

GESTÃO DE NEGÓCIOS DE MODA

CALINE MIGLIATO



escola
britânica de
artes criativas
& tecnologia

MARKETING NO DIGITAL

AGENDA

**Evolução para o digital;
Canais digitais.**

EVOLUÇÃO PARA O DIGITAL

O MARKETING NO DIGITAL

- A evolução do marketing acompanha a evolução do **comportamento humano**, que, por sua vez, acompanha a evolução da **tecnologia**.
- Se o comportamento do público-alvo muda, as **estratégias de marketing** também precisam mudar.
- Agora, caminhamos rumo à conexão em tempo real, que tende a estruturar o *smart world*, também conhecido como **Sociedade 5.0**.

Fonte: Gabriel, Martha; Kiso, Rafael. Marketing na era digital. Atlas. Edição do Kindle.

MARKETING DIGITAL

MARKETING TRADICIONAL

Impressos
Vitrine
Telemarketing
Porta a porta

Baixo	Custo	Alto
Alto	Alcance	Baixo
Bi-direcional	Comunicação	Uni-Direcional
Alta/Específica	Segmentação	Baixa/Variada
Muitos indicadores	Análise	Sem indicadores

 **ATRAI
CLIENTES**

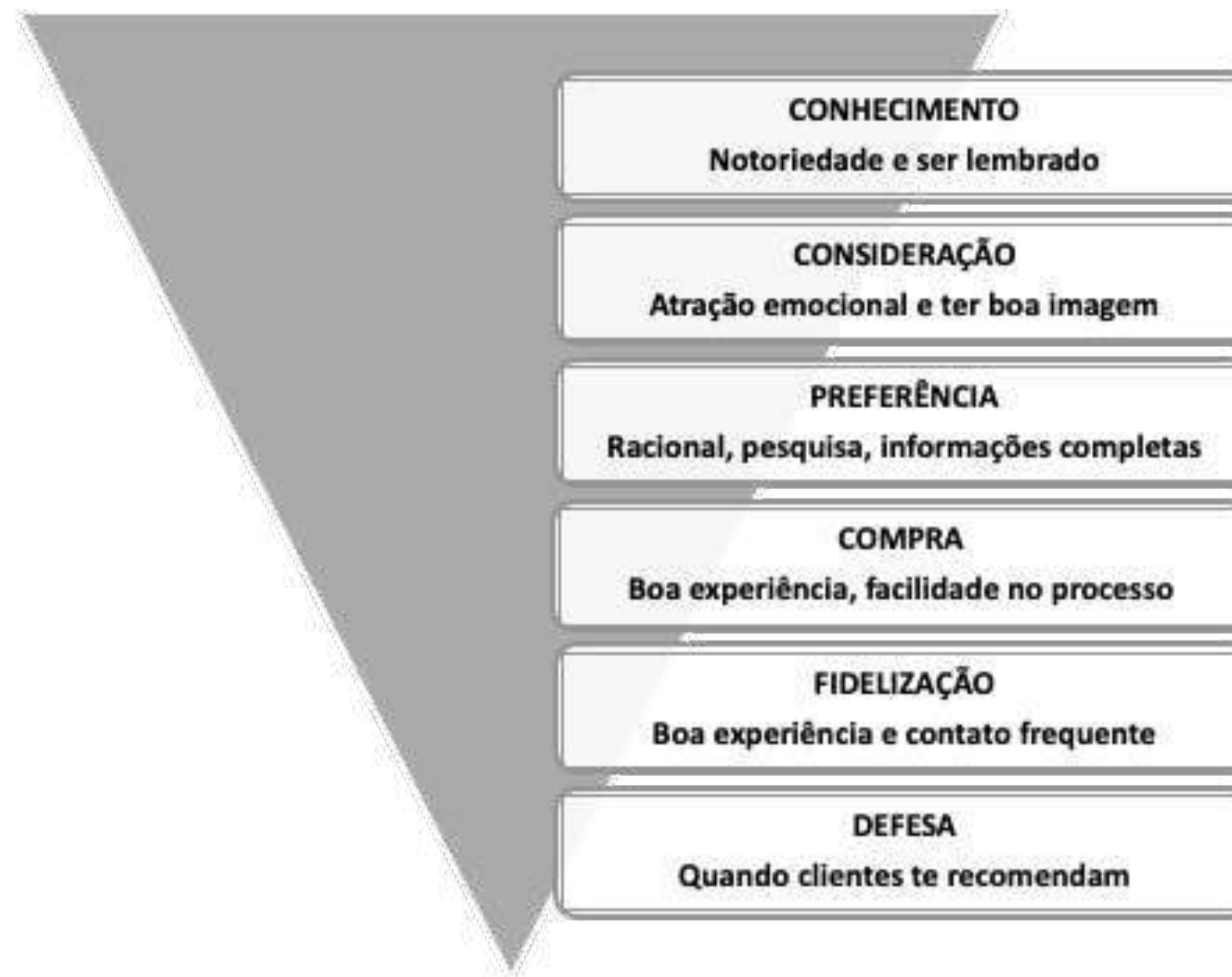
 **EMPURRA
PRODUTOS**



	A1	A2	A3	A4	A5
	ASSIMILAÇÃO	ATRAÇÃO	ARGUIÇÃO	AÇÃO	APOLOGIA
Comportamento do consumidor	Os consumidores são passivamente expostos a uma longa lista de marcas em função de experiências passadas, comunicações de marketing e/ou defesa da marca por clientes.	Os consumidores processam as mensagens a que são expostos – criando memória de curto prazo ou ampliando a memória de longo prazo – e são atraídos somente para uma lista curta de marcas.	Levados pela curiosidade, os consumidores pesquisam ativamente para obter informações adicionais dos amigos e da família, da mídia e/ou direto das marcas.	Reforçados pelas informações adicionais, os consumidores decidem comprar uma marca específica e interagem de forma mais profunda por meio de processos de compra, consumo e/ou serviço.	Com o tempo, os consumidores podem desenvolver uma sensação de forte fidelidade à marca, refletida em retenção, recompra e defesa da marca perante seus pares.
Possíveis pontos de contato com o consumidor	<ul style="list-style-type: none">• Aprender sobre a marca com seus pares• Ser exposto inadvertidamente à propaganda da marca• Lembrar-se de experiência passada	<ul style="list-style-type: none">• Ser atraído pelas marcas• Criar um conjunto de marcas que serão levadas em consideração	<ul style="list-style-type: none">• Pedir conselhos a amigos• Pesquisar avaliações on-line do produto• Contatar central de atendimento• Comparar preços• Testar o produto nas lojas	<ul style="list-style-type: none">• Comprar na loja física ou on-line• Usar o produto pela primeira vez• Reclamar de um problema• Obter atendimento	<ul style="list-style-type: none">• Continuar usando a marca• Recomprar a marca• Recomendar a marca a outros
Impressão-chave do consumidor	Eu sei	Eu gosto	Estou convencido	Estou comprando	Eu recomendo

Fonte: Kotler, Philip; Kartajaya, Hermawan; Setiawan, Iwan. Marketing 4.0: Do tradicional ao digital . Sextante. Edição do Kindle.

