

Ficha de Projeto: Perve +Digital

Identificação da Operação

- **Designação do Projeto:** Perve +Digital
- **Código do Aviso:** 2024-C16i02-19
- **Medida:** Transição Digital das Empresas – Medida "Internacionalização via E-commerce"
- **Beneficiário:** PERVE-GLOBAL, OBJECTOS ARTÍSTICOS LDA
- **NIF:** 507545451
- **Região de Intervenção:** Lisboa (Santa Maria Maior)
- **Entidade Responsável pelo Plano:** AICEP

Datas de Execução

- **Data de Início:** 08-11-2024
- **Data de Fim:** 30-09-2025

Indicadores Financeiros

- **Investimento Total:** 25.000,00 €
 - **Investimento Elegível:** 25.000,00 €
 - **Apoio Financeiro (Incentivo Não Reembolsável - INR):** 12.500,00 €
(Financiamento a 50%)
-

Resumo do Projeto e Objetivos

O projeto **Perve +Digital** visa dar continuidade e robustez ao processo de internacionalização da empresa através de canais digitais, focando-se na comercialização especializada de obras de arte e na promoção global dos artistas representados pela galeria. A estratégia foca-se na captação de clientes em três mercados-alvo prioritários: **França, Reino Unido e Estados Unidos da América (EUA)**.

Para alcançar as metas de visibilidade global e vendas internacionais através de comércio eletrónico, o projeto contempla os seguintes investimentos estruturais:

1. **Reformulação do Website e Loja Online:** Desenvolvimento de uma plataforma de e-commerce multilingue (disponível em Inglês e Francês). A plataforma integrará design responsivo focado na experiência do utilizador (UX/UI) e funcionalidades avançadas de visualização de obras de arte em 3D.
2. **Desenvolvimento de Conteúdos Digitais:** Criação e distribuição regular de conteúdos artísticos de qualidade (vídeos do processo criativo, entrevistas com os artistas, visitas virtuais e artigos em blog) otimizados para motores de busca (SEO) através de técnicas de *storytelling*.
3. **Estratégia de Marketing Digital Interacional:** Implementação de campanhas de tráfego pago (Google Ads e Facebook Ads), dinâmicas integradas de *Social*

Media Marketing, ações de *Email Marketing* segmentadas e estratégias de *Remarketing*.

4. **Adesão a Marketplaces Globais:** Integração e promoção cruzada da galeria em duas das plataformas internacionais mais relevantes no setor da arte contemporânea: **Artsy** e **Artnet**.
5. **Monitorização e Web Analytics:** Configuração de ferramentas analíticas estruturadas (Google Analytics e Facebook Pixel) para monitorizar o fluxo de visitantes, fontes de tráfego e taxas de conversão de forma a apoiar a tomada de decisão comercial.

Objectivos:

Com o desenvolvimento do projeto e a execução destas ações integradas, a empresa prevê alcançar um volume de **vendas internacionais através dos canais digitais de 40.000,00 €** até ao final de 2025.