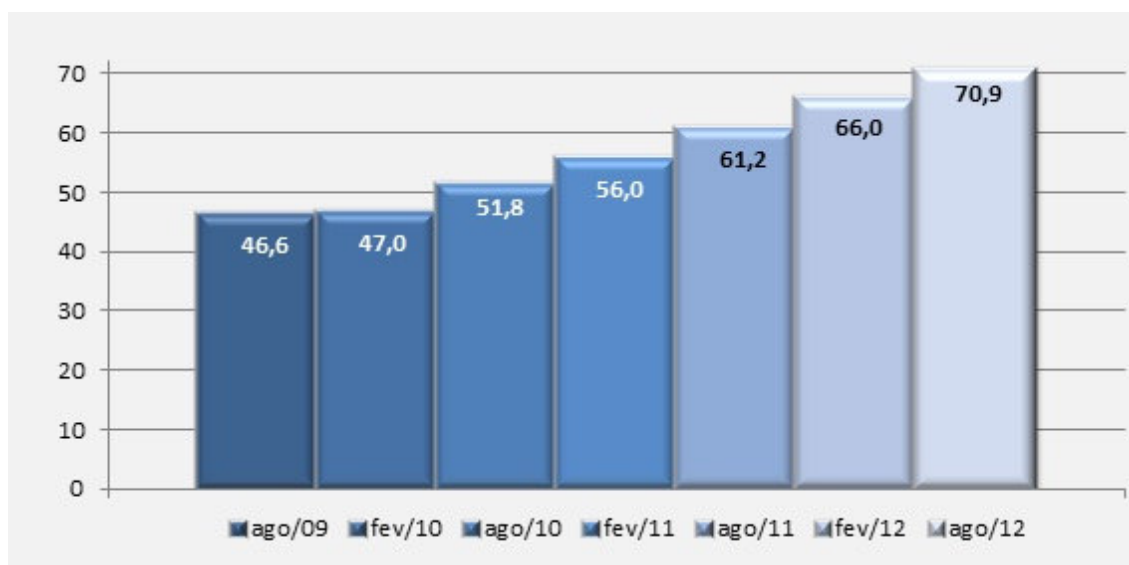


GRAFICO 4 - Crescimento do número de pessoas com acesso a Internet no Brasil de 2009 a 2012 (IBOPE Nielsen Online 2012)

Tomando como base os dados da pesquisa do IBOPE que estão expostos na tabela a seguir é possível concluir que o crescimento do uso da rede dentro dos domicílios está aumentando muito mais no Brasil, evoluindo de 17% no período de um ano e de 41% em dois anos, em relação aos demais países indicados. Essas taxas estão muito acima das apresentadas pelo mercado italiano e francês.

TABELA 1 - Evolução do número de pessoas com acesso a Internet, em milhões (IBOPE Nielsen Online 2012)

País	ago/10	ago/11	ago/12	Variação 12/11	Variação 12/10
Brasil	48,0	58,0	67,8	17%	41%
Itália	33,8	37,5	40,1	7%	19%
França	44,8	47,4	49,1	4%	10%
Reino Unido	43,9	45,7	47,1	3%	7%
Estados Unidos	232,0	244,9	245,5	0%	6%

Japão	84,6	89,7	88,7	-1%	5%
Alemanha	54,4	55,4	55,9	1%	3%
Suíça	5,6	5,6	5,6	0%	0%
Espanha	30,7	28,4	29,4	4%	-4%
Austrália	17,3	17,3	16,2	-6%	-6%

De acordo com os dados apresentados na tabela anterior conclui-se que a rede está em crescimento e deve ser considerada como uma boa oportunidade de comunicação com 67,8 milhões de brasileiros.

2.3 Marketing Digital

Com o desenvolvimento industrial e a evolução tecnológica as empresas buscam o constante aprimoramento dos seus produtos e serviços, na tentativa de oferecer ao mercado o suficiente para garantir sua receita e lucro desejado. Essa busca por apresentar produtos que se destingem ao dos concorrentes, ganhando assim destaques aos olhos do consumidor, fez com que o mercado ficasse cada vez mais competitivo.

A revolução digital criou uma Era da informação. A Era Industrial caracterizou-se pela produção e pelo consumo em massa, por lojas abarrotadas de mercadorias, por anúncios onipotentes e por grandes descontos. A Era da Informação promete levar a níveis de produção mais precisos, a comunicações mais direcionadas e a uma determinação de preços em bases mais consistentes. Além disso, grande parte dos negócios de hoje é efetuada por meio de redes eletrônicas: intranet, extranet e Internet. (P. KOTLER, 2006, p. 11).

A revolução digital foi a base para o surgimento do Marketing digital. Com ele, ficou mais fácil realizar comunicação personalizada e direcionada ao público alvo de forma mais assertiva e direcionada. Segundo J. Reedy (2007):

Os avanços tecnológicos estão permitindo que o profissional de marketing identifique consumidores potenciais específicos e apresente produtos específicos para consumo por meio de mercados específicos, usando o *narrowcasting* (contrário do *broadcasting*, ou divulgação em massa) e as mensagens on-line. (J. REEDY. 2007, p. 3).

Com o Marketing digital, conclui-se que além do aprimoramento dos produtos promovido pelas empresas, os meios de comunicação e métodos utilizados pelos profissionais de marketing vêm sendo inovados constantemente. O resultado dessa inovação faz com que a informação sobre os produtos e marcas seja cada vez mais acessível ao público em geral, formando assim um consumidor cada vez mais consciente. De acordo com a opinião da Stellamaris Cabral (2012), gerente de e-commerce da empresa Bacco's:

O cliente hoje tem um perfil diferente de antigamente. Ele é exigente, bem informado, crítico, sabedor dos seus direitos e também muito disputado no mercado. Não existe mais o conformismo do passado, e a quantidade de opções e oportunidades hoje é muito maior. (S. CABRAL, 2012, p. 38).

O Marketing digital utiliza a comunicação multicanal como uma das formas de atingir o consumidor final. No próximo capítulo será explicado, com mais detalhes, o conceito da comunicação multicanal e para que ela é utilizada.

2.4 Comunicação Multicanal

Comunicação multicanal é uma forma de entregar informação sobre uma marca ou seus produtos de maneira abrangente. Para isso usa-se uma integração entre os canais de comunicação dentro de uma campanha de marketing, e como resultado tem-se entrega da informação ao consumidor de diferentes maneiras, seja por e-mail, celular ou dentro de uma rede social, etc. O consumidor pode receber informações a respeito de um produto de maneira informativa ou às vezes até interativa. A aplicação da comunicação multicanal na estratégia de marketing pode gerar vários benefícios, como por exemplo, o aumento das vendas. Segundo o artigo publicado pela revista E-commerce Brasil (2012):

Uma recente pesquisa realizada pela Shopatron, com mais 200 fabricantes (marcas) e 1.300 varejistas dos EUA, revelou que a integração dos canais (on-line e off-line) gera grandes benefícios, com 73% das marcas afirmando que suas vendas gerais aumentaram após terem integrado ambos os canais. (Ecommercenews, 2012).

Este tipo de comunicação é interessante não somente para a divulgação dos produtos, serviços e alavancar as vendas, mas também, para estabelecimento de um relacionamento da marca com o seu público. De acordo com o A. Rocha (2012), Sales Connection da Responsys:

Ser *multi-channel* é utilizar diversos canais para enviar mensagens e determinadas audiências, através de campanhas de ações. O resultado disso é uma mensagem homogênea, não orientada ao consumidor e à sua relação com a marca, e com data de início e fim. (A. ROCHA, 2012, p. 28).

Conclui-se que um dos benefícios sobre o uso da comunicação multicanal é o aprimoramento do atendimento ao consumidor. Segundo A. Deweik (2012):

O principal objetivo para qualquer empresa que tenha visão de atendimento multicanal em produção é atender a seu cliente de forma única e conseguir enxergar possíveis falhas na operação, corrigindo as com agilidade. (A. DEWEIK, 2012, p. 45).

Entende-se também que a comunicação multicanal é uma estratégia interessante para trazer bons resultados às marcas. Para execução é necessário o entendimento total dos canais e suas principais características, a fim de que o planejamento das ações seja feito de maneira correta e atinja os resultados esperados.

2.5 Canais de Comunicação

Neste capítulo serão descritos principais características e finalidades dos canais de marketing digital, E-mail Marketing e Mídias Sociais, com intuito de

realizar uma breve introdução teórica respectiva e destaque dos principais benefícios estratégicos observados na literatura.

2.5.1 E-mail Marketing

Primeiramente é necessário entender o sentido do termo E-mail Marketing, que pode ser identificado como um canal de comunicação ou uma mensagem eletrônica enviada por meio de uma campanha *on-line* para um consumidor. Sob o ponto de vista da comunicação, a diferença é sucinta entre eles fazendo valer suas regras, vantagens e desvantagens, etc., para ambos os significados. Com o objetivo de apresentar informações básicas sobre o conceito de E-mail Marketing, este capítulo mostrará algumas características desse canal usado nas campanhas de marketing digital. Não é o propósito desse capítulo, ensinar passo a passo como uma campanha de E-mail Marketing deve ser feita com todas suas boas práticas, mas sim, mostrar de forma geral algumas regras para o bom uso desse canal, o conceito de *deliverability*, *opt-in* e *opt-out*, *spam*, além de apresentar a relevância do conteúdo das mensagens enviadas aos usuários.

A relevância do conteúdo:

Para que um E-mail Marketing alcance os objetivos estratégicos traçados, um dos pontos essenciais a ser tratado com muito cuidado e com preparação prévia é o conteúdo e o visual da mensagem passada pelo E-mail. J. B. Pinho (2000, p. 54) afirma que “As mensagens de correio eletrônico devem ser claras, concisas e não ter erros de ortografia ou concordância.”. Ou seja, o conteúdo precisa ser fácil de compreender e ao mesmo tempo tem que cativar o usuário a ponto dele interagir com o E-mail.

J. B. Pinho (2000, p. 54) ensina sobre a estrutura de uma mensagem e aponta as partes básicas dela. Para o autor as partes as quais uma mensagem de E-mail Marketing deve ser dividida são: o remetente, o destinatário e o assunto. Remetente: o endereço de E-mail de quem realizou o envio; Destinatário: o endereço de E-mail a quem a mensagem foi enviada; Assunto:

é uma frase ou palavra que informa o usuário o tema abordado pelo e-mail. Ainda de acordo com J. B. Pinho (2000, p. 284) “Uma campanha bem-sucedida de correio eletrônico deve realizar testes prévios e proceder a uma análise cuidadosa dos resultados, para então enviar a oferta certa para a lista certa, com abordagem criativa correta.”.

Entende-se que a relevância de conteúdo do E-mail Marketing é um fator de alta importância para uma campanha, dessa maneira o profissional responsável pela ação deverá utilizar o conceito de *Deliverability*, explicado a seguir.

Deliverability:

Conceito de *Deliverability* surgiu à medida que ficou clara a crescente dificuldade de conseguir entregar mensagens nas caixas de e-mail dos usuários. Para garantir a *Deliverability* (entrega correta) dos e-mails enviados, as empresas devem procurar divulgar no interior das mensagens somente conteúdo relevante ao usuário, garantindo que o mesmo receba apenas o que deseja.

Opt-in e Opt-out:

Opt-in é a permissão dada pelo usuário a uma pessoa física ou jurídica, aceitando receber com determinada frequência e-mails marketing em sua caixa postal eletrônica.

Opt-out é a restrição manifestada pelo usuário de não receber mais e-mails marketing em sua caixa postal.

Regras do bom uso:

Existe uma série de regras de bom uso do E-mail Marketing. Estas regras incluem o teste prévio da campanha antes do envio da mensagem para a toda base, coletar e analisar os resultados do envio, etc. As análises pré e pós-envio são fundamentais para que os profissionais de marketing possam entender o comportamento e interesses do público que compõem sua base de contatos para o E-mail Marketing. De acordo com o J. B. Pinho:

Todas as vantagens oferecidas pelo e-mail dependem de seu uso responsável e funcionam melhor com listas pré-qualificadas de clientes ou listas de pessoas que concordam previamente em recebê-los. Mesmo assim deve ser dado na mensagem a opção clara de a pessoa ser eliminada da lista e de futuros e-mails, se desejar. (J.B. PINHO, 2000, p. 285).

No trecho citado o autor destaca uma das regras que devem ser seguidas pelos profissionais ao aplicarem o canal de E-mail Marketing, uso do *Opt-out*. Entende-se que é o direito do usuário excluir o endereço de seu e-mail da lista de contatos da empresa que lhe enviou um E-mail Marketing.

Outro importante elemento no de um envio de E-mail Marketing é o assunto inserido na mensagem, o autor J. B. Pinho explica que:

A linha de assunto de mensagem (*subject*) é outro elemento de vital importância, pois ela vai ser vista logo quando o destinatário olha sua janela de caixa postal. Uma pequena frase deve enfatizar o valor da mensagem para o destinatário, despertando o interesse e a curiosidade, evitando o perigo de o e-mail não ser aberto. (J. B. PINHO, 2000, p. 286).

Compreende-se que o assunto da mensagem de um e-mail deve ter como assunto uma síntese da ideia trazida dentro dele, algo que chame atenção do receptor, garantindo com isso maior chance do e-mail ser aberto. Outro ponto com que o profissional de marketing deve se preocupar ao realizar planejamento de um E-mail Marketing é o formato da mensagem e a imagem que o usuário irá visualizar ao abrir e-mail. J. B. Pinho faz as seguintes sugestões para este tipo de problema:

A mensagem deve ser enviada como texto e não incluir gráficos, pois, até agora, apenas cerca de 50% dos usuários de e-mail conseguem ler gráficos ou mensagens compostas na linguagem HTML, usadas na Web – e obviamente o objetivo é atingir o mais amplo grupo possível de pessoas com a mensagem. O site da empresa pode ser usado para complementar a mensagem com conteúdos que contenham o apelo visual oferecido pela linguagem HTML. (J. B. PINHO, 2000, p. 286).

De acordo com o autor, o Web Site serve para complementar a mensagem da campanha entregue ao consumidor por meio de um E-mail Marketing. Procurou-se destacar neste item algumas regras para o bom uso do E-mail Marketing.

SPAM:

O termo *SPAM* é uma abreviação da palavra inglesa *spiced ham* (presunto condimentado) que surgiu na década de noventa. Na área de marketing digital tem como significado lixo eletrônico ou e-mail que não traz informações e conteúdo interessantes para o usuário. Normalmente é denominado como *SPAM* qualquer tipo de E-mail Marketing enviado para uma base de contatos sem a realização prévia de *Opt-in*, ou seja, quando os usuários recebem um e-mail sem ter expressado em nenhum momento vontade de receber este tipo de notificação sobre alguma marca ou determinado produto.

Evite usar spams, que é uma prática de enviar mensagens de e-mail comerciais não solicitadas em massa, ou fazer postings semelhantes a newsgroups. O spam também se refere ao ato pouco gentil de sobrecarregar de propósito a caixa de entrada de alguém ou o servidor com as mensagens. (J. REEDY; S. SCHULLO, 2007, p. 248).

De acordo com J. Reedy (2007), autor do trecho citado anteriormente, a prática deste tipo de envio não é aconselhável, por se tratar de um ato de mau uso do canal. Além disso, este tipo de envio não traz bons resultados e se resume em gasto desnecessário da verba predestinada para uma campanha de comunicação.

Procurou-se, por meio desse capítulo, apresentar uma visão geral sobre o conceito de E-mail Marketing como mensagem eletrônica e canal de comunicação. Além disso, mostrou-se algumas boas e más práticas de sua utilização, servindo como base para o esclarecimento introdutório desse conceito. Dessa forma, será

possível entender com maior facilidade as conclusões obtidas no capítulo quatro sobre o E-mail Marketing.

2.5.2 Mídias Sociais

O objetivo desse capítulo é apresentar o canal de comunicação por meio de uma descrição introdutória de três grandes redes sociais: o Facebook, o Twitter e o LinkedIn. Com essas descrições pretende-se fornecer alguns conceitos básicos desse canal, além de apresentar algumas características que podem ser usadas para a estratégia de comunicação de uma empresa. Escolheu-se essas redes sociais, por apresentarem uma grande quantidade de usuários, sendo conseqüentemente alvo para as campanhas de marketing das empresas. A seguir têm-se as apresentações das redes citadas anteriormente.

Facebook:

O Facebook é uma rede social, de acordo com C. Torres (2009), uma das maiores entre as redes sociais existentes no mundo. Seu fundador Mark Zuckerberg, ainda sendo estudante de Harvard, criou a rede social em 2004. De acordo com o J. Reedy (2007) essa rede foi criada para proporcionar comunicação *on-line* aos alunos da Universidade de Harvard, mas ganhou cada vez importância e aos poucos este novo canal de comunicação começou a ser usado também por algumas empresas. Esta rede fez tanto sucesso nos últimos anos que chega a ter 959 milhões de usuários ativos em 2012. Trata de quase um bilhão de pessoas conectadas dentro de uma rede social, o que garante uma audiência considerável para um canal de comunicação.

Um dos diferenciais do Facebook segundo o C. Torres (2009) é o fato de essa rede permitir com que novos softwares e recursos sejam adicionados por terceiros.

Um dos grandes méritos do Facebook é que ele foi uma das primeiras mídias sociais a abrir sua plataforma para que programadores de software pudessem criar aplicativos para os usuários. Essa abertura para o software de terceiros

criou um forte mercado de *widgets*, que beneficia inúmeras empresas e os próprios usuários do Facebook. (C. TORRES, 2009, p. 140).

Na citação anterior o autor destaca o diferencial da rede social mencionando sobre *widgets*. A definição dada pelo próprio autor para este termo é:

Os widgets[...] são aplicações citadas em alguma linguagem de programação que permite rodar pequenos aplicativos no espaço de um banner. Assim, você pode oferecer ao consumidor informação útil ou entretenimento, como a previsão do tempo, a localização de restaurantes ou a programação do cinema. (C. TORRES, 2009, p. 244).

Conclui-se que essa ferramenta de Mídias Sociais, o Facebook, apresenta soluções tecnológicas diferenciais que ajudam os profissionais de marketing digital a trabalhar de forma ampla a exposição da marca dentro da rede. Além disso, a possibilidade de instalação de aplicativos desenvolvidos pelas empresas, dentro da rede, gera a oportunidade para as marcas trabalharem sua imagem e interagir com o público.

Twitter:

De acordo com C. Torres (2009) a rede social Twitter foi fundada em 2006 pela empresa ObviousCorp., na cidade norte-americana de São Francisco. O nome da rede foi inspirado no pássaro de coloração azul que tem como hábito emitir periodicamente sons com intuito de avisar aos pássaros vizinhos sobre a sua localização e o que ele está fazendo no momento.

Para descrever o funcionamento dessa rede, C. Torres (2009) a compara com uma mistura de rede social, blog e ferramenta de comunicação, que tem como uma de suas características permitir ao usuário enviar idéias, pensamentos ou simplesmente o que estão fazendo no momento por meio de uma mensagem de texto, com no máximo 140 caracteres, via web site www.twitter.com. Assim, todos os usuários que participam do Twitter e

possuem conexão entre si podem trocar mensagens instantaneamente. De acordo com C. Torres (2009):

A ideia é manter seus amigos informados sobre sua vida por meio da resposta, em 140 caracteres, de uma simples pergunta: “O que você está fazendo agora?” A resposta, chamada de twit, ou “tuit”, em português, é atualizada em seu perfil, na sequência que é escrita, e enviada a todos os seus amigos, chamados de seguidores. Essa ação tem sido chamada de micro blogging, por sua semelhança com o processo de escrever blog. (C. TORRES, 2009, p. 149).

A pesquisa de mercado realizada pelo Youpix.com.br, que acabou compilando os dados fornecidos Mashable, The Next Web, Twitter, Visua.ly, ComScore e Wikipedia realizada em 2011, mostra que 80% das postagens de usuários da rede são reclamações sobre as marcas. Este dado estatístico indica que este meio de comunicação pode ser usado para o aprimoramento do serviço de SAC e atendimento ao público. Em geral, os números do levantamento feito pelo Youpix indicam que a rede é bastante ampla e esta em constante crescimento conforme mostra a figura a seguir.



**FIGURA 1 - Dados da pesquisa de mercado sobre a rede social Twitter
 (Youpix.com.br - 2012)**

Sendo assim, conclui-se que o Twitter é uma ferramenta que pode ser usada para o aprimoramento do atendimento ao consumidor e possui uma grande vantagem por apresentar um significativo potencial de cobertura da audiência, um fato importante a ser considerado na hora de planejamento das ações *on-line*. Não menos importante, C. Torres (2009) aconselha o uso dessa rede, pois acredita que ela serve de maneira complementar e integral no planejamento estratégico das ações de marketing e comunicação digital.

Linkedin:

Segundo C. Torres (2009) o LinkedIn foi lançado em 2003 como uma rede social voltada para o mercado de trabalho e negócios, cuja principal idéia é atender os profissionais de todos os tipos de mercados e suas necessidades relacionadas aos objetivos de carreira e relacionamentos dentro

da rede de negócios. O autor revela ainda a importância e o potencial de cobertura da audiência fornecida por essa ferramenta de Mídias Sociais:

Segundo pesquisa de Wave.3, Universal McCann, o LinkedIn detém cerca de 6% do mercado mundial, o que é um número bastante expressivo se considerarmos que ele é muito dedicado ao nicho profissional. (C. TORRES, 2009, p. 146).

De acordo com autor, essa rede possui uma série de funcionalidades as quais garantem com que os usuários cadastrados façam somente conexões com profissionais que possuem a mesma base de interesses. Entende-se como outra funcionalidade do LinkedIn, uma interface que possibilita a implantação de aplicativos de terceiros, possibilitando a utilização pelos membros da rede. Assim, as empresas podem introduzir aplicativos ou mídia dentro do LinkedIn com informações interessantes a serem divulgadas em determinados nichos de mercado. Uma importante observação feita por C. Torres (2009) é:

[...] assim, ele pode ser utilizado no marketing digital quando o perfil de seu público-alvo for adequado aos membros do LinkedIn, como é o caso de empresas de recursos humanos, de ensino, de negócios ou que trabalham com o chamado “business-to-business”, ou seja, empresas que vendem para empresas, nas quais o relacionamento com os executivos é uma fase importante da venda[...]. (C. TORRES, 2009, p. 149).

Conclui-se que essa ferramenta de Mídias Sociais, o LinkedIn, pode ser usado pelas marcas nas estratégias de comunicação de marketing voltados para determinados nichos de mercado, especialmente no caso das marcas que trabalham com o tipo de negócio de *B2B*.

Procurou-se, por meio desse capítulo, apresentar uma visão geral sobre o canal de comunicação: Mídias Sociais. Além disso, mostrou-se exemplos de como as empresas podem os utilizar em suas estratégias de comunicação. Dessa forma, será

possível entender com maior facilidade as conclusões obtidas no capítulo quatro sobre as Mídias Sociais. Na base das informações e dados levantados nesse capítulo foram levantadas as hipóteses posteriormente investigadas através da pesquisa de mercado realizada com os profissionais da área.

3. MÉTODO UTILIZADO NA PESQUISA

“Em seu sentido mais geral, método é a ordem que se deve impor aos diferentes processos necessários para atingir um certo fim ou um resultado desejado. Nas ciências, entende-se por um método o conjunto de processos empregados na investigação e na demonstração da verdade.” (CERVO, BERVIAN, DA SILVA, 2007, p. 27).

Pode-se utilizar um método com vários propósitos como por exemplo: formular questões, efetuar observações e medidas, levantar hipóteses, propor problemas, etc. No caso específico desse estudo utilizará-se um método para elaborar questões, coletar os dados e realizar uma análise sobre o material coletado, extraindo posteriormente as conclusões.

Conforme descrito no capítulo 1.4 será utilizado como parte do método e também porque não dizer uma técnica, a observação sistemática, a descrição, a comparação e a análise e síntese racional pois o método não opera especificamente sobre seres e fatos, mas sobre ideias e verdades mais ou menos gerais. “[...] o método pode e deve ser adaptado às diversas ciências, à medida que a investigação de seu objeto impõe ao pesquisador lançar mão de técnicas especializadas.” (CERVO, BERVIAN, DA SILVA, 2007, p. 31). No contexto desse trabalho não haverá casos para aplicação de técnicas especializadas, mas apenas o que já foi explicado e é conhecido para a realização de uma pesquisa. Apresenta-se a seguir, dividido em etapas, como a pesquisa foi realizada além das ferramentas utilizadas.

3.1 Descrição geral da pesquisa

Uma pesquisa pode ser dividida em qualitativa e quantitativa. Para esse estudo escolheu-se a pesquisa quantitativa descritiva com o objetivo de obter resultados rápidos e confiáveis. Segundo Given, Lisa M. (2008) define-se como pesquisa quantitativa um estudo que busca apurar opiniões de um grande número de entrevistados utilizando-se o questionário como instrumento para apuração de dados.

Como instrumento de pesquisa optou-se em utilizar um questionário o qual consiste em um conjunto de perguntas definidas como fechadas. Entende-se como uma pergunta fechada aquela que define todas as possíveis respostas de antemão segundo Kotler (2006). Outras características das perguntas fechadas segundo Cervo, Bervian, da Silva (2007), é que são padronizadas, de fácil aplicação e simples de analisar. Esse tipo de pergunta gera respostas fáceis de interpretar e tabular. Dessa maneira torna-se rápida a coleta das respostas a fim de que o um estudo possa ser feito posteriormente.

3.2 Caracterização do segmento de mercado em estudo

O segmento de mercado em foco faz amplo uso de Internet e dos seus canais de comunicação como E-mail Marketing, Mídia em Display, Links Patrocinados, Comparadores de Preços, Mídias Sociais e Mobile. Empresas que fazem parte desse segmento de mercado possuem como característica grande parte de sua receita associada à venda de produtos ou serviços. A escolha desse tipo de empresa dá-se pelo fato de possuírem vasta experiência no mercado digital, utilizando-o como seu principal meio de atuação.

3.3 Caracterização da base entrevistada

Os profissionais que foram entrevistados para a pesquisa trabalham em agências digitais, como anunciantes em marketing digital e em veículos de comunicação (portais, blogs e sites de conteúdo). Esses profissionais utilizam-se dos canais de comunicação para realizar campanhas de vendas *on-line*, promoções, lançamento de produtos, etc. A escolha desses profissionais deu-se pelo fato de terem experiência e opinião válida sobre a aplicação e uso de cada um dos canais citados no item anterior.

3.4 Caracterização do instrumento de pesquisa utilizado

O instrumento de pesquisa utilizado foi um questionário, que pode ser definido como “Um conjunto de perguntas sobre um determinado tópico que não testa a habilidade do respondente, mas mede sua opinião, seus interesses, aspectos de personalidade e informação bibliográfica”, (YAREMKO; HARARI; HARRISON & LYNN, 1986, p. 186). Esse questionário contém questões fechadas, ou seja, com as respostas pré-determinadas.

As perguntas foram elaboradas seguindo algumas das boas práticas indicadas por P. HAGUE e P. JACKSON (1999). As boas práticas utilizadas foram: certifique-se de que as perguntas não sejam tendenciosas; não faça perguntas complexas; faça perguntas específicas; evite jargões ou abreviações; evite palavras sofisticadas ou incomuns; evite palavras ambíguas; evite perguntas que incluam uma negação; evite perguntas hipotéticas; não use palavras de som ambíguo; use faixas de valores para perguntas delicadas; certifique-se de que os itens das respostas de múltipla escolha não se sobreponham.

Foram realizadas sete perguntas, sendo todas de caráter obrigatório. A seguir apresentam-se as perguntas, as respostas e a justificativa para cada uma delas.

1. Considerando o mercado de marketing digital, como você classificaria sua empresa?
 - (a) Anunciante em marketing digital
 - (b) Veículo de comunicação (portais- blogs- sites de conteúdo)
 - (c) Agência de publicidade

Justificativa: Verificar se existe diferença entre as opiniões de pessoas que trabalham em empresas de diferentes classificações.

2. Você costuma realizar negócios com:
 - (a) Outras empresas (B2B)

- (b) Consumidor final (B2C)
- (c) Ambos (B2B2C)

Justificativa: Entender melhor qual o tipo de negócio que cada um dos entrevistados trabalha, dessa maneira poderá estabelecer-se uma relação com os canais de comunicação.

3. Quantos colaboradores têm na sua empresa?

- (a) Até 09 colaboradores
- (b) de 10 a 49 colaboradores
- (c) de 50 a 99 colaboradores
- (d) de 100 a 500 colaboradores
- (e) de 500 a 1.000 colaboradores
- (f) mais de 1.000 colaboradores

Justificativa: Relacionar a importância do canal de comunicação utilizado de acordo com porte da empresa.

4. Qual a importância dos objetivos a seguir para sua estratégia de comunicação?

Aumentar a receita com vendas:

- a) Muito Importante b) Importante c) Pouco importante d) Nada importante
- e) Ainda não pensei sobre isso

Aumentar tráfego para web site:

- a) Muito Importante b) Importante c) Pouco importante d) Nada importante
- e) Ainda não pensei sobre isso

Gerar leads:

- a) Muito Importante b) Importante c) Pouco importante d) Nada importante
- e) Ainda não pensei sobre isso

Exposição de marca (branding):

- a) Muito Importante b) Importante c) Pouco importante d) Nada importante
- e) Ainda não pensei sobre isso

Melhorar relacionamento da marca com o público:

- a) Muito Importante b) Importante c) Pouco importante d) Nada importante
- e) Ainda não pensei sobre isso

Justificativa: Entender a importância dos objetivos estratégicos de forma a conhecer melhor o motivo da utilização de cada canal de comunicação.