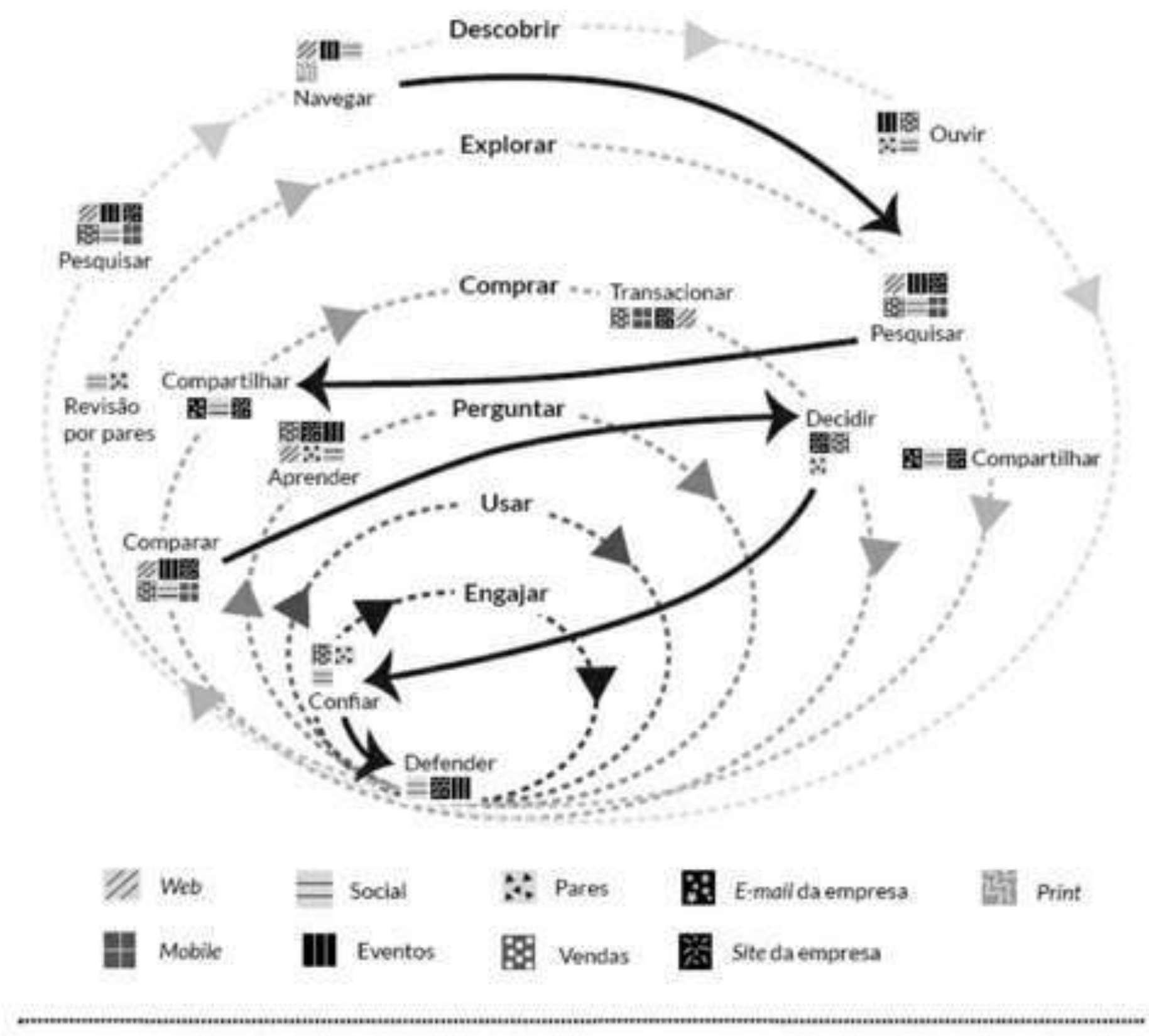
FUNIL DE MARKETING



JORNADA DO CLIENTE



FUNIL DINÂMICO DE MARKETING



Fonte: Gabriel, Martha; Kiso, Rafael. Marketing na era digital. Atlas. Edição do Kindle.

CANAIS DIGITAIS

SITE

SITE

Analise

- Funciona em todos os navegadores?
- Responde todas as questões dos seus clientes?
- Traduz a sua marca?
- Está atualizado?
- É fácil encontrar todos os produtos e serviços?
- Funciona bem no mobile? **Mobile First: 98% dos brasileiros acessam a internet pelo celular.**
- Como avalia seu site comparado aos seus concorrentes?
- Ponto de reforço da marca: propósito, proposta de valor, tom de voz.

SITE


Métricas

- Visitas/Sessões no site: **acessos total e visitantes únicos em um determinado período de tempo;**
- Duração média da sessão: **Tempo gasto por cada um dos seus visitantes dentro do seu site;**
- Page views: **número de páginas que são acessadas;**
- Páginas por visita: **Número médio de páginas que cada usuário do seu site visitou ao longo do acesso;**
- Bounce rate/Taxa de rejeição: **Porcentagem de pessoas que deixaram seu site sem interação.**



BAMBINI

B R I Z Z A

[Ver produtos na minha região](#) 

