

Marketing Digital



Jornada digital do consumidor



GUIA DA AULA 1



Entenda a jornada

- **Importância da jornada do cliente**
- **Business Model Canvas**
- **4Ps**
- **Funil de vendas**
- **Branding**



Acompanhe aqui
os temas que
serão tratados
na videoaula.



Importância da jornada do cliente



A IMPORTÂNCIA DA JORNADA DO CLIENTE

O que é jornada? Cada ponto de contato com a empresa conta na hora de gerar uma experiência excepcional para os clientes. A jornada do cliente é essa **experiência que os consumidores têm com a marca por toda a vida** - seu caminho desde o primeiro contato com a empresa até a compra e também no pós-venda.

FONTE: SALES FORCE (2020)



...

**POR ISSO, PARA ENTENDER A IMPORTÂNCIA
E O PODER DE CONSTRUIR JORNADAS EFICIENTES,
PRECISAMOS PRIMEIRO FALAR SOBRE**

PESSOAS



...

PESSOAS

NEGÓCIOS

MARKETING

BRANDING



...

PESSOAS X NEGÓCIOS

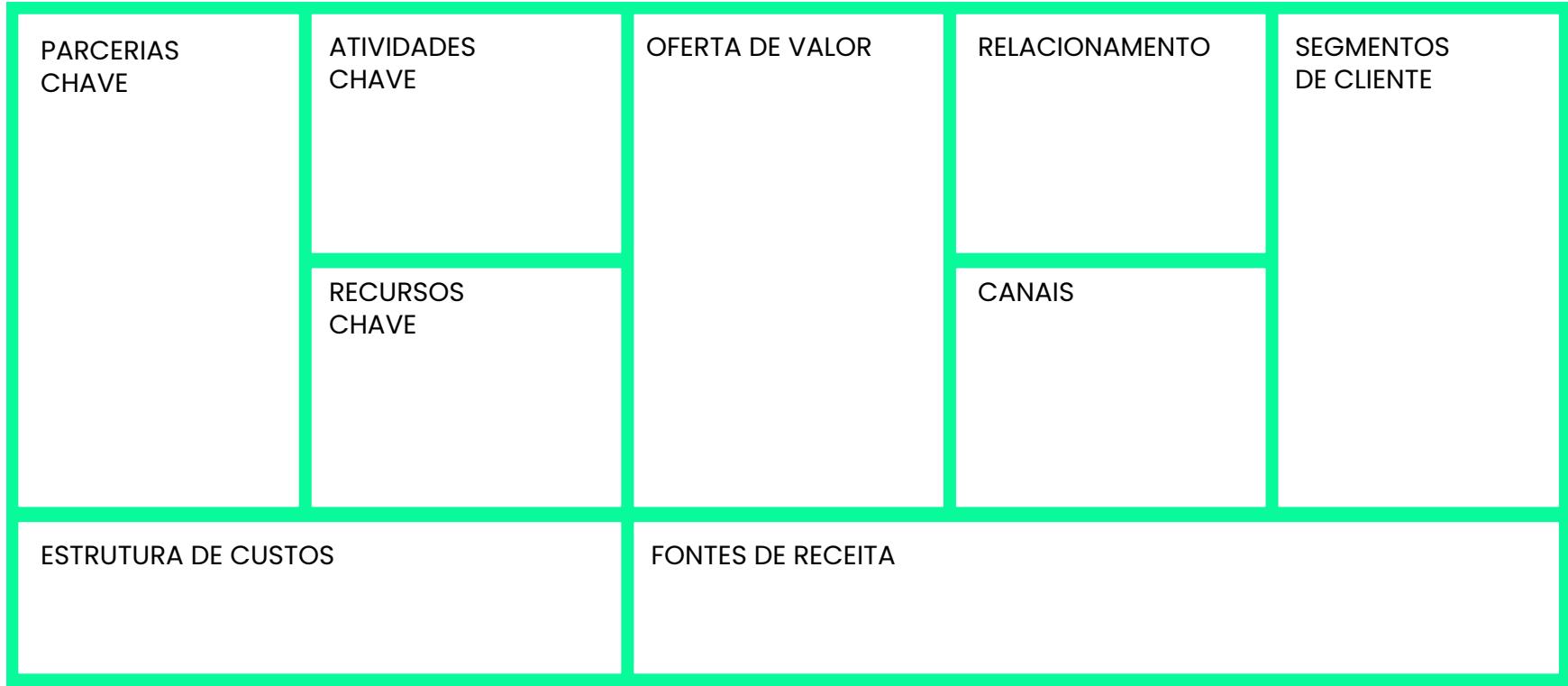
TODO NEGÓCIO PRECISA TER
SEU PÚBLICO BEM DEFINIDO