5. Na sua opinião, qual a principal utilidade de cada um dos canais:

Aumentar receita com vendas

- a) Mídias Sociais (Ex: Facebook – Twitter - Orkut) b) Mobile c) E-mail Marketing d) Mídia em Display (Ex: MSN – Terra – UOL - Globo.com) e) Ferramentas de Busca (Ex: Google- Bing- Yahoo) f) Comparadores de preços

Aumentar tráfego para o web site

- a) Mídias Sociais (Ex: Facebook – Twitter – Orkut) b) Mobile c) E-mail Marketing d) Mídia em Display (Ex: MSN – Terra – UOL - Globo.com) e) Ferramentas de Busca (Ex: Google – Bing - Yahoo) f) Comparadores de preços

Exposição da marca (branding)

- a) Mídias Sociais (Ex: Facebook – Twitter – Orkut) b) Mobile c) E-mail Marketing d) Mídia em Display (Ex: MSN – Terra – UOL - Globo.com) e) Ferramentas de Busca (Ex: Google – Bing - Yahoo) f) Comparadores de preços

Gerar Leads

- a) Mídias Sociais (Ex: Facebook – Twitter – Orkut) b) Mobile c) E-mail

Marketing d) Mídia em Display (Ex: MSN – Terra – UOL – Globo.com) e) Ferramentas de Busca (Ex: Google – Bing – Yahoo) f) Comparadores de preços

Melhorar relacionamento da marca com o público

a) Mídias Sociais (Ex: Facebook – Twitter – Orkut) b) Mobile c) E-mail Marketing d) Mídia em Display (Ex: MSN – Terra – UOL – Globo.com) e) Ferramentas de Busca (Ex: Google – Bing – Yahoo) f) Comparadores de preços

Justificativa: Conhecer melhor objetivo da utilização do canal de comunicação.

6. Marque os canais que você utiliza em suas estratégias de marketing digital?

Poderão ser selecionadas mais de uma alternativa.

- ☐ Mídias Sociais (Ex: Facebook – Twitter – Orkut)
- ☐ Mobile
- ☐ E-mail Marketing
- ☐ Mídia em Display (Ex: MSN – Terra – UOL – Globo.com)
- ☐ Ferramentas de Busca (Ex: Google – Bing – Yahoo)
- ☐ Comparadores de preços

Justificativa: Conhecer os canais mais utilizados na pesquisa e identificar posteriormente, com base em outras respostas, a importância de cada um deles.

7. Como você distribui sua verba por canal:

Alternativas para serem selecionadas no caso de distribuição da verba

Mídias Sociais (Ex: Facebook – Twitter – Orkut)

- a) 0% b) De 1% a 10% c) De 11% a 30% d) De 31% a 50% e) De 51% a 70% f) Mais de 70%

Mobile

- a) 0% b) De 1% a 10% c) De 11% a 30% d) De 31% a 50% e) De 31% a 50%
f) Mais de 50%

E-mail Marketing

- a) 0% b) De 1% a 10% c) De 11% a 30% d) De 31% a 50% e) De 31% a 50%
f) Mais de 50%

Mídia em Display (Ex: MSN – Terra – UOL – Globo.com)

- a) 0% b) De 1% a 10% c) De 11% a 30% d) De 31% a 50% e) De 31% a 50%
f) Mais de 50%

Ferramentas de Busca (Ex: Google – Bing – Yahoo)

- a) 0% b) De 1% a 10% c) De 11% a 30% d) De 31% a 50% e) De 31% a 50%
f) Mais de 50%

Comparadores de preços

- a) 0% b) De 1% a 10% c) De 11% a 30% d) De 31% a 50% e) De 31% a 50%
f) Mais de 50%

Justificativa: Avaliar quais canais recebe maior verba destinada para investimento.

3.5 Procedimentos para extração e análise de dados

A realização desse estudo ocorreu por meio do uso de um sistema da empresa Serasa Experian conhecido como *Virtual Target*. Um dos módulos dessa plataforma, conhecido como *Survey*, possui várias funcionalidades, dentre elas sob o ponto de vista dos questionários pode-se: realizar a criação de questões de diferentes formatos, elaboração de layouts, criação de *URLs* que podem ser inseridas no corpo de um E-

mail Marketing ou nas Mídias Sociais. Outra importante funcionalidade do *Survey* é a coleta das respostas dos usuários onde a visualização das estatísticas pode ser feita em tempo real.

Anterior à realização dessa pesquisa certificou-se, primeiramente, a confiabilidade das respostas que a plataforma *Virtual Target* entrega ao usuário dentro do módulo *Survey*. Mesmo sendo uma característica relativamente nova dentro da plataforma, o módulo *Survey* é utilizado frequentemente pela empresa e é responsável por direcionar importantes decisões comerciais. Outro fator que indica a confiabilidade da pesquisa é que as respostas são pré-definidas pelo entrevistador, não havendo a possibilidade de várias interpretações.

De acordo com os capítulos 3.2 e 3.3 foi extraído um total de 1700 pessoas da plataforma. Essas pessoas receberam por e-mail um questionário contendo as perguntas indicadas no capítulo 3.4. O tempo total da pesquisa foi de três dias, obtendo respostas de 1068 usuários. Após a coleta dos dados, foram calculadas as estatísticas de cada resposta, realizadas comparações e por fim, tiradas as devidas conclusões, obtendo importantes informações que justificarão esse estudo.

4. ANÁLISE DA PESQUISA

Este capítulo tem como intuito estudar os principais dados provenientes da análise básica das respostas coletadas ao longo do processo de pesquisa. Os dados e informações colhidos foram organizados por questão e estão acompanhados dos comentários que justifiquem o motivo da formatação de cada pergunta. Conforme já citado anteriormente no capítulo três, o questionário *on-line* da pesquisa foi criado dentro do módulo *Survey* da plataforma digital *Virtual Target* e enviado para a base de contatos contendo 1700 usuários e em três dias foram coletadas respostas de 1068 respondentes. Com isso foi possível fazer a análise inicial das respostas apresentadas a seguir.

4.1 Levantamento dos dados estatísticos da pesquisa

Nesta seção serão vistas as estatísticas básicas provenientes dos resultados da pesquisa realizada no dia três de agosto de 2012. Cada uma das questões possui alguns breves comentários que ajudam a identificar o motivo de sua realização.

Questão 1:

Ao acessar o link da pesquisa, o usuário se deparava com uma mensagem de agradecimento pela participação e depois de clicar no botão de prosseguir, era apresentada a ele a primeira pergunta do questionário: “Considerando o mercado de marketing digital, como você classificaria sua empresa?”. A primeira questão buscou entender qual tipo de empresa o profissional entrevistado trabalha. A tabela a seguir apresenta a quantidade dos respondentes que marcou cada uma das três alternativas propostas:

**TABELA 2 - Estatísticas da Questão 1 (Número de respostas)
(PRODUÇÃO DA PRÓPRIA AUTORA, 2013)**

Alternativas da Questão	Nº de respostas	Porcentagem
Anunciante em marketing digital	525	49%
Veículo de comunicação (portais- blogs- sites de conteúdo)	281	26%
Agência de publicidade	262	25%

Questão 2:

Através da segunda questão buscou-se identificar quais tipos de negócios são praticados pelas empresas as quais os entrevistados trabalham no momento da pesquisa: “Você costuma realizar negócios com:”

**TABELA 3 - Estatísticas da Questão 2 (Número de respostas)
(PRODUÇÃO DA PRÓPRIA AUTORA, 2013)**

Alternativas da Questão	Nº de respostas	Porcentagem
Outras empresas (B2B)	347	32%
Consumidor final (B2C)	246	23%
Ambos (B2B2C)	475	44%

Questão 3:

A terceira questão buscou identificar o porte da empresa o qual o profissional de marketing trabalha “Quanto colaboradores tem na sua empresa?”

**TABELA 4 - Estatísticas da Questão 3 (Número de respostas)
(PRODUÇÃO DA PRÓPRIA AUTORA, 2013)**

Alternativas da Questão	Nº de respostas	Porcentagem
Até 09 colaboradores	355	33%
de 10 a 49 colaboradores	225	21%
de 50 a 99 colaboradores	102	10%
de 100 a 500 colaboradores	163	15%
de 500 a 1.000 colaboradores	70	7%
mais de 1.000 colaboradores	153	14%

Questão 4:

Essa questão teve o intuito de classificar a base dos entrevistados de acordo com os objetivos estratégicos que eles mais ou menos buscam em suas ações de marketing: “Qual a importância dos objetivos a seguir para sua estratégia de comunicação?” Na tabela a seguir estão relacionadas a quantidade dos respondentes que selecionaram cada uma das alternativas propostas na questão:

TABELA 5 - Estatísticas da Questão 4 (Número de respostas)
(PRODUÇÃO DA PRÓPRIA AUTORA, 2013)

Alternativas da Questão	Aumentar a receita com vendas	Aumentar tráfego para website	Gerar leads	Exposição de marca (<i>branding</i>)	Melhorar relacionamento da marca com o público
Muito Importante	791	466	393	655	732
Importante	244	517	475	385	295
Ainda não pensei sobre isso	12	35	145	13	19
Pouco importante	15	47	50	15	20
Nada importante	6	3	5	0	2

A tabela a seguir apresenta as porcentagens calculadas a partir dos dados da Tabela 5:

TABELA 6 - Estatísticas da Questão 4 (Porcentagem)
(PRODUÇÃO DA PRÓPRIA AUTORA, 2013)

Alternativas da Questão	Aumentar a receita com vendas	Aumentar tráfego para website	Gerar leads	Exposição de marca (<i>branding</i>)	Melhorar relacionamento da marca com o público
Muito Importante	74%	44%	37%	61%	69%
Importante	23%	48%	44%	36%	28%
Ainda não pensei sobre isso	1%	3%	14%	1%	2%
Pouco importante	1%	4%	5%	1%	2%
Nada importante	1%	0%	0%	0%	0%

Questão 5:

A quinta questão teve o objetivo de registrar estatísticas a partir das respostas da base entrevistada sobre a utilização dos canais propostos: “Na sua opinião, qual a principal utilidade de cada um dos canais:”

**TABELA 7 - Estatísticas da Questão 5 (Número de respostas)
(PRODUÇÃO DA PRÓPRIA AUTORA, 2013)**

Alternativas da Questão	Mídias Sociais	Mobile	E-mail Marketing	Mídia Display	Ferramentas de Busca	Comparadores de preços
Aumentar receita com vendas	52	124	481	199	313	636
Aumentar tráfego para o website	111	171	180	282	420	137
Exposição da marca (branding)	223	266	100	387	134	87
Gerar Leads	103	192	171	142	167	141
Melhorar relacionamento da marca com o público	579	315	136	58	34	67

A tabela a seguir apresenta as porcentagens calculadas a partir dos dados da Tabela 7:

**TABELA 8 - Estatísticas da Questão 5 (Porcentagem)
(PRODUÇÃO DA PRÓPRIA AUTORA, 2013)**

Alternativas da Questão	Mídias Sociais	Mobile	E-mail Marketing	Mídia Display	Ferramentas de Busca	Comparadores de preços
Aumentar receita com vendas	5%	12%	45%	19%	29%	60%
Aumentar tráfego para o website	10%	16%	17%	26%	39%	13%
Exposição da marca (branding)	21%	25%	9%	36%	13%	8%
Gerar Leads	10%	18%	16%	13%	16%	13%
Melhorar relacionamento da marca com o público	54%	29%	13%	5%	3%	6%

Questão 6:

Na sexta questão o objetivo foi identificar quais canais digitais os profissionais entrevistados costumam usar em suas estratégias e ações de marketing digital. Com esse tipo de informação será possível identificar os canais mais e menos usados dentre os entrevistados: “Marque os canais que você utiliza em suas estratégias de marketing digital”.

TABELA 9 - Estatísticas da Questão 6 (Número de respostas)
(PRODUÇÃO DA PRÓPRIA AUTORA, 2013)

Alternativas da Questão	Nº de respostas	Porcentagem
Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut)	938	88%
Mobile	307	29%
E-mail Marketing	965	90%
Mídia display	300	28%
Ferramentas de busca	767	72%
Comparadores de preços	142	13%

Questão 7:

Essa questão buscou identificar qual faixa de gastos cada entrevistado usa por canal. Mais especificamente, o respondente deveria selecionar uma faixa para cada um dos canais: “Como você distribui sua verba por canal:”.

TABELA 10 - Estatísticas da Questão 7 (Número de respostas)
(PRODUÇÃO DA PRÓPRIA AUTORA, 2013)

Faixas de Budget	Canais digitais					
	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut)	Mobile	E-mail marketing	Mídia Display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com)	Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	Comparadores de preços
0	208	0	107	588	261	786
De 1% a 10%	433	329	405	212	266	170
De 11% a 30%	211	90	278	149	253	75
De 31% a 50%	142	26	166	88	175	23
De 31% a 50%	142	26	166	88	175	23
Mais de 50%	73	9	111	30	112	13

A Tabela 10 apresenta as porcentagens calculadas a partir dos dados da tabela anterior:

**TABELA 11 - Estatísticas da Questão 7 (Porcentagem)
(PRODUÇÃO DA PRÓPRIA AUTORA, 2013)**

	Canais digitais					
Faixas de <i>Budget</i>	Mídias Sociais (Ex: Facebook-Twitter-Orkut)	Mobile	E-mail Marketing	Mídia Display (Ex: MSN- Terra-UOL-Globo.com)	Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing-Yahoo)	Comparadores de preços
0	19%	0%	10%	55%	24%	74%
De 1% a 10%	41%	31%	38%	20%	25%	16%
De 11% a 30%	20%	8%	26%	14%	24%	7%
De 31% a 50%	13%	2%	16%	8%	16%	2%
De 31% a 50%	13%	2%	16%	8%	16%	2%
Mais de 50%	7%	1%	10%	3%	10%	1%

4.2 Análise de dados estatísticos da pesquisa

Essa seção apresenta diversas análises feitas com base nos dados obtidos pela pesquisa, especificamente pelo cruzamento de informações resultantes das questões apresentadas aos usuários. Com esse procedimento pretende-se oferecer informações mais aprofundadas, que possam ser usados para entender melhor a forma com que os canais digitais em estudo vêm sendo empregados dentro das ações de marketing digital pelos profissionais da área.

4.2.1 Análise de dados estatísticos da pesquisa: E-mail Marketing

Este item analisa os dados obtidos a partir das respostas dos usuários especificamente em relação ao E-mail Marketing. A análise inicia-se pela divisão da verba investida em uma ação de marketing digital pelos diferentes tipos de empresas.

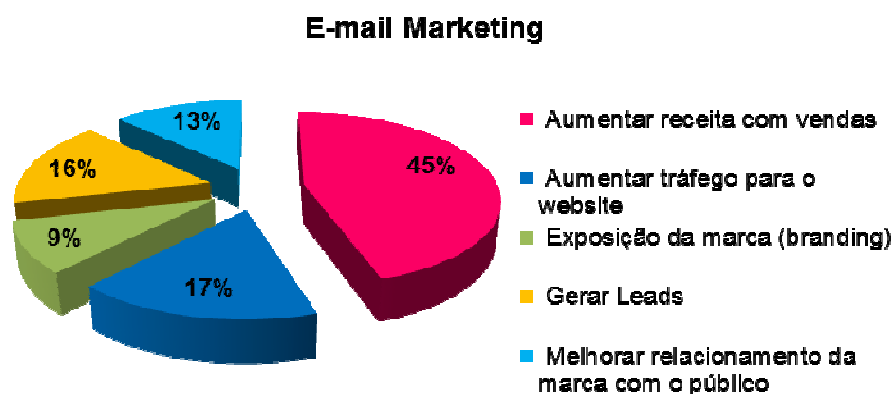
**TABELA 12 - Verba investida em E-mail Marketing por tipo de empresa
(PRODUÇÃO DA PRÓPRIA AUTORA, 2013)**

Verba - E-mail Marketing	Todos tipos de empresas	%	Anunciante	%	Agência	%	Veículo	%
0%	107	10%	61	12%	17	6%	29	10%
1% - 10%	405	38%	213	41%	103	39%	89	32%
11% - 30%	279	26%	123	23%	85	32%	71	25%
31% - 50%	166	16%	76	15%	38	15%	52	19%
Mais de 50%	111	10%	52	10%	19	7%	40	14%
Total	1068		525		262		281	

Na Tabela 12 estão expostos resultados que revelam o E-mail Marketing recebendo investimento da verba destinada a ações de marketing digital em média 1% - 10% da maior parte dos respondentes (38%). Além disso, 26% dos respondentes escolheram uma faixa mais elevada para o investimento, de 11% - 30%. Conclui-se também que 90% das empresas possuem alguma verba para gastar com esse canal.

De acordo com o tipo da empresa, as agências são as que investem mais neste canal, pois, 32% dos respondentes que trabalham neste tipo de empresa responderam que investem de 11% a 30% de sua verba disponível. O segundo maior investidor em E-mail Marketing são os anunciantes, sendo que 64% dos respondentes desse tipo de empresa responderam que investem de 1% a 30% neste canal.

No Gráfico 5 estão apresentadas as porcentagens obtidas da quinta pergunta que questiona o respondente a respeito da utilidade dos canais em relação aos objetivos estratégicos indicados. A maioria dos respondentes (45%) escolheu o E-mail Marketing com o objetivo de aumentar a receita com vendas para o canal. O segundo objetivo mais indicado foi o aumento do tráfego para o Web Site, com 17%. Ainda de acordo com os profissionais entrevistados, o objetivo para o qual a aplicação deste canal é menos indicada é o de exposição da marca (*branding*), sendo que somente 9% o escolheram para esse caso.



**GRAFICO 5 – Utilização do E-mail Marketing de acordo com o objetivo estratégico
(PRODUÇÃO DA PRÓPRIA AUTORA, 2013)**

A Tabela 13 traz os dados do cruzamento das questões quatro e seis, onde o respondente é questionado sobre a importância de cada objetivo estratégico e o canal que ele utiliza em suas estratégias de marketing digital respectivamente.

**TABELA 13 - Respondentes que selecionaram muito importante para cada um dos objetivos
(PRODUÇÃO DA PRÓPRIA AUTORA, 2013)**

Utiliza em estratégias de marketing digital	Aumentar a receita com vendas	Aumentar tráfego para Web Site	Gerar leads	Exposição de marca (<i>branding</i>)	Melhorar relacionamento da marca com o público
E-mail Marketing	69%	40%	34%	56%	62%

De acordo com estes resultados, os objetivos, aumentar a receita com as vendas (69%) e melhorar o relacionamento da marca com o público (62%) foram os que tiveram maior destaque em comparação aos demais. O terceiro objetivo que obteve a porcentagem de 56%, também relativamente alta, é a exposição da marca (*branding*).

Na Tabela 14 estão apresentados os dados obtidos a partir das estatísticas relacionados as segunda e sexta questões tendo como canal digital o E-mail Marketing.

**TABELA 14 - Tipos de negócios das empresas e uso do E-mail Marketing
(PRODUÇÃO DA PRÓPRIA AUTORA, 2013)**

Tipos de negócios realizados pela empresa	Total de respondentes que selecionaram cada um dos tipos	Respondentes que usam E-mail Marketing	%
Outras empresas (<i>B2B</i>)	347	317	91%
Consumidor final (<i>B2C</i>)	246	227	92%
Ambos (<i>B2B2C</i>)	475	419	88%
Total Geral	1.068	963	90%

Ao analisar os dados da Tabela 14, pode se concluir que 90% dos entrevistados responderam que fazem uso do E-mail Marketing em suas ações de marketing digital. Ainda de acordo com os dados dessa tabela, 92% dos entrevistados responderam que as empresas nas quais eles trabalham, que realizam negócios do tipo *B2C*, utilizam-se do E-mail Marketing em suas ações de marketing digital. Não menos importante, a tabela destaca que 88% dos respondentes que fazem negócios do tipo de *B2B2C* também se utilizam deste canal.

4.2.2 Análise de dados estatísticos da pesquisa: Mídias Sociais

A seguir serão apresentados os resultados estatísticos provenientes do cruzamento das informações das questões um e sete. Com isso procurou-se encontrar informações mais aprofundadas sobre o canal de Mídias Sociais a partir dos dados coletados diretamente da pesquisa.

**TABELA 15 - Verba investida em Mídias Sociais por tipo de empresa
(PRODUÇÃO DA PRÓPRIA AUTORA, 2013)**

Verba - Mídias Sociais	Todos os tipos de empresas	%	Anunciante	%	Agencia	%	Veículo	%
0%	208	19%	135	26%	22	8%	51	18%
1% - 10%	433	41%	228	43%	98	37%	107	38%
11% - 30%	211	20%	84	16%	68	26%	59	21%
31% - 50%	143	13%	53	10%	45	17%	45	16%
Mais de 50%	73	7%	25	5%	29	11%	19	7%
Total	1068		525		262		281	

Na Tabela 15 estão apresentados os resultados das respostas para a sétima pergunta do questionário que trata sobre a divisão do *budget* entre os canais dentro de uma estratégia de marketing. As respostas coletadas a partir dessa pergunta foram

cruzadas com a primeira pergunta do questionário onde os respondentes selecionaram em que tipo de empresa eles trabalham. O cruzamento dos dados obtidos pelas respostas dessas duas questões foi analisado tendo em foco o canal de Mídias Sociais. De acordo com as estatísticas, 41% dos entrevistados responderam que investem de 1-10% da receita de sua campanha neste canal. Ao comparar os três tipos de empresas investigadas: anunciante em marketing digital, agência de publicidade e veículo de comunicação (portais, blogs, sites de conteúdo, etc.), conclui-se que todas investem nas mesmas faixas de 1-10% em Mídias Sociais. Porém, a porcentagem das agências que investem de 11% a 30% da receita em Mídias Sociais é maior do que dos outros tipos de empresas, totalizando 26%.

No Gráfico 6 estão apresentados os dados provenientes da quinta questão que trata sobre a utilidade dos canais em relação aos objetivos estratégicos. A maioria dos respondentes (54%) escolheu o objetivo de melhorar relacionamento da marca com o público para o canal de Mídias Sociais. O segundo objetivo mais indicado foi a exposição da marca (*branding*) com 21%. Ainda de acordo com os profissionais, entrevistados o objetivo para qual a aplicação deste canal é menos indicado é o aumento da receita com as vendas, sendo que somente 5% o escolheram neste caso.

Mídias Sociais

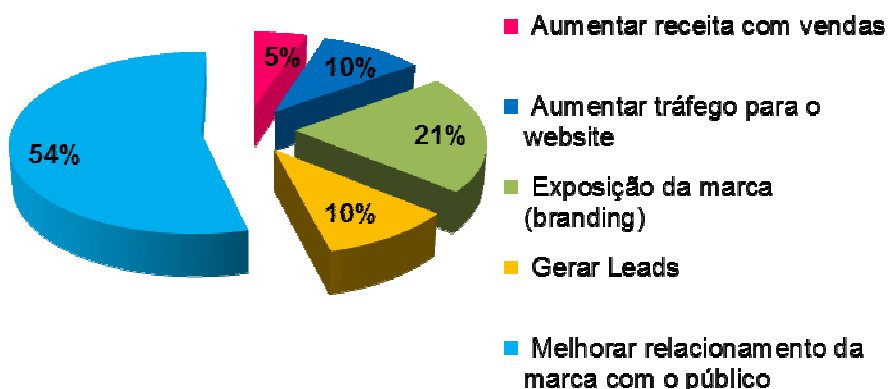


GRAFICO 6 - Utilização das Mídias Sociais de acordo com o objetivo estratégico (PRODUÇÃO DA PRÓPRIA AUTORA, 2013)

A Tabela 16 traz os dados resultantes do cruzamento das questões quatro e seis, onde o entrevistado é questionado sobre a importância de cada objetivo

estratégico para a empresa que trabalha, além de ser questionado sobre qual canal ele utiliza em suas estratégias de marketing digital.

TABELA 16 - Respondentes que selecionaram muito importante para cada um dos objetivos (PRODUÇÃO DA PRÓPRIA AUTORA, 2013)

Utiliza em estratégias de marketing digital	Aumentar a receita com vendas	Aumentar tráfego para Web Site	Gerar leads	Exposição de marca (<i>branding</i>)	Melhorar relacionamento da marca com o público
Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut)	65%	40%	33%	55%	62%

Com destaque em comparação aos demais objetivos, tem-se praticamente um empate entre os objetivos de aumento da receita com as vendas (65%) e o melhoramento do relacionamento da marca com o público (62%).

Na Tabela 17 estão apresentados os dados obtidos a partir das estatísticas entre as questões dois e seis.

TABELA 17 - Tipos de negócios das empresas e uso das Mídias Sociais (PRODUÇÃO DA PRÓPRIA AUTORA, 2013)

Tipos de negócios realizados pela empresa	Total de respondentes que selecionaram cada um dos tipos	Respondentes que usam Mídias Sociais	%
Outras empresas (B2B)	347	306	88%
Consumidor final (B2C)	246	214	87%
Ambos (B2B2C)	475	418	88%
Total Geral	1.068	938	88%

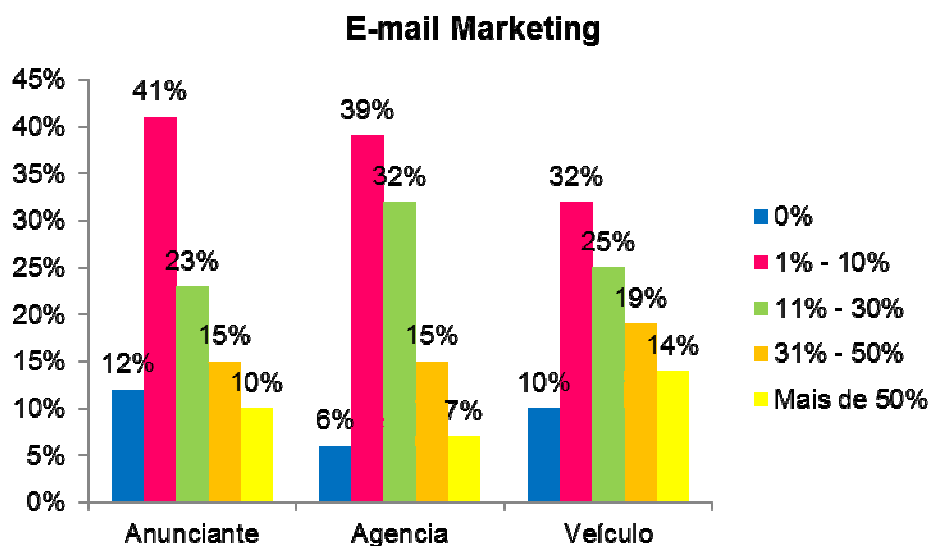
Ao analisar os dados da tabela anterior, pode-se concluir que um total de 88% dos entrevistados respondeu que fazem uso das Mídias Sociais em suas ações de marketing digital. Essa média é praticamente a mesma comparando as empresas dos três diferentes tipos de negócios que foram investigadas.

4.2.3 Análise comparativa: E-mail Marketing e Mídias Sociais

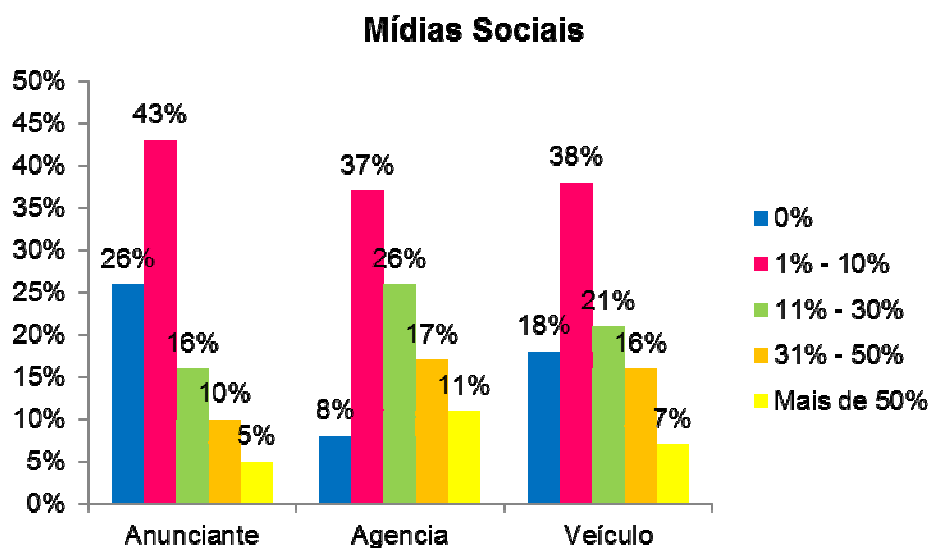
A primeira análise dessa seção procura comparar os dois gráficos que apresentam as faixas de investimento realizado nos dois canais estudados, E-mail Marketing e Mídias Sociais sob o ponto de vista dos diferentes tipos de empresas

citadas na pesquisa. O objetivo dessa análise é entender qual desses dois canais consome mais verba.

No Gráfico 7 estão apresentados os dados comparativos para o canal de E-mail Marketing e no Gráfico 8 estão representados os dados comparativos para o canal de Mídias Sociais respectivamente.



**GRAFICO 7 - Relação do uso do E-mail Marketing por tipo de empresa
(PRODUÇÃO DA PRÓPRIA AUTORA, 2013)**



**GRAFICO 8 - Relação do uso das Mídias Sociais por tipo de empresa
(PRODUÇÃO DA PRÓPRIA AUTORA, 2013)**

Somando as porcentagens que foram calculadas para as faixas de 1% a 10% e de 11% a 30%, percebe-se que 71% dos profissionais entrevistados que trabalham nas agências acabam investindo de 1% a 30% em E-mail Marketing e somente 63% dos respondentes que trabalham no mesmo tipo de empresas responderam que investem de 1% a 30% da sua receita em Mídias Sociais. Sendo que os dados relativos ao canal de Mídias Sociais estão expostos no Gráfico 8. Essa diferença entre as porcentagem de investimentos indica que entre os dois canais analisados o de E-Mail Marketing acaba consumindo mais receita do que o canal de Mídias Sociais nas empresas do tipo de agencias de publicidade.

Ao analisar a faixa de 0% do investimento realizado, 28% dos respondentes que trabalham nos Anunciantes marcaram essa faixa quando questionados sobre o investimento realizado no canal de Mídias Sociais contra os 12% que investem 0% em E-mail Marketing.