AREZZO

NOVA COLEÇÃO

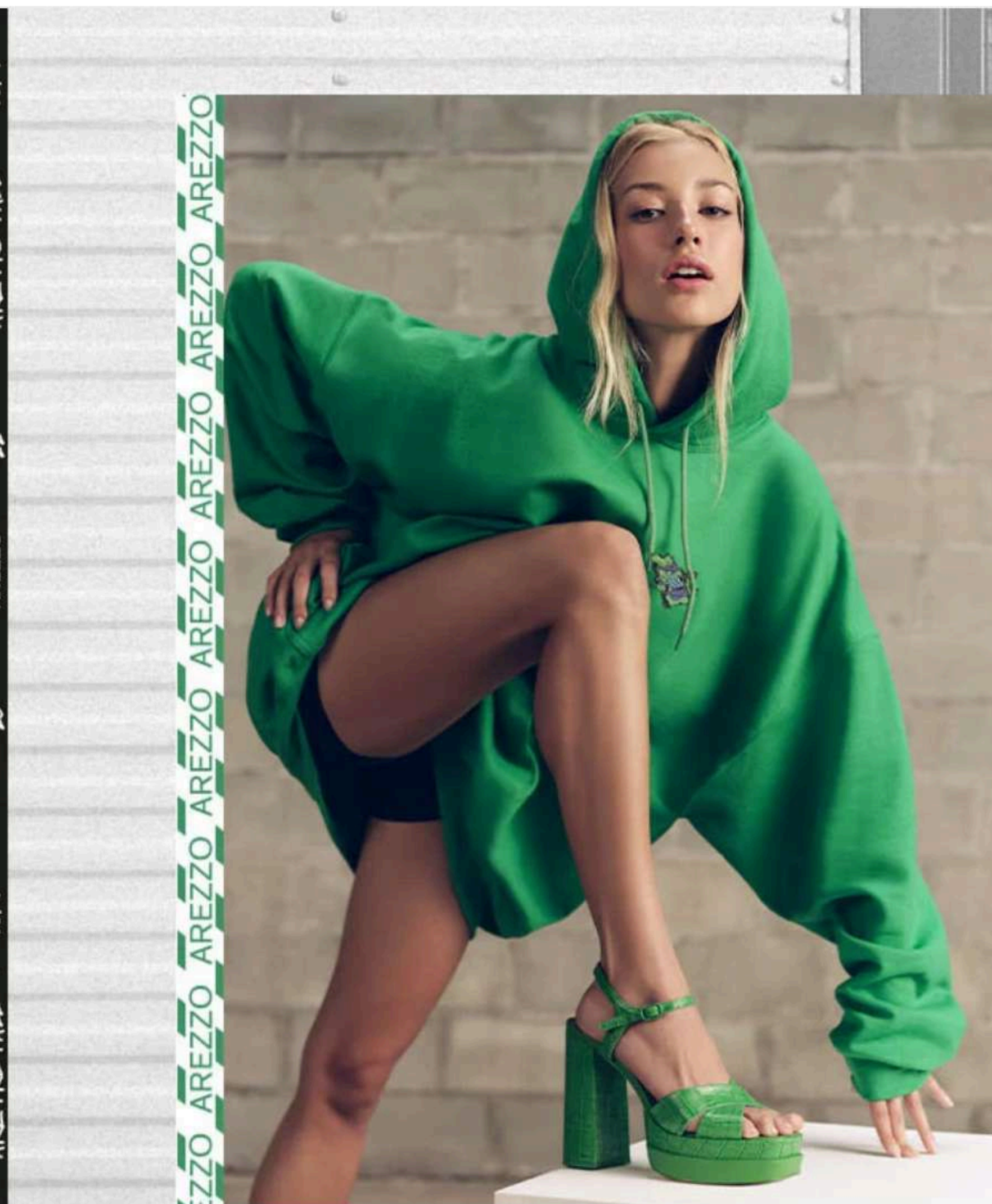
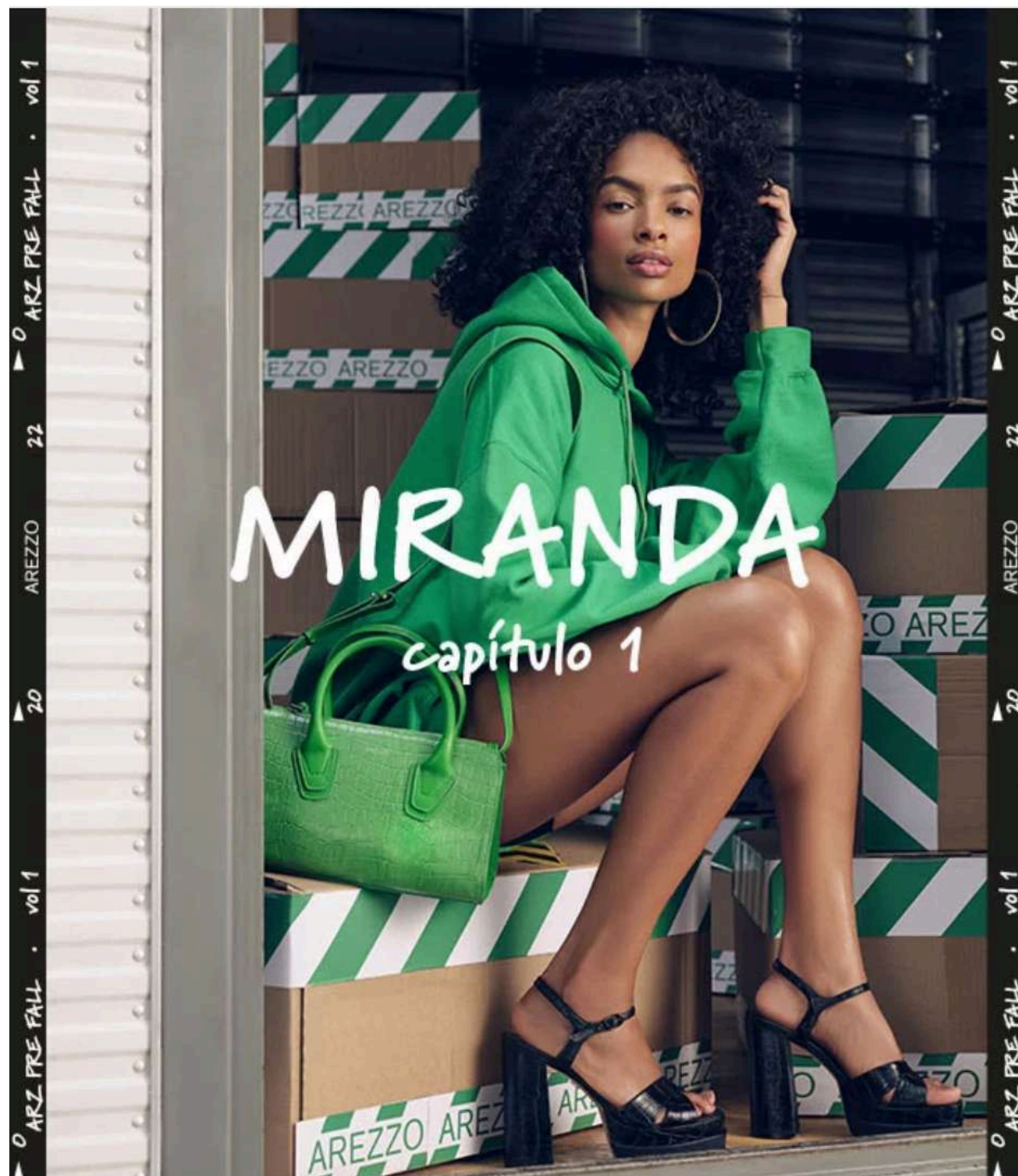
SAPATOS

BOLSAS

ACESSÓRIOS

PROMOÇÃO

Busque por produto (



SEO X SEM






Google

vestido rosa

Todos Shopping Imagens Notícias Vídeos Mais Configurações Ferramentas

Aproximadamente 222.000.000 resultados (0,57 segundos)

Anúncios · vestido rosa

				
Vestido Lon...	Vestido...	Vestido Midie...	Vestido Curt...	Vestido...
R\$ 143,92	R\$ 119,99	R\$ 79,90 R...	R\$ 95,92	R\$ 119,99
Renner	C&A	Youcom	Renner	C&A

Anúncio · www.riachuelo.com.br · (11) 4003-0515

Vestido rosa na RCHLO - Em até 10x Sem Juros*

Parcela em até 10x s/ juros no Cartão Riachuelo. Vestidos c/ Ótimos Preços! Até 30 Dias para Troca* Troca em Qualquer Loja. Entrega Rápida. Tipos: Moda Feminina, Masculina.

