



escola
britânica de
artes criativas
& tecnologia

Marketing Digital



Jornada digital do consumidor



GUIA DA AULA 1



Entenda a jornada



Acompanhe aqui
os temas que
serão tratados
na videoaula.

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



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



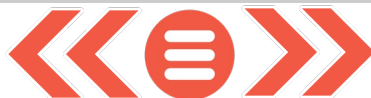
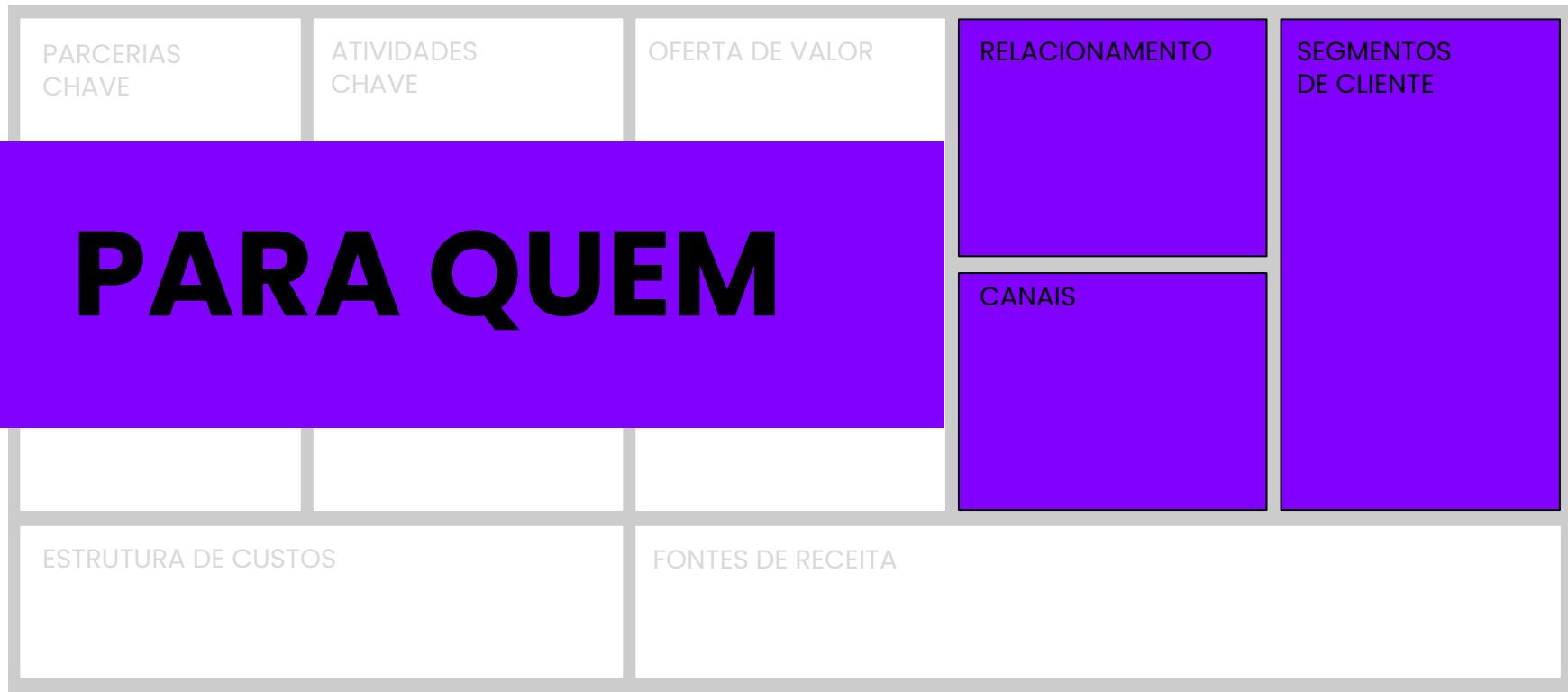
BUSINESS MODEL CANVAS