Com base nessas duas análises, conclui-se que E-mail Marketing recebe mais investimento em comparação ao canal de Mídias Sociais nas agências de publicidade e nos anunciantes.

Analisando as faixas de 1% à 10% e de 11% à 30% para as empresas do tipo de veículo o quadro de distribuição da verba entre os canais é outro. Nos veículos o canal digital E-mail Marketing acaba ficando com 57% e o de Mídias Sociais com 59%. Percebe-se que as porcentagens neste tipo de empresa entre os dois canais são mais próximas, mas o canal de Mídias Sociais acaba levando uma vantagem de 4,5% a cima de E-mail Marketing.

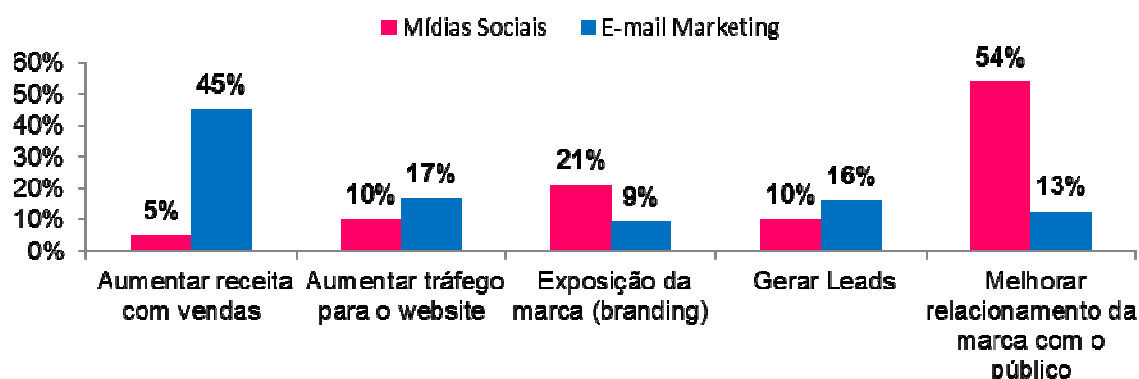


GRAFICO 9 – Comparação entre os canais Mídias Sociais e E-mail Marketing com foco nos objetivos estratégicos (PRODUÇÃO DA PRÓPRIA AUTORA, 2013)

No Gráfico 9 estão representadas as porcentagens dos respondentes que escolheram um dos cinco objetivos estratégicos analisados como o principal objetivo alcançado por cada um dos canais estudados. Pode-se concluir que o canal de Mídias Sociais, de acordo com os profissionais entrevistados, é o mais indicado quando uma ação de marketing digital busca o melhoramento do relacionamento com o público. Já o E-mail Marketing se revela como um canal escolhido pelos 45% dos entrevistados para o objetivo de aumento nas vendas. O aumento de tráfego ao site e geração dos leads através de uso do E-mail marketing foi a opção escolhida pelos 17% e 16% respectivamente. O segundo objetivo de ação mais votado para as Mídias Sociais foi a exposição da marca que ficou com 21%.

O Gráfico 10 apresenta uma comparação entre o tipo de negócio praticado pelas empresas (onde os entrevistados trabalham) e o uso dos canais de Mídias Sociais e E-mail Marketing pelos profissionais em suas ações de marketing digital. Ainda de acordo com o Gráfico 10, 88% dos entrevistados que trabalham nas empresas que praticam B2B2C usam E-mail Marketing e Mídias Sociais. Os outros dois tipos de empresas também usam ambos os canais, mas o E-mail Marketing supera as Mídias Sociais tanto nos negócios de B2B (91%) quanto de B2C (92%).

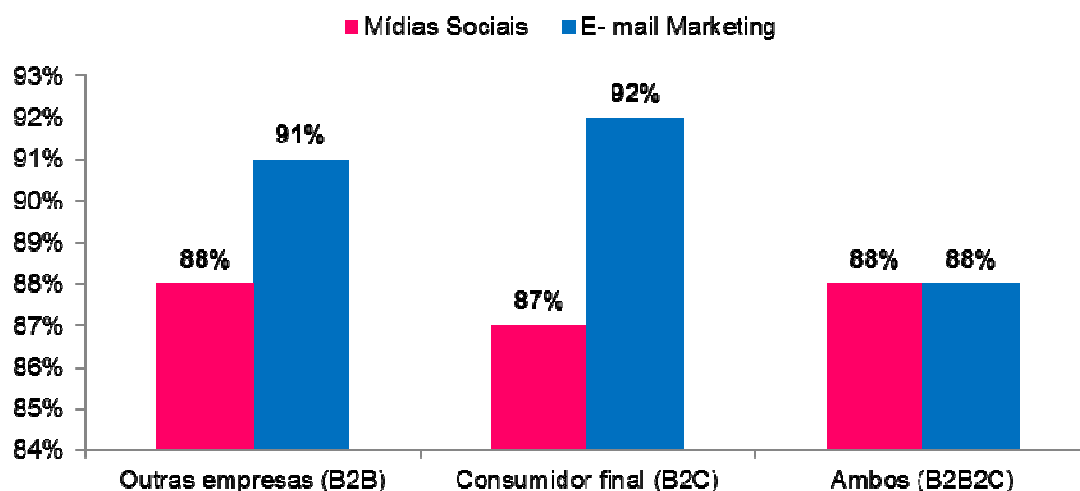


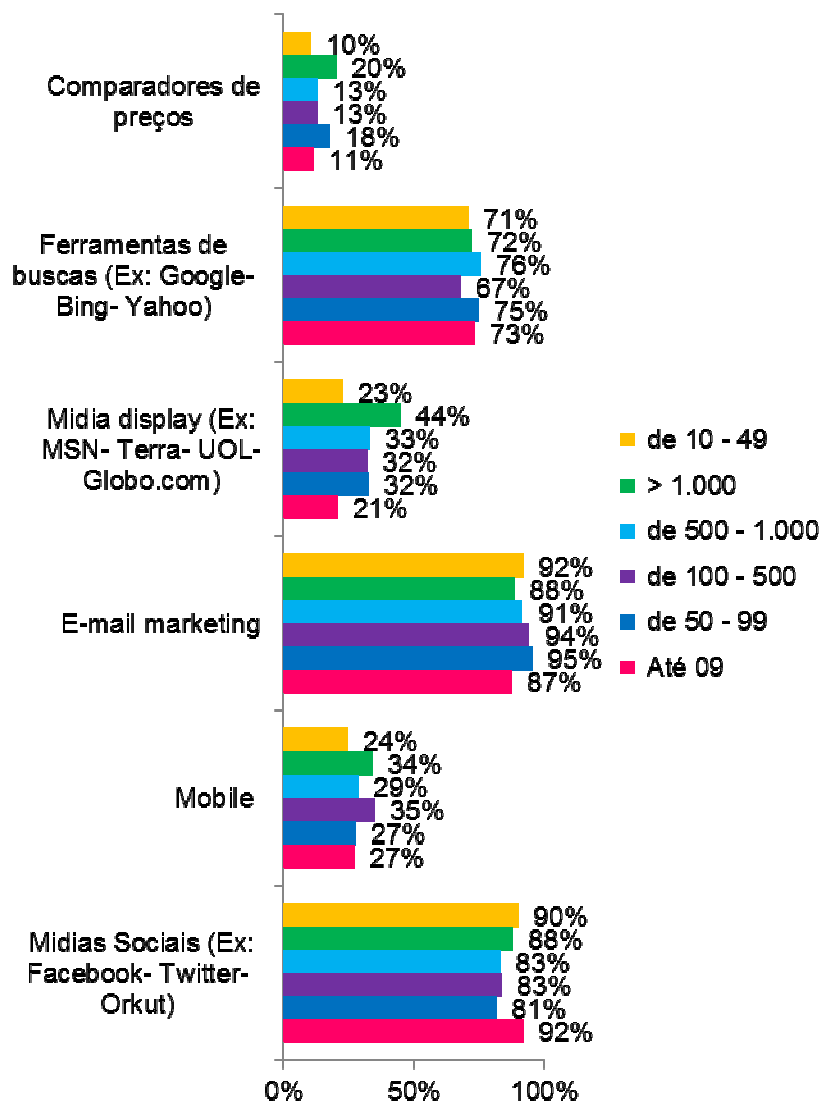
GRAFICO 10 - Comparação entre os tipos de negócios praticados pelas empresas e uso dos canais de E-mail Marketing e Mídias Sócios (PRODUÇÃO DA PRÓPRIA AUTORA, 2013)

Com base nas análises comparativas realizadas neste item serão apresentadas, no próximo capítulo, as comparações finais sobre os demais canais de comunicação estudados na pesquisa.

4.2.4 Análise geral para os demais canais estudados na pesquisa

Essa seção tem como intuito fazer análise geral dos canais abordados durante a pesquisa e identificar as principais características de cada um deles. Uma das visões que ainda não foi abordada é o uso dos canais de comunicação sob o ponto de visto do porte da empresa, ou seja, levando em consideração a quantidade de funcionários que cada uma possui. Com isso busca-se compreender se o porte da empresa influencia o uso de um ou outro canal digital.

Tomando como a base os dados representados no Gráfico 11, conclui-se que o E-mail Marketing (90%) e Mídias Sociais (88%) são os canais digitais mais utilizados pelos profissionais de marketing digital que participaram da pesquisa deste estudo.



**GRAFICO 11 - Relação entre o uso dos canais digitais e o porte da empresa
(PRODUÇÃO DA PRÓPRIA AUTORA, 2013)**

A seguir serão analisados os dados provenientes do Gráfico 11. A análise ajuda no entendimento da utilização dos canais de comunicação que foram usados como exemplo ao longo da pesquisa.

Mobile:

Dos 1068 entrevistados 307 (29%) responderam que fazem uso do Mobile nas suas ações de marketing digital. Este canal teve duas utilidades escolhidas com maior porcentagem, a de exposição da marca (*branding*) com 25% e a de melhorar o relacionamento da marca com o público com 29%. O

objetivo menos votado pelos entrevistados foi o de aumento da receita com as vendas, escolhido por 12% dos respondentes.

De acordo com a Tabela 9, Mobile é o segundo canal menos utilizado pelas empresas em suas ações de marketing digital, em média sendo usado por 29% dos respondentes. Ao analisar os portes das empresas e o uso desse canal, conclui-se que as empresas com número de colaboradores entre 100 e 500 são as que mais o utilizam, totalizando 35%.

Mídia em Display:

No total dos 1068 entrevistados 300 (28%) selecionaram Mídia em Display como um dos canais utilizados nas suas estratégias de marketing digital. Ao questionar a utilidade dos canais apresentados, a maioria dos respondentes (36%), escolheu Mídia em Display como um canal utilizado para gerar a exposição da marca (*branding*). O objetivo menos votado para este canal foi de melhorar o relacionamento com o público sendo escolhido apenas por 5% dos entrevistados. Por outro lado, Mídia em Display é o canal que tem maior porcentagem de uso entre as empresas de grande porte. As empresas que mais usam este canal digital são as que têm mais de mil funcionários. Dos entrevistados que trabalham nas empresas desse porte, 45% responderam que fazem uso da Mídia em Display.

Ferramentas de Busca:

O canal de Ferramentas de Busca é um dos mais utilizados pelos profissionais entrevistados de acordo com as respostas obtidas durante a pesquisa. Um total de 767 dos respondentes (72%) informou que o utilizam. Ao questionar a utilidade desse canal, os objetivos estratégicos para os quais ele pode ser usado foram: o aumento da receita com as vendas (29%) e o aumento do tráfego para o Web Site (39%). O objetivo menos votado para este canal foi de melhoramento do relacionamento da marca com o público com apenas 3%. Ferramentas de Busca é o terceiro canal mais utilizado pelos profissionais entrevistados, com 78% de uso em ações de marketing digital.

Comparadores de Preços:

Este canal, de acordo com a pesquisa realizada, é utilizado apenas por 142 entrevistados, ou seja, 14% de um total de 1068. Quanto à utilidade desse canal, na opinião dos 60% dos entrevistados, ele é usado para aumento da receita a partir das vendas. A utilidade menos escolhida, com apenas 6%, foi a de melhorar o relacionamento da marca com o público. Ao analisar os dados representados no Gráfico 11 fica claro que os Comparadores de Preços é o canal menos utilizado por todos os portes de empresas apresentadas. Em média, somente 13% dos entrevistados marcaram este canal como um dos utilizados no planejamento das ações de marketing digital. Ao analisar o uso deste canal entre as empresas de diferentes portes, as que possuem mais de mil colaboradores são as que mais o utilizam em suas ações de marketing digital, totalizando 20% dos entrevistados.

Tomando de base os dados representados neste item serão realizadas análises e investigações das hipóteses levantadas a partir do segundo capítulo, que por sua vez, trata sobre os fundamentos teóricos a respeito dos dois canais estudados.

5. CONCLUSÃO

Neste capítulo estão expostas as principais conclusões feitas a partir do estudo realizado, buscando comprovar ou reprovar as hipóteses levantadas ao longo da pesquisa bibliográfica.

Tomando de base os resultados coletados a partir da pesquisa respondida por 1068 profissionais da área de marketing digital, verifica-se que o E-mail Marketing e Mídias Sociais são os canais digitais mais utilizados pelos profissionais de marketing em suas ações de marketing digital, sustentando assim, a informação proveniente da pesquisa de mercado realizada pelo instituto TNS em conjunto com a revista Mundo do Marketing exposta na justificativa do problema. Ao longo da análise das respostas, 90% dos entrevistados escolheram E-mail Marketing como um canal utilizado nas suas estratégias de marketing digital. O que faz desse canal o canal mais utilizado entre os que foram mencionados no estudo. O segundo canal mais utilizado pelos profissionais são as Mídias Sociais, sendo que 88% dos entrevistados responderam que o utilizam nas ações de marketing que planejam.

O estudo mostrou a opinião dos profissionais de marketing digital que participaram da pesquisa sobre aplicação dos canais de E-mail Marketing e Mídias Sociais para atingir determinados objetivos estratégicos. O E-mail Marketing revelou-se como um canal que, entre os objetivos estratégicos analisados, é o mais indicado para o aumento da receita com as vendas (45%). O segundo objetivo o qual este canal é indicado é aumentar o tráfego até o web site da marca (17%). Nesse aspecto encontrou-se uma negação da hipótese, o qual esperava como segundo objetivo, o aprimoramento do relacionamento com o cliente.

Sobre as Mídias Sociais verifica-se que este canal, de acordo com os respondentes, é o mais indicado a ser aplicado para o objetivo estratégico de melhoramento do relacionamento da marca com o público consumidor (54%) e o segundo objetivo mais indicado é o da exposição da marca (branding) (21%). Dessa forma confirma-se a hipótese levantada no capítulo 1.5.

Ao analisar as respostas dos profissionais de marketing digital entrevistados a respeito do investimento feito por eles nos canais de comunicação, os resultados obtidos pela pesquisa mostram que: entre os seis canais investigados, o E-mail Marketing e as Mídias Sociais não são os que recebem menor investimento. Em termos de baixo investimento os canais que se destacam são: Mobile, Mídia em display e Ferramentas de Busca, negando assim a última hipótese levantada. Conclui-se também que, enquanto o E-mail Marketing e as Mídias Sociais recebem investimento de respectivamente 48% e 60% da verba destinada a uma campanha de marketing digital, alguns canais recebem, por exemplo: Mídia em display (75%) e Comparadores de Preços (90%). Ao realizar uma comparação entre os canais, Mídias Sociais recebe 20% a mais de investimento do que o E-mail Marketing em relação aos entrevistados que investem somente de 0% a 10% de sua verba por canal.

O estudo realizado mostrou também, alguns dados interessantes sob o ponto de vista estratégico em relação aos outros canais digitais que foram usados na pesquisa.

- 1) No caso do objetivo estratégico: aumento da receita com as vendas, o canal digital mais indicado entre os apresentados foram os Comparadores de preços (60%). Porém, este canal foi escolhido somente por 6% dos respondentes tratando-se do objetivo de melhorar o relacionamento da marca com o público. Dessa maneira, aconselha-se a marca não usar este canal caso esteja interessada apenas em trabalhar sua imagem junto ao seu consumidor.
- 2) Ferramentas de Busca foi o canal mais indicado, com 39%, para o objetivo de aumentar o tráfego ao web site. Para o objetivo de melhoramento de relacionamento da marca com o público, este canal foi o menos votado pelos respondentes com apenas 3%.
- 3) Mídia em Display foi o mais indicado com total de 36% dos entrevistados respondendo que usam este canal para atingir o objetivo de exposição da marca. Por outro lado, somente 5% dos entrevistados responderam

acreditar que este canal deve ser usado na obtenção do objetivo estratégico de melhorar relacionamento da marca com o público.

- 4) Mobile: por sua vez foi o mais indicado para alcançar o objetivo de geração dos leads com 18% dos respondentes escolhendo este canal. Para o objetivo estratégico de aumento de tráfego ao web site, este canal obteve 16% de respondentes ao seu favor.
- 5) O canal de Mídias Sociais foi escolhido por 54% como o mais indicado para atingir o objetivo estratégico de melhoramento do relacionamento da marca com o público. Este canal foi o menos votado para obtenção dos objetivos de aumento da receita com as vendas (5%).

O resultado da pesquisa realizada com profissionais de marketing apresentou algumas diretrizes que podem ser levadas em consideração no momento da criação de campanhas *on-line*, que envolvam a contratação de alguns dos canais de comunicação mencionados anteriormente. É importante destacar que esses canais sofrem constantes transformações e que devem ser analisados previamente, a fim de definir claramente o objetivo de uma campanha e a quantidade de verba que será utilizada em cada um dos canais.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. NBR 10520: Informação e documentação – Citações em documentos - Apresentação - Referências - Elaboração. Rio de Janeiro: ABNT, 2002.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. NBR 14724: Informação e documentação – Trabalhos acadêmicos - Apresentação - Referências - Elaboração. Rio de Janeiro: ABNT, 2011.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. NBR 6023: Elaboração de referências - Elaboração. Rio de Janeiro: ABNT, 2000.

CABRAL S. Desafio aceito: atender, entender e encantar o cliente. Revista e-commercebrasil, São Paulo, out. 2012, 11. ed. p. 38. Disponível em: <<http://www.ecommercebrasil.com.br/artigos/desafio-aceito-atender-entender-e-encantar-o-cliente/>>. Acesso em 03 jan. 2013.

CERVO L. A.; BERVIAN A. P.; DA SILVA R. Metodologia Científica. São Paulo: Pearson, 2007. p. 27; 30;34;46.

DEWEIK A. O Atendimento e a Estratégia Multicanal. Revista e-commercebrasil, São Paulo, out. 2012, 11. ed. p. 45.

HAGUE P. JACKSON P. Market Research: a guide to planning, methodology and evaluation. Londres: Kogan Page 3. ed. 1999. p. 158-191.

Integração de canais gera benefícios para marcas e varejistas. E-Commerce News, São Paulo, jun. 2012. Disponível em: <<http://ecommercenews.com.br/noticias/pesquisas-noticias/integracao-dos-canais-gera-beneficios-para-marcas-e-varejistas>>. Acesso em 02 dez 2012.

KALAKOTA R. M-Business - Tecnologia Móvel e Estratégia de Negócios. São Paulo: Bookman - Grupo A, 2002. p. 40;199.

KOTLER P.; KELLER K. L. Administração de Marketing. São Paulo: Pearson Pretince Hall 12. ed. 2006. p. 2;11;18;532.

LAKATOS E. V.; MARCONI M. A. Metodologia científica, São Paulo: Atlas, 1988. p. 170.

MARTINS C. Como os consumidores reagem ao Mobile Marketing. Mundo do Marketing. abr. 2011. Disponível em:

<<http://www.mundodomarketing.com.br/reportagens/pesquisa/18211/como-os-consumidores-reagem-ao-mobile-marketing-.html>>. Acesso em 15 dez. 2012.

PINHO J. B. Publicidade e Vendas na Internet. São Paulo: Summus, 2000. p. 179.

REEDY, J.; SCHULLO S. Marketing Eletrônico. São Paulo: Thompson, 2007. p. 3; p. 149; p. 248.

ROCHA A. Bem-Vindo ao New School Marketing, Revista e-commercebrasil, São Paulo, out. 2012, 11. ed. p. 28.

SOARES A. T; NOVAES A. W.; TERRA C.; PUCCINI H.; BOTERO I.; DOMINGUES I.; AYRES .M; CUNHA M.; OLIVEIRA M.; COSTA M.; TONUS M.; SANTOS N.; CARVALHO N.; MOURA P.; CERQUEIRA R.; POMPÉIA R.; SILVA T.; #MidiasSociais: Perspectivas, Tendências e Reflexões. São Paulo: PaperCliQ, 2010. p.23. Disponível em: <<http://www.slideshare.net/papercliq/ebook-midias-sociais-perspectivas-tendencias-reflexoes>>.

SZTAMFAZER N. Comércio Eletrônico: gestão aliada a dois mundos, online e offline. Mundo do Marketing. nov. 2010. Disponível em:

<<http://www.mundodomarketing.com.br/blogs/relacionamento->

digital/24414/comercio-eletronico-gestao-aliada-a-dois-mundos-o-online-e-o-offline.html>. Acesso em 12 dez. 2012.

TAKAHASHI T. Sociedade da Informação no Brasil, Brasília: Ministério de Ciência e Tecnologia, 2000. p. 133.

TORRES C. A Bíblia do Marketing Digital, São Paulo: Novatec Editora, 2009. p. 140;146;149;244.

YAREMKO, R. M., HARARI, H., HARRISON, R. C., & LYNN, E. Handbook of research and quantitative methods in psychology. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum, 1986, p. 186.

ANEXO A – Representação das Respostas dos 1068 Entrevistados na Pesquisa

* Os emails dos entrevistados tiveram alguns caracteres ocultados a fim de preservar a integridade dos respondentes.

Respondente *	1. Considerando o mercado de marketing digital, como você classificaria sua empresa?	2. Você costuma realizar negócios com:	3. Quantos colaboradores tem na sua empresa?	4. Qual a importância dos objetivos a seguir para sua estratégia de comunicação? - Aumentar a receita com vendas	4. Qual a importância dos objetivos a seguir para sua estratégia de comunicação? - Aumentar tráfego para website	4. Qual a importância dos objetivos a seguir para sua estratégia de comunicação? - Gerar leads	4. Qual a importância dos objetivos a seguir para sua estratégia de comunicação? - Exposição de marca (branding)	4. Qual a importância dos objetivos a seguir para sua estratégia de comunicação? - Melhorar relacionamento da marca com o público
bana.fam.br	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
juliana.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Consumidor final (B2C)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
pauloalm.br	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
luiz.olu.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
marcelo.com	Agência de publicidade	Ambos (B2B2C)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Importante	Importante
jakuelm.br	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	de 500 a 1.000 colaboradores	Importante	Importante	Ainda não pensei sobre isso	Muito Importante	Muito Importante
cynthiam.br	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	de 50 a 99 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Ainda não pensei sobre isso	Muito Importante	Muito Importante
ziller@m.br	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Importante
rmsilvam.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante
nivania.com	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 50 a 99 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
jsungarm.br	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Outras empresas (B2B)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante
vi.gabim.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
helo.mmm.br	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
romikan.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Pouco importante	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante
jacksonm.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 100 a 500 colaboradores	Importante	Importante	Ainda não pensei sobre isso	Muito Importante	Importante
halex@sm.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 50 a 99 colaboradores	Muito Importante	Pouco importante	Importante	Importante	Muito Importante
ney@e-cm.br	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Outras empresas (B2B)	de 50 a 99 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
jpadronm.br	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante	Importante

marcelam.br	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
thalitam.br	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
caca@fsm.br	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Consumidor final (B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
9803.alm.br	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Importante	Ainda não pensei sobre isso	Muito Importante	Muito Importante
paulo.mm.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 50 a 99 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
marketig.br	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Importante	Muito Importante	Pouco importante	Muito Importante	Muito Importante
alsoarem.br	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Ainda não pensei sobre isso	Importante	Importante
laercio.com	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
ary.doum.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Importante	Importante
sabrinam.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito importante	Muito Importante	Muito Importante
gentil@m.br	Agência de publicidade	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Importante
jonaspi.com	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Ainda não pensei sobre isso	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
gilpe@um.br	Agência de publicidade	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
fabio@bm.br	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito importante	Muito Importante	Muito Importante
alessanm.br	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Outras empresas (B2B)	de 500 a 1.000 colaboradores	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante
grobert.net	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
mauriciu.br	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
eric.ie.com	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Importante	Importante
comunicm.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 100 a 500 colaboradores	Importante	Pouco importante	Pouco importante	Importante	Muito Importante
rony@tom.br	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	de 50 a 99 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Importante
danielcm.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Importante	Importante
raquel@m.br	Agência de publicidade	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Importante	Ainda não pensei sobre isso
crislaim.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 50 a 99 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
victor.m.br	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	de 50 a 99 colaboradores	Muito Importante	Pouco importante	Importante	Pouco importante	Importante
luana.fm.br	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	de 50 a 99 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Importante
vitormcam.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 500 a 1.000 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Importante	Importante
michelgm.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Importante	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante
contato.com	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	de 500 a 1.000 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito importante	Muito Importante	Muito Importante
edgar@hm.br	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
jlara@vm.br	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
angelicm.br	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
pat_lagm.br	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Ainda não pensei sobre isso	Importante	Muito Importante	Muito Importante
dpeticom.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Importante	Muito Importante
marcus..com	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Nada importante	Muito Importante	Ainda não pensei sobre isso	Muito Importante	Muito Importante
marcomi.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Outras empresas (B2B)	de 10 a 49 colaboradores	Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Importante
wevertom.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 50 a 99 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito importante	Muito Importante	Muito Importante
fbarbosm.br	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	de 100 a 500 colaboradores	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
maureen.com	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito importante	Importante	Importante
sousadem.br	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Ainda não pensei sobre isso	Importante	Importante
rcamposm.br	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Importante	Muito importante	Importante	Importante
marta@om.br	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Ainda não pensei	Ainda não pensei sobre	Importante	Pouco importante

					sobre isso	isso		
yuri.sim.br	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Pouco importante	Muito Importante
priscilm.br	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	de 500 a 1.000 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
jeffersm.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
chashim.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	de 50 a 99 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
pgarrid.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Outras empresas (B2B)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Importante	Muito Importante
patricim.br	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Importante	Importante
wanderlm.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
branca.m.br	Agência de publicidade	Ambos (B2B2C)	de 500 a 1.000 colaboradores	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante
ba_gengm.br	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	de 50 a 99 colaboradores	Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Importante
blog@ab.com	Agência de publicidade	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Importante	Muito Importante
tasantom.br	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Importante	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante
luizap.m.br	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	de 10 a 49 colaboradores	Importante	Importante	Muito Importante	Importante	Importante
camillam.br	Agência de publicidade	Consumidor final (B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
ccasadam.br	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Importante	Importante
kary@wem.br	Agência de publicidade	Consumidor final (B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
lilian@n.m.br	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	de 50 a 99 colaboradores	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Importante	Importante
vimersom.br	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Outras empresas (B2B)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Importante	Importante
comerci.net	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante	Importante
silvio.m.br	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Importante
mayara..com	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
max.cosm.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Importante
deja@elm.br	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Importante	Importante	Pouco importante	Muito Importante	Muito Importante
alexandm.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Importante	Importante
marketim.br	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
designe.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Outras empresas (B2B)	de 50 a 99 colaboradores	Pouco importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
luizrapm.br	Agência de publicidade	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
leo.reim.br	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Importante	Importante
valdecim.br	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Importante
wesley.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Importante
leticiam.br	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Consumidor final (B2C)	de 500 a 1.000 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
helen@dm.br	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Outras empresas (B2B)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Importante	Ainda não pensei sobre isso	Muito Importante	Muito Importante
julianam.br	Agência de publicidade	Ambos (B2B2C)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
luizhbs.com	Agência de publicidade	Consumidor final (B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
robertam.br	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante
denyse_m.br	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	de 100 a 500 colaboradores	Ainda não pensei sobre isso	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
tatiana.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante
comercim.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 500 a 1.000 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
marcoso.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
contato.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Ainda não pensei sobre isso	Ainda não pensei sobre isso	Muito Importante
cecilia.net	Veículo de comunicação (portais-	Ambos (B2B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Importante	Ainda não pensei	Importante	Muito Importante	Importante

	blogs- sites de conteúdo)				sobre isso			
silvanim.br	Veículo de comunicação (portais- blogs- sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
grazielm.br	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
cristiam.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Importante	Importante
carloscm.br	Veículo de comunicação (portais- blogs- sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Importante	Importante
fagner.m.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
monica@m.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
rodrigoc.br	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
locutorm.br	Veículo de comunicação (portais- blogs- sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
mateus@m.br	Agência de publicidade	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante
tecnisam.br	Agência de publicidade	Ambos (B2B2C)	de 50 a 99 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Importante
marcelom.br	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
natccj.com	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Ainda não pensei sobre isso	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante
marcosd.com	Agência de publicidade	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
edson@hm.br	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	de 50 a 99 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
marketi.com	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
djair52m.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
aline@tm.br	Veículo de comunicação (portais- blogs- sites de conteúdo)	Consumidor final (B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante
mrccassa.com	Veículo de comunicação (portais- blogs- sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	de 50 a 99 colaboradores	Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Importante
marcos@m.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
lucas@rr.br	Veículo de comunicação (portais- blogs- sites de conteúdo)	Consumidor final (B2C)	Até 09 colaboradores	Importante	Importante	Importante	Importante	Importante
hfassis.com	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante
suzana@m.br	Agência de publicidade	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Importante
camick.com	Agência de publicidade	Ambos (B2B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
cristinm.br	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante
carloshm.br	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Importante
online@m.br	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Importante	Importante
enigmat.com	Agência de publicidade	Ambos (B2B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
luiz.cam.br	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
filipe@m.br	Veículo de comunicação (portais- blogs- sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Ainda não pensei sobre isso	Importante	Importante
pportoc.com	Agência de publicidade	Consumidor final (B2C)	Até 09 colaboradores	Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
r.ric@im.br	Veículo de comunicação (portais- blogs- sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
camila@m.br	Veículo de comunicação (portais- blogs- sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante
jessica.com	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
adriano.com	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
rosangem.br	Veículo de comunicação (portais- blogs- sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
andreim.br	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
fernandm.br	Agência de publicidade	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
relaciom.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
leandro.com	Agência de publicidade	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
alexandm.br	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
fmancin.com	Agência de publicidade	Ambos (B2B2C)	de 50 a 99 colaboradores	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
natacha.com	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante

angelobm.br	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
renata_m.br	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
ricardo.com	Agência de publicidade	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
natareim.br	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Importante	Ainda não pensei sobre isso	Muito Importante	Importante
karyn.b.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
karina@m.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 100 a 500 colaboradores	Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
jgarcia.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
donize@m.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
alexaug.com	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante
rodrigom.br	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
iliahka.com	Agência de publicidade	Consumidor final (B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
charles.com	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Importante	Ainda não pensei sobre isso	Importante	Muito Importante
contatom.br	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Ainda não pensei sobre isso	Importante	Importante	Importante
meg.ama.com	Agência de publicidade	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
paulo.s.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante	Ainda não pensei sobre isso
solidonm.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 500 a 1.000 colaboradores	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
kevinfo.com	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	mais de 1.000 colaboradores	Pouco importante	Importante	Ainda não pensei sobre isso	Importante	Importante
alexandm.br	Agência de publicidade	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Importante	Muito Importante	Ainda não pensei sobre isso	Importante	Muito Importante
clledonm.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Nada importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
adminwem.br	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Outras empresas (B2B)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
design@m.br	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
marketim.br	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Importante
jrmanar.com	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Importante
marketim.br	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Consumidor final (B2C)	de 50 a 99 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
gabrekc.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Consumidor final (B2C)	de 50 a 99 colaboradores	Muito Importante	Importante	Ainda não pensei sobre isso	Importante	Muito Importante
leandra.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Consumidor final (B2C)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Pouco importante	Importante
icarode.com	Agência de publicidade	Consumidor final (B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
walfrid.com	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Ainda não pensei sobre isso	Ainda não pensei sobre isso	Muito Importante	Muito Importante
sufosca.com	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
fernandm.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
carvalh.com	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
somaio5m.br	Agência de publicidade	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Importante	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante
marilia.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Outras empresas (B2B)	de 500 a 1.000 colaboradores	Importante	Muito Importante	Nada importante	Importante	Importante
leonardm.br	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Importante
marrafo.com	Agência de publicidade	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Importante	Importante
cgcvaraaero	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 500 a 1.000 colaboradores	Muito Importante	Ainda não pensei sobre isso	Importante	Muito Importante	Muito Importante
igor_dim.br	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
emanoelm.br	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Importante	Ainda não pensei sobre isso
ti@caplm.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 50 a 99 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante

leandrom.br	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Importante	Muito Importante
ivo_morm.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Ainda não pensei sobre isso	Pouco importante	Pouco importante	Muito Importante	Muito Importante
thayron.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Consumidor final (B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
marketim.br	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	de 50 a 99 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Importante
aprovacm.br	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	de 500 a 1.000 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Importante	Importante
marcosgc.br	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	de 500 a 1.000 colaboradores	Muito Importante	Importante	Ainda não pensei sobre isso	Importante	Muito Importante
viviane.com	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Ainda não pensei sobre isso	Importante	Importante	Muito Importante
camila.m.br	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Importante
contatom.br	Agência de publicidade	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
davidri.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Consumidor final (B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
anacos1u.br	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
gabriel.com	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	de 10 a 49 colaboradores	Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
mirian..com	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
andersom.br	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Importante	Ainda não pensei sobre isso	Importante	Importante
durando.com	Agência de publicidade	Consumidor final (B2C)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
promidim.br	Agência de publicidade	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
adrianom.br	Agência de publicidade	Ambos (B2B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
interjam.br	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	de 10 a 49 colaboradores	Importante	Importante	Importante	Importante	Nada importante
jaciele.com	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	de 100 a 500 colaboradores	Importante	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Importante
nlsilvam.br	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Importante	Ainda não pensei sobre isso	Muito Importante	Muito Importante
alessan.com	Agência de publicidade	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Importante	Importante
rosalinm.br	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	de 50 a 99 colaboradores	Pouco importante	Pouco importante	Pouco importante	Muito Importante	Pouco importante
rubenkim.br	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Outras empresas (B2B)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
flora.tm.br	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
mclaudi.com	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Pouco importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
markinh.com	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 100 a 500 colaboradores	Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
crisdegm.br	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante
davi.deu.br	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Consumidor final (B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Pouco importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
adm.fin.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Consumidor final (B2C)	Até 09 colaboradores	Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
iso0106.com	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
ana.xavm.br	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
samyrpa.com	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
davicos.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Outras empresas (B2B)	de 100 a 500 colaboradores	Importante	Importante	Importante	Importante	Importante
rafaela.com	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	de 500 a 1.000 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
ediempr.com	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
iara3fo.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Nada importante	Muito Importante	Ainda não pensei sobre isso	Importante	Importante
thiago.m.br	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Importante	Importante
genualf@m.br	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
vleal@sm.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
sandra@m.br	Agência de publicidade	Ambos (B2B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante

lucas.d.com	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Ainda não pensei sobre isso	Pouco importante
guipaoi.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Consumidor final (B2C)	de 500 a 1.000 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Importante
marciob.com	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	de 500 a 1.000 colaboradores	Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
jferreim.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
danielam.br	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
marielid.co	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
victor..com	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Importante	Importante
rrazoesm.br	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Importante	Muito Importante	Importante	Importante	Importante
marianam.br	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Importante	Muito Importante
rhuan.cm.br	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Importante	Importante
flavio@m.br	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Importante	Importante	Ainda não pensei sobre isso	Importante	Importante
alex@opm.br	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Outras empresas (B2B)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Pouco importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante
beatrizj.br	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Importante	Pouco importante	Importante	Importante
alana@mm.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 50 a 99 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
daniel@m.br	Agência de publicidade	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Importante	Importante
alba@cim.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
rafaelh.com	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Importante	Importante
bela.is.com	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Importante	Muito Importante
helio@im.br	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Importante
emaildo.com	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
leandrom.br	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	de 10 a 49 colaboradores	Importante	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante
bruno.t.net	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Nada importante	Nada importante	Pouco importante	Pouco importante
janainam.br	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
bruno.tm.br	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Outras empresas (B2B)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Importante
eduardom.br	Agência de publicidade	Ambos (B2B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Importante	Ainda não pensei sobre isso	Importante	Muito Importante
pedroeum.br	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Importante
isabell.com	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Pouco importante	Importante	Importante	Importante
washing.com	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Importante	Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante
sabrinam.br	Agência de publicidade	Ambos (B2B2C)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Pouco importante	Ainda não pensei sobre isso	Importante	Muito Importante
david.h.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	de 50 a 99 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Importante	Importante
vivicre.com	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Importante	Ainda não pensei sobre isso
hectors.com	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Importante	Muito importante	Importante	Muito Importante
bethanim.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 100 a 500 colaboradores	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
renatop.com	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Pouco importante	Pouco importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
andre@sm.br	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	de 50 a 99 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Importante
rita@mum.br	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
frank.s.com	Agência de publicidade	Consumidor final (B2C)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante
marcio.m.br	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
ricardom.br	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Importante	Importante
andersom.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Importante	Importante	Pouco importante	Muito Importante	Ainda não pensei sobre isso

leandrom.br	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
carlos@m.br	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Importante	Muito Importante	Importante	Importante	Importante
regina.m.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Importante	Importante
elisabe.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Consumidor final (B2C)	Até 09 colaboradores	Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
lirivoli.com	Agência de publicidade	Ambos (B2B2C)	de 50 a 99 colaboradores	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
alvaro@m.br	Agência de publicidade	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Importante	Ainda não pensei sobre isso	Importante	Importante
joao@lom.br	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante
miriamd.com	Agência de publicidade	Ambos (B2B2C)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
clariss.com	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	de 100 a 500 colaboradores	Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
artelie.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
cristiam.br	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Importante	Importante	Ainda não pensei sobre isso	Ainda não pensei sobre isso	Importante
marcia@m.br	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Consumidor final (B2C)	de 50 a 99 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Importante
barbaram.br	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Importante
fabiana.com	Agência de publicidade	Consumidor final (B2C)	de 50 a 99 colaboradores	Importante	Importante	Importante	Importante	Muito Importante
camila@m.br	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante
otavio.u.br	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	de 50 a 99 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
caio.pa.com	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Importante	Importante	Importante	Importante	Nada importante
feitosa.com	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Ainda não pensei sobre isso
ricardom.br	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Consumidor final (B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Importante	Ainda não pensei sobre isso	Importante	Muito Importante
nosdelcm.br	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Importante	Importante	Importante	Importante	Importante
washing.com	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Importante	Muito Importante
thefia@.com	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Importante	Importante	Importante	Importante	Importante
felipe@u.br	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	de 50 a 99 colaboradores	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
ademird.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Importante	Muito Importante	Importante	Importante	Ainda não pensei sobre isso
paulo@sm.br	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
camilamm.br	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
jpgaval.com	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	de 50 a 99 colaboradores	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
mkt@copm.br	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	de 500 a 1.000 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
sergio.m.br	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Consumidor final (B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Importante
rochama.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
sgnippem.br	Agência de publicidade	Ambos (B2B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante
mkpivet.com	Agência de publicidade	Ambos (B2B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Pouco importante	Ainda não pensei sobre isso	Muito Importante	Muito Importante
t.sena@.com	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Importante	Importante
danubiag.br	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	de 10 a 49 colaboradores	Nada importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
liceo_cm.br	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Ainda não pensei sobre isso	Pouco importante	Muito Importante	Muito Importante
ornildo.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
fatimapm.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
isaiaas..com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Importante	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante

andrema.com	Agência de publicidade	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante
carolin.com	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	de 500 a 1.000 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Importante
pammela.com	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
charles.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Consumidor final (B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
amarild.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
apsalva.com	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Pouco importante	Importante	Importante
valdine.com	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante
hugo.ca.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Outras empresas (B2B)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Importante
viniciu.br	Agência de publicidade	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
wagner@m.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 50 a 99 colaboradores	Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
suarili.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
edilain.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
denisij.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Consumidor final (B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
emanoel.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Ainda não pensei sobre isso	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Importante
bairradm.br	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Outras empresas (B2B)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Ainda não pensei sobre isso	Importante
mariach.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Importante	Importante
viola.c.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	de 100 a 500 colaboradores	Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
daniell.com	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Pouco importante	Pouco importante	Importante	Muito Importante
karina..com	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	de 50 a 99 colaboradores	Muito Importante	Pouco importante	Importante	Importante	Importante
arcelon.com	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
janebra.com	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Importante	Ainda não pensei sobre isso	Importante	Muito Importante
augustom.br	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Importante	Ainda não pensei sobre isso
marcelo.com	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	de 500 a 1.000 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Importante
leticia.com	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
dantasd.com	Agência de publicidade	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Importante	Pouco importante	Importante	Importante	Importante
anderso.com	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	de 500 a 1.000 colaboradores	Importante	Importante	Pouco importante	Muito Importante	Muito Importante
mvandre.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Outras empresas (B2B)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Ainda não pensei sobre isso	Muito Importante	Importante	Importante
luciana.com	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 50 a 99 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Importante
visitec.com	Agência de publicidade	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
shbarro.com	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Pouco importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
mayzac@.com	Agência de publicidade	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
priscil.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Consumidor final (B2C)	de 500 a 1.000 colaboradores	Muito Importante	Importante	Ainda não pensei sobre isso	Pouco importante	Ainda não pensei sobre isso
plotjr@.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Consumidor final (B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
brunale.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Outras empresas (B2B)	de 10 a 49 colaboradores	Pouco importante	Importante	Pouco importante	Muito Importante	Muito Importante
almeida.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
crisgah.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
fecdigi.com	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	Até 09 colaboradores	Importante	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante
camila..com	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Importante

rondibm.com	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	de 500 a 1.000 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
aguiarvm.br	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Pouco importante	Pouco importante	Pouco importante	Importante	Importante
paulo@wm.br	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Importante	Importante
publicm.com	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Importante	Ainda não pensei sobre isso	Muito Importante	Muito Importante
max@2gem.br	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Importante	Importante
nataliam.br	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	de 500 a 1.000 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
socieda.com	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 50 a 99 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
lggiova.com	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
erikkao.com	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 50 a 99 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
jefersom.br	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	de 500 a 1.000 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Importante	Importante
pablo.b.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Consumidor final (B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante
thiagoam.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Importante
maria.pm.br	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	de 500 a 1.000 colaboradores	Importante	Importante	Ainda não pensei sobre isso	Importante	Muito Importante
zeca_ca.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Consumidor final (B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
mkt@elem.br	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Ainda não pensei sobre isso	Ainda não pensei sobre isso	Importante	Muito Importante
cezar@o.net	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Importante
eduardof.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
rogeriom.br	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
leonardm.br	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	de 500 a 1.000 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Importante	Muito Importante
amandag.com	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito importante	Muito Importante	Muito Importante
daay.du.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Consumidor final (B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
taina.gm.br	Agência de publicidade	Consumidor final (B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito importante	Importante	Importante
felipesm.br	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante
leandrom.br	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Importante	Muito Importante
marcio@m.br	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Importante
thiagog.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Importante	Muito Importante	Pouco importante	Muito Importante	Muito Importante
rafaelt.com	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	de 100 a 500 colaboradores	Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
cauedf@com	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito importante	Muito Importante	Importante
rodrigom.br	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
simone_.com	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito importante	Muito Importante	Muito Importante
titaalb.com	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Nada importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
pedro@dm.br	Agência de publicidade	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito importante	Muito Importante	Muito Importante
sabrinam.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 500 a 1.000 colaboradores	Importante	Importante	Importante	Importante	Importante
fmartin.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Outras empresas (B2B)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Ainda não pensei sobre isso	Ainda não pensei sobre isso	Muito Importante	Muito Importante
kessia_.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Outras empresas (B2B)	de 100 a 500 colaboradores	Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
ricardom.br	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Importante	Muito Importante
elidebe.com	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Importante	Muito Importante
vanessam.br	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Importante	Muito importante	Importante	Importante
denise.m.br	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	mais de 1.000 colaboradores	Importante	Muito Importante	Ainda não pensei sobre isso	Muito Importante	Importante
danilo.m.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Importante	Muito importante	Muito Importante	Muito Importante
rodrigom.br	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Importante	Ainda não pensei sobre	Importante	Importante

						isso		
zilsilvg.br	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Pouco importante	Muito Importante	Pouco importante	Ainda não pensei sobre isso	Importante
cunha.c.com	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 500 a 1.000 colaboradores	Importante	Importante	Importante	Importante	Pouco importante
maysa_f.com	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Importante	Ainda não pensei sobre isso	Muito Importante	Muito Importante
richiar.com	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
eliana@m.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 50 a 99 colaboradores	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante	Ainda não pensei sobre isso
ricardo.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
jchiquem.br	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	de 50 a 99 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Importante	Importante
jmarcke.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Consumidor final (B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Pouco importante	Importante	Importante
ricardom.br	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Importante
czagattm.br	Agência de publicidade	Ambos (B2B2C)	de 100 a 500 colaboradores	Importante	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Importante
mmcarva.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Importante	Nada importante	Ainda não pensei sobre isso	Muito Importante	Importante
carvalh.com	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Importante	Importante
rrrodriq.br	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
mariaclm.br	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Consumidor final (B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Importante	Importante
robson0.com	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Importante	Ainda não pensei sobre isso	Muito Importante	Muito Importante
manoelam.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
tatianam.br	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Importante	Pouco importante	Importante	Importante
angela.com	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	de 10 a 49 colaboradores	Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
lmatos@m.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 500 a 1.000 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
leticiam.br	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Importante
ctrep@bm.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
valeriam.br	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Importante	Importante	Ainda não pensei sobre isso	Importante	Importante
tamara@m.br	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Importante	Importante	Importante	Importante	Importante
boy_dtl.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
soraya@m.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
suportem.br	Agência de publicidade	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
murilo.m.br	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	mais de 1.000 colaboradores	Importante	Importante	Pouco importante	Importante	Muito Importante
lorenasm.br	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
catiuscm.br	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	de 500 a 1.000 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
gleversm.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 50 a 99 colaboradores	Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
everton.com	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Pouco importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
ricardom.br	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Importante
nelson.m.br	Agência de publicidade	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
laiss@am.br	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Consumidor final (B2C)	Até 09 colaboradores	Importante	Importante	Pouco importante	Muito Importante	Muito Importante
rogeriot.ag	Agência de publicidade	Ambos (B2B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante
maracrim.br	Agência de publicidade	Ambos (B2B2C)	de 50 a 99 colaboradores	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
janildom.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante
jessica.com	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
sbatistm.br	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante

camila.com	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
stella.com	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
web@inpm.br	Agência de publicidade	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
priscilm.br	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Importante	Importante
d.vallem.br	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	de 500 a 1.000 colaboradores	Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
dennybmm.br	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
frizo@cm.br	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Pouco importante	Ainda não pensei sobre isso	Importante	Importante
marketim.br	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	de 50 a 99 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Importante	Importante
adrianom.br	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Importante	Importante
marcel@m.br	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
mpsbcrcjm.br	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante
marcelom.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 500 a 1.000 colaboradores	Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
rafael.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Ainda não pensei sobre isso	Ainda não pensei sobre isso
rhorta@m.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Importante	Importante
patricim.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 50 a 99 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Importante
joao@pgm.br	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante
alinefr.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Consumidor final (B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
mkt@amhm.br	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
elias.su.br	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Consumidor final (B2C)	de 500 a 1.000 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
thiprez.com	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	de 100 a 500 colaboradores	Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
paloma@m.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Importante	Importante	Ainda não pensei sobre isso	Importante	Muito Importante
basiliom.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Importante	Importante	Pouco importante	Importante	Pouco importante
marcelom.br	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Consumidor final (B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Importante	Muito Importante
tneves@m.br	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
rafael@.com	Agência de publicidade	Ambos (B2B2C)	de 50 a 99 colaboradores	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Pouco importante	Pouco importante
max@drym.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Importante
lilyprim.br	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
danielam.br	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Importante	Ainda não pensei sobre isso	Ainda não pensei sobre isso	Muito Importante	Muito Importante
wilson.m.br	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Outras empresas (B2B)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Importante	Muito Importante
gustavo.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Outras empresas (B2B)	de 500 a 1.000 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
tckasa@.com	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	de 10 a 49 colaboradores	Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Importante
gabriel.com	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Importante
joao.rom.br	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Importante	Importante
apalearm.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Pouco importante	Muito Importante	Muito Importante
jardel.com	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	de 500 a 1.000 colaboradores	Muito Importante	Ainda não pensei sobre isso	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
junior@m.br	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Importante
ojope5@m.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Importante	Muito Importante
lucianav.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 100 a 500 colaboradores	Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
busnell.net	Agência de publicidade	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Pouco importante	Ainda não pensei sobre isso	Muito Importante	Muito Importante
caju.nem.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 50 a 99 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
ricardom.br	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante

marivon.com	Agência de publicidade	Consumidor final (B2C)	Até 09 colaboradores	Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
jmotta@com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Importante	Importante
marcio_m.br	Agência de publicidade	Ambos (B2B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Ainda não pensei sobre isso	Importante	Ainda não pensei sobre isso	Importante	Importante
kaue@tim.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Importante	Pouco importante	Importante	Importante
kellypa.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Consumidor final (B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
marth@md.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Importante	Importante	Importante	Importante	Muito Importante
layrafem.br	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	de 50 a 99 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Importante	Muito Importante
comercim.br	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
falecom.com	Agência de publicidade	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Importante	Ainda não pensei sobre isso	Muito Importante	Muito Importante
sidneic.com	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Importante	Importante
mkt@barm.br	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Importante	Importante
andre.k.com	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	mais de 1.000 colaboradores	Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
paulo.s.com	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	de 100 a 500 colaboradores	Importante	Ainda não pensei sobre isso	Muito Importante	Importante	Ainda não pensei sobre isso
rafaelf.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Pouco importante	Ainda não pensei sobre isso	Importante	Muito Importante
magda.tm.br	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	de 500 a 1.000 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
gabriel.com	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
fergiac.com	Agência de publicidade	Consumidor final (B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante
10fc@abm.br	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Importante	Ainda não pensei sobre isso	Importante	Importante
matheus.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Outras empresas (B2B)	de 100 a 500 colaboradores	Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
nataliam.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Importante	Ainda não pensei sobre isso	Importante	Importante
daniel.m.br	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	de 50 a 99 colaboradores	Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
ednelso.com	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
sandro@m.br	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	de 10 a 49 colaboradores	Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
marcilim.br	Agência de publicidade	Ambos (B2B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
alessan.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Importante
alves-gm.br	Agência de publicidade	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Importante	Muito Importante
maranattm.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Importante	Importante
tiagole.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Outras empresas (B2B)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Importante
anderso.com	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Importante	Importante
julianam.br	Agência de publicidade	Ambos (B2B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Importante	Muito Importante
leudemim.br	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
newsletm.br	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Pouco importante	Importante
angelic.com	Agência de publicidade	Consumidor final (B2C)	Até 09 colaboradores	Importante	Ainda não pensei sobre isso	Ainda não pensei sobre isso	Muito Importante	Muito Importante
cadastm.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Importante	Ainda não pensei sobre isso	Muito Importante	Muito Importante
mestresm.br	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Importante
vgmata@com	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
marianam.br	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Outras empresas (B2B)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Importante	Muito Importante
aureliom.br	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	de 10 a 49 colaboradores	Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
silvia@m.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
daniel@com	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante
flaviaa.com	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	de 500 a 1.000 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante

manoei_.com	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Importante
cristinnm.br	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
fevoodu.com	Agência de publicidade	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
barbaram.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
nilson@m.br	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Importante	Muito Importante
ale.gig.com	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Importante	Muito Importante	Muito importante	Muito importante	Importante
alessanm.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 500 a 1.000 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Importante	Importante
design@g.br	Agência de publicidade	Ambos (B2B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Ainda não pensei sobre isso	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
rafael.m.br	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
p.aguilm.br	Agência de publicidade	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito importante	Importante	Importante
comercim.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Importante	Importante
sildima.com	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Importante	Muito Importante	Muito importante	Muito importante	Muito Importante
moniquem.br	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
dsg@outm.br	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Outras empresas (B2B)	de 10 a 49 colaboradores	Importante	Muito Importante	Importante	Importante	Importante
maricsa.com	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito importante	Muito Importante	Muito Importante
anamiram.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Importante	Muito importante	Muito importante	Muito Importante
rogerio.com	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito importante	Importante	Muito Importante
raffael.com	Agência de publicidade	Ambos (B2B2C)	de 50 a 99 colaboradores	Muito Importante	Importante	Muito importante	Importante	Importante
ericson.com	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Pouco importante	Muito Importante	Importante
csantosm.br	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Outras empresas (B2B)	de 50 a 99 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito importante	Muito importante	Muito Importante
alexandm.br	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Pouco importante	Importante	Importante	Pouco importante
priscilm.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Muito importante	Muito Importante
carlali.com	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Pouco importante	Ainda não pensei sobre isso	Muito Importante	Muito Importante
mikafar.com	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Importante	Pouco importante	Pouco importante	Importante	Importante
planejam.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Ainda não pensei sobre isso	Muito Importante	Muito Importante
breno.lm.br	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Importante	Ainda não pensei sobre isso	Muito Importante	Muito Importante
henrike.com	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito importante	Importante	Importante
stankie.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Importante	Muito importante	Muito importante	Muito Importante
supervim.br	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Importante	Muito Importante
pbr.ped.com	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Importante	Importante	Importante	Importante	Muito Importante
fabianam.br	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Consumidor final (B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito importante	Muito importante	Muito Importante
diego.cm.br	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Importante	Ainda não pensei sobre isso	Ainda não pensei sobre isso	Importante
edyrio@.com	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Importante	Muito importante	Muito importante	Muito Importante
jportelm.br	Agência de publicidade	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito importante	Muito importante	Muito Importante
aquintim.br	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	de 50 a 99 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito importante	Ainda não pensei sobre isso	Importante
renatos.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Outras empresas (B2B)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Ainda não pensei sobre isso	Importante
marcelom.br	Agência de publicidade	Consumidor final (B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Importante	Ainda não pensei sobre isso	Importante	Importante
tk.cont.com	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Pouco importante	Importante	Muito importante	Muito Importante
bruna.b.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Consumidor final (B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Muito importante	Importante
aline.fd.br	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	de 500 a 1.000 colaboradores	Importante	Pouco importante	Pouco importante	Importante	Muito Importante

andre.fm.br	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Pouco importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
julysou.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Consumidor final (B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
lu-magim.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
herlon@m.br	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
danilo.g.br	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Outras empresas (B2B)	de 500 a 1.000 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
aparecim.br	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Importante
alexandm.br	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Importante
afiorit.com	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	de 10 a 49 colaboradores	Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
lourivam.br	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	de 500 a 1.000 colaboradores	Muito Importante	Pouco importante	Muito Importante	Muito Importante	Importante
ncampsm.br	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
patrici.com	Agência de publicidade	Ambos (B2B2C)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Importante	Importante
tatiang.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
jackson.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Outras empresas (B2B)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
denisem.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Consumidor final (B2C)	Até 09 colaboradores	Importante	Importante	Pouco importante	Muito Importante	Importante
scaastro.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Importante	Ainda não pensei sobre isso	Muito Importante	Muito Importante
murilo..com	Agência de publicidade	Ambos (B2B2C)	de 50 a 99 colaboradores	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
paulocem.br	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Importante	Muito Importante	Pouco importante	Muito Importante	Muito Importante
jeanesi.com	Agência de publicidade	Ambos (B2B2C)	de 50 a 99 colaboradores	Importante	Importante	Importante	Importante	Muito Importante
daniell.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Importante	Importante	Ainda não pensei sobre isso	Importante	Muito Importante
produtom.br	Agência de publicidade	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
leinhaf.com	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
hpascoa.com	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Pouco importante	Pouco importante
fernandm.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Importante
sulimas.com	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
rosangem.br	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
neu.jun.com	Agência de publicidade	Consumidor final (B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Importante
paulo@fm.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Pouco importante
ogabrie.com	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	mais de 1.000 colaboradores	Importante	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante
raiza.s.com	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	de 50 a 99 colaboradores	Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
ricardo.com	Agência de publicidade	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Importante
paulo@mm.br	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
agilitem.br	Agência de publicidade	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
luis.lo.com	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante
cjardel.com	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
mitsurum.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
ricardom.br	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	de 10 a 49 colaboradores	Importante	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante
victor..com	Agência de publicidade	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Importante	Ainda não pensei sobre isso	Importante	Importante
ftannur.com	Agência de publicidade	Consumidor final (B2C)	Até 09 colaboradores	Importante	Muito Importante	Importante	Importante	Importante
fgabrielm.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Importante	Muito Importante
blgrana.com	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Importante	Muito Importante
djalnam.com	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 50 a 99 colaboradores	Muito Importante	Importante	Pouco importante	Importante	Pouco importante
vpribeim.br	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Importante	Importante
icpesin.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante

cyba34@com	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Muito importante	Importante	Muito importante	Muito importante
cfandm.br	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Muito importante	Pouco importante	Muito importante	Muito importante
sforgesm.br	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Muito importante	Muito importante	Muito importante	Muito importante
angelic.com	Veículo de comunicação (portais-blogs - sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Importante	Importante	Importante	Importante
comercim.br	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Muito importante	Importante	Importante	Importante
anna@inn.br	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	de 10 a 49 colaboradores	Muito importante	Importante	Importante	Importante
daianeam.br	Veículo de comunicação (portais-blogs - sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Importante	Importante	Muito importante	Muito importante
stefiano.com	Veículo de comunicação (portais-blogs - sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Muito importante	Muito importante	Muito importante	Muito importante
pbsevim.br	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Importante	Muito importante	Importante	Ainda não pensei sobre isso
maicane.com	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	Até 09 colaboradores	Muito importante	Importante	Importante	Importante
rogerio.com	Agência de publicidade	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Muito importante	Importante	Muito importante	Muito importante
marcela.com	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	de 100 a 500 colaboradores	Muito importante	Importante	Muito importante	Muito importante
thais.s.com	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 100 a 500 colaboradores	Muito importante	Importante	Muito importante	Muito importante
pereira.com	Agência de publicidade	Ambos (B2B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Importante	Muito importante	Muito importante	Muito importante
rogeriom.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Muito importante	Muito importante	Muito importante	Muito importante
marcio@m.br	Agência de publicidade	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Muito importante	Importante	Importante	Importante
fagner.m.br	Veículo de comunicação (portais-blogs - sites de conteúdo)	Consumidor final (B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Muito importante	Importante	Importante	Muito importante
shirley.com	Veículo de comunicação (portais-blogs - sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	de 500 a 1.000 colaboradores	Muito importante	Importante	Importante	Muito importante
azborge.com	Veículo de comunicação (portais-blogs - sites de conteúdo)	Consumidor final (B2C)	Até 09 colaboradores	Muito importante	Importante	Importante	Importante
pauloco.com	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Importante	Importante	Importante	Importante
waltera.com	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Importante	Muito importante	Muito importante	Muito importante
redacaoim.br	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	de 10 a 49 colaboradores	Importante	Muito importante	Muito importante	Importante
huldao.com	Agência de publicidade	Consumidor final (B2C)	Até 09 colaboradores	Importante	Muito importante	Muito importante	Muito importante
danieli.cbr	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Importante	Importante	Importante	Muito importante
dulcesam.br	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Muito importante	Muito importante	Muito importante	Muito importante
heidia.com	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Muito importante	Muito importante	Muito importante	Muito importante
renato..com	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	de 50 a 99 colaboradores	Importante	Muito importante	Importante	Importante
moises@com	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Muito importante	Importante	Importante	Importante
contatom.br	Agência de publicidade	Ambos (B2B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Muito importante	Muito importante	Importante	Pouco importante
silvio..com	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	de 50 a 99 colaboradores	Muito importante	Importante	Importante	Importante
disparom.br	Veículo de comunicação (portais-blogs - sites de conteúdo)	Outras empresas (B2B)	de 10 a 49 colaboradores	Muito importante	Muito importante	Importante	Ainda não pensei sobre isso
mciampig.br	Veículo de comunicação (portais-blogs - sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Muito importante	Importante	Importante	Importante
danielam.br	Veículo de comunicação (portais-blogs - sites de conteúdo)	Outras empresas (B2B)	de 50 a 99 colaboradores	Pouco importante	Muito importante	Muito importante	Muito importante
elaine.o.br	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	mais de 1.000 colaboradores	Muito importante	Muito importante	Importante	Muito importante
febccor.com	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Muito importante	Muito importante	Importante	Muito importante
evelingm.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 100 a 500 colaboradores	Muito importante	Importante	Muito importante	Muito importante
comercim.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Importante	Importante	Importante	Importante
elisangm.br	Agência de publicidade	Consumidor final (B2C)	de 500 a 1.000 colaboradores	Muito importante	Importante	Importante	Importante
rodolfoim.br	Agência de publicidade	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Muito importante	Importante	Importante	Importante
ricardom.br	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Muito importante	Importante	Muito importante	Importante
ophcom@m.br	Agência de publicidade	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Muito importante	Muito importante	Importante	Importante
ane@ifmd.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 100 a 500 colaboradores	Muito importante	Importante	Importante	Importante