Black Friday: Até 50% de desconto em BlackFriday - Validade 1 de nov. - 30 de nov.

Anúncio · www.posthaus.com.br ·

Vestido rose - Compre Online | Posthaus

Milhares de Ofertas de Moda para toda família com até 80% Off e Frete Grátis* acima R\$49.

SEM

Google

vestido rosa

www.dafti.com.br · roupas-femininas · vestidos · Rosa ·

Vestidos Rosa - Compre Vestidos online | Dafti

Vestido Lez a Lez Midi Petals Rosa Verde. Queens Paris. Vestido Queens Paris Curto Laço Rosa. R\$ 79,90. Vestido Queens Paris Curto Laço Rosa. Forum.

roupas.mercadolivre.com.br · ... · Vestidos

Vestido Rosa no Mercado Livre Brasil

O seu estilo é você, escolha a sua tendência. Encontre Vestido Rosa - Vestidos Femininos no Mercado Livre Brasil. Descubra a melhor forma de comprar ...

www.zattini.com.br · vestidos · rosa

Vestidos Rosa | Zattini

Encontre Vestidos Rosa e muito mais em roupas, calçados e acessórios na Zattini. Confira hoje mesmo!

www.enjoel.com.br · vestido-rosa-rose · q=vestido+ros...

Vestido Rosa Rose | Comprar Novos & Usados | Enjoel

Compre vestido rosa rose novos & usados na Black Friday em até 10x sem juros no Enjoel. Promoções até 60% off. O site mais simpático da internet!

SEO

SEO

- Search Engine Optimization.
- Indexação orgânica de palavras-chave nos mecanismos de busca.

Métricas

- Backlinks: **sites que colocam o link para o seu site;**
- Tráfego: **audiência gerada;**
- Conversão: **venda.**

SEO

Como otimizar

- Assunto relevante e atual;
- Programação da página;
- Boa leitura no mobile;
- Links externos e internos;
- Meta description;
- Heading tags (H1, H2, H3);
- Links sempre com texto;
- Poucos cliques para chegar ao conteúdo;
- Usar texto ao invés de imagens;
- Palavras-chave nos textos.

Caline Migliato, estrategista de comunicação e

SEO

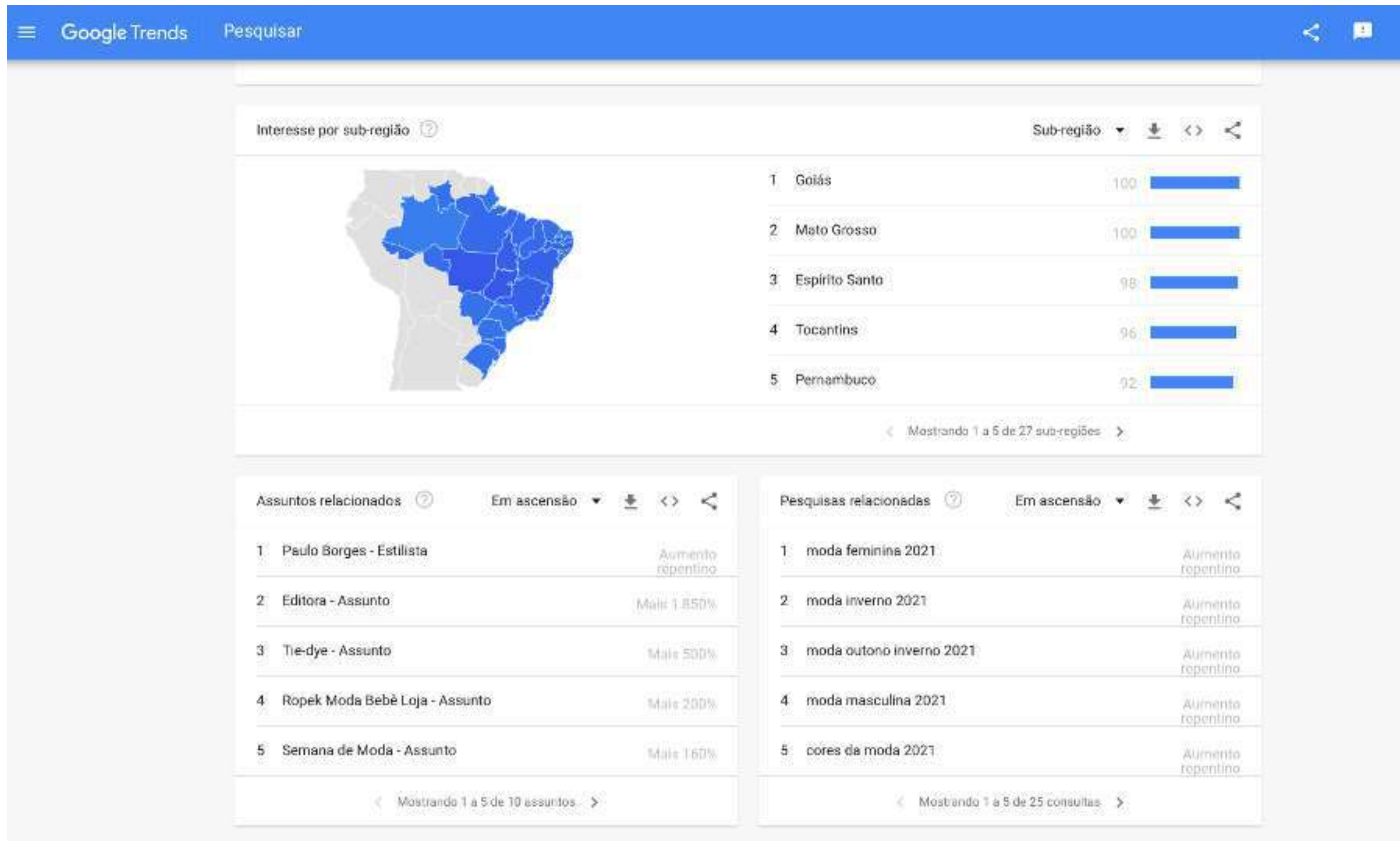
Como escolher as palavras-chave

- Palavras-chave do segmento;
- Sugestões Google.

Ferramentas

- Google Search Console;
- Keyword Tool;
- Google Ads;
- Moz;
- SemRush;
- Audit;
- Screaming Frog.





SEM

- Search Engine Marketing.
- Palavras-chave são pagas para aparecerem nos mecanismos de busca.