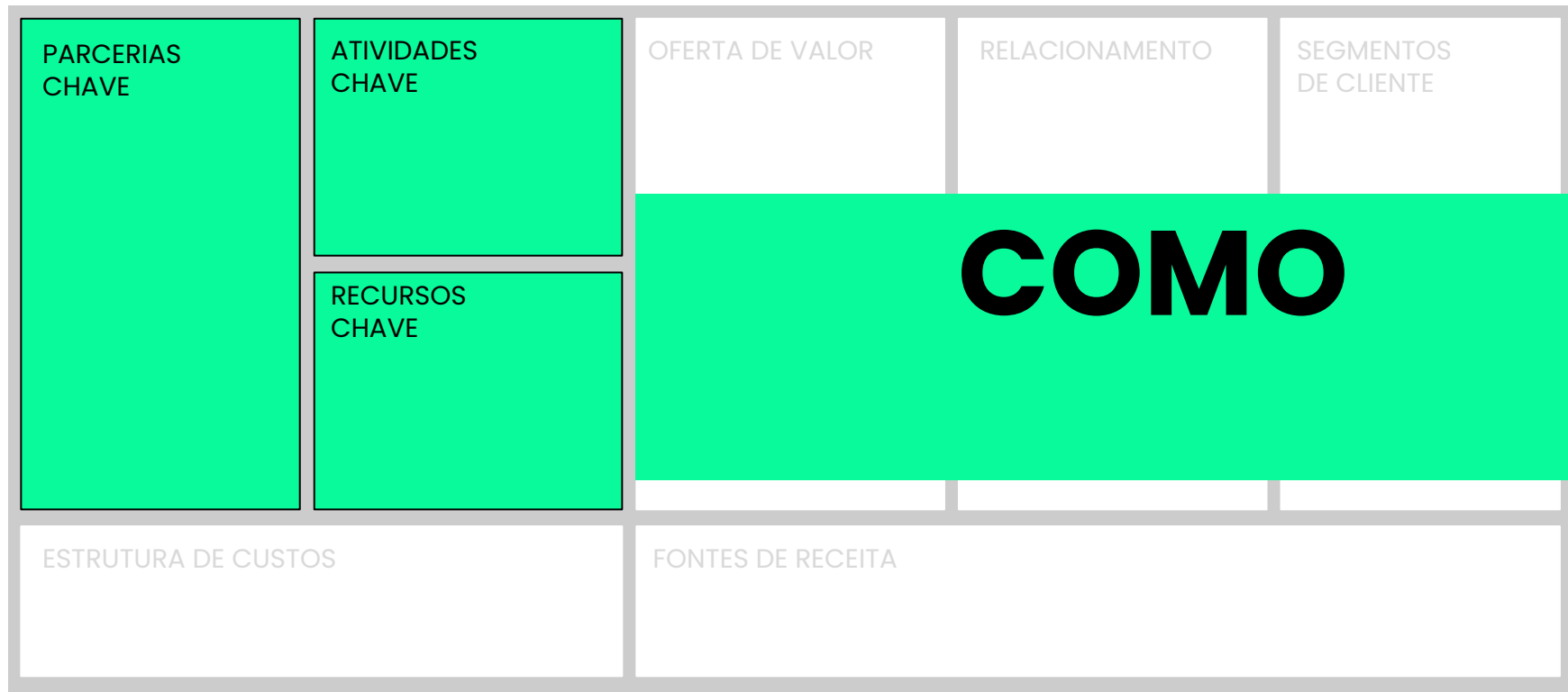
ESSÊNCIA DO NEGÓCIO



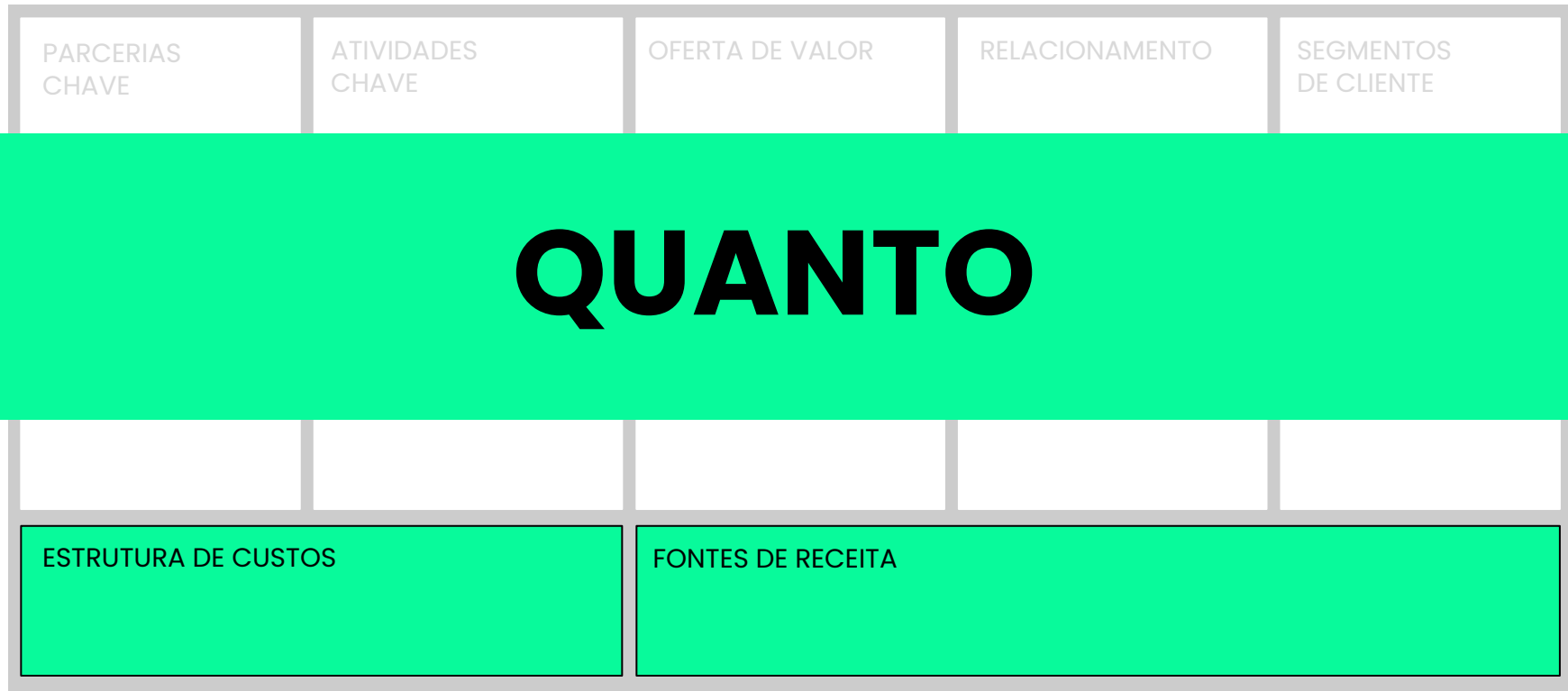
BUSINESS MODEL CANVAS



BUSINESS MODEL CANVAS



BUSINESS MODEL CANVAS



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"



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

AWARENESS

GERAR INTERESSE
APRESENTAR UTILIDADE
ENGAJAMENTO
RELACIONAMENTO

CONSIDERAÇÃO

DECISÃO DE COMPRA
(GATILHOS DE PREÇO)

CONVERSÃO



FUNIL DE VENDAS/CONVERSÃO

ATRACÃO
DESCOBERTA
LEMBRANÇA DE MARCA

AWARENESS

CONSIDERAÇÃO

CONVERSÃO



Branding



AWARENESS **TOP OF MIND**

...



PESSOAS X BRANDING

E NO BRANDING?



Prefácio PHILIP KOTLER, PH. D.
Kellogg Graduate School of Management

POSICIONAMENTO

O Primeiro e Mais
Importante Livro de
Marketing de Todos os Tempos

A Batalha
por sua
Mente

Al Ries • Jack Trout

Como ser visto e ouvido em um
mercado super competitivo

M.BOOKS



**"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
PROPOSITO
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**