danielm.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Importante	Ainda não pensei sobre isso	Ainda não pensei sobre isso	Muito Importante
raphago.com	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
charlay.com	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
fia.sann.br	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	de 10 a 49 colaboradores	Importante	Importante	Importante	Muito Importante
roberta.com	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Importante
roosevem.br	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
azevedo.com	Veículo de comunicação (portais-blogs - sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	de 500 a 1.000 colaboradores	Importante	Importante		
borgesc.com	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	de 100 a 500 colaboradores	Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
monica.com	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Importante
mktbanc.com	Veículo de comunicação (portais-blogs - sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Importante
alice.m.com	Veículo de comunicação (portais-blogs - sites de conteúdo)	Outras empresas (B2B)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Importante	Ainda não pensei sobre isso	Muito Importante
gulherm.br	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
retta.s.com	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Importante
danicar.com	Veículo de comunicação (portais-blogs - sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
mike-ja.com	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
priscilm.br	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Pouco Importante	Pouco Importante	Pouco Importante
carine.m.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Importante	Importante	Importante	Importante
arthur@m.br	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	de 50 a 99 colaboradores	Ainda não pensei sobre isso	Importante		
lfeoliv.com	Agência de publicidade	Ambos (B2B2C)	de 50 a 99 colaboradores	Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
thiagolj.com	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	de 50 a 99 colaboradores	Muito Importante	Ainda não pensei sobre isso	Importante	Muito Importante
pontest.com	Veículo de comunicação (portais-blogs - sites de conteúdo)	Consumidor final (B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Nada importante	Importante	Importante	Importante
sergio-.com	Veículo de comunicação (portais-blogs - sites de conteúdo)	Outras empresas (B2B)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
lfr.rfb.com	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Importante	Pouco importante	Muito Importante	Importante
robertom.br	Veículo de comunicação (portais-blogs - sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
adriana.com	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
danrodr.com	Agência de publicidade	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
munoz.c.com	Veículo de comunicação (portais-blogs - sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	de 50 a 99 colaboradores	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
tainara.com	Agência de publicidade	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Importante
natalic.com	Agência de publicidade	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
annelis.com	Veículo de comunicação (portais-blogs - sites de conteúdo)	Outras empresas (B2B)	de 50 a 99 colaboradores	Muito Importante	Ainda não pensei sobre isso	Importante	Importante
ale_vram.br	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
andre@am.br	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Importante	Importante	Importante	Muito Importante
adrifre.com	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	de 500 a 1.000 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante
femanciv.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 500 a 1.000 colaboradores	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
jmacielv.br	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Importante
ricardo.com	Veículo de comunicação (portais-blogs - sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
rodolfo.com	Veículo de comunicação (portais-blogs - sites de conteúdo)	Outras empresas (B2B)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Importante
matheusm.br	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Pouco importante	Pouco Importante	Muito Importante
fabio@sam.br	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
ali.bro.com	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante

alvmp@r.m.br	Agência de publicidade	Ambos (B2B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
karia.r.com	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
andress.com	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
julianam.br	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	de 500 a 1.000 colaboradores	Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Importante
fabianam.br	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Importante	Pouco importante	Importante	Importante	Importante
janinesm.br	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Importante	Ainda não pensei sobre isso	Importante	Importante	Importante
diretom.br	Agência de publicidade	Consumidor final (B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
celiopam.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
reginam.br	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
oswaldom.br	Veículo de comunicação (portais-blogs - sites de conteúdo)	Consumidor final (B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
silg2di.com	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
delanorm.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
julianam.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Importante	Ainda não pensei sobre isso	Muito Importante	Importante	Importante
susana@m.br	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Importante	Importante
luribas.com	Veículo de comunicação (portais-blogs - sites de conteúdo)	Outras empresas (B2B)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Ainda não pensei sobre isso	Importante	Importante	Importante
delakas.com	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 500 a 1.000 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
asteka0.com	Veículo de comunicação (portais-blogs - sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
mariana.com	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	de 500 a 1.000 colaboradores	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
nsetrinm.br	Veículo de comunicação (portais-blogs - sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Pouco importante	Ainda não pensei sobre isso	Muito Importante	Importante	Importante
lilian_.com	Veículo de comunicação (portais-blogs - sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
dicromem.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 50 a 99 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Importante	Importante
prysoyl.com	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Importante	Ainda não pensei sobre isso	Importante	Muito Importante	Muito Importante
rfmende.com	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Ainda não pensei sobre isso	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
tzadora.com	Veículo de comunicação (portais-blogs - sites de conteúdo)	Outras empresas (B2B)	de 500 a 1.000 colaboradores	Importante	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Importante	Importante
jonatham.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 500 a 1.000 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Importante	Importante
rodrigom.br	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	de 100 a 500 colaboradores	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Importante
marketig.br	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	de 10 a 49 colaboradores	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
cacoflo.com	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
brunamam.br	Agência de publicidade	Consumidor final (B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
laura.g.com	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
otaviogm.br	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
guirado.com	Agência de publicidade	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
codhack.com	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Importante	Ainda não pensei sobre isso	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
vinny.d.com	Agência de publicidade	Ambos (B2B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
brunopem.br	Veículo de comunicação (portais-blogs - sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Ainda não pensei sobre isso	Importante	Importante	Muito Importante	Importante	Importante
janiny@m.br	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	de 50 a 99 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
lahisia.com	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Importante	Ainda não pensei sobre isso	Muito Importante	Muito Importante	Importante
redacaom.br	Agência de publicidade	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
alexandm.br	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
biria.or.com	Veículo de comunicação (portais-blogs - sites de conteúdo)	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Importante	Ainda não pensei sobre isso	Importante	Muito Importante	Muito Importante

viviang.com	Agência de publicidade	Ambos (B2B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Importante	Ainda não pensei sobre isso	Muito Importante	Muito Importante
marciam.com	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
maraba@m.br	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Importante	Ainda não pensei sobre isso	Muito Importante	Muito Importante
thalytam.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
rodrigo.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Outras empresas (B2B)	de 50 a 99 colaboradores	Importante	Ainda não pensei sobre isso	Pouco importante	Muito Importante	Muito Importante
vendas@m.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 50 a 99 colaboradores	Muito Importante	Pouco importante	Pouco importante	Importante	Muito Importante
debby_dm.br	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Consumidor final (B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Ainda não pensei sobre isso	Importante	Ainda não pensei sobre isso	Muito Importante	Muito Importante
fernandm.br	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante
marcoanm.br	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Importante
carlosbm.br	Agência de publicidade	Consumidor final (B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
marcioxm.br	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Importante
reinaldm.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
marcelod.br	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
marketim.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 100 a 500 colaboradores	Importante	Importante	Importante	Importante	Muito Importante
pcardosm.br	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
anapaulm.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Importante	Ainda não pensei sobre isso	Importante	Muito Importante
bruno@am.br	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Importante	Importante
mrocha@m.br	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Importante	Importante
j.corbem.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Importante	Ainda não pensei sobre isso
camilabt.br	Agência de publicidade	Ambos (B2B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Importante	Importante	Ainda não pensei sobre isso	Importante	Muito Importante
contatom.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 50 a 99 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante
mauws13m.br	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Importante	Ainda não pensei sobre isso
marketim.br	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	de 50 a 99 colaboradores	Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
alexandm.br	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Importante	Muito Importante
rneves@m.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
shipaqu.com	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 500 a 1.000 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
fngonzam.br	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	de 50 a 99 colaboradores	Muito Importante	Pouco importante	Importante	Importante	Importante
ilson.lm.br	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Ainda não pensei sobre isso	Importante	Importante
manoeicm.br	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Importante
luiza.f.org	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Consumidor final (B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Importante	Importante	Importante	Importante	Muito Importante
seletivm.br	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
analrg@u.br	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Ainda não pensei sobre isso	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
karlabe.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Outras empresas (B2B)	de 50 a 99 colaboradores	Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
francesg.pt	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	de 10 a 49 colaboradores	Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Importante
henriqu.net	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
rafabis.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Ainda não pensei sobre isso	Ainda não pensei sobre isso	Importante	Muito Importante
renato.u.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 500 a 1.000 colaboradores	Muito Importante	Importante	Ainda não pensei sobre isso	Importante	Muito Importante
marketid.br	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
gustavom.br	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Ainda não pensei	Muito Importante	Importante	Muito Importante

					sobre isso			
cesar.r.com	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Importante	Pouco importante	Pouco importante	Pouco importante
gzambon.com	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	mais de 1.000 colaboradores	Ainda não pensei sobre isso	Ainda não pensei sobre isso	Ainda não pensei sobre isso	Muito Importante	Muito Importante
tahin@g.com	Agência de publicidade	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
gmcrenam.br	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
claudiom.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
arsouzam.br	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Consumidor final (B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
ingrid.m.br	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
marciacm.br	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
adriane.com	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
marketig.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 50 a 99 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Ainda não pensei sobre isso	Muito Importante	Muito Importante
aldyne@m.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Importante	Importante
evertonm.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Pouco importante	Pouco importante	Muito Importante	Importante
marcos..com	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
maira.m.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
lais.ni.com	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Ainda não pensei sobre isso	Muito Importante	Importante
vpoloni.com	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
vitorde.com	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Importante	Ainda não pensei sobre isso	Importante	Muito Importante
denise..com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante
kelen.tm.br	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
nathalim.br	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	de 50 a 99 colaboradores	Muito Importante	Ainda não pensei sobre isso	Pouco importante	Importante	Muito Importante
sylvia@m.br	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
shirley.m.br	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Outras empresas (B2B)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
rosana.m.br	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	de 100 a 500 colaboradores	Importante	Importante	Importante	Importante	Importante
andre.a.com	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
brunogam.br	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Importante	Importante
julio_cm.br	Agência de publicidade	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Importante	Muito Importante
marcellm.br	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
wagneram.br	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Importante
rosianam.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 50 a 99 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Ainda não pensei sobre isso	Muito Importante	Muito Importante
carolin.com	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 100 a 500 colaboradores	Importante	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante
daniel.m.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Importante	Muito Importante
joyceav.com	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
eduardo.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
mo.cand.com	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
gabriel.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Pouco importante	Muito Importante	Muito Importante	Importante
samayram.br	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
hblagarm.br	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	de 500 a 1.000 colaboradores	Importante	Importante	Importante	Importante	Importante
contato.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
erinusu.com	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante

dlopes@.com	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
falecom.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Outras empresas (B2B)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
karina..com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Outras empresas (B2B)	mais de 1.000 colaboradores	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
igorvilm.br	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Consumidor final (B2C)	de 500 a 1.000 colaboradores	Importante	Importante	Ainda não pensei sobre isso	Importante	Importante
rodrigom.br	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Importante	Muito Importante	Ainda não pensei sobre isso	Importante	Importante
gabrielm.br	Agência de publicidade	Consumidor final (B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
tathian.com	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
polianam.br	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
tatiana.com	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
guilherm.br	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
jonaslum.br	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Outras empresas (B2B)	de 10 a 49 colaboradores	Pouco importante	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante
andreak.com	Agência de publicidade	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
fernandm.br	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
paulo@pm.br	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Ainda não pensei sobre isso	Importante	Importante
cristof.com	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Importante	Pouco importante	Importante	Muito Importante
tcarvalm.br	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Importante	Importante
marcell.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Outras empresas (B2B)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Ainda não pensei sobre isso	Muito Importante	Muito Importante
fernandm.br	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Importante	Muito Importante
edneia..net	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
francism.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 50 a 99 colaboradores	Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
mauro@mm.br	Agência de publicidade	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante
afgsant.com	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	de 100 a 500 colaboradores	Importante	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante
gutenbem.br	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Importante	Ainda não pensei sobre isso	Importante	Muito Importante
priscilm.br	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Ainda não pensei sobre isso	Importante	Muito Importante
ansoto3.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
clebian.com	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
huguinhm.br	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Ainda não pensei sobre isso	Muito Importante	Muito Importante
carlos@g.br	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Consumidor final (B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
bernardc.br	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	de 100 a 500 colaboradores	Importante	Importante	Ainda não pensei sobre isso	Muito Importante	Muito Importante
renatal.com	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Pouco importante	Pouco importante	Importante	Importante
julianam.br	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Importante	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante
cristiam.br	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
milenba.com	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Pouco importante	Pouco importante	Muito Importante	Muito Importante
marketim.br	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	de 500 a 1.000 colaboradores	Muito Importante	Importante	Ainda não pensei sobre isso	Muito Importante	Muito Importante
eprimon.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
limasamm.br	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
bellnog.com	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Ainda não pensei sobre isso	Ainda não pensei sobre isso	Muito Importante	Muito Importante
anabeat.com	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	de 500 a 1.000 colaboradores	Muito Importante	Ainda não pensei	Importante	Muito Importante	Muito Importante

					sobre isso			
caroltp.com	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Ainda não pensei sobre isso	Ainda não pensei sobre isso	Importante	Muito Importante
sergiorm.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Importante	Importante
rafael..com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Consumidor final (B2C)	de 50 a 99 colaboradores	Muito Importante	Pouco importante	Ainda não pensei sobre isso	Muito Importante	Muito Importante
reynald.com	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Pouco importante	Importante	Muito Importante	Importante
francie.com	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
antonioo.pt	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Consumidor final (B2C)	Até 09 colaboradores	Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
gabrielm.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Importante	Ainda não pensei sobre isso
anselmom.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Importante	Importante
eduardo.com	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	de 10 a 49 colaboradores	Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
karla.mm.br	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Importante
marcelo.com	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
brunovi.com	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Importante
sergio.m.br	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Importante	Importante
bernard.com	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Importante	Muito Importante
danielam.br	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Pouco importante	Pouco importante
dsaldon.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Consumidor final (B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
rosi@sem.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 50 a 99 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
frankik.com	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
rodmatto.com	Agência de publicidade	Consumidor final (B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
arnold..com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
patricim.br	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	de 500 a 1.000 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
nayannem.br	Agência de publicidade	Consumidor final (B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante
selma@tm.br	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	de 500 a 1.000 colaboradores	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
celiomam.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 50 a 99 colaboradores	Muito Importante	Ainda não pensei sobre isso	Ainda não pensei sobre isso	Importante	Importante
rpnicol.com	Agência de publicidade	Ambos (B2B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
carlaca.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Consumidor final (B2C)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Ainda não pensei sobre isso	Muito Importante	Muito Importante
leonardm.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
dafne.m.com	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
paloma_m.br	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Importante	Muito Importante
flaviacm.br	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
andre@em.br	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Muito importante	Pouco importante
rcarnei.com	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	de 50 a 99 colaboradores	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
mauricim.br	Agência de publicidade	Ambos (B2B2C)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante
jprmregm.br	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
profjoe.com	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Importante
garlamom.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
mmacielm.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
rodrigo.com	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Importante	Importante	Importante	Pouco importante	Muito Importante
lucianam.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
walter.m.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
pdverdu.com	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 100 a 500 colaboradores	Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
rafael@m.br	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Importante	Importante

marcelom.br	Agência de publicidade	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
cassia@.com	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Ainda não pensei sobre isso	Muito Importante	Muito Importante
selmaalm.br	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
correa.com	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 50 a 99 colaboradores	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
lribeiru.br	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	de 500 a 1.000 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Importante
comerci.com	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
eric.fem.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 100 a 500 colaboradores	Importante	Pouco importante	Pouco importante	Muito Importante	Muito Importante
elaine.m.br	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Outras empresas (B2B)	de 100 a 500 colaboradores	Importante	Importante	Pouco importante	Importante	Importante
silvio.m.br	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
nildasam.br	Agência de publicidade	Consumidor final (B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
vkikuch.com	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
valeriam.br	Agência de publicidade	Ambos (B2B2C)	de 50 a 99 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
prof.al.com	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Importante	Importante
polikro.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Consumidor final (B2C)	Até 09 colaboradores	Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
am3@grum.br	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Outras empresas (B2B)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Importante	Importante
ernani@m.br	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Importante	Ainda não pensei sobre isso
fermp1@m.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Importante
gracian.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
freire.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Importante	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante
nanda.a.com	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Importante
pafemi@m.br	Agência de publicidade	Ambos (B2B2C)	de 50 a 99 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Importante	Muito Importante
jairo-pm.br	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
glauco@.com	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
flaviotm.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
r.manaom.br	Agência de publicidade	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
mfranco.com	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
diandram.br	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
luisvic.com	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
castroa.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Importante	Importante	Importante	Importante	Importante
laisabr.com	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 50 a 99 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Importante
fernand.com	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	de 50 a 99 colaboradores	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
ac.idei.com	Agência de publicidade	Ambos (B2B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Importante	Pouco importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
camilap.com	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
rita@anm.br	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
moisesj.com	Agência de publicidade	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
gipopegm.br	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
natalia.com	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
pmafab.com	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Importante	Nada importante	Importante	Muito Importante
camila.com	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Importante	Importante	Ainda não pensei sobre isso	Muito Importante	Importante
anatoilm.br	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Importante	Ainda não pensei sobre isso	Muito Importante	Importante
niclesi.com	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Importante	Ainda não pensei sobre	Importante	Muito Importante

						isso		
nathali.com	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
mariana.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Importante	Ainda não pensei sobre isso	Muito Importante	Muito Importante
marco.bm.br	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	de 50 a 99 colaboradores	Importante	Importante	Muito Importante	Importante	Importante
biasub@.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
totalcam.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 50 a 99 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Importante	Importante
lf_desi.com	Agência de publicidade	Consumidor final (B2C)	Até 09 colaboradores	Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
daniel_.com	Agência de publicidade	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
cicero_.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Importante	Ainda não pensei sobre isso	Importante	Muito Importante
lenaper.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
comunicm.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
a.antonm.br	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	de 500 a 1.000 colaboradores	Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
deisinem.br	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Consumidor final (B2C)	de 500 a 1.000 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
filipef.com	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Importante	Muito Importante	Ainda não pensei sobre isso	Muito Importante	Muito Importante
dalilap.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
josidic.com	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 50 a 99 colaboradores	Importante	Importante	Ainda não pensei sobre isso	Muito Importante	Muito Importante
rangel_.com	Agência de publicidade	Consumidor final (B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
andren@m.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 500 a 1.000 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Importante	Importante
guilher.com	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Importante	Pouco importante	Importante	Muito Importante
charlen.com	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 50 a 99 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Importante
claudio.com	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
super.a.com	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	de 50 a 99 colaboradores	Importante	Pouco importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante
djedjun.com	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
jessica.com	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Importante	Muito Importante	Ainda não pensei sobre isso	Muito Importante	Importante
pavanij.com	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Ainda não pensei sobre isso	Muito Importante	Muito Importante
maxmove.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Consumidor final (B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Ainda não pensei sobre isso	Muito Importante	Muito Importante
renatar.com	Agência de publicidade	Consumidor final (B2C)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Importante	Ainda não pensei sobre isso	Muito Importante	Muito Importante
gleidso.com	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	de 10 a 49 colaboradores	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
sueli.fm.br	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Pouco importante	Muito Importante	Importante	Pouco importante
zosome.com	Agência de publicidade	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
pamtita.com	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
roliveim.br	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito importante	Muito Importante	Muito Importante
fabio_g.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Outras empresas (B2B)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Importante	Importante
jpo1711.com	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Ainda não pensei sobre isso	Importante	Muito Importante
shumi.v.com	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
cadpro3m.br	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	de 50 a 99 colaboradores	Importante	Muito Importante	Ainda não pensei sobre isso	Importante	Importante
adriana.com	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante
biazotom.br	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	de 50 a 99 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Importante	Muito Importante
celeste.com	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	de 500 a 1.000 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
ivanferm.br	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Importante	Muito Importante

silvioo.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
georgen.com	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Importante	Ainda não pensei sobre isso	Importante	Muito Importante
aletuzam.br	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Consumidor final (B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
jeander.com	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 500 a 1.000 colaboradores	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Importante	Importante
comercim.br	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	de 50 a 99 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Importante	Pouco importante
milena.m.br	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Importante	Ainda não pensei sobre isso	Muito Importante	Muito Importante
emuniz@m.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
daniels.com	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Ainda não pensei sobre isso	Importante	Muito Importante
kellys..com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Consumidor final (B2C)	de 50 a 99 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Importante	Importante
thayna_.com	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	de 10 a 49 colaboradores	Importante	Importante	Ainda não pensei sobre isso	Muito Importante	Muito Importante
muttiti.com	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Importante	Importante
junsmil.com	Agência de publicidade	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Importante	Ainda não pensei sobre isso	Importante	Importante
kassia_.com	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Importante
marcelo.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
rigonic.com	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
lobopri.com	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Importante	Importante
marcusp.com	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
mateusd.com	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 50 a 99 colaboradores	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
isabela.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	de 500 a 1.000 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
lzcezarm.br	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Consumidor final (B2C)	Até 09 colaboradores	Pouco importante	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante
marketim.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 50 a 99 colaboradores	Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
cuti.ma.com	Agência de publicidade	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Importante	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante
may_par.com	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	de 50 a 99 colaboradores	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
victor..com	Agência de publicidade	Consumidor final (B2C)	Até 09 colaboradores	Importante	Importante	Importante	Importante	Importante
bfurtad.com	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	de 50 a 99 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Pouco importante	Pouco importante
ve_scosm.br	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Consumidor final (B2C)	Até 09 colaboradores	Importante	Muito Importante	Ainda não pensei sobre isso	Muito Importante	Muito Importante
evangelu.br	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Consumidor final (B2C)	de 100 a 500 colaboradores	Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Importante
categul.com	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
bocaiuv.com	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Importante	Ainda não pensei sobre isso	Ainda não pensei sobre isso	Muito Importante	Importante
bubolga.com	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	de 500 a 1.000 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Importante
carla.s.com	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
julianam.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Ainda não pensei sobre isso	Muito Importante	Muito Importante
duducoo.com	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Ainda não pensei sobre isso	Muito Importante	Muito Importante
daniell.com	Agência de publicidade	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Importante	Importante	Importante	Importante	Muito Importante
celsobrm.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Importante	Pouco importante	Muito Importante	Muito Importante
nandota.com	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante
mogata@u.br	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	de 500 a 1.000 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
sergiobm.br	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Importante	Pouco importante	Pouco importante	Importante	Muito Importante
talitin.com	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
athossi.com	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Importante	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante

naia.mo.com	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
claudia.com	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
jacquelm.br	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
tatatha.com	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
leandro.com	Agência de publicidade	Consumidor final (B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
gasilva.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
ncsgodo.com	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Importante	Ainda não pensei sobre isso	Muito Importante	Muito Importante
sabrinam.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Importante	Pouco importante	Ainda não pensei sobre isso	Muito Importante	Muito Importante
jacy_al.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
fabiofd.com	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Importante	Pouco importante	Importante	Importante
danieli.com	Agência de publicidade	Consumidor final (B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Ainda não pensei sobre isso	Ainda não pensei sobre isso	Importante	Muito Importante
avmatta.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
crisfer.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
josimar.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
taniagf.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Importante	Muito Importante
felipem.com	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Importante	Muito Importante
rodnei.m.br	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
douglas.com	Agência de publicidade	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
ana.cri.com	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Pouco importante	Importante	Importante	Muito Importante
brasilfm.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 100 a 500 colaboradores	Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
ademiro.m.br	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	de 10 a 49 colaboradores	Importante	Muito Importante	Pouco importante	Muito Importante	Importante
pedro.c.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Outras empresas (B2B)	de 10 a 49 colaboradores	Ainda não pensei sobre isso	Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
walter@m.br	Agência de publicidade	Ambos (B2B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Importante	Ainda não pensei sobre isso	Importante	Importante
alessanm.br	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Nada importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
fabrici.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Consumidor final (B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
liborio.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Consumidor final (B2C)	Até 09 colaboradores	Importante	Importante	Importante	Importante	Muito Importante
denilsom.br	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
renata@m.br	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Importante	Ainda não pensei sobre isso	Importante	Importante
welitonm.br	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
carla@mm.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Nada importante	Importante	Muito Importante
moicuca.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Importante	Importante
joao@grm.br	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 50 a 99 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
welling.com	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
riansoa.com	Agência de publicidade	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Pouco importante	Pouco importante	Importante	Muito Importante
gabeaze.com	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
valmorl.com	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
jeferso.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Consumidor final (B2C)	Até 09 colaboradores	Importante	Muito Importante	Ainda não pensei sobre isso	Muito Importante	Muito Importante
cris_hom.br	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Pouco importante	Pouco importante	Importante	Ainda não pensei sobre isso

f_quintm.br	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Importante	Ainda não pensei sobre isso	Muito Importante	Muito Importante
edson.jm.br	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Pouco importante	Muito Importante
joao.vi.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Consumidor final (B2C)	mais de 1.000 colaboradores	Muito Importante	Importante	Ainda não pensei sobre isso	Importante	Muito Importante
tomvand.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Ainda não pensei sobre isso	Importante	Importante
rodrigo.com	Anunciante em marketing digital	Outras empresas (B2B)	de 100 a 500 colaboradores	Muito Importante	Importante	Pouco importante	Muito Importante	Muito Importante
rql_alv.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Importante
igormon.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Outras empresas (B2B)	mais de 1.000 colaboradores	Importante	Pouco importante	Pouco importante	Muito Importante	Importante
leandro.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Ambos (B2B2C)	de 10 a 49 colaboradores	Muito Importante	Importante	Importante	Muito Importante	Muito Importante
daniel_m.br	Agência de publicidade	Outras empresas (B2B)	Até 09 colaboradores	Importante	Muito Importante	Ainda não pensei sobre isso	Importante	Muito Importante
victaom.com	Anunciante em marketing digital	Ambos (B2B2C)	de 50 a 99 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante
dresch@.com	Anunciante em marketing digital	Consumidor final (B2C)	Até 09 colaboradores	Muito Importante	Muito Importante	Ainda não pensei sobre isso	Importante	Muito Importante
roger.m.com	Veículo de comunicação (portais-blogs- sites de conteúdo)	Outras empresas (B2B)	de 500 a 1.000 colaboradores	Muito Importante	Ainda não pensei sobre isso	Muito Importante	Muito Importante	Muito Importante