Métricas

- CTR (taxa por clique): **número de cliques em função do número de vezes que o anúncio apareceu;**
- CPC ou Custo por Clique: **valor médio que foi investido para cada clique recebido em um anúncio.**

DISPLAYE REMARKETING

DISPLAY X REMARKETING

Display

- Google display é o mais usado. A rede de display é um conjunto de sites parceiros do Google que se associam para receber publicidade paga em suas páginas por meio do Google Ads.

Remarketing

- Atingir o mesmo usuário mais de uma vez com anúncios a respeito de um assunto que ele havia pesquisado. Você já se sentiu perseguido por banners após fazer uma pesquisa nos mecanismos de busca?



Remarketing



Display

DISPLAY X REMARKETING

Métricas

- Impressões: **número de vezes que seu anúncio é exibido;**
- Cliques: **cliques no seu site a partir dos seus anúncios Display;**
- CPC ou Custo por Clique: **valor médio que foi investido para cada clique recebido em um anúncio.**

Ferramenta

- Google Ads.

REDES SOCIAIS

REDES SOCIAIS

- Inclui todas as redes sociais e pode ser dividido em pago e orgânico (esse é o ideal): Facebook, Instagram, WhatsApp, YouTube, LinkedIn, TikTok etc.
- Orgânico: **acessos ao site/e-commerce por meio dos perfis das redes sociais da empresa;**
- Pago: **acessos provenientes de anúncios nas plataformas sociais. Ex: Facebook Ads.**

Métricas

- Taxa de engajamento: **relação entre alcance e interações;**
- Engajamento: **comentários, likes, itens salvos, compartilhados, etc;**
- Seguidores e inscritos.

REDES SOCIAIS

FACEBOOK

- A maior rede social em números de usuários brasileiros.
- Depois de ter perdido fôlego, a rede social retomou ao primeiro lugar em 2020, sendo utilizada por 130 milhões de brasileiros.
- O Brasil é o quarto país no ranking de usuários no mundo, perdendo apenas para Índia, Estados Unidos e Indonésia, segundo o próprio Facebook.

The Facebook logo, consisting of the word "facebook" in a white, lowercase, sans-serif font, centered within a dark blue rectangular background.

<https://www.mlabs.com.br/blog/redes-sociais/>

REDES SOCIAIS

WHATSAPP

- O aplicativo de mensagens mais usado no Brasil.
- O WhatsApp é uma verdadeira febre no Brasil, instalado em 99% dos smartphones no país. Diferentes operadoras adicionam as redes sociais em planos, oferecendo pacotes de dados móveis grátis para os usuários não perderem nenhuma mensagem mesmo sem conexão wi-fi.
- Atualmente, são 120 milhões de usuários brasileiros ativos na rede social.



<https://www.mlabs.com.br/blog/redes-sociais/>

REDES SOCIAIS

YOUTUBE

- Uma das maiores redes de entretenimento do mundo.
- Durante o período do isolamento social, as lives se tornaram grandes fontes de entretenimento. Segundo a plataforma, são 105 milhões de brasileiros vendo (e publicando) vídeos todos os meses.
- O YouTube foi a rede social que mais cresceu entre 2018 e 2019, mostrando uma tendência pela busca dos vídeos na plataforma.



REDES SOCIAIS

INSTAGRAM

- A rede social que não para de crescer.
- Segundo o report da We Are Social e da Hootsuite, o Instagram está com 95 milhões de usuários no Brasil.
- Em 2020, o crescimento da rede social foi 31% maior do que a do Facebook, que ocupa a primeira posição no ranking de redes sociais usadas no país.



<https://www.mlabs.com.br/blog/redes-sociais/>

REDES SOCIAIS

FACEBOOK MESSENGER

- Crescimento após download individual.
- A ferramenta de mensagens instantâneas do Facebook conta, atualmente, com um download separado do Facebook. Por isso, ele aparece na lista separado da rede social.
- Estima-se que o Messenger já esteja baixado em dezenas de milhões de celulares brasileiros, mas a empresa não fornece os números oficiais.



<https://www.mlabs.com.br/blog/redes-sociais/>

REDES SOCIAIS

LINKEDIN

- A maior rede social profissional.
- A busca por novas oportunidades fez com que o LinkedIn aumentasse o número de usuários, passando a ter 46 milhões de brasileiros, segundo a própria rede social.
- A rede social não especifica o número de perfis pessoais e empresariais, mas ela também é utilizada nas estratégias de processo seletivo de muitas marcas.



<https://www.mlabs.com.br/blog/redes-sociais/>

REDES SOCIAIS

PINTEREST

- As melhores imagens em um só lugar.
- A rede social foi outra que também cresceu a sua base de usuários ativos. Segundo o Pinterest, em 2020 a rede fechou com 38 milhões de usuários, três vezes mais do que o número de 2019.
- Esse crescimento representou um faturamento de 271,9 milhões de dólares, 24% maior se comparado ao mesmo período em 2019.