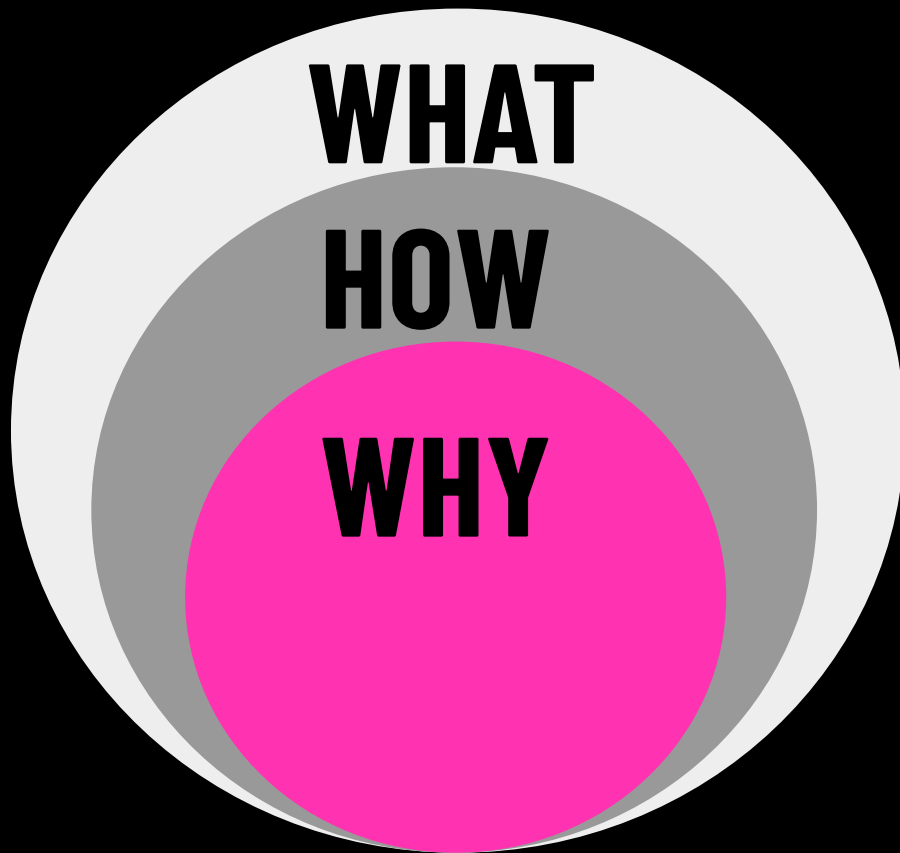
WHY

...



GOLDEN CIRCLE

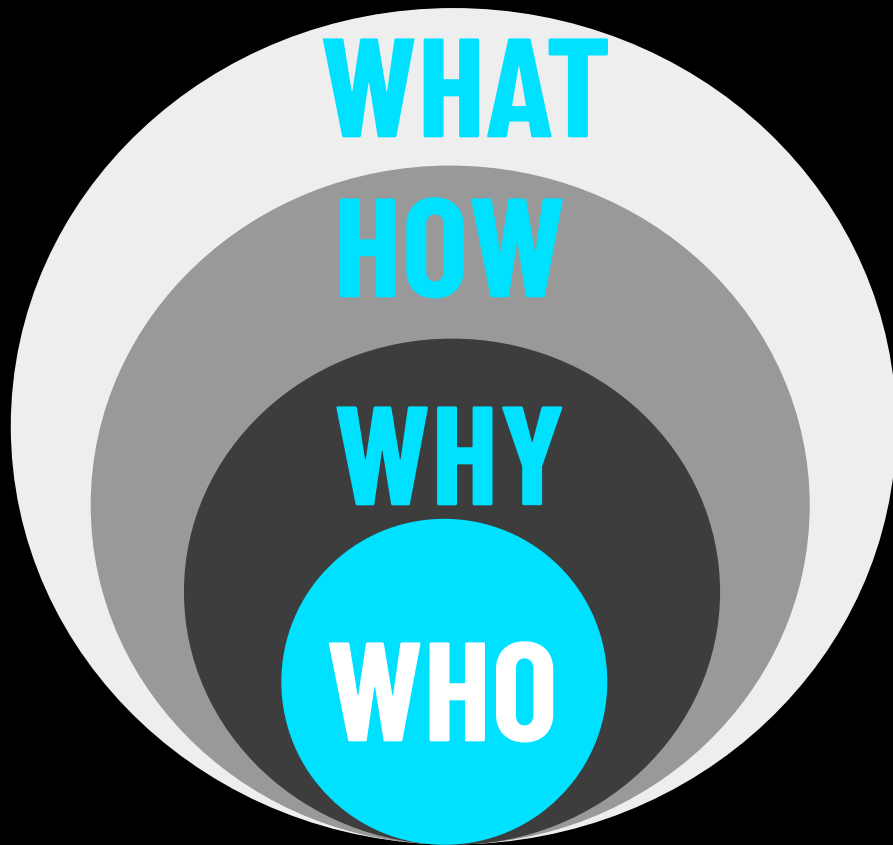
Jüssi_TheCreativeAgency



...



SIMON SINEK



...



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!