Respondente	5. Na sua opinião, qual a principal utilidade de cada um dos canais:-Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut)	5. Na sua opinião, qual a principal utilidade de cada um dos canais:-Mobile	5. Na sua opinião, qual a principal utilidade de cada um dos canais:-E-mail Marketing	5. Na sua opinião, qual a principal utilidade de cada um dos canais:-Mídia Display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com)	5. Na sua opinião, qual a principal utilidade de cada um dos canais:- Ferramentas de Busca (Ex: Google- Bing- Yahoo)	5. Na sua opinião, qual a principal utilidade de cada um dos canais:- Comparadores de preços	6. Marque os canais que você utiliza em suas estratégias de marketing digital?	7. Como você distribui sua verba por canal:- Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut)	7. Como você distribui sua verba por canal:- Mobile	7. Como você distribui sua verba por canal:-E-mail marketing	7. Como você distribui sua verba por canal:- Mídia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com)	7. Como você distribui sua verba por canal:- Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	7. Como você distribui sua verba por canal:- Comparadores de preços
bana.fam.br	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Mídia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo) , Comparadores de preços	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%
juliana.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Mídia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo) , Comparadores de preços	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 31% a 50%	Mais de 50%	0%
pauloaim.br	Gerar Leads	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Gerar Leads	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Mídia display (Ex: MSN- Terra-	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 31% a 50%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 11% a 30%

			vendas	vendas			UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo) , Comparadores de preços						
luiz.olu.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing	De 11% a 30%	De 31% a 50%	De 31% a 50%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 11% a 30%
marcelo.com	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo) , Comparadores de preços	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 1% a 10%
jakquelm.br	Aumentar receita com vendas		Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%
cynthiam.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing	0	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%
ziller@m.br	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Gerar Leads	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	0%	De 11% a 30%	0%
rmsilvam.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 31% a 50%	De 1% a 10%	De 31% a 50%	0%
nivaniam.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%	De 11% a 30%	0%
jsungarm.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	0	0%	Mais de 50%	0%	0%	0%
vi.gabim.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	De 31% a 50%	De 1% a 10%	De 31% a 50%	De 1% a 10%	De 31% a 50%	De 1% a 10%
helo.mmm.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	0	0%	De 11% a 30%	0%	De 11% a 30%	0%
romikan.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%	De 31% a 50%	0%
jacksonm.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	0%	Mais de 50%	0%	De 1% a 10%	0%
halex@sm.br	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Melhorar relacionamento da marca com o público	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	0%	De 31% a 50%	0%	De 11% a 30%	0%
ney@e-cm.br	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	E-mail marketing	0	0%	Mais de 50%	0%	0%	0%
jpadronm.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	0	0%	De 31% a 50%	0%	De 31% a 50%	0%

marcelam.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	Mais de 50%	De 11% a 30%	De 31% a 50%	0%	De 1% a 10%	0%
thalitam.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo) , Comparadores de preços	De 11% a 30%	0%	De 31% a 50%	0%	De 31% a 50%	De 11% a 30%
caca@fsm.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	De 31% a 50%	0%	De 11% a 30%	0%	0%	0%
9803.aim.br	Aumentar tráfego para o website	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	E-mail marketing	0	0%	Mais de 50%	0%	0%	0%
paulo.mm.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	Mais de 50%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%
marketig.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	De 1% a 10%	0%	Mais de 50%	0%	0%	0%
alsoarem.br	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	0	0%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	0%
laercio.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%
ary.doum.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	Mais de 50%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%
sabrinam.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Gerar Leads	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	0%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	0%
gentil@m.br	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	Mais de 50%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%
jonaspi.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%	De 31% a 50%	0%
gilpe@um.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%	0%	0%
fabio@bm.br	Gerar Leads	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Gerar Leads	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 31% a 50%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	0%	De 31% a 50%	0%
alessanm.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Mobile , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com)	0	De 11% a 30%	De 31% a 50%	Mais de 50%	0%	0%

grobtert.net	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%
mauriciu.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	0%
eric.ie.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	0%
comunicm.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%	0%
rony@tom.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	0	0%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 1% a 10%
danielcm.br	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	0%
raque@n.br	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	0	0%	Mais de 50%	Mais de 50%	De 31% a 50%	0%
crislaim.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	0%
victor.m.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	0%
luana.fm.br	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 31% a 50%	0%
vitorcam.br	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	Mais de 50%	Mais de 50%	De 11% a 30%	0%
micheigm.br	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 31% a 50%	De 1% a 10%	Mais de 50%	Mais de 50%	Mais de 50%	De 1% a 10%
contato.com	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	0	0%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%
edgar@hm.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	0	0%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%
jlara@vm.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	Mais de 50%	De 31% a 50%
angelicm.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , E-mail marketing	De 31% a 50%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	0%

	público	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Melhorar relacionamento da marca com o público	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	Mais de 50%	0%	0%	De 31% a 50%	0%
pat_lagm.br	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com)	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 31% a 50%	0%
dpeticom.br	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing	De 11% a 30%	0%	Mais de 50%	0%	0%
marcus.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	De 31% a 50%	0%	Mais de 50%	0%	0%
marcomi.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	0%
wewertom.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	E-mail marketing	De 31% a 50%	0%	Mais de 50%	0%	0%
fbarbosm.br	Gerar Leads	Gerar Leads	Gerar Leads	Gerar Leads	Gerar Leads	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 31% a 50%	De 31% a 50%
maureen.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 31% a 50%	De 1% a 10%	0%	0%	0%
sousadem.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 31% a 50%	De 11% a 30%
rcamposm.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 31% a 50%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 11% a 30%
marta@om.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 31% a 50%	0%	De 31% a 50%	De 11% a 30%	0%
yuri.sim.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 31% a 50%	De 1% a 10%
priscilm.br	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 11% a 30%	0%	De 11% a 30%	0%
jeffersm.br	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com)	De 1% a 10%	0%	De 31% a 50%	Mais de 50%	De 31% a 50%
chashim.com	Gerar Leads	Gerar Leads	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com)	De 1% a 10%	0%	De 11% a 30%	0%	0%
pgarrid.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	Mais de 50%	0%	0%
patricim.br	Melhorar	Aumentar	Aumentar	Aumentar	Aumentar	Aumentar	Aumentar	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com)	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	Mais de 50%	0%

	relacionamento da marca com o público	receita com vendas	receita com vendas	tráfego para o website	receita com vendas	tráfego para o website	marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	10%		10%	10%	50%	
wanderlm.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 31% a 50%	Mais de 50%	0%
branca.m.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo) , Comparadores de preços	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%	Mais de 50%	De 31% a 50%	De 1% a 10%
ba_gengm.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	0	0%	Mais de 50%	0%	De 1% a 10%	0%
blog@ab.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo) , Comparadores de preços	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 31% a 50%	De 31% a 50%
tasantom.br	Aumentar tráfego para o website	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	Mais de 50%	De 31% a 50%	De 1% a 10%	0%
luizap.m.br	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Melhorar relacionamento da marca com o público	E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	Mais de 50%	De 1% a 10%	De 31% a 50%	0%
camillam.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 31% a 50%	0%
ccasadam.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	0	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 31% a 50%	Mais de 50%	0%
kary@wem.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 31% a 50%	0%	De 1% a 10%	0%	De 11% a 30%	0%
lilian@m.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	0	0%	De 31% a 50%	0%	De 31% a 50%	0%
vimersom.br	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Melhorar relacionamento da marca com o público	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 31% a 50%	0%	De 11% a 30%	0%
comerci.net	Gerar Leads	Gerar Leads	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 31% a 50%	0%	De 31% a 50%	0%
silvio.m.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	0%	De 11% a 30%	0%
mayara..com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 31% a 50%	De 31% a 50%	0%
max.cosm.br	Aumentar receita com	Aumentar receita com	Aumentar receita com	Aumentar receita com	Aumentar receita com	Gerar Leads	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra-	Mais de 50%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 31% a 50%	De 11% a 30%	0%

	vendas	vendas	vendas	vendas	vendas		UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)						
deja@elm.br	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	Mais de 50%	0%	De 11% a 30%	0%	0%	0%
alexandm.br	Gerar Leads	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com)	De 11% a 30%	De 1% a 10%	Mais de 50%	De 1% a 10%	0%	0%
marketim.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Melhorar relacionamento da marca com o público	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	0	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 1% a 10%	Mais de 50%	0%
designe.com	Aumentar tráfego para o website	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing	De 31% a 50%	De 11% a 30%	Mais de 50%	0%	De 11% a 30%	0%
luizrapm.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com)	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 31% a 50%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	0%
leo.reim.br	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	0	0%	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%
valdecim.br	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	0%	De 1% a 10%	0%
wesley.com	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 31% a 50%	0%	De 1% a 10%	0%	Mais de 50%	De 11% a 30%
leticiam.br	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 31% a 50%	De 1% a 10%	Mais de 50%	0%	De 1% a 10%	De 1% a 10%
helen@dm.br	Aumentar tráfego para o website	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 31% a 50%	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	De 31% a 50%	De 1% a 10%
julianam.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mobile , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	Mais de 50%	De 1% a 10%	De 31% a 50%	0%
luizhs.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	0%
robertam.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 31% a 50%	De 31% a 50%	0%
denyse_m.br	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com)	Mais de 50%	0%	De 31% a 50%	De 11% a 30%	0%	0%
tatiana.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	0	0%	De 11% a 30%	0%	De 31% a 50%	0%
comercim.br	Aumentar	Aumentar	Aumentar	Aumentar	Aumentar	Aumentar	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile	0	0%	De 1% a	0%	0%	0%

	receita com vendas	receita com vendas	receita com vendas	receita com vendas	receita com vendas	receita com vendas	, E-mail marketing			10%			
marcoso.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	0	0%	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%
contato.com	Aumentar tráfego para o website	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	De 31% a 50%	0%	De 31% a 50%	0%	0%	0%
cecilia.net	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 31% a 50%	0%	0%	0%
silvanim.br	Aumentar receita com vendas	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	Mais de 50%	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	0%
grazielm.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	0	0%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	0%
cristiam.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo) , Comparadores de preços	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 11% a 30%
carloscm.br	Aumentar tráfego para o website	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	Mais de 50%	De 1% a 10%
fagner.m.br	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com)	De 31% a 50%	De 11% a 30%	Mais de 50%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%
monica@m.br	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	0%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	Mais de 50%	0%
rodrigoc.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	0%	De 11% a 30%	0%	De 11% a 30%	0%
locutorm.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 1% a 10%
mateus@m.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	0%	De 11% a 30%	De 31% a 50%	De 11% a 30%	0%
tecnisam.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo) , Comparadores de preços	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	Mais de 50%	De 11% a 30%
marcelom.br	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%	0%
natccj@.com	Melhorar relacionamento	Aumentar tráfego para o	Aumentar receita com	Aumentar receita com	Aumentar receita com	Gerar Leads	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	Mais de 50%	0%	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%

	da marca com o público	vendas	vendas	vendas	vendas	vendas	UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)						
filipe@m.br	Aumentar tráfego para o website	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 31% a 50%	0%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 31% a 50%	0%
pportoc.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 31% a 50%	De 11% a 30%	De 31% a 50%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%
r.ric@im.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 11% a 30%
camila@m.br	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	De 11% a 30%	0%	De 1% a 10%	0%
jessica.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing	De 31% a 50%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 31% a 50%	De 11% a 30%	0%
adriano.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 31% a 50%	De 11% a 30%	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%
rosangem.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%
andreinm.br	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	De 11% a 30%	0%	De 11% a 30%	0%
fernandm.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 31% a 50%	0%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%
relaciom.br	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	0%	De 31% a 50%	0%	De 11% a 30%	0%
leandro.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 31% a 50%	De 31% a 50%	0%
alexandm.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	E-mail marketing	0	0%	0%	0%	0%	0%
fmancin.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	Mais de 50%	De 31% a 50%	De 1% a 10%
natacha.com	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Gerar Leads	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%
angelobm.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 31% a 50%	0%

renata_m.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	0%	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%
ricardo.com	Aumentar tráfego para o website	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 1% a 10%	Mais de 50%	De 11% a 30%	De 1% a 10%
natareim.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo) , Comparadores de preços	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 31% a 50%	De 11% a 30%
karyn.b.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing	De 31% a 50%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 11% a 30%
karina@m.br	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mobile , E-mail marketing	0	De 1% a 10%	De 11% a 30%	0%	0%	0%
jgarcia.com	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	0	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%
donize@m.br	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	De 11% a 30%	0%	De 1% a 10%	0%
alexaug.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	0%	De 11% a 30%	De 31% a 50%	De 31% a 50%	0%
rodrigom.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	0%
iliahka.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%
charles.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%	0%	0%
contatom.br	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	0	De 1% a 10%	Mais de 50%	De 1% a 10%	Mais de 50%	0%
meg.ama.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	0%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 31% a 50%	0%
paulo.s.com	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 31% a 50%	0%	De 31% a 50%	0%	0%	0%
solidonm.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Gerar Leads	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	De 31% a 50%	De 11% a 30%	0%
kevinfo.com	Melhorar relacionamento da marca com o	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google-	De 1% a 10%	0%	De 31% a 50%	De 31% a 50%	De 1% a 10%	0%

	público						Bing- Yahoo)						
alexandm.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 31% a 50%	De 31% a 50%	De 11% a 30%	0%	De 31% a 50%	0%
cledsonm.br	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	De 31% a 50%	0%	De 31% a 50%	0%	0%	0%
adminwem.br	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo) , Comparadores de preços	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	0%	De 1% a 10%	De 1% a 10%
design@m.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%
marketim.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	0	0%	De 1% a 10%	0%	De 11% a 30%	0%
jrmanar.com	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Melhorar relacionamento da marca com o público	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	0%	De 11% a 30%	0%
marketim.br	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	Mais de 50%	Mais de 50%	Mais de 50%	Mais de 50%	Mais de 50%	Mais de 50%
gabreck.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Melhorar relacionamento da marca com o público	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	0%	De 11% a 30%	0%	De 11% a 30%	0%
leandra.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	0%	Mais de 50%	De 31% a 50%	De 31% a 50%	0%
icarode.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 31% a 50%	De 1% a 10%	De 31% a 50%	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 1% a 10%
walfrid.com	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 31% a 50%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%
sufosca.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	0%	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%
fernandm.br	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	0	De 1% a 10%	De 31% a 50%	De 11% a 30%	De 31% a 50%	De 11% a 30%
carvalh.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	0	0%	0%	0%	De 11% a 30%	0%
somaio5m.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	De 1% a 10%	0%	De 11% a 30%	De 31% a 50%	De 1% a 10%	De 1% a 10%
marilia.com	Melhorar relacionamento	Aumentar tráfego para o	Aumentar receita com	Aumentar tráfego para o	Aumentar receita com	Aumentar receita com	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL-	De 1% a 10%	0%	De 31% a 50%	De 11% a 30%	De 1% a 10%	0%

	da marca com o público	website	vendas	website	vendas	vendas	Globo.com)						
leonardm.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 31% a 50%	0%	De 31% a 50%	0%	De 11% a 30%	0%
marrafo.com	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%
cgcarvaaero	Gerar Leads	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	E-mail marketing , Comparadores de preços	0	De 31% a 50%	De 11% a 30%	0%	0%	De 31% a 50%
igor_dim.br	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 31% a 50%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 1% a 10%	0%
emanoelm.br	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 31% a 50%	De 31% a 50%	0%
ti@caplm.br	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	0%	De 31% a 50%	De 1% a 10%	Mais de 50%	0%
leandrom.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	0	0%	Mais de 50%	0%	De 11% a 30%	0%
ivo_morm.br	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut)	Mais de 50%	0%	0%	0%	0%	0%
thayron.com	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	De 31% a 50%	De 1% a 10%	De 31% a 50%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 1% a 10%
marketim.br	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	De 11% a 30%	0%	De 31% a 50%	0%
aprovacm.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%
marcosgc.br	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Gerar Leads	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	0	0%	0%	0%	0%	0%
viviane.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 31% a 50%	De 1% a 10%	De 31% a 50%	De 1% a 10%	De 31% a 50%	De 1% a 10%
camila.m.br	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	0	0%	De 1% a 10%	0%	De 11% a 30%	0%
contatom.br	Gerar Leads	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo) , Comparadores de preços	Mais de 50%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	0%	Mais de 50%	De 1% a 10%
davidri.com	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%

anacos1u.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 31% a 50%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 31% a 50%	Mais de 50%	0%
gabriel.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 31% a 50%	0%
mirian..com	Gerar Leads	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	De 11% a 30%	0%	Mais de 50%	0%	0%	0%
andersom.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Comparadores de preços	0	0%	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	De 1% a 10%
durando.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	0%	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%
promidim.br	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%
adrianom.br	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	Mais de 50%	0%	Mais de 50%	0%	De 11% a 30%	De 1% a 10%
interjam.br	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	De 1% a 10%	0%	Mais de 50%	0%	0%	0%
jaciele.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	Mais de 50%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%	De 31% a 50%	0%
nlsilvam.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 11% a 30%
alessan.com	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 31% a 50%	0%	De 11% a 30%	0%
rosalinm.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mobile , E-mail marketing	0	De 1% a 10%	De 11% a 30%	0%	0%	0%
rubenkim.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	De 11% a 30%	0%	De 11% a 30%	0%
flora.tm.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 31% a 50%	0%
mclaudi.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	0	0%	0%	0%	0%	0%
markinh.com	Exposição da marca	Gerar Leads	Aumentar receita com	Aumentar tráfego para o	Aumentar receita com	Gerar Leads	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing-	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%	Mais de 50%	0%

	(branding)		vendas	website	vendas		Yahoo)						
crisdegm.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 1% a 10%	0%
davi.deu.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%	Mais de 50%	0%
adm.fin.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	0%	De 11% a 30%	0%
iso0106.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	0	De 11% a 30%	Mais de 50%	De 1% a 10%	De 31% a 50%	De 1% a 10%
ana.xavm.br	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	Mais de 50%	Mais de 50%	0%
samyrpa.com	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	0%	De 1% a 10%	0%
davicos.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%	De 11% a 30%	Mais de 50%	0%
rafaela.com	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	Mais de 50%	0%	0%	0%	0%	0%
ediempr.com	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	De 11% a 30%	0%	De 11% a 30%	0%	0%	0%
iara3fo.com	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	Mais de 50%	0%	De 11% a 30%	0%	0%	0%
thiago.m.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo) , Comparadores de preços	De 11% a 30%	0%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 31% a 50%	De 1% a 10%
genuaf@m.br	Gerar Leads	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 31% a 50%	Mais de 50%	0%
vleal@sm.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)						
sandra@m.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 31% a 50%	De 11% a 30%	0%
lucas.d.com	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo) , Comparadores de preços	De 1% a 10%	0%	De 11% a 30%	0%	De 11% a 30%	De 11% a 30%
guipaol.com	Aumentar receita com	Exposição da marca	Aumentar tráfego para o	Exposição da marca	Gerar Leads	Aumentar receita com	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) ,	De 11% a 30%	De 1% a 10%	0%	De 31% a 50%	Mais de 50%	0%

	vendas	(branding)	website	(branding)		vendas	Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)						
marciob.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut)	De 11% a 30%	De 11% a 30%	0%	0%	0%	0%
jferreim.br	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut)	De 11% a 30%	De 31% a 50%	De 31% a 50%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 11% a 30%
danielam.br	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 31% a 50%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%
marielid.co	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 31% a 50%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%	De 11% a 30%	0%
victor..com	Gerar Leads	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	De 31% a 50%	De 11% a 30%	De 1% a 10%	0%
rrazoesm.br	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	0	0%	De 1% a 10%	De 31% a 50%	De 31% a 50%	0%
marianam.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com)	0	0%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%	0%
rhuan.cm.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo) , Comparadores de preços	0	0%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	Mais de 50%	De 11% a 30%
flavio@m.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	De 31% a 50%	0%	De 31% a 50%	0%	0%	0%
alex@opm.br	Gerar Leads	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	De 11% a 30%	0%	Mais de 50%	0%	0%	0%
beatrizj.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	0	0%	0%	0%	0%	0%
alana@mm.br	Aumentar receita com vendas	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	Mais de 50%	0%	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%
daniel@m.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	0%	De 11% a 30%	0%	De 31% a 50%	0%
alba@cim.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Comparadores de preços	De 1% a 10%	0%	Mais de 50%	De 31% a 50%	De 1% a 10%	Mais de 50%
rafaelh.com	Aumentar receita com vendas	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo) , Comparadores de preços	Mais de 50%	0%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	Mais de 50%	Mais de 50%

bela.is.com	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	0	0%	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%
helio@im.br	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%	0%	0%
emaildo.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo) , Comparadores de preços	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 31% a 50%	De 11% a 30%
leandrom.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 31% a 50%	De 31% a 50%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	Mais de 50%	0%
bruno.t.net	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo) , Comparadores de preços	Mais de 50%	Mais de 50%	Mais de 50%	Mais de 50%	Mais de 50%	Mais de 50%
janainam.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 31% a 50%	0%	De 31% a 50%	0%
bruno.tm.br	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	0%	0%	0%
eduardom.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing	De 11% a 30%	De 11% a 30%	Mais de 50%	0%	0%	0%
pedroem.br	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	De 31% a 50%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	0%
isabell.com	Aumentar receita com vendas	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	De 1% a 10%	0%	0%	De 1% a 10%	0%
washing.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo) , Comparadores de preços	Mais de 50%	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	0%
sabrinam.br	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	De 11% a 30%	0%	De 1% a 10%	0%
david.h.com	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	De 11% a 30%	0%	De 11% a 30%	De 1% a 10%
vivre.com	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo) , Comparadores de preços	De 1% a 10%	0%	0%	0%	Mais de 50%	De 1% a 10%
hectors.com	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 31% a 50%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 1% a 10%
bethanim.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	E-mail marketing	0	0%	De 1% a 10%	0%	0%	0%
renatop.com	Exposição da	Melhorar	Aumentar	Aumentar	Aumentar	Aumentar	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail	Mais de	0%	De 11% a	De 1% a	De 31% a	0%

	marca (branding)	relacionamento da marca com o público	tráfego para o website	tráfego para o website	tráfego para o website	tráfego para o website	marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	50%		30%	10%	50%	
andre@sm.br	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%
rita@mum.br	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	Mais de 50%	0%	De 31% a 50%	0%	0%	0%
frank.s.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Gerar Leads	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 31% a 50%	0%	0%	De 11% a 30%	De 31% a 50%	0%
marcio.m.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	0	0%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%
ricardom.br	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 31% a 50%	0%
andersom.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 31% a 50%	0%	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	0%
leandrom.br	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo) , Comparadores de preços	De 11% a 30%	0%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 31% a 50%	De 11% a 30%
carlos@m.br	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 31% a 50%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%
regina.m.br	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	0	0%	De 11% a 30%	0%	Mais de 50%	0%
elisabe.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	Mais de 50%	De 11% a 30%	Mais de 50%	De 11% a 30%	Mais de 50%	De 1% a 10%
lrivoli.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 31% a 50%	De 11% a 30%	De 11% a 30%
alvaro@m.br	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	De 31% a 50%	De 1% a 10%	De 31% a 50%	0%	De 1% a 10%	0%
joao@lom.br	Aumentar tráfego para o website	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 31% a 50%	0%	De 31% a 50%	0%	De 1% a 10%	0%
miriamd.com	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	E-mail marketing	0	0%	De 11% a 30%	0%	0%	0%
clariss.com	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 31% a 50%	0%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 31% a 50%	0%
artelie.com	Aumentar receita com	Aumentar receita com	Aumentar receita com	Aumentar receita com	Aumentar receita com	Aumentar receita com	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra-	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 11% a 30%

	vendas	vendas	vendas	vendas	vendas	vendas	UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo) , Comparadores de preços						
cristiam.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	0	0%	0%	0%	De 1% a 10%	0%
marcia@m.br	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	0%
barbaram.br	Aumentar tráfego para o website	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo) , Comparadores de preços	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	Mais de 50%	De 1% a 10%
fabiana.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 31% a 50%	De 31% a 50%	De 1% a 10%
camila@m.br	Aumentar tráfego para o website	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	0%	De 31% a 50%	0%	De 11% a 30%	De 1% a 10%
otavio.u.br	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Gerar Leads	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo) , Comparadores de preços	De 31% a 50%	De 31% a 50%	De 31% a 50%	De 31% a 50%	De 31% a 50%	De 31% a 50%
caio.pa.com	Gerar Leads	Gerar Leads	Gerar Leads	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%
feitosa.com	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	0%	De 1% a 10%	0%	Mais de 50%	0%
ricardom.br	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	De 11% a 30%	0%	Mais de 50%	0%	0%	0%
nosdelcm.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	0%	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 31% a 50%	0%
washing.com	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	0%	De 1% a 10%	Mais de 50%	De 11% a 30%	0%
fhelia@.com	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing	De 31% a 50%	De 11% a 30%	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%
felipe@u.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 1% a 10%	0%
ademird.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	0%	De 11% a 30%	0%	De 31% a 50%	0%
paulo@sm.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	0	0%	0%	0%	0%	0%
camilamm.br	Aumentar receita com	Aumentar receita com	Aumentar receita com	Aumentar receita com	Aumentar receita com	Aumentar receita com	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra-	0	0%	0%	De 31% a 50%	De 31% a 50%	0%

	vendas	vendas	vendas	vendas	vendas	vendas	UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)						
jpcaval.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com)	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	0%	0%
mkt@copm.br	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%	Mais de 50%	0%
sergio.m.br	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	0	0%	De 1% a 10%	0%	0%	0%
rochama.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut)	0	0%	De 1% a 10%	0%	0%	0%
sgnippem.br	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	Mais de 50%	De 11% a 30%	De 31% a 50%	De 31% a 50%	Mais de 50%	De 11% a 30%
mkipvet.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 31% a 50%	De 11% a 30%	0%
t.sena@com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo) , Comparadores de preços	De 11% a 30%	0%	De 11% a 30%	De 31% a 50%	De 11% a 30%	De 1% a 10%
danubiag.br	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	0	0%	De 1% a 10%	0%	0%	0%
liceo_cm.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%	0%	0%
ornildo.com	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo) , Comparadores de preços	De 11% a 30%	De 31% a 50%	De 11% a 30%	Mais de 50%	De 11% a 30%	De 1% a 10%
fatimampm.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing	De 11% a 30%	De 31% a 50%	De 31% a 50%	De 11% a 30%	De 1% a 10%	0%
isaiaas.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	Mais de 50%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 1% a 10%
priscilm.br	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 31% a 50%	0%	De 31% a 50%	0%	De 11% a 30%	0%
claudiam.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	0	0%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%
gustavom.br	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Mobile , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 31% a 50%	De 31% a 50%	De 31% a 50%	0%
danielu.br	Melhorar relacionamento	Melhorar relacionamento	Melhorar relacionamento	Exposição da marca	Exposição da marca	Aumentar receita com	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL-	De 11% a 30%	0%	De 31% a 50%	De 11% a 30%	Mais de 50%	0%

	da marca com o público	da marca com o público	da marca com o público	(branding)	(branding)	vendas	Globo.com), Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)						
diegoka.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut), Mobile, E-mail marketing, Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com), Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 31% a 50%	0%
adrianam.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut), E-mail marketing, Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	0	0%	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%
flaviop.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Gerar Leads	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut), Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	0	0%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%
bartof.com	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut), E-mail marketing, Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	0	0%	0%	0%	0%	0%
thiagom.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut), Mobile, E-mail marketing, Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 31% a 50%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%	De 11% a 30%	0%
caio.jom.br	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut), E-mail marketing	0	0%	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	0%
jeffersm.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut), E-mail marketing, Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%
syviojm.br	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut), E-mail marketing, Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%
bruno.bm.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 31% a 50%	De 11% a 30%	0%
busato@m.br	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut), E-mail marketing, Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	De 31% a 50%	0%	Mais de 50%	0%
alexand.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut), Mobile, E-mail marketing, Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	Mais de 50%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%
palhari.com	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut), Mobile, E-mail marketing, Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com), Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	0%
maurici.com	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Melhorar relacionamento da marca com o público	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut), Mobile, E-mail marketing, Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com), Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo), Comparadores de preços	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 11% a 30%
welsartm.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut), Mobile, E-mail marketing, Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	0%	De 31% a 50%	0%
cascia3m.br	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut), Mobile	Mais de 50%	0%	Mais de 50%	0%	De 11% a 30%	De 11% a 30%
estudio.com	Exposição da marca	Melhorar relacionamento	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut), E-mail marketing, Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL-)	0	0%	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%

	(branding)	da marca com o público	website	vendas	website	vendas	Globo.com), Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)						
abssyst.com	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com), Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo), Comparadores de preços	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 31% a 50%	De 31% a 50%	De 31% a 50%
cristia.com	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut), E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%
leneben.com	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Melhorar relacionamento da marca com o público	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut), E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	0	0%	0%	0%	0%	0%
alberto.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut), E-mail marketing	De 1% a 10%	0%	Mais de 50%	De 1% a 10%	0%	0%
marketim.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut), E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com)	De 31% a 50%	0%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	0%	0%
cris_dw.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut), Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	0	0%	0%	0%	De 31% a 50%	0%
gabys-g.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut), E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 31% a 50%	0%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	0%
integre.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut)	0	0%	0%	0%	0%	0%
alexand.com	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut), E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	0%	De 31% a 50%	0%	De 11% a 30%	De 1% a 10%
enrisan.com	Aumentar tráfego para o website	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut), Mobile , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com), Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 1% a 10%
augusto.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut), E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo), Comparadores de preços	0	0%	De 1% a 10%	0%	De 11% a 30%	De 1% a 10%
paivasu.com	Gerar Leads	Gerar Leads	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut), E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	0%	De 11% a 30%	0%
sudanma.com	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut), Mobile , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com), Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo), Comparadores de preços	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 31% a 50%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%
titadam.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut), E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com), Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo), Comparadores de preços	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 1% a 10%
sabrinam.br	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut), E-mail marketing	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 31% a 50%	0%	0%	0%

laurian.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%
vicentem.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Aumentar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo) , Comparadores de preços	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%
andremna.com	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	Mais de 50%	Mais de 50%	Mais de 50%	Mais de 50%	0%	0%
carolin.com	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas		Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%
pammela.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	De 31% a 50%	De 31% a 50%	De 31% a 50%	De 31% a 50%	0%	0%
charles.com	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%
amarilid.com	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo) , Comparadores de preços	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%
apsalva.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%
valdine.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%
hugo.ca.com	Aumentar tráfego para o website	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%
viniciuim.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%
wagner@m.br	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%
suarili.com	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Gerar Leads	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo) , Comparadores de preços	Mais de 50%	Mais de 50%	Mais de 50%	Mais de 50%	De 31% a 50%	De 1% a 10%
edilain.com	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	Mais de 50%	Mais de 50%	Mais de 50%	Mais de 50%	De 31% a 50%	0%
denisij.com	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 31% a 50%	De 1% a 10%
emanoel.com	Aumentar tráfego para o website	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	De 31% a 50%	De 31% a 50%	De 31% a 50%	De 31% a 50%	De 31% a 50%	0%
bairstadm.br	Exposição da marca	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	0	0%	0%	0%	De 1% a 10%	0%