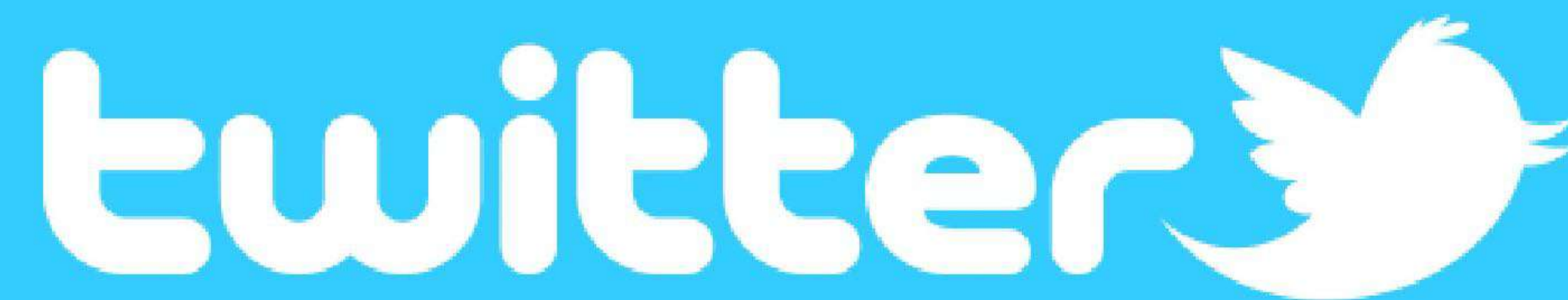


<https://www.mlabs.com.br/blog/redes-sociais/>

REDES SOCIAIS

TWITTER

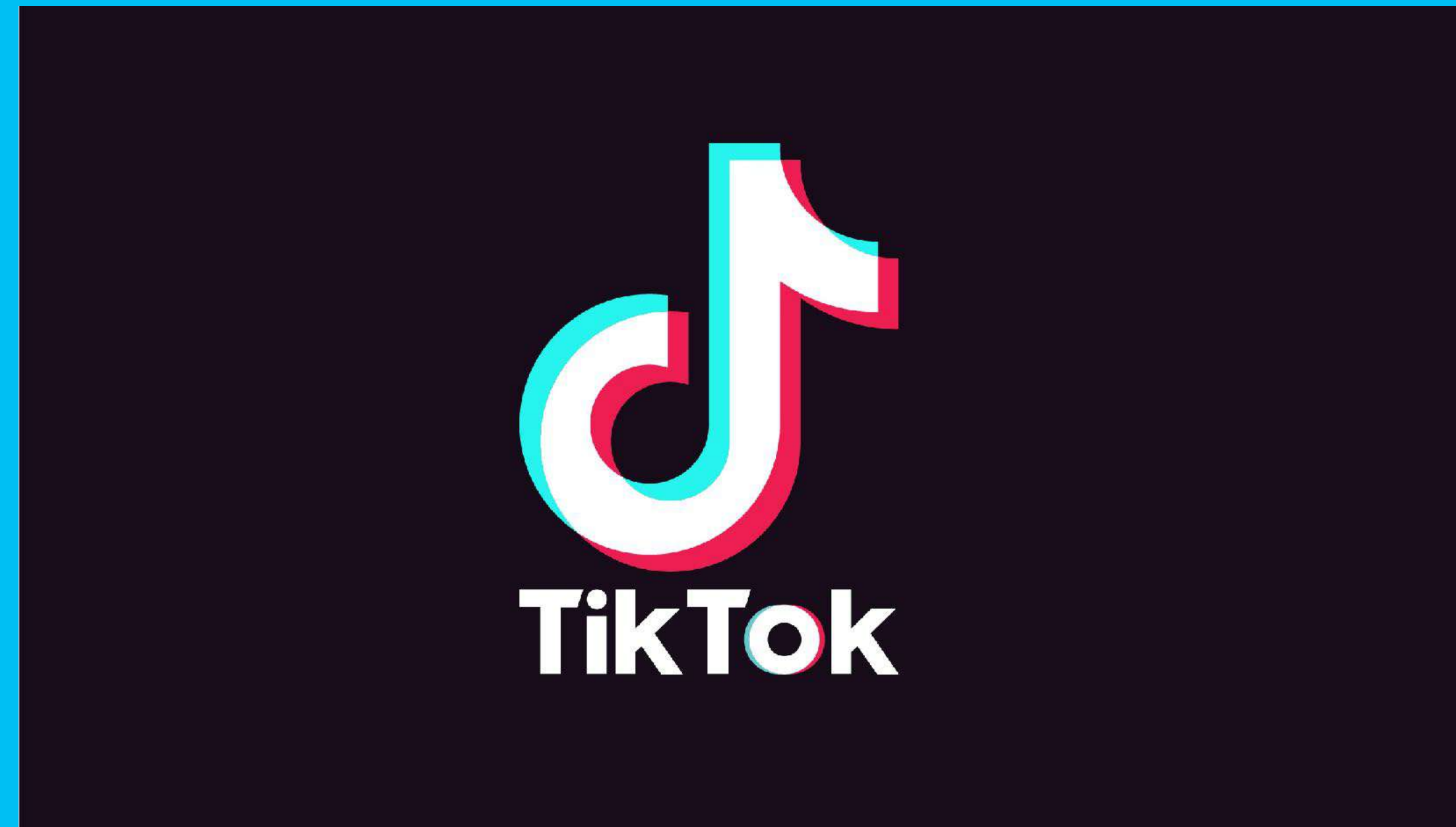
- A rede social do *real time*.
- Buscando informações sobre a pandemia, o Twitter se tornou um canal de informação por especialistas e fontes oficiais de saúde.
- Com isso, o Twitter apontou um crescimento de usuários ativos, chegando a 16,6 milhões de brasileiros.



REDES SOCIAIS

TIKTOK

- A rede social dos desafios em grande crescimento.
- A rede se tornou uma verdadeira tendência no ano de 2020, crescendo bruscamente.
- No começo do ano de 2020, estimava-se 7 milhões de usuários brasileiros. No final, segundo estudos, a rede chegou a 16,5 milhões de usuários.



<https://www.mlabs.com.br/blog/redes-sociais/>

REDES SOCIAIS

SNAPCHAT

- Mensagens instantâneas ainda presentes no ranking.
- Você achou que o Snapchat tinha sumido?
- De fato, ele perdeu força nos últimos anos, mas segundo a rede ainda são cerca de 11 milhões de brasileiros utilizando as mensagens efêmeras do aplicativo.



<https://www.mlabs.com.br/blog/redes-sociais/>

REFERRAL

REFERRAL

- Links (outros sites): também chamados de tráfego de referência, ou referral. **Mostra todos os sites de terceiros que levaram visitantes para seu site. É uma boa fonte de análise para entender a qualidade da presença digital e mapear possíveis parceiros.**
- Orgânico: **Releases, citações, pesquisas, matérias gratuitas, collabs.**
- Pago: **Publieditoriais.**

Métricas

- **As métricas podem ser definidas de acordo com o objetivo da ação.**

CRM

CRM

- Dentro da área de performance, o mais comum é que o e-mail marketing seja a principal ferramenta de vendas. Empresas mais “sofisticadas” usam o CRM para coleta de dados, relacionamento com o cliente e desenvolvem réguas de comunicação adequadas para cada um de seus objetivos.

E-mail marketing

- Focado em aquisição, geralmente pede assinatura, download de algum material, compra de produto ou serviço.

Newsletter

- Focado em retenção, ou seja, busca melhorar o relacionamento por meio de conteúdo relevante que pode auxiliar no dia a dia do leitor, lançamentos em primeira mão, etc.

CRM

Ferramentas

- Mail Chimp;
- Constant Contact;
- Emma;
- E-mail Octopus.

Aproveite o Saldos!

HERING

BÁSICOSFEMININOMASCULINOKIDS

FRETE GRÁTIS PARA
TODO O SITE
SÓ ATÉ HOJE

*Válido até 23/07/2022, às 23:59 horário de Brasília.

USE O CUPOM:

FRETEVERAO

SUPER SALDOS

ATE 60%OFF + 10%OFF

NA FAIXA DE 3 PEÇAS OU MAIS

COMPRE AGORA

Até 23/07/2022

SALDOS SALDOS SALDOS SALDOS SALDOS SALDOS SALDOS

De: R\$19,99
Por: R\$39,99

COMPRAR

De: R\$139,99
Por: R\$89,99

COMPRAR

De: R\$79,99
Por: R\$39,99

COMPRAR

De: R\$59,99
Por: R\$59,99

COMPRAR

De: R\$79,99
Por: R\$39,99

COMPRAR

De: R\$99,99
Por: R\$59,99

COMPRAR

De: R\$199,99
Por: R\$99,99

COMPRAR

De: R\$119,99
Por: R\$59,99

COMPRAR

De: R\$159,99
Por: R\$109,99

COMPRAR

HERING

TODO MOMENTO

ATUALIZE-SE COM A GENTE >

IBCC

escola
britânica de
artes criativas
& tecnologia

E-MAIL MARKETING

- Defina seus objetivos: receita, aumentar visitas, reativar clientes;
- Descubra o que seu cliente precisa e o que você pode oferecer;
- Como você espera que ele interaja com seu conteúdo?
- Segmente o máximo possível seus clientes em clusters;
- Mapeie seu próprio histórico de comportamento em relação aos e-mails que recebe;
- Defina horários e frequências em cima de dados e testes;
- Utilize ferramentas específicas de e-mail marketing.