Business Model Canvas



BUSINESS MODEL CANVAS



BUSINESS MODEL CANVAS



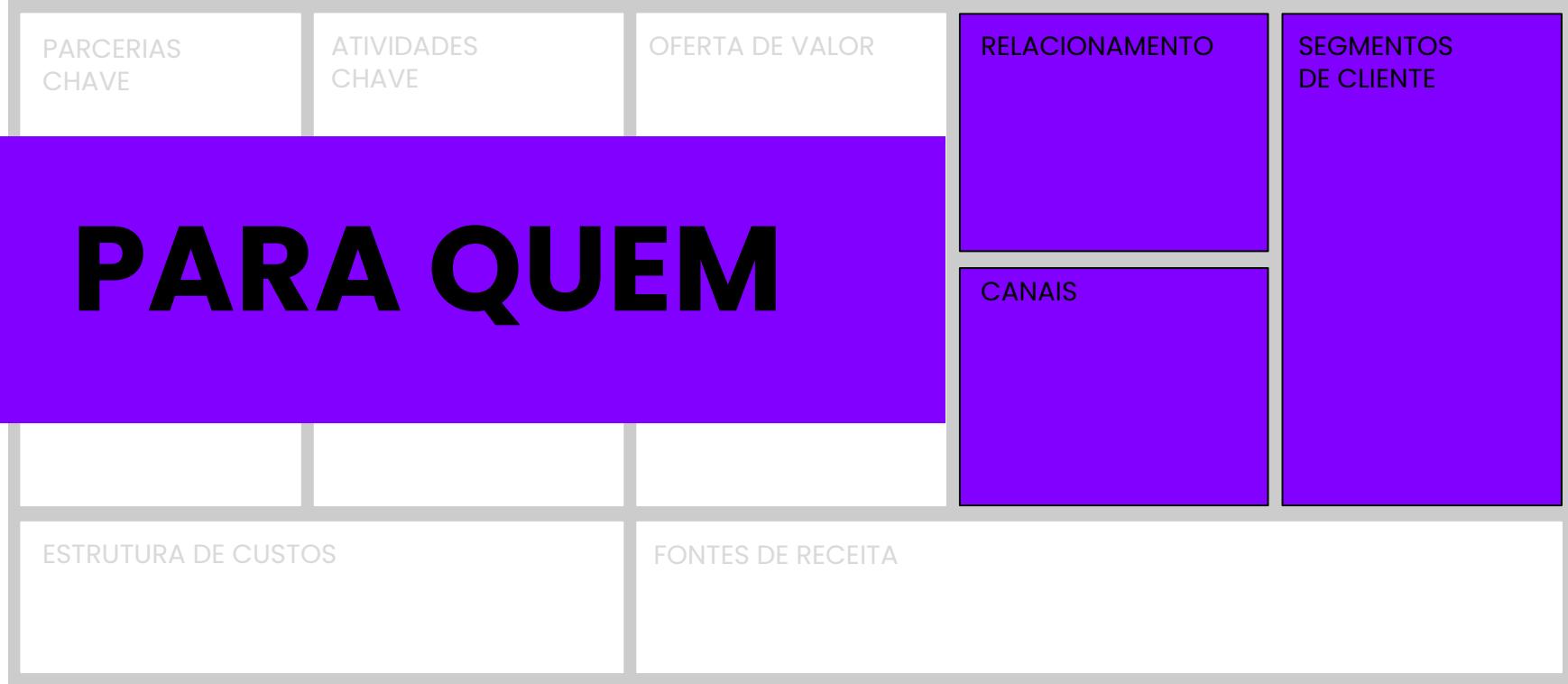
BUSINESS MODEL CANVAS



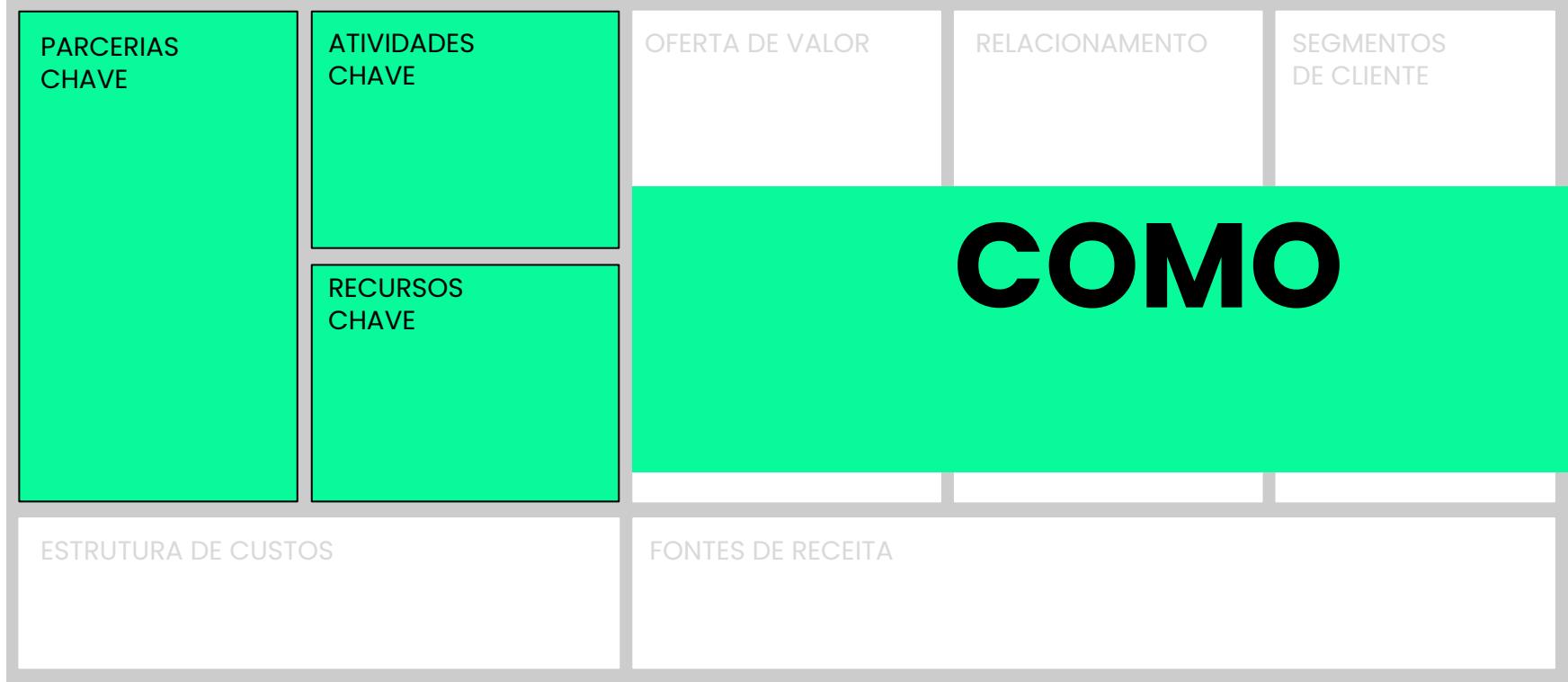
ESSÊNCIA DO NEGÓCIO



BUSINESS MODEL CANVAS



BUSINESS MODEL CANVAS



BUSINESS MODEL CANVAS

PARCERIAS
CHAVE

ATIVIDADES
CHAVE

OFERTA DE VALOR

RELACIONAMENTO

SEGMENTOS
DE CLIENTE

QUANTO

ESTRUTURA DE CUSTOS

FONTES DE RECEITA



PARA GARANTIR O SUCESSO,
A **ESSÊNCIA DO NEGÓCIO** DEVE
SATISFAZER AS NECESSIDADES
DAS **PESSOAS**. SEJAM RACIONAIS
E/OU EMOCIONAIS.

...



AUTO-REALIZAÇÃO

AUTO-ESTIMA

SOCIAL

SEGURANÇA

FISIOLOGIA

MASLOW
PSICOLOGIA HUMANISTA
1954: "A THEORY OF HUMAN MOTIVATION"

...