	(branding)	website	vendas	website	website	vendas							
mariach.com	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	De 11% a 30%	0%	De 31% a 50%	0%
viola.c.com	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 31% a 50%
daniell.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	0	0%	0%	0%	0%	0%
karina..com	Gerar Leads	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com)	De 1% a 10%	0%	Mais de 50%	De 11% a 30%	0%	0%
arcelon.com	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing	De 31% a 50%	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%
janebra.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%	0%	De 1% a 10%	0%
augustom.br	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	0	0%	De 11% a 30%	0%	Mais de 50%	0%
marcelo.com	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com)	De 1% a 10%	0%	Mais de 50%	0%	De 1% a 10%	0%
leticia.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	De 1% a 10%	0%	De 11% a 30%	0%	De 1% a 10%	0%
dantasd.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo) , Comparadores de preços	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	Mais de 50%	0%
anderso.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 31% a 50%	0%	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%
mvandre.com	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	0	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%
luciana.com	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo) , Comparadores de preços	De 1% a 10%	0%	De 11% a 30%	0%	De 31% a 50%	Mais de 50%
visitec.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 31% a 50%	0%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 1% a 10%
shbarro.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com)	Mais de 50%	De 31% a 50%	0%	De 11% a 30%	De 1% a 10%	0%
mayzac@.com	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo) , Comparadores de preços	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 11% a 30%
priscil.com	Exposição da	Aumentar	Aumentar	Aumentar	Aumentar	Aumentar	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail	De 1% a	0%	De 1% a	0%	De 1% a	De 1% a 10%

	marca (branding)	tráfego para o website	receita com vendas	receita com vendas	receita com vendas	receita com vendas	marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo) , Comparadores de preços	10%		10%		10%	
plotjr.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Melhorar relacionamento da marca com o público	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%	De 31% a 50%	0%
brunale.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut)	0	0%	0%	0%	0%	0%
almeida.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo) , Comparadores de preços	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%	Mais de 50%	De 31% a 50%
crisgah.com	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a a 30%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	0%	De 1% a 10%	0%
fecdigi.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	0%	Mais de 50%	0%	De 1% a 10%	0%
camila..com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	De 31% a 50%	De 31% a 50%	De 11% a 30%	0%
rondibm.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	0%
aguiarvm.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	0	0%	0%	0%	De 1% a 10%	0%
paulo@wm.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Gerar Leads	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 31% a 50%	0%	De 31% a 50%	0%
publicm.com	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut)	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%	0%
max@2gem.br	Gerar Leads	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	0%	De 31% a 50%	0%	De 11% a 30%	0%
nataliam.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%
socieda.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	0	0%	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%
lggiov.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 31% a 50%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	0%	De 1% a 10%	0%
erikkao.com	Melhorar relacionamento	Aumentar tráfego para o	Gerar Leads	Exposição da marca	Aumentar tráfego para o	Aumentar receita com	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing-	0	0%	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%

	da marca com o público	website		(branding)	website	vendas	Yahoo)						
jefersom.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	De 11% a 30%	0%	De 31% a 50%	De 1% a 10%
pablo.b.com	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	De 31% a 50%	0%	Mais de 50%	0%	0%	0%
thiagoam.br	Gerar Leads	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo) , Comparadores de preços	0	0%	0%	0%	0%	0%
maria.pm.br	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	0%	Mais de 50%	De 1% a 10%	Mais de 50%	0%
zeca_ca.com	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 31% a 50%	De 11% a 30%	De 31% a 50%	De 1% a 10%
mkt@elem.br	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	0	0%	0%	0%	0%	De 1% a 10%
cezar@o.net	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	0%	De 11% a 30%	0%	De 11% a 30%	0%
eduardof.br	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	0%
rogeriom.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 31% a 50%	0%
leonardm.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo) , Comparadores de preços	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 31% a 50%	De 31% a 50%	De 11% a 30%
amandag.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 31% a 50%	0%	De 11% a 30%	0%
daay.du.com	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	0%	De 11% a 30%	0%	De 11% a 30%	De 1% a 10%
taina.gm.br	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%
felipesm.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo) , Comparadores de preços	De 1% a 10%	0%	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 31% a 50%	De 31% a 50%
leandrom.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%
marcio@m.br	Exposição da	Melhorar	Gerar Leads	Exposição da	Aumentar	Exposição da	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile	De 1% a	De 1%	De 11% a	De 31% a	De 31% a	0%

	marca (branding)	relacionamento da marca com o público		marca (branding)	receita com vendas	marca (branding)	, E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	10%	a 10%	30%	50%	50%	
thiagog.com	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	De 31% a 50%	0%	De 31% a 50%	0%	0%	0%
rafaelt.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo) , Comparadores de preços	De 11% a 30%	0%	De 31% a 50%	De 31% a 50%	De 11% a 30%	De 11% a 30%
cauedf@com	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Gerar Leads	Gerar Leads	Gerar Leads	Gerar Leads	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 31% a 50%	De 1% a 10%	De 31% a 50%	De 1% a 10%
rodrigom.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	0	0%	De 1% a 10%	0%	Mais de 50%	0%
simone_com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	0%	Mais de 50%	De 31% a 50%	De 31% a 50%	0%
titaalb.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	0	0%	0%	0%	0%	0%
pedro@dm.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	0%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	0%
sabrinam.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%	0%
fmartin.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	E-mail marketing	0	0%	De 1% a 10%	0%	0%	0%
kessia.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%	0%	0%
ricardom.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	De 31% a 50%	0%	De 31% a 50%	0%	0%	0%
elidebe.com	Aumentar tráfego para o website	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 31% a 50%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 1% a 10%
vanessam.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	De 31% a 50%	0%	Mais de 50%	0%	0%	0%
denise.m.br	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	0	0%	0%	0%	0%	0%
daniilo.m.br	Melhorar relacionamento da marca com o	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Melhorar relacionamento da marca com	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 1% a 10%	0%	De 11% a 30%	0%

	público					o público							
rodrigom.br	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Melhorar relacionamento da marca com o público	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing	De 11% a 30%	De 31% a 50%	De 11% a 30%	0%	0%	0%
zilsilvg.br	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	E-mail marketing	0	0%	Mais de 50%	0%	0%	0%
cunha.c.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 31% a 50%	De 1% a 10%	0%
maysa_f.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 31% a 50%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	0%
richiar.com	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 31% a 50%	De 31% a 50%	De 31% a 50%	0%
eliana@m.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	0%	De 11% a 30%	0%
ricardo.com	Aumentar tráfego para o website	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo) , Comparadores de preços	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 31% a 50%	De 31% a 50%
jchiquem.br	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo) , Comparadores de preços	De 1% a 10%	0%	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 11% a 30%
jmarcke.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	0	0%	0%	0%	0%	0%
ricardom.br	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Gerar Leads	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 31% a 50%	0%
czagattm.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	0%	De 11% a 30%	0%
mmcarva.com	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut)	De 31% a 50%	De 11% a 30%	Mais de 50%	De 31% a 50%	De 11% a 30%	De 11% a 30%
carvalh.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 1% a 10%
rrrodrig.br	Gerar Leads	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	0	0%	0%	0%	0%	0%
mariaclm.br	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Gerar Leads	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%
robson0.com	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	De 31% a 50%	De 1% a 10%	Mais de 50%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%

manoeiam.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Gerar Leads	Gerar Leads	Gerar Leads	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo) , Comparadores de preços	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%
tatianam.br	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile marketing , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	0	0%	0%	0%	0%	0%
angela...com	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 31% a 50%	De 11% a 30%	De 31% a 50%	De 11% a 30%	De 1% a 10%
lmatos@m.br	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 31% a 50%	0%	0%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	0%
leticiam.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 1% a 10%
ctrep@bm.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile marketing , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%
valeriam.br	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Mobile , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	De 31% a 50%	De 11% a 30%	Mais de 50%	De 11% a 30%
	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com)	Mais de 50%	0%	De 31% a 50%	De 11% a 30%	0%	0%
tamara@m.br	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Melhorar relacionamento da marca com o público	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Comparadores de preços	De 31% a 50%	Mais de 50%	De 11% a 30%	De 31% a 50%	Mais de 50%	De 11% a 30%
boy_dtl.com		Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	Mais de 50%	0%	De 11% a 30%	0%	0%	0%
soraya@m.br	Gerar Leads	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	Mais de 50%	0%	De 11% a 30%	0%	0%	0%
	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%
suportem.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	E-mail marketing	0	0%	De 1% a 10%	0%	0%	0%
murilo.m.br		Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	E-mail marketing	0	0%	Mais de 50%	Mais de 50%	0%	0%
lorenasm.br	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	E-mail marketing	0	0%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%
	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	0%	De 31% a 50%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%
catuscm.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	E-mail marketing	0	0%	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%
gleversm.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	E-mail marketing	0	0%	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%
everton.com	Melhorar	Exposição da	Aumentar	Aumentar	Aumentar	Aumentar	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	De 31% a 50%	0%	De 31% a 50%	De 1% a 10%	0%	0%

	relacionamento da marca com o público	marca (branding)	tráfego para o website	tráfego para o website	tráfego para o website	receita com vendas	marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	50%		50%	10%		
ricardom.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com)	0	0%	De 11% a 30%	Mais de 50%	0%	0%
nelson.m.br		Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 31% a 50%	0%	De 11% a 30%	0%	De 11% a 30%	0%
laiss@am.br	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	E-mail marketing	0	0%	Mais de 50%	De 11% a 30%	Mais de 50%	De 1% a 10%
rogeriot.ag	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	De 1% a 10%
maracrim.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	0%
janildom.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	0	0%	De 1% a 10%	0%	De 11% a 30%	0%
jessica.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing	De 11% a 30%	De 31% a 50%	0%	0%	0%	0%
sbatistm.br	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	E-mail marketing	0	0%	Mais de 50%	0%	0%	0%
camila..com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 31% a 50%	De 31% a 50%	0%
stella_.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	E-mail marketing	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%
web@inpm.br	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%
priscilm.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%
d.vallem.br	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%
dennybmm.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 31% a 50%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	0%
frizo@cm.br	Melhorar relacionamento	Aumentar receita com	Aumentar receita com	Aumentar receita com	Aumentar receita com	Aumentar receita com	E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex:	0	0%	De 11% a 30%	De 1% a 10%	Mais de 50%	De 1% a 10%

	da marca com o público	vendas	vendas	vendas	vendas	vendas	Google- Bing- Yahoo) , Comparadores de preços						
	Melhorar relacionamento da marca com o público		Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	0	0%	Mais de 50%	0%	0%	
marketim.br	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Comparadores de preços	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 31% a 50%	0%	De 1% a 10%	De 1% a 10%
adrianom.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%	De 11% a 30%	0%
marcel@m.br	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo) , Comparadores de preços	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%
mpsbcrjm.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 31% a 50%	0%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	0%
marcelom.br		Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	Mais de 50%	0%	De 1% a 10%	0%
rafael.com	Gerar Leads												
	Melhorar relacionamento da marca com o público		Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Gerar Leads	Gerar Leads	Mobile , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	0	De 1% a 10%	De 31% a 50%	De 1% a 10%	De 31% a 50%	0%
rhorta@m.br	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads		Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	De 11% a 30%	0%	De 11% a 30%	0%
patricim.br	Melhorar relacionamento da marca com o público		Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	0%	De 11% a 30%	0%	Mais de 50%	0%
Joso@jgm.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 31% a 50%	0%	0%	0%
alinefr.com	Aumentar receita com vendas			Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%	0%	0%
mkt@amhm.br	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 31% a 50%	0%	De 31% a 50%	0%	Mais de 50%	0%
elias.su.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	De 31% a 50%	De 1% a 10%	0%
thiprez.com								0	0%	De 11% a 30%	0%	De 1% a 10%	0%
paloma@m.br	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)		0%	De 11% a 30%	0%	De 1% a 10%	0%
basiliom.br	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	De 31% a 50%	0%	De 31% a 50%	0%	0%	0%
marcelom.br	Melhorar	Aumentar	Gerar Leads	Exposição da	Gerar Leads	Melhorar	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile	De 31% a 50%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	0%	De 11% a 30%	0%

	relacionamento da marca com o público	tráfego para o website		marca (branding)		relacionamento da marca com o público	, E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	50%	a 30%	30%		30%	
tneves@m.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	0%	Mais de 50%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%
rafael@.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo) , Comparadores de preços	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 31% a 50%	De 31% a 50%	De 1% a 10%
max@drym.br		Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 31% a 50%	0%	De 31% a 50%	0%	De 1% a 10%	0%
lilyprim.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%
danielam.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 31% a 50%	0%	De 1% a 10%	0%	De 31% a 50%	0%
wilson.m.br	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	0%	0%	De 1% a 10%	0%
gustavo.com		Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo) , Comparadores de preços	De 1% a 10%	0%	Mais de 50%	0%	De 1% a 10%	0%
tckasa@.com	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	E-mail marketing	0	0%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	0%
gabriel.com	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo) , Comparadores de preços	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%
joao.rom.br	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Gerar Leads	Gerar Leads	Gerar Leads	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo) , Comparadores de preços	0	0%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 1% a 10%
apalearm.br	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo) , Comparadores de preços	De 1% a 10%	0%	De 11% a 30%	0%	De 31% a 50%	Mais de 50%
jardel.com							Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo) , Comparadores de preços	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%
junior@m.br		Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo) , Comparadores de preços	De 1% a 10%	0%	De 11% a 30%	0%	Mais de 50%	De 11% a 30%
ojope5@m.br	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%
lucianav.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%	0%	0%
busnell.net	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Gerar Leads	Melhorar relacionamento da marca com o público	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%

caju.nem.br	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo) , Comparadores de preços	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 31% a 50%	De 31% a 50%	De 11% a 30%
ricardom.br	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	0	0%	De 31% a 50%	0%	De 31% a 50%	0%
marivon.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%
jmotta@.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo) , Comparadores de preços	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	Mais de 50%	De 11% a 30%	De 11% a 30%
marcio_m.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 31% a 50%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 31% a 50%	De 11% a 30%	0%
kaue@tim.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 31% a 50%	0%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	0%
kellypa.com	Gerar Leads	Gerar Leads	Gerar Leads	Gerar Leads	Gerar Leads	Gerar Leads	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut)	0	0%	0%	0%	0%	0%
marth@md.br	Gerar Leads	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	0	0%	De 31% a 50%	De 31% a 50%	De 11% a 30%	0%
layrafem.br	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 31% a 50%	De 31% a 50%	De 31% a 50%	0%
comercim.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut)	0	0%	0%	De 11% a 30%	0%	0%
falecom.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	0%	De 11% a 30%	0%	De 11% a 30%	0%
sidneic.com	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	De 11% a 30%	0%	De 1% a 10%	0%
mkt@barm.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	De 11% a 30%	0%	0%	0%	De 11% a 30%	0%
andre.k.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	De 11% a 30%	0%	Mais de 50%	0%
paulo.s.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Gerar Leads	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	De 31% a 50%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 1% a 10%
rafaelf.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 31% a 50%	0%	De 11% a 30%	0%
magda.tm.br	Melhorar	Gerar Leads	Gerar Leads	Gerar Leads	Gerar Leads	Gerar Leads	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile	De 1% a	De 11%	De 11% a	Mais de	De 11% a	De 1% a 10%

	relacionamento da marca com o público						, E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo) , Comparadores de preços	10%	a 30%	30%	50%	30%	
gabriel.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	0%	De 1% a 10%	De 1% a 10%
fergiac.com	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%	De 11% a 30%	0%
10fc@abm.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	De 31% a 50%	0%	De 11% a 30%	0%
matheus.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	Mais de 50%	0%	De 31% a 50%	0%	De 1% a 10%	0%
nataliam.br	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	0	0%	De 11% a 30%	0%	0%	0%
daniel.m.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo) , Comparadores de preços	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%
ednelso.com	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 31% a 50%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 1% a 10%
sandro@m.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	0%	De 1% a 10%	De 31% a 50%	De 31% a 50%	0%
marcilim.br	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Melhorar relacionamento da marca com o público	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%
alessan.com	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	0	0%	Mais de 50%	0%	De 1% a 10%	0%
alves-gm.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo) , Comparadores de preços	De 1% a 10%	0%	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 31% a 50%
maranatom.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo) , Comparadores de preços	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 11% a 30%
tiagole.com	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 11% a 30%	Mais de 50%	0%	De 31% a 50%	De 11% a 30%
anderso.com	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	E-mail marketing	0	0%	Mais de 50%	0%	0%	0%
julianam.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%

leudemim.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 31% a 50%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	0%	Mais de 50%	0%
newsdetm.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	0	0%	De 1% a 10%	0%	De 11% a 30%	0%
angelic.com	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Gerar Leads	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%	0%	0%
cadastm.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%
mestresm.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	Mais de 50%	De 11% a 30%	0%	0%	0%	0%
vgnmata@.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 31% a 50%	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	0%
marianam.br	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Comparadores de preços	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%	De 11% a 30%	
aureliom.br	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	0%	0%	0%	0%
silvia@m.br	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%	De 11% a 30%	0%
danie@.com	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Mobile , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	0	0%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 31% a 50%	0%
flaviaa.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile marketing , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%	0%	0%
manoe_l.com	Gerar Leads	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	0	0%	De 1% a 10%	0%	0%	0%
cristinnm.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%	0%	0%
fevoodu.com	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	0%	De 11% a 30%	0%
barbaram.br	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	Mais de 50%	0%	De 31% a 50%	0%
nilson@m.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile marketing , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo) , Comparadores de preços	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 31% a 50%	De 1% a 10%

ale.gig.com	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 31% a 50%	0%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	0%
alessanm.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%	0%	0%
design@g.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 31% a 50%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	0%	De 1% a 10%	0%
rafael.m.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo) , Comparadores de preços	0	0%	De 1% a 10%	0%	Mais de 50%	De 1% a 10%
p.aguilin.br	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Mobile , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com)	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	0%	0%
comercim.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 31% a 50%	0%	De 31% a 50%	0%	0%	0%
sildima.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 31% a 50%	0%	0%	0%
moniquem.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	De 11% a 30%	0%	De 1% a 10%	0%	0%	0%
dsg@outm.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%	0%	0%
maricsa.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	De 31% a 50%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 11% a 30%
anamiram.br	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%
rogerio.com	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 31% a 50%	0%
raffael.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Comparadores de preços	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 31% a 50%	De 11% a 30%	De 1% a 10%
ericson.com	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 31% a 50%	De 11% a 30%	De 1% a 10%	0%	De 31% a 50%	0%
csantosm.br	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	E-mail marketing	0	0%	Mais de 50%	0%	0%	0%
alexandm.br	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	0	0%	De 11% a 30%	0%	Mais de 50%	0%
priscilm.br	Aumentar	Aumentar	Gerar Leads	Exposição da	Melhorar	Aumentar	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile	De 31% a	De 11%	Mais de	0%	0%	0%

	receita com vendas	tráfego para o website		marca (branding)	relacionamento da marca com o público	receita com vendas	, E-mail marketing	50%	a 30%	50%			
carlali.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%
mikafar.com	Aumentar tráfego para o website	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut)	De 1% a 10%	0%	0%	0%	0%	0%
planejam.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 31% a 50%	0%	De 11% a 30%	0%	De 11% a 30%	0%
breno.lm.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	0	0%	0%	0%	0%	0%
henrike.com	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	Mais de 50%	0%
stankie.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	0%	De 1% a 10%	0%
supervim.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	E-mail marketing	0	0%	De 1% a 10%	0%	0%	0%
pbr.ped.com	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	De 31% a 50%	0%	De 31% a 50%	0%
fabianam.br	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo) , Comparadores de preços	0	0%	De 31% a 50%	0%	De 31% a 50%	0%
diego.cm.br	Aumentar tráfego para o website	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 31% a 50%	0%
edyrio@.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	0	0%	De 1% a 10%	0%	Mais de 50%	0%
jportelm.br	Gerar Leads	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	Mais de 50%	0%	De 31% a 50%	0%	De 31% a 50%	0%
aquintim.br	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com)	0	0%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%	0%
renatos.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo) , Comparadores de preços	0	0%	0%	0%	0%	0%
marcelom.br	Melhorar relacionamento da marca com o	Melhorar relacionamento da marca com	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%

	público	o público											
tk.cont.com	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	De 31% a 50%	0%	De 31% a 50%	0%	0%	0%
bruna.b.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	Mais de 50%	De 1% a 10%	Mais de 50%	De 31% a 50%	Mais de 50%	De 1% a 10%
aline.fd.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	0	0%	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%
andre.fm.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo) , Comparadores de preços	Mais de 50%	Mais de 50%	Mais de 50%	Mais de 50%	Mais de 50%	Mais de 50%
julysou.com	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	Mais de 50%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 31% a 50%	De 1% a 10%
lu-magim.br	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	E-mail marketing	0	0%	De 1% a 10%	0%	0%	0%
herlon@m.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 31% a 50%	0%	De 11% a 30%	0%
daniilo.g.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%	0%	0%
aparecim.br	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Gerar Leads	E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	0	0%	Mais de 50%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%
alexandm.br	Aumentar receita com vendas	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%
afiorit.com	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Melhorar relacionamento da marca com o público	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	0	0%	0%	0%	0%	0%
lourivam.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	0	0%	De 1% a 10%	0%	Mais de 50%	0%
ncamposm.br	Aumentar tráfego para o website	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	0%	De 11% a 30%	0%	De 11% a 30%	0%
patrici.com	Gerar Leads	Gerar Leads	Gerar Leads	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 31% a 50%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	0%
tatiang.com	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	Mais de 50%	De 31% a 50%	De 11% a 30%	De 1% a 10%	Mais de 50%	0%
jackson.com	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%
denisem.com	Melhorar	Aumentar	Aumentar	Exposição da	Aumentar	Aumentar	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut)	De 31% a	0%	0%	De 1% a	De 1% a	0%

	relacionamento da marca com o público	tráfego para o website	tráfego para o website	marca (branding)	tráfego para o website	receita com vendas		50%			10%	10%	
scaastro.com	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%	0%	De 1% a 10%	0%
murilo.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo) , Comparadores de preços	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 31% a 50%	De 31% a 50%	De 11% a 30%
paulocem.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo) , Comparadores de preços	0	0%	De 11% a 30%	De 31% a 50%	Mais de 50%	0%
jeanesi.com	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 31% a 50%	0%
daniell.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	0%	De 1% a 10%	0%	De 31% a 50%	0%
produtom.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	0%
leinhaf.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	0	0%	0%	0%	Mais de 50%	0%
hpascoa.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	0%	Mais de 50%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%
fernandm.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo) , Comparadores de preços	De 1% a 10%	0%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 31% a 50%	De 1% a 10%
sulimas.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut)	0	0%	De 11% a 30%	0%	0%	0%
rosangem.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	De 1% a 10%
neu.jun.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 31% a 50%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 31% a 50%	De 1% a 10%
paulo@fm.br	Gerar Leads	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	E-mail marketing	0	0%	Mais de 50%	0%	0%	0%
ogabrie.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo) , Comparadores de preços	De 31% a 50%	De 31% a 50%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	Mais de 50%	De 11% a 30%
raiza.s.com	Melhorar relacionamento	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o	Aumentar receita com	Aumentar tráfego para o	Aumentar receita com	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	De 31% a 50%	0%	Mais de 50%	0%	0%	0%

	da marca com o público		website	vendas	website	vendas							
ricardo.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra-UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	De 31% a 50%	De 11% a 30%	Mais de 50%	0%
paulo@mm.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 31% a 50%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%
agilitem.br	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Melhorar relacionamento da marca com o público	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	Mais de 50%	0%	Mais de 50%	De 11% a 30%	Mais de 50%	0%
luis.lo.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	Mais de 50%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 1% a 10%
cjardel.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra-UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo) , Comparadores de preços	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 11% a 30%
mitsurum.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%
ricardom.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra-UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo) , Comparadores de preços	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 31% a 50%	De 11% a 30%
victor..com	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 31% a 50%	0%
ftannur.com	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo) , Comparadores de preços	De 31% a 50%	0%	De 1% a 10%	0%	De 31% a 50%	De 1% a 10%
fgabriem.br	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%
blgrana.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo) , Comparadores de preços	Mais de 50%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	0%	De 1% a 10%	0%
djalmam.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 31% a 50%	0%	0%	0%	Mais de 50%	0%
vpribeim.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	0%
icpesin.com	Aumentar tráfego para o website	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com)	De 31% a 50%	0%	De 31% a 50%	De 11% a 30%	0%	0%
cyba34@.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	E-mail marketing	0	De 1% a 10%	De 11% a 30%	0%	De 1% a 10%	0%

cfcandrm.br	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	Mais de 50%	0%	De 1% a 10%	0%
sborgesm.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%
angelic.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 31% a 50%	De 31% a 50%	De 11% a 30%	0%	De 11% a 30%	0%
comercim.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo) , Comparadores de preços	De 11% a 30%	0%	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 31% a 50%	De 11% a 30%
anna@inm.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	Mais de 50%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%
daianeam.br	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%
stefano.com	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	0	0%	0%	0%	0%	0%
pbservim.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Gerar Leads	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	0	0%	De 11% a 30%	0%	Mais de 50%	0%
maicane.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%	Mais de 50%	0%
rogerio.com	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	De 31% a 50%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%	0%	0%
marcela.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Comparadores de preços	De 1% a 10%	0%	De 11% a 30%	0%	De 31% a 50%	De 11% a 30%
thais.s.com	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	0	0%	Mais de 50%	De 11% a 30%	De 31% a 50%	0%
pereira.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 1% a 10%
rogeriom.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	0%	De 11% a 30%	0%
marcio@m.br	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Melhorar relacionamento da marca com o público	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing	De 31% a 50%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	0%	De 1% a 10%	0%
fagner.m.br	Melhorar relacionamento	Melhorar relacionamento	Aumentar receita com	Exposição da marca	Aumentar tráfego para o	Aumentar receita com	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing-	De 1% a 10%	0%	0%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 1% a 10%

	da marca com o público	da marca com o público	vendas	(branding)	website	vendas	Yahoo)						
	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	Mais de 10% a 50%	De 1% a 10%	Mais de 50%		
shirley.com	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website (branding)	Aumentar tráfego para o website	Melhorar relacionamento da marca com o público	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 1% a 10%			0%
azborge.com	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 11% a 30%		De 1% a 10%
pauloco.com	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 31% a 50%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 1% a 10%
waltera.com	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 11% a 30%		De 1% a 10%
redacao.m.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Melhorar relacionamento da marca com o público	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 11% a 30%		0%
huldaro.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 31% a 50%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 11% a 30%		0%
daniel.c.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 11% a 30%		De 1% a 10%
dulesam.br	Aumentar tráfego para o website	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 11% a 30%		0%
helidia.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 31% a 50%	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 11% a 30%		0%
renato.com	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	E-mail marketing	0	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%		0%
moises@.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 11% a 30%		0%
contatom.br	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 1% a 10%	Mais de 50%		0%
silvio.com	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	De 1% a 10%	De 31% a 50%	De 1% a 10%	De 1% a 10%		0%
disparom.br	Gerar Leads	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	E-mail marketing	0	De 1% a 10%	De 1% a 10%	Mais de 50%		0%
mcimpijil.br	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo) , Comparadores de preços	De 11% a 30%	Mais de 50%	Mais de 50%	Mais de 50%		0%
danielm.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Mobile , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)		De 31% a 50%	De 31% a 50%			
elaine.o.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website (branding)	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 31% a 50%	De 31% a 50%	Mais de 50%		0%

	da marca com o público	website	vendas	website	(branding)	vendas	Globo.com)						
febccorr.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo) , Comparadores de preços	0	0%	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	De 1% a 10%
evelyngm.br	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	0%	0%	0%	0%
comercim.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo) , Comparadores de preços	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%
elisangm.br	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	E-mail marketing	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%
rodolfom.br	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%
ricardom.br	Gerar Leads	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Mídia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	De 11% a 30%	De 1% a 10%	Mais de 50%	0%
ophcom@m.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 31% a 50%	0%
ana@fgmd.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	De 11% a 30%	0%	De 11% a 30%	0%
danielem.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mídia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%
raphago.com	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Mídia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 1% a 10%	0%
charlay.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	0%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%
fla.sanm.br	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 31% a 50%	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%
roberta.com	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%
roosevem.br	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing	De 11% a 30%	De 1% a 10%	Mais de 50%	0%	0%	0%
azevedo.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%

borgesc.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 31% a 50%	De 31% a 50%	De 1% a 10%	0%
monica..com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	0	0%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	0%
mktbarc.com	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	Mais de 50%	De 31% a 50%	De 31% a 50%	Mais de 50%	De 31% a 50%	De 31% a 50%
alice.m.com	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Mobile , E-mail marketing	0	De 1% a 10%	Mais de 50%	0%	0%	0%
guilherm.br	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	0%	Mais de 50%	De 31% a 50%	De 31% a 50%	0%
retta.s.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	Mais de 50%	0%	De 11% a 30%	0%	De 11% a 30%	0%
danicar.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	De 31% a 50%	De 1% a 10%	De 31% a 50%	0%	0%	0%
mike.ja.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	0	0%	0%	0%	De 1% a 10%	0%
priscilm.br	Gerar Leads	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	De 11% a 30%	0%	De 1% a 10%	0%
carine.m.br	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	E-mail marketing	0	0%	0%	0%	0%	0%
arthur@m.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	0	0%	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	De 1% a 10%
lfeoliv.com	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Melhorar relacionamento da marca com o público	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	0%	De 1% a 10%	0%
thiagoj.com	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Mobile , E-mail marketing , Comparadores de preços	0	0%	0%	0%	0%	0%
pontest.com	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Melhorar relacionamento da marca com o público	Mobile , E-mail marketing	0	De 31% a 50%	De 31% a 50%	0%	0%	0%
sergio..com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%	0%	0%
lfr.rib.com	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	E-mail marketing	De 1% a 10%	0%	De 11% a 30%	0%	De 1% a 10%	0%

	da marca com o público	da marca com o público	vendas	vendas	(branding)	vendas	UOL- Globo.com)						
ali.bro.com	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 31% a 50%	0%	De 31% a 50%	0%	De 11% a 30%	0%
alympr@m.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com)	De 31% a 50%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 1% a 10%	0%
karla.r.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	De 11% a 30%	0%	De 11% a 30%	0%
andress.com	Gerar Leads	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Melhorar relacionamento da marca com o público	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo) , Comparadores de preços	De 11% a 30%	De 1% a 10%	Mais de 50%	Mais de 50%	De 31% a 50%	De 31% a 50%
julianam.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%	De 11% a 30%	0%
fabianam.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo) , Comparadores de preços	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%	Mais de 50%	De 11% a 30%
janinesm.br	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	De 31% a 50%	0%	De 31% a 50%	0%	0%	0%
diretorm.br	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Melhorar relacionamento da marca com o público	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	0%	0%	Mais de 50%	0%
celiopam.br	Gerar Leads	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	E-mail marketing	De 11% a 30%	0%	De 31% a 50%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%
reginamm.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo) , Comparadores de preços	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 31% a 50%	De 31% a 50%	De 11% a 30%
osvaldom.br	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	0	0%	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%
silg2di.com	Gerar Leads	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	0	0%	0%	0%	0%	0%
delamorm.br	Aumentar tráfego para o website	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	0	0%	0%	0%	0%	0%
julianam.br	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	De 1% a 10%	0%	De 11% a 30%	0%	0%	0%
susana@m.br	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Melhorar relacionamento da marca com o público	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	0	0%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%
iuribas.com	Exposição da	Melhorar	Aumentar	Exposição da	Exposição da	Aumentar	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail	De 1% a	0%	De 11% a	0%	0%	0%