E-MAIL MARKETING

Métricas

- Entrega (delivery);
- Abertura (open rate);
- Clique (click rate).

Taxa de entrega

- **Acima de 95%**

Taxa de abertura

- **Acima de 20% muito bom**
- **Entre 10% e 20% bom**
- **Entre 6 e 10% normal**
- **Abaixo de 6% ruim**

Taxa de clique

- **Acima de 3% bom**
- **Abaixo de 1% ruim**

E-commerce

- **Taxa média de abertura de e-mails: 15%**
- **E-mails acionados por abandono de carrinho: 40,14%**
- **Taxa de cliques: 28,64%**

AFILIADOS

AFILIADOS

- Por meio do programa de afiliados, sites, blogs e influencers vendem produtos de diversas marcas em troca de uma comissão.
- Referência de plataforma de administração de afiliados: **Awin, Afilio, Amazon, Multiplus...**

Métricas

- Conversão: **resultado atingido de acordo com o desafio proposto;**
- Tráfego: **importante verificar a qualificação da audiência que está chegando.**

Programa de Afiliados DAFITI GROUP

Seja um Afiliado Dafiti e ganhe dinheiro sem sair de casa ;) É muito simples: você oferece nossos produtos através de banners para o público do seu site, blog, Facebook, Twitter, e-mail, ou seja, pra turma toda, e, a cada venda realizada, você ganha uma comissão. Não é ótimo?! Vem que a gente te explica melhor:



Por que a Dafiti?

Desde 2011 e com operações na Argentina, no Chile, no Brasil e na Colômbia, a Dafiti com suas mais de 6 mil marcas e mais de 400 mil produtos tem se consolidado como o principal destino de moda e lifestyle da América Latina. Acreditamos que moda inteligente é moda para todos e queremos convidar você para fazer parte dessa revolução do ecossistema da moda!

O que é um afiliado?

É um parceiro que pode escolher a oferta e o material de divulgação disponibilizados pelo Dafiti Group (**Dafiti, Kanui e Tricae**) em uma das plataformas parceiras que mais se encaixe com sua maneira de trabalhar e divulgar. A partir disso, é gerada uma comissão após toda venda confirmada para o afiliado, que pode chegar até 17% do valor final da compra!

Como funciona?

O afiliado escolhe a oferta, gera seu link de divulgação e coloca em suas redes sociais ou em qualquer outra plataforma de sua escolha. Quando o cliente final clicar em algum dos seus links, é redirecionado para um dos nossos sites para finalizar a compra. É possível acompanhar as vendas geradas pela sua divulgação nas plataformas parceiras!



STEAL THE LOOK

LOOKS

TENDÊNCIAS

BELEZA

ASTROLOGIA

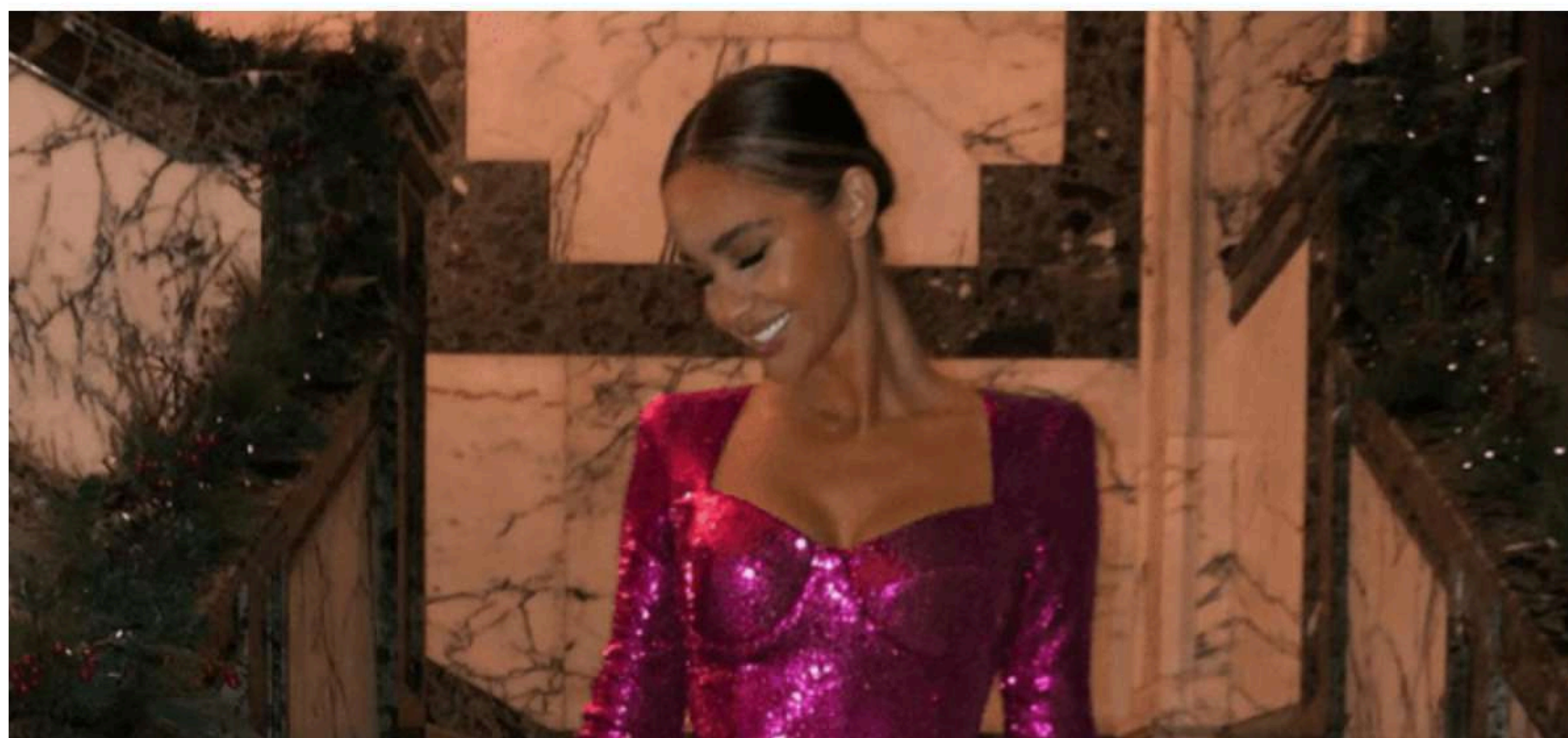
RECEITAS

COMPORTAMENTO

WELLNESS

DECOR

CARREIRAS



TENDÊNCIAS

Essa é a tendência de moda que está fazendo sucesso entre as fashionistas

MUST HAVE



Shoestock

R\$ 79,90

INFLUENCIADORES

INFLUENCIADORES

- Também chamados de criadores de conteúdos, fazem divulgações por meio de plataformas digitais, como Instagram, YouTube, TikTok e LinkedIn. Em essência, utilizam influência e endosso para divulgar marcas, produtos ou serviços.

