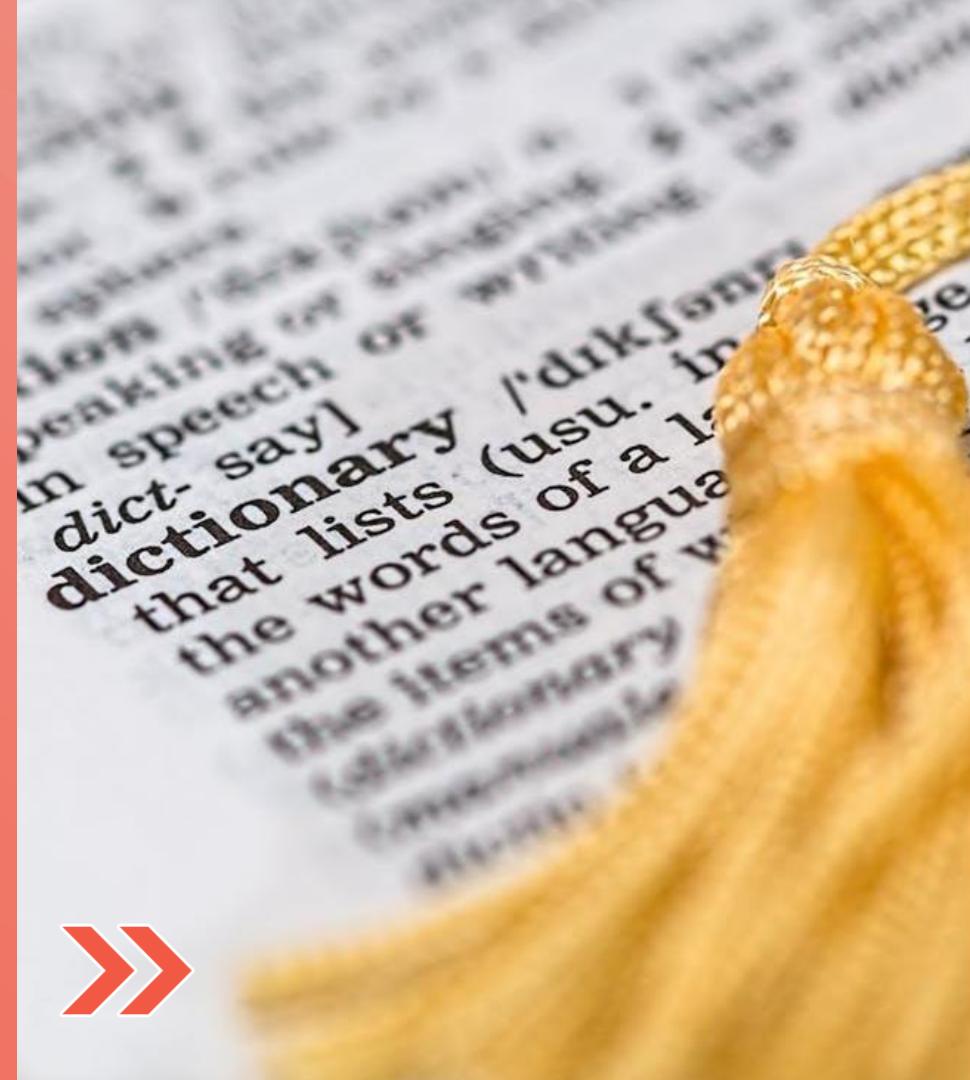




Marketing Digital



GLOSSÁRIO



Jornada digital do consumidor

- Entenda a jornada
- Construa uma persona
- Elabore a jornada de empatia



Dica: para encontrar rapidamente a palavra que procura aperte o comando CTRL+F e digite o termo que deseja achar.



Entenda a jornada



Entenda a jornada

Glossário

• **Business Model Canvas (Modelo de Negócios Canvas)**

Ferramenta visual que ajuda a descrever e analisar um modelo de negócios. Abrange nove blocos principais, incluindo proposta de valor, segmento de clientes, canais de distribuição, relacionamento com clientes, atividades-chave, recursos principais, parcerias principais, estrutura de custos e fontes de receita.

• **Fontes de receita**

Diferentes formas pelas quais uma empresa gera receita, como vendas de produtos, taxas de assinatura, publicidade, comissões, entre outros.

• **Funil de conversão**

Modelo que representa o processo pelo qual os potenciais clientes passam, desde a fase de conscientização até a conversão.

• **Golden circle (Círculo dourado)**

Conceito desenvolvido por Simon Sinek que enfatiza a importância de começar com o "porquê" para inspirar e engajar os consumidores. É composto por três camadas: por que, como e o que.



Entenda a jornada

Glossário

● Jornada do consumidor

Processo que um consumidor passa desde o momento em que toma conhecimento de um produto ou serviço até a sua decisão de compra.

● Pirâmide de Maslow

Teoria psicológica proposta por Abraham Maslow que descreve uma hierarquia de necessidades humanas que inclui: necessidades fisiológicas, segurança, sociais, estima e autorrealização.

● Top of heart (Topo do coração)

Refere-se ao nível mais profundo de conexão emocional que uma marca ou produto pode alcançar com os consumidores, gerando sentimentos positivos, confiança e lealdade.

● Top of mind (Topo da mente)

Estado mental em que uma marca ou produto é a primeira opção que vem à mente dos consumidores quando eles pensam em uma determinada categoria de produtos ou serviços.



Construa uma persona



Construa uma persona

Glossário

● **B2B (Business-to-Business)**

Refere-se a transações comerciais entre empresas, em que uma empresa vende produtos ou serviços para outra empresa.

● **Benchmark (Marca de referência)**

Medida utilizada para comparar o desempenho de uma empresa, campanha de marketing ou estratégia com outras do mesmo setor.

● **Brand persona (Persona da marca)**

Representação fictícia de um público-alvo específico, que incorpora características demográficas, comportamentais, interesses e preferência, que contribuem no entendimento e segmentação do público de maneira mais eficaz.

● **Buyer persona (Persona do comprador)**

Representação fictícia do cliente ideal de uma empresa, baseada em dados demográficos, comportamentais, motivações e necessidades, que contribuem no entendimento do público-alvo de uma estratégia.



Elabore a jornada de empatia



Elabore a jornada de empatia

Glossário

• **Board (Quadro)**

Ferramenta visual em que as equipes de marketing digital podem colaborar, compartilhar ideias e planejar estratégias. O board geralmente contém elementos como metas, tarefas, cronogramas e recursos.

• **Touchpoints (Pontos de contato)**

Diferentes pontos de contato que uma empresa utiliza para se comunicar com seu público-alvo ao longo da jornada do consumidor. Podem incluir redes sociais, e-mail marketing, anúncios online, site, blog, entre outros.

• **Mapa de empatia**

Ferramenta que auxilia na compreensão das necessidades, desejos, motivações e emoções do público-alvo, contribuindo para a identificação de oportunidades de marketing e desenvolvimento de estratégias mais eficazes.

• **Trigger (Gatilho)**

Estímulo ou evento que desencadeia o interesse ou a necessidade de compra em um consumidor, como uma oferta especial, um evento, entre outros, que influenciam a decisão de compra.



Bons estudos!