HIERARQUIA DE NECESSIDADES

PESSOAS X MARKETING

NO MARKETING ISSO
TAMBÉM É UMA VERDADE.



4Ps



4Ps

PRODUTO



PREÇO



PRAÇA



PROMOÇÃO

JEROME MCCARTHY (60)
PHILIP KOTLER

4Ps
4Cs

PRODUTO
CONSUMIDORES
(NECESSIDADES)



PREÇO
CUSTOS



PRAÇA
CONVENIÊNCIA



PROMOÇÃO
COMUNICAÇÃO

JEROME McCARTHY (60)
PHILIP KOTLER
LAUTERBOR (90)

EVOLUÇÃO
PRODUTO < CONSUMIDOR

P E S S O A S

...



Funil de vendas



FUNIL DE VENDAS

ATENÇÃO
INTERESSE
DESEJO
AÇÃO

...



MÉTODO AIDA, ELIAS ELMO LEWIS (1898-1899)

ATRAÇÃO
DESCOBERTA
LEMBRANÇA DE MARCA

GERAR INTERESSE
APRESENTAR UTILIDADE
ENGAJAMENTO
RELACIONAMENTO

DECISÃO DE COMPRA
(GATILHOS DE PREÇO)

AWARENESS

CONSIDERAÇÃO

CONVERSÃO



ATRACÃO
DESCOBERTA
LEMBRANÇA DE MARCA

AWA'RENESS

CONSIDERAÇÃO

CONVERSÃO



Branding



AWARENESS
TOP OF MIND

...



PESSOAS X BRANDING

E NO BRANDING?





II **Posicionamento de marca representa como você quer que a sua marca seja reconhecida pelos seus clientes."**



POSICIONAMENTO X **IMAGEM DE MARCA**

POSICIONAMENTO DE MARCA É COMO A EMPRESA QUER QUE OS CONSUMIDORES RECONHEÇAM A MARCA. **IMAGEM DE MARCA É COMO ELES DE FATO A PERCEBEM.**

...



BRANDING

TOP OF HEART

...



BRANDING

PESSOAS
PROMESSA
PROpósito
POSICIONAMENTO
PERCEPÇÃO

...



WHAT

COMO
NORMALMENTE
ACONTECE

...



LOJA DE SAPATO

WHAT

...



LOJA DE SAPATO
ONLINE

WHAT

HOW

...



LOJA DE SAPATO

ONLINE

INVESTIMENTO
REDUZIDO

WHAT

HOW

WHY

...