Métricas

- Alcance: **quantas pessoas seu post alcançou (não são seguidores);**
- Taxa de engajamento: **Interações (reações + compartilhamentos + comentários + cliques) / Alcance;**
- Valor para marca: **o que ganho em me associar com esse discurso?**

BÚSSOLA

Bia Granja: com quantos seguidores se faz um influenciador?

Ou por que você está fazendo microinfluência de forma errada, pensando apenas em números

Por **Da Redação**

Publicado em: 18/05/2021 às 13h50

Alterado em: 18/05/2021 às 14h01

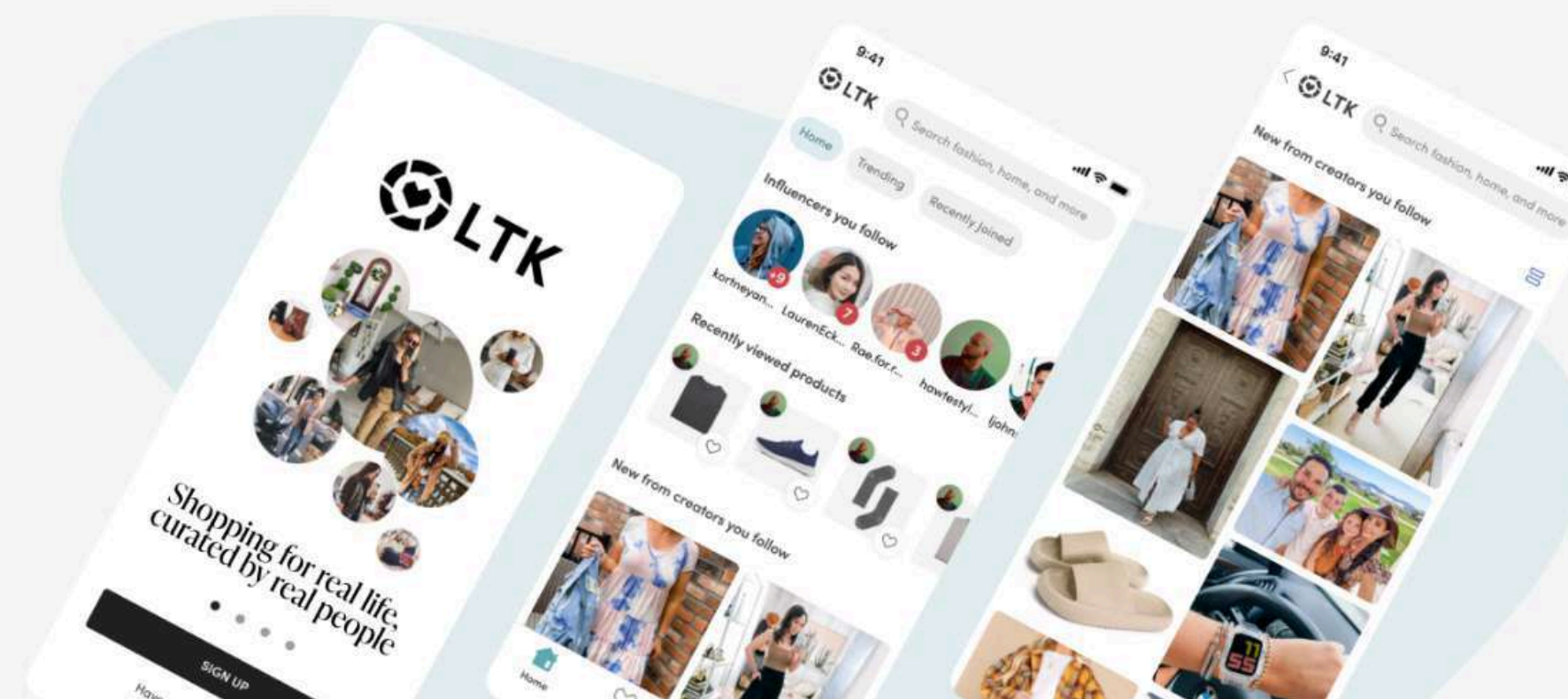
🕒 Tempo de leitura: **4 min**



[Categories](#)[Deals](#)[LOG IN](#)

Meet the new way to Shop, powered by LTK Creators

The ultimate shopping experience for discovering products across fashion, beauty, home, lifestyle and more—all styled by Creators you love.



Shop LTK categories

[Under \\$50 →](#)[Home →](#)[Sale alert →](#)[Fitness →](#)[Style tips →](#)

APLICATIVOS

APLICATIVOS

- Popularização de smartphones: **79,3%** da população mundial possui um celular.
- Os apps favoritos dos brasileiros são TikTok, Facebook, WhatsApp, Zoom, Instagram, Facebook Messenger, Google Meet, Snapchat, Telegram e Likee.
- **ASO – App Store Optimization – O SEO para aplicativos.**

Métricas

- Downloads: **número de downloads;**
- Instalação: **cadastro efetivo;**
- Desinstalações: **desistências;**
- Conversões: **ainda há muitas categorias que as conversões acontecem em sua maior parte no desktop. Ex: Moda, Banco etc;**
- Crash: **acompanhamento das falhas e problemas de usabilidade;**
- Dispositivos: **adaptar usabilidade para Android e IOS.**

D'rest

×

hristian
Louboutin

D'rest

D'rest

×

GUCCI



TESTE A/B

TESTES A/B SÃO FUNDAMENTAIS QUANDO O OBJETIVO É ANALISAR O QUE PERFORMA MELHOR ENTRE OPÇÃO A E OPÇÃO B. VOCÊ PODE TESTAR ANÚNCIOS, LAYOUTS DE HOMEPAGES, BOTÕES DE CTA (CALL TO ACTION), FEATURES, NEWSLETTERS, ETC. A DICA É TESTAR SOMENTE UMA VARIAÇÃO, SABER EXATAMENTE O QUE MEDIR E ACOMPANHAR OS RESULTADOS QUE PRECISAM SER ESTATISTICAMENTE SIGNIFICANTES. FERRAMENTA: KISSMETRICS.

EXERCÍCIO

- É hora de traçar uma **estratégia de canais digitais** para seu negócio.