	marca (branding)	relacionamento da marca com o público	receita com vendas	marca (branding)	marca (branding)	receita com vendas	marketing	10%		30%			
deiakas.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%
asteka0.com	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 31% a 50%	De 11% a 30%	De 31% a 50%	De 1% a 10%
mariana.com	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	0%	0%	De 11% a 30%	0%
nsetrinm.br	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 31% a 50%	De 31% a 50%	Mais de 50%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 11% a 30%
lilian..com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	0	0%	De 1% a 10%	0%	De 11% a 30%	0%
dircomem.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	0%	Mais de 50%	0%	0%	0%
pryscyl.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%	0%	0%
rfmende.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Comparadores de preços	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%	0%	0%
izadora.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 1% a 10%	0%	Mais de 50%	0%
jonatham.br	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 31% a 50%	0%	De 31% a 50%	0%
rodrigom.br	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	0	0%	0%	0%	0%	0%
marketig.br	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%	Mais de 50%	0%
cacoflo.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%
brunamam.br	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	Mais de 50%	0%	De 31% a 50%	De 1% a 10%	Mais de 50%	0%
laura.g.com	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo) , Comparadores de preços	De 1% a 10%	0%	De 11% a 30%	0%	De 11% a 30%	De 11% a 30%
otaviogm.br	Melhorar relacionamento da marca com o	Melhorar relacionamento da marca com	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Gerar Leads	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo) , Comparadores de preços	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	0%	De 31% a 50%	De 1% a 10%

	publico	o publico	Aumentar trafego para o website	Melhorar relacionamento da marca com o publico	Gerar Leads	Aumentar trafego para o website	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%	
	Melhorar relacionamento da marca com o publico	Exposição da marca (branding)	Aumentar trafego para o website	Melhorar relacionamento da marca com o publico	Gerar Leads	Aumentar trafego para o website	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%	
guiarado.com	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o publico	Aumentar trafego para o website	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar trafego para o website	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	De 11% a 30%	0%	De 31% a 50%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	0%	
codhack.com	Melhorar relacionamento da marca com o publico	Exposição da marca (branding)	Aumentar trafego para o website	Exposição da marca (branding)	Aumentar trafego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	De 1% a 10%	0%	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%	
vinny.d.com	Melhorar relacionamento da marca com o publico	Exposição da marca (branding)	Aumentar trafego para o website	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Melhorar relacionamento da marca com o publico	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	De 11% a 30%	0%	De 11% a 30%	De 31% a 50%	De 31% a 50%	0%	
brunopem.br	Melhorar relacionamento da marca com o publico	Exposição da marca (branding)	Aumentar trafego para o website	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	0%	
janiny@m.br	Aumentar trafego para o website	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	0%	
lahisla.com	Aumentar trafego para o website	Melhorar relacionamento da marca com o publico	Melhorar relacionamento da marca com o publico	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	0	0%	0%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%	
redacaom.br	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Melhorar relacionamento da marca com o publico	Exposição da marca (branding)	Aumentar trafego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	Mais de 50%	0%	De 31% a 50%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	0%	
alexandm.br	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o publico	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	De 11% a 30%	0%	De 31% a 50%	De 11% a 30%	Mais de 50%	De 31% a 50%	
bira.or.com	Melhorar relacionamento da marca com o publico	Aumentar trafego para o website	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Aumentar trafego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%	
viviang.com	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o publico	E-mail marketing	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	
marciam.com	Melhorar relacionamento da marca com o publico	Exposição da marca (branding)	Aumentar trafego para o website	Exposição da marca (branding)	Aumentar trafego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile	De 31% a 50%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 1% a 10%	0%	
maraba@m.br	Melhorar relacionamento da marca com o publico	Exposição da marca (branding)	Aumentar trafego para o website	Exposição da marca (branding)	Aumentar trafego para o website	Melhorar relacionamento da marca com o publico	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	0	0%	0%	0%	0%	0%	
thaiwtam.br	Melhorar relacionamento da marca com o publico	Exposição da marca (branding)	Aumentar trafego para o website	Aumentar trafego para o website	Aumentar trafego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	De 11% a 30%	0%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	0%	
rodrigo.com	Melhorar relacionamento da marca com o publico	Melhorar relacionamento da marca com o publico	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar trafego para o website	E-mail marketing	De 1% a 10%	0%	De 31% a 50%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	
vendas@m.br	Melhorar relacionamento da marca com o publico	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Aumentar trafego para o website	Gerar Leads	E-mail marketing	0	0%	0%	0%	De 1% a 10%	0%	

	relacionamento da marca com o público	receita com vendas	receita com vendas	marca (branding)	receita com vendas	receita com vendas	marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	10%		30%		10%	
marketim.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	0	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%
alexandm.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	De 1% a 10%	0%	Mais de 50%	0%	0%	0%
rneves@m.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	Mais de 50%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 1% a 10%
shipaqu.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo) , Comparadores de preços	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 1% a 10%
fngonzam.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo) , Comparadores de preços	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%	De 11% a 30%	De 1% a 10%
ilson.lm.br	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%	Mais de 50%	0%
manoe lcm.br	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Melhorar relacionamento da marca com o público	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	0	0%	0%	0%	0%	0%
luiza.f.org	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	Mais de 50%	De 1% a 10%	0%	0%	De 11% a 30%	0%
seletivm.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%	0%	0%
analrg@u.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%	0%	0%
karlabe.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	De 11% a 30%	0%	De 1% a 10%	0%	0%	0%
francesg.pt	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 31% a 50%	De 1% a 10%	Mais de 50%	0%
henriqu.net	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut)	Mais de 50%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 11% a 30%
rafabis.com	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	Mais de 50%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	0%
renato.u.br	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%

marketid.br	Aumentar tráfego para o website	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo) , Comparadores de preços	0	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	De 11% a 30%
gustavom.br	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Melhorar relacionamento da marca com o público	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	0	0%	De 11% a 30%	0%	De 31% a 50%	0%
cesar.r.com	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	Mais de 50%	0%	De 1% a 10%	0%
gzambon.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	De 31% a 50%	0%	De 31% a 50%	0%	0%	0%
tahin@g.com	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	0%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 1% a 10%
gmcrenam.br	Gerar Leads	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%	0%	De 11% a 30%	0%
claudiom.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	De 1% a 10%	Mais de 50%	De 31% a 50%	De 11% a 30%	De 11% a 30%
arsouzam.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing	De 31% a 50%	De 11% a 30%	0%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%
ingrid.m.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo) , Comparadores de preços	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 31% a 50%	De 31% a 50%	De 1% a 10%
marciacm.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	Mais de 50%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	0%
adriane.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 31% a 50%	De 1% a 10%
marketig.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	0	0%	0%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%
aldyne@m.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo) , Comparadores de preços	De 11% a 30%	0%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 11% a 30%
evertonm.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 31% a 50%	De 11% a 30%	De 1% a 10%
marcos..com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Melhorar relacionamento da marca com o público	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%	0%	0%
maira.m.com	Melhorar	Exposição da	Melhorar	Exposição da	Exposição da	Exposição da	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail	De 11% a	De 1%	De 31% a	0%	0%	De 31% a 50%

	relacionamento da marca com o público	marca (branding)	relacionamento da marca com o público	marca (branding)	marca (branding)	marca (branding)	marketing	30%	a 10%	50%			
lais.ni.com	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	0	0%	0%	0%	De 1% a 10%	0%
vpoloni.com	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	0	0%	0%	0%	0%	0%
vitorde.com	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 31% a 50%	De 1% a 10%	De 31% a 50%	De 31% a 50%	De 11% a 30%	De 11% a 30%
denise..com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%	De 11% a 30%	0%
kelen.tm.br	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%	0%	0%
nathalim.br	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%	0%	0%
sylvia@m.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	De 31% a 50%	0%	De 31% a 50%	0%	0%	0%
shirleym.br	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 31% a 50%	0%
rosana.m.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%	0%	0%
andre.a.com	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	0	0%	De 11% a 30%	0%	De 31% a 50%	De 1% a 10%
brunogam.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	0%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 31% a 50%	De 11% a 30%
julio_cm.br	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 31% a 50%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	0%	De 1% a 10%	De 1% a 10%
marcellm.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	0	0%	De 11% a 30%	Mais de 50%	Mais de 50%	Mais de 50%
wagneram.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Melhorar relacionamento da marca com o público	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	Mais de 50%	0%	Mais de 50%	0%	0%	0%
rosianam.br	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%
carolin.com	Melhorar	Melhorar	Aumentar	Aumentar	Aumentar	Aumentar	Mobile , E-mail marketing , Ferramentas de buscas	0	De 1%	De 11% a	0%	De 1% a	0%

	relacionamento da marca com o público	relacionamento da marca com o público	receita com vendas	receita com vendas	tráfego para o website	receita com vendas	(Ex: Google- Bing- Yahoo)	a 10%	30%	10%	
daniel.m.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 31% a 50%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 1% a 10%
joyceav.com	Gerar Leads	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing	De 11% a 30%	Mais de 50%	0%	0%
eduardo.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	De 31% a 50%	0%	0%
mo.cand.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	Mais de 50%	Mais de 50%	0%
gabriel.com	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 31% a 50%	0%
samayram.br	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%
hblagarm.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing	0	De 1% a 10%	0%	0%
contato.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 31% a 50%	De 1% a 10%
erinusu.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%
dlopes@.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	0	De 31% a 50%	De 11% a 30%	0%
falecom.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com)	De 31% a 50%	De 31% a 50%	0%	0%
karina.com	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	0	Mais de 50%	0%	0%
igorvilm.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 31% a 50%	De 1% a 10%
rodrigom.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	De 11% a 30%	De 11% a 30%	0%	0%
gabrielm.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 31% a 50%	De 1% a 10%	De 31% a 50%	0%

	público												
tathian.com	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	E-mail marketing	0	0%	De 1% a 10%	0%	0%	0%
polianam.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	Mais de 50%	De 31% a 50%	De 1% a 10%	De 31% a 50%	Mais de 50%	De 1% a 10%
tatiana.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo) , Comparadores de preços	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%
guilherm.br	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	0%	0%	0%	De 1% a 10%	0%
jonaslum.br	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 31% a 50%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	0%	De 11% a 30%	0%
andreak.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com)	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 31% a 50%	0%	0%
fernandm.br	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo) , Comparadores de preços	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 11% a 30%
paulo@pm.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	0	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%
cristof.com	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo) , Comparadores de preços	De 1% a 10%	De 11% a 30%	0%	0%	De 11% a 30%	De 1% a 10%
tcarvalm.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	De 1% a 10%	0%	De 11% a 30%	0%	0%	0%
marcell.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	0	0%	0%	0%	0%	0%
fernandm.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 31% a 50%	0%	De 31% a 50%	0%
edneia...net	Gerar Leads	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo) , Comparadores de preços	0	0%	De 31% a 50%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 1% a 10%
francism.br	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	0%
mauro@mm.br	Gerar Leads	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	De 11% a 30%	De 1% a 10%	Mais de 50%	0%
afgsant.com	Melhorar	Exposição da	Melhorar	Exposição da	Aumentar	Aumentar	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail	De 1% a	0%	De 11% a	De 1% a	De 31% a	0%

	relacionamento da marca com o público	marca (branding)	relacionamento da marca com o público	marca (branding)	tráfego para o website	tráfego para o website	marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	10%		30%	10%	50%	
gutenbem.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	0%	Mais de 50%	0%
priscilm.br	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mobile , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo) , Comparadores de preços	0	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%	Mais de 50%	Mais de 50%
ansoto3.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com)	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%	0%	0%
clebian.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	0%	De 31% a 50%	0%	De 1% a 10%	0%
huguinhm.br	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing	0	0%	De 1% a 10%	0%	0%	0%
carlos@g.br	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 31% a 50%	0%	De 1% a 10%	0%
bernardc.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com)	0	0%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%	0%
renatal.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mobile , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com)	0	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 31% a 50%	0%	0%
julianam.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 31% a 50%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%	De 31% a 50%	0%
cristiam.br	Gerar Leads	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	De 31% a 50%	0%	De 11% a 30%	De 1% a 10%	0%	0%
milenba.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	Mais de 50%	0%	De 1% a 10%	0%	0%	0%
marketim.br	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com)	0	0%	De 31% a 50%	De 31% a 50%	0%	0%
eprimon.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Mobile , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	0	De 11% a 30%	Mais de 50%	0%	Mais de 50%	0%
limasamm.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%	0%	0%
bellnog.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	De 31% a 50%	0%	Mais de 50%	0%	0%	0%

	público			o público									
anabeat.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	E-mail marketing	0	0%	De 11% a 30%	0%	0%	0%
caroltp.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut)	Mais de 50%	0%	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%
sergiorm.br		Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	0%	De 1% a 10%	De 1% a 10%
rafael.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%	0%	0%
reynald.com	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	0	0%	0%	0%	0%	0%
francie.com	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 1% a 10%	0%	De 11% a 30%	0%
antonioo.pt	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 11% a 30%
gabrielm.br	Gerar Leads	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	De 1% a 10%	0%	0%	0%	0%	0%
anselmom.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	De 11% a 30%	0%	De 11% a 30%	0%
eduardo.com	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	E-mail marketing	De 1% a 10%	Mais de 50%	De 11% a 30%	Mais de 50%	De 31% a 50%	De 11% a 30%
karla.mm.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	Mais de 50%	0%	De 31% a 50%	0%
marcelo.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Gerar Leads	Gerar Leads	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing	Mais de 50%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	0%	0%	0%
brunovi.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	0%	De 31% a 50%	0%
sergio.m.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	De 1% a 10%	Mais de 50%	0%	De 11% a 30%	0%
bernard.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 31% a 50%	De 11% a 30%	0%	0%	De 11% a 30%	0%
danielam.br	Melhorar relacionamento da marca com o	Aumentar tráfego para o website	Melhorar relacionamento da marca com	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%

						o público							
andre@em.br	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	0%	De 31% a 50%	0%	De 1% a 10%	0%
rcarnei.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut)	0	0%	0%	0%	0%	0%
mauricim.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Gerar Leads	Gerar Leads	Gerar Leads	Gerar Leads	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	0%
jprmregm.br	Aumentar tráfego para o website	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Melhorar relacionamento da marca com o público	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 31% a 50%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	0%	De 11% a 30%	0%
profjoe.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	0%	De 11% a 30%	0%	De 11% a 30%	0%
garlamom.br	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 31% a 50%	0%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 31% a 50%	De 11% a 30%
mmacielm.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	0	0%	0%	0%	0%	0%
rodrigo.com	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	De 31% a 50%	0%	De 31% a 50%	De 1% a 10%	0%	0%
lucianam.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	0%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%
walter.m.br	Gerar Leads	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo) , Comparadores de preços	0	0%	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%
pdverdu.com	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%	0%	0%
rafael@m.br	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	Mais de 50%	0%
marcelom.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	Mais de 50%	De 11% a 30%	De 31% a 50%	0%	0%	0%
cassia@.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	De 11% a 30%	0%	Mais de 50%	0%
selmaalm.br	Gerar Leads	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Gerar Leads	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	0%	De 31% a 50%	0%	De 1% a 10%	0%

correa.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	Mais de 50%	0%
iribeiru.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	0%
comerci.com	Gerar Leads	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	De 11% a 30%	0%	De 31% a 50%	Mais de 50%
eric.fem.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 31% a 50%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%
elaine.m.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Mobile, E-mail marketing	0	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 1% a 10%	0%	0%
silvio.m.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	0%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 1% a 10%	0%
nildasam.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	Mais de 50%	De 11% a 30%	Mais de 50%	De 1% a 10%	De 31% a 50%	0%
vkikuch.com	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	Mais de 50%	0%
valeriam.br	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	0%	0%	De 1% a 10%	0%
prof.al.com	Aumentar tráfego para o website	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	0	0%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%
polikro.com	Gerar Leads	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%	De 11% a 30%	0%
am3@grum.br	Gerar Leads	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	0%	De 31% a 50%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	0%
ernani@m.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	0	0%	Mais de 50%	0%	De 11% a 30%	0%
fermp1@m.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	De 11% a 30%	0%	De 11% a 30%	0%
gracian.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	0%	0%	0%	0%
freire..com	Melhorar relacionamento	Melhorar relacionamento	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%

	da marca com o público	da marca com o público	website	(branding)	website	vendas	Yahoo)						
nanda.a.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	De 11% a 30%	0%	De 1% a 10%	0%
pafemi@m.br	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	0%	0%	0%
jairo-pm.br	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Melhorar relacionamento da marca com o público	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	0%
glauco@.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Gerar Leads	Gerar Leads	Gerar Leads	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	0%
flaviotm.br	Gerar Leads	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo) , Comparadores de preços	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 31% a 50%	De 1% a 10%	De 31% a 50%	De 11% a 30%
r.manaom.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%	De 11% a 30%	0%
mfranco.com	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	E-mail marketing	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 31% a 50%	0%	De 31% a 50%	De 1% a 10%
diandram.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 1% a 10%
luisvic.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Melhorar relacionamento da marca com o público	Mobile , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	0	De 1% a 10%	De 31% a 50%	0%	De 11% a 30%	0%
castroa.com	Aumentar tráfego para o website	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Gerar Leads	Gerar Leads	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	0%	De 31% a 50%	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 11% a 30%
laisabr.com	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	De 11% a 30%	Mais de 50%	De 31% a 50%	0%
fernand.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%
ac.idei.com	Gerar Leads	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 1% a 10%
camilap.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mobile , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	0	De 1% a 10%	De 31% a 50%	0%	De 11% a 30%	0%
rita@anm.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 31% a 50%	0%	De 31% a 50%	0%	De 1% a 10%	0%

moisesj.com	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	De 31% a 50%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	0%	De 1% a 10%	De 1% a 10%
gipoegm.br	Aumentar tráfego para o website	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 11% a 30%
natalia.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	De 31% a 50%	0%	De 11% a 30%	0%	De 1% a 10%	De 31% a 50%
pmafrab.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	E-mail marketing	0	0%	Mais de 50%	0%	0%	0%
camila...com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%	0%
anatolim.br	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	0%	Mais de 50%	De 11% a 30%	0%
nidesi.com	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	0	0%	De 31% a 50%	0%	De 11% a 30%	De 1% a 10%
natheli.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 31% a 50%	De 31% a 50%	De 1% a 10%
mariana.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	De 11% a 30%	0%	De 31% a 50%	0%
marco.bm.br	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	De 11% a 30%	0%	De 11% a 30%	0%
biasub@.com	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Melhorar relacionamento da marca com o público	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 31% a 50%	De 31% a 50%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	Mais de 50%	0%
totalcam.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	De 11% a 30%	0%	De 31% a 50%	0%
lf_desi.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	0%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 31% a 50%	De 1% a 10%
daniel_.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo) , Comparadores de preços	De 31% a 50%	0%	De 11% a 30%	De 1% a 10%	Mais de 50%	De 1% a 10%
cicero_.com	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 1% a 10%
lenaper.com	Exposição da marca	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	0%	0%	0%	0%

	(branding)	website	vendas	website	vendas	vendas	Google- Bing- Yahoo)											
comunicm.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	0	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
a.antorm.br	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	Mais de 50%	0%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	0%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%	0%
deisinem.br	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	0%	De 31% a 50%	De 11% a 30%	0%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%
ffilpel.com	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
dalliap.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	Mais de 50%	De 1% a 10%	0%	0%	De 31% a 50%	De 1% a 10%	De 31% a 50%	0%	De 31% a 50%	0%
jostidic.com	Aumentar tráfego para o website	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	0%	0%	0%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%	0%	0%	0%
rangel_.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%	0%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	Mais de 50%	Mais de 50%	De 1% a 10%	De 1% a 10%
andren@m.br	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	Mais de 50%	De 1% a 10%	De 31% a 50%	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%	0%
guilher.com	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Gerar Leads	Gerar Leads	Gerar Leads	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%	0%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%	0%
charlen.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%	0%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%	0%
claudio.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo) , Comparadores de preços	De 31% a 50%	0%	De 11% a 30%	0%	0%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 11% a 30%
super.a.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Gerar Leads	E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	0	0%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%	0%
djedjun.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Gerar Leads	Gerar Leads	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%	0%	De 31% a 50%	De 31% a 50%	Mais de 50%	Mais de 50%	0%	0%
jessica.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%	0%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%	0%	0%	0%
pavanij.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%	0%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%	0%
maxmove.com	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%	0%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%	0%	0%	0%

		o público											
renatar.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%	0%	0%
gleidso.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	0	0%	0%	0%	0%	0%
sueli.fm.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Gerar Leads	Gerar Leads	Gerar Leads	Gerar Leads	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	Mais de 50%	De 31% a 50%	0%
zosgome.com	Gerar Leads	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 1% a 10%
pamtitia.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	E-mail marketing , Comparadores de preços	0	0%	0%	0%	0%	0%
roliveim.br	Aumentar tráfego para o website	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	De 1% a 10%	0%	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 31% a 50%	0%
fabio_g.com	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	0%	De 1% a 10%	Mais de 50%	De 1% a 10%	0%
jpo1711.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 31% a 50%	0%	De 31% a 50%	0%	De 11% a 30%	0%
shumi.v.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%	0%	0%
cadpro3m.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo) , Comparadores de preços	De 1% a 10%	0%	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 31% a 50%	De 31% a 50%
adriana.com	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	0	0%	De 11% a 30%	0%	De 11% a 30%	0%
biazotom.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo) , Comparadores de preços	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	De 1% a 10%
celeste.com	Gerar Leads	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 31% a 50%	De 11% a 30%	De 31% a 50%	De 31% a 50%
ivanferm.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%	Mais de 50%	0%
silvioo.com	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%
georgen.com	Melhorar relacionamento	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Exposição da marca	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com)	Mais de 50%	De 11% a 30%	De 31% a 50%	0%	0%	0%

	da marca com o público		website		(branding)	vendas							
aletuzam.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com)	De 1% a 10%	0%	De 11% a 30%	De 1% a 10%	0%	0%
jeander.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 31% a 50%	De 11% a 30%	De 1% a 10%
comercim.br	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%	Mais de 50%	0%
milena.m.br	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 31% a 50%	0%	Mais de 50%	0%	De 1% a 10%	0%
emuniz@m.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Comparadores de preços	De 11% a 30%	0%	0%	0%	De 1% a 10%	De 1% a 10%
daniels.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%	De 31% a 50%	0%
kellys..com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	0	0%	De 1% a 10%	0%	De 11% a 30%	0%
thayna_.com	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	De 1% a 10%	0%	De 11% a 30%	0%	0%	0%
muttiti.com	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 1% a 10%	0%
junsmil.com	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	0%	De 11% a 30%	De 1% a 10%	Mais de 50%	De 11% a 30%
kassia_.com	Gerar Leads	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 31% a 50%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	0%
marcelo.com	Gerar Leads	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	0%	Mais de 50%	0%	De 31% a 50%	0%
rigonic.com	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Gerar Leads	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 31% a 50%	0%	De 31% a 50%	0%	De 31% a 50%	0%
lobopri.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com)	De 1% a 10%	0%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	0%	0%
marcusp.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%	0%	0%
mateusd.com	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%	De 11% a 30%	0%

				o público									
isabela.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Gerar Leads	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	0	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	0%
lzezarm.br	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut)	0	0%	0%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	0%
marketim.br	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo) , Comparadores de preços	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	0%	Mais de 50%	Mais de 50%
cuti.ma.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 31% a 50%
may_par.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 31% a 50%	0%
victor..com	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%
bfurtad.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo) , Comparadores de preços	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 31% a 50%	De 11% a 30%	Mais de 50%	De 11% a 30%
ve_scosm.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut)	De 1% a 10%	0%	0%	0%	0%	0%
evangelu.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Gerar Leads	Melhorar relacionamento da marca com o público	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%	0%	0%
categul.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 31% a 50%
bocaiuv.com	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing	0	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%	0%	0%
bubolga.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com)	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	0%	0%
carla.s.com	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo) , Comparadores de preços	0	0%	De 1% a 10%	0%	De 31% a 50%	De 11% a 30%
julianam.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 31% a 50%	0%	Mais de 50%	0%	De 11% a 30%	0%
duducoo.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%	0%	0%
daniell.com	Melhorar relacionamento	Exposição da marca	Gerar Leads	Aumentar receita com	Aumentar receita com	Aumentar receita com	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing-	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%

	da marca com o público	(branding)		vendas	vendas	vendas	Yahoo)						
celsobrm.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%
nandota.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Melhorar relacionamento da marca com o público	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 31% a 50%	De 1% a 10%
mogata@u.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	0%
sergiobm.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile	Mais de 50%	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%
talitin.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	Mais de 50%	0%	De 31% a 50%	0%	0%	0%
athossi.com	Aumentar tráfego para o website	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 31% a 50%	0%	De 11% a 30%	0%	Mais de 50%	0%
naia.mo.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	De 11% a 30%	0%	De 1% a 10%	0%	0%	0%
claudia.com	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	De 1% a 10%
jacquelm.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 31% a 50%	0%	De 31% a 50%	De 1% a 10%	Mais de 50%	0%
tatatha.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	0%
leandro.com	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Melhorar relacionamento da marca com o público	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%
gasilva.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%	0%	0%
ncsgodo.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 31% a 50%	0%	De 1% a 10%	0%	De 31% a 50%	0%
sabrinam.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%	0%	0%
jacy_al.com	Melhorar relacionamento	Exposição da marca	Aumentar receita com	Exposição da marca	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing-	De 11% a 30%	0%	De 31% a 50%	0%	De 1% a 10%	0%

	da marca com o público	(branding)	vendas	(branding)		website	Yahoo)						
fabiofd.com	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo) , Comparadores de preços	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 11% a 30%
danieli.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	E-mail marketing	Mais de 50%	De 11% a 30%	Mais de 50%	0%	0%	0%
avmatta.com	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Melhorar relacionamento da marca com o público	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing	De 31% a 50%	De 1% a 10%	Mais de 50%	0%	0%	0%
crisfer.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 31% a 50%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 1% a 10%
josimar.com	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo) , Comparadores de preços	De 31% a 50%	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	Mais de 50%	De 11% a 30%
taniagf.com	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	0	0%	De 31% a 50%	0%	0%	0%
felipem.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%	Mais de 50%	De 1% a 10%
rodnei.m.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	0%
douglas.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%	0%	0%
ana.cri.com	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 1% a 10%
brasilfm.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing	0	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%	0%	0%
ademirom.br	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 31% a 50%	De 31% a 50%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 1% a 10%
pedro.c.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	Mais de 50%	0%	De 11% a 30%	0%	De 1% a 10%	0%
walter@m.br	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Mídias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 31% a 50%	0%	0%	0%
alessanm.br	Exposição da marca (branding)	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	E-mail marketing	0	0%	Mais de 50%	0%	0%	0%

fabrici.com	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%	0%	0%
	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 1% a 10%
liborio.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	0	0%	De 1% a 10%	0%	Mais de 50%	0%
denilson.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	De 1% a 10%	0%	Mais de 50%	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%
renata@n.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Melhorar relacionamento da marca com o público	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	Mais de 50%	De 1% a 10%	De 31% a 50%	De 1% a 10%	De 31% a 50%	0%
weltonm.br	Aumentar receita com vendas	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	Mais de 50%	0%	De 31% a 50%	0%	0%	0%
carla@nm.br	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 1% a 10%
moicua.com	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	0	0%	0%	0%	0%	0%
joao@gm.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	0%
welling.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	Mais de 50%	0%	De 1% a 10%	0%	0%	0%
riansoa.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	0	0%	De 1% a 10%	0%	0%	0%
gabeaze.com	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , E-mail marketing	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 31% a 50%	De 11% a 30%	De 31% a 50%	De 11% a 30%
valmorl.com	Exposição da marca (branding)	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 1% a 10%
jeferso.com	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Mobile , E-mail marketing	0	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%	0%	0%
cris_hom.br	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Mobile , E-mail marketing	0	De 1% a 10%	De 1% a 10%	0%	0%	0%
f_quintm.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Exposição da marca (branding)	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	0%	Mais de 50%	De 31% a 50%	De 1% a 10%	0%
edson.jm.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com)	De 1% a 10%	0%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	0%

joao.vi.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 31% a 50%	De 11% a 30%	0%
tomvand.com	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 11% a 30%	De 11% a 30%	De 11% a 30%	0%	De 11% a 30%	0%
rodrigo.com	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Gerar Leads	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	0%	De 11% a 30%	0%
rq1_alv.com	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 31% a 50%	De 31% a 50%	Mais de 50%	Mais de 50%	De 31% a 50%	0%
lgormon.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	0	0%	0%	0%	0%	0%
leandro.com	Aumentar receita com vendas	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	De 1% a 10%	0%	De 11% a 30%	0%	0%	0%
daniel_m.br	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , Mobile , E-mail marketing	Mais de 50%	De 31% a 50%	De 11% a 30%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	De 1% a 10%
victaom.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Exposição da marca (branding)	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Aumentar tráfego para o website	Exposição da marca (branding)	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Midia display (Ex: MSN- Terra- UOL- Globo.com) , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	De 1% a 10%	0%	De 31% a 50%	De 1% a 10%	De 11% a 30%	0%
dresh@.com	Melhorar relacionamento da marca com o público	Aumentar tráfego para o website	Aumentar tráfego para o website	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Aumentar tráfego para o website	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing , Ferramentas de buscas (Ex: Google- Bing- Yahoo)	Mais de 50%	0%	De 11% a 30%	0%	De 1% a 10%	0%
roger.m.com	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Gerar Leads	Aumentar receita com vendas	Aumentar receita com vendas	Midias Sociais (Ex: Facebook- Twitter- Orkut) , E-mail marketing	De 31% a 50%	0%	Mais de 50%	Mais de 50%	Mais de 50%	0%