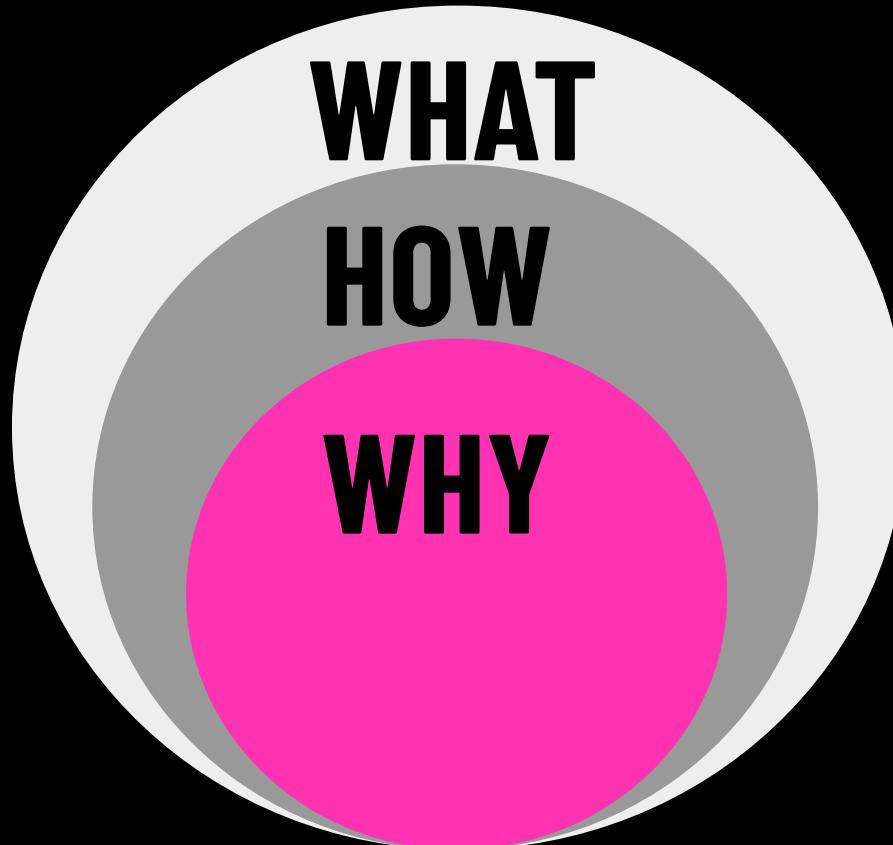
COMO
DEVERIA
ACONTECER

WHY

...

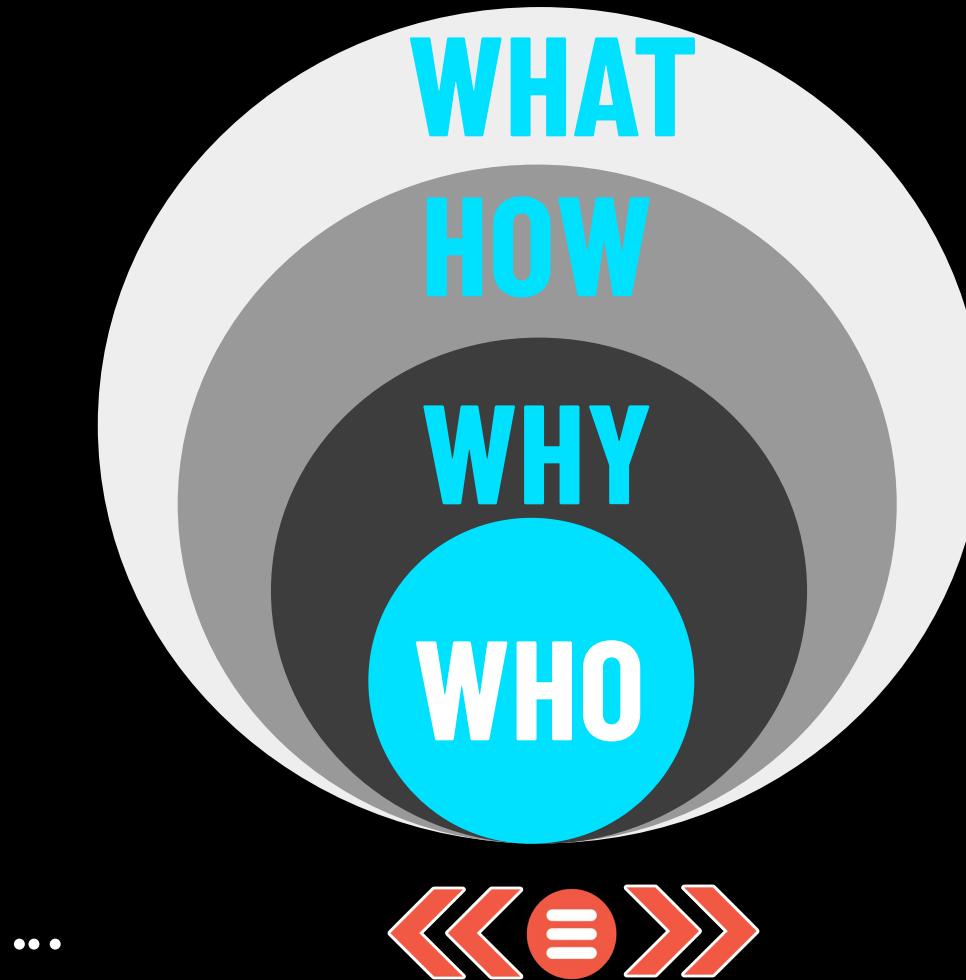


GOLDEN CIRCLE



...





There is no B2B and B2C.

Human to Human: H2H

Bring back the human side of communication, in all its imperfection, empathy and simplicity.

Bryan Kramer

EVOLUÇÃO DA COMUNICAÇÃO

DE:

B2B
B2C

PARA:

H2H



Bons estudos!

