

# Marketing Digital



# Mídias Digitais



## GUIA DA AULA 2



# Entenda os objetivos de mídia



Acompanhe aqui  
os temas que  
serão tratados  
na videoaula.

- **Objetivos e metas**
- **Jornada do cliente**



# Objetivos e metas



**LEMBRA DO FUNIL QUE FALAMOS NO MÓDULO  
DE INTRODUÇÃO AO MKT DIGITAL?**

**ANTES DE DEFINIR AS AÇÕES DE CADA  
ETAPA VAMOS DEFINIR ALGUMAS COISAS.**



DESCOBERTA

CONSIDERAÇÃO

DECISÃO

FIDELIZAÇÃO

+mídia



Pra falar novamente de funil  
vamos para um exemplo real:



...

# BRIEFING RECEBIDO

## CRIAR UM PLANO DE MÍDIA DE ACORDO COM O BRIEFING:

**Cliente:** seguro viagem

**Objetivo:** divulgar a marca e estimular vendas

**O que ele quer divulgar:** seguro viagem

**Período:** estimular a contratação para as férias de Junho e Julho

**Qual o investimento:** 500k

**Público-alvo:** casais com filhos, casais de namorados e solteiros



# Jovem viajante

## Exploradora



### Gisele

- 30 anos
- São Paulo
- Empreendedora, trabalha com Design de interiores
- Superior completo
- Renda própria: R\$ 11.000,00

#### Perfil:

Trabalhou e se esforçou muito para chegar ainda jovem em uma posição financeira confortável. Não liga de gastar um pouco mais em produtos e serviço, pois acredita que trarão uma melhor qualidade de vida.

#### Ambições:

Expandir seu negócio e continuar aprimorando conhecimento e reconhecimento profissional. Sente-se confortável vivendo sozinha e não se preocupa em encontrar uma par agora, porém gostaria de dividir suas conquistas com um parceiro (a) no futuro.

#### Viagens de avião:

2 a 3 vezes por ano

#### O que leva em consideração antes de viajar:



#### Comportamento do pré-viagem:

Gosta de fazer tudo por conta própria e procura os melhores preços. Porém, quando uma empresa oferece um serviço diferenciado, não liga em pagar mais. Dependendo da viagem, não liga de compra pacote fechado.

#### Interesses & Hobbies:

- Tutoriais no YouTube
- Filmes e séries
- Yoga
- Música
- Causas sociais
- Mídias Sociais

#### Marcas:

- |              |       |
|--------------|-------|
|              |       |
| Apple        | Itaú  |
|              |       |
| Carrefour    | Vans  |
|              |       |
| Chilli Beans | Adobe |

#### Frases sobre viagem:

- "Como viajo bastante, já não procuro mais destinos 'mainstream'. Quero conhecer mais a Ásia e alguns países sul-americanos".
- "Viagens são mais do que lazer para mim, são oportunidades de aprendizado. Ponto de ruptura para mudar quem sou".

#### Onde busca informações e produtos para viagem:



#### Influenciadores



# Casal cultura

## Viagem em Casal



### Ricardo

- 38 anos, Casado
- São Paulo
- Trabalha como Gerente de Marketing
- Pós-graduado
- Renda própria: R\$16.000,00.

#### Perfil:

Quer ser pai, ter seu próprio negócio e uma casa na praia, mas antes quer construir sua carreira, viajar, se aventurar e curtir bastante. Gosta de se encontrar com os amigos e namorada no fim de semana, sair para comer, ir em restaurantes diferentes e pubs. Entretanto, tem dificuldade em conciliar a vida profissional e pessoal.

#### Ambições:

Mantém a carreira em constante crescimento, sem deixar que sua vida pessoal fique de lado nessa jornada. A longo prazo, busca uma posição financeiramente confortável para si próprio e sua família.

#### Viagens de avião:

4 a 6 vezes por ano

#### O que leva em consideração antes de viajar:

Pontos Turísticos / culturais

Programas / Milhagem

Recomendação / Conteúdo

#### Comportamento do pré-viagem:

Ele gosta de pesquisar sobre os destinos e passeios mais culturais como museus e galerias. Procura por rotas não convencionais e como curtir o passeio ao máximo. Vê, até mesmo, vlogs e vídeos sobre o destino.

#### Frases sobre viagem:

- "Sempre que surge uma oportunidade, um feriado, eu tento viajar pra algum lugar com minha namorada, com a galera. Mas pelo menos uma vez por ano faço uma viagem mais longa".
- "Viajar é muito mais que minha vida pessoal apenas, acho que tem tudo a ver com minha vida profissional, falando de referências e tendências".

#### Onde busca informações e produtos para viagem:



#### Interesses & Hobbies:



Ficção Científica



Filmes e séries



Esportes



Música



Livros



Praia

#### Marcas:



Apple



Itaú Personalité



Jack Daniel's



BodyTech



Latam



Lacoste

#### Influenciadores



■ Familiares ■ Amigos ■ Blogs/sites ■ Agências



## O Pai Coruja



### Sidnei

- 44 anos, casado, 2 filhos
- São Paulo
- Trabalha como Psicólogo
- Superior completo
- Renda própria: R\$ 17.000,00, Familiar R\$ 25.000,00

#### Perfil:

Pai de família, geralmente com palavra decisória em assuntos financeiros ou que tragam grandes mudanças. Gosta de passar tempo com a família e gosta de se programar bem para as situações mais diversas. Gosta de segurança e estabilidade, prefere não correr riscos.

#### Ambições:

Dar boa educação aos filhos, boa escola e faculdade. A prioridade é fazer para os filhos o melhor possível.

#### Viagens de avião:

1 a 2 vezes por ano

#### O que leva em consideração antes de viajar:



#### Comportamento do pré-viagem:

A esposa gosta mais de escolher destino e roteiro. Ela gosta de planejar roteiros e curiosidades e se envolve mais no processo. Sidnei participa menos ativamente

#### Ações na internet antes de viajar:

- "Adoramos curtir o tempo que temos juntos, quando temos mais tempo vamos para a Disney, mas gostamos de aproveitar feriados prolongados para conhecer o Brasil".
- "Minha maior preocupação é o bem estar da minha família durante a viagem".

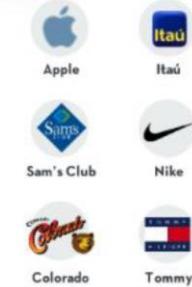
#### Onde busca informações e produtos para viagem:



#### Interesses & Hobbies:



#### Marcas:



#### Influenciadores



# Jornada do cliente



# Jornada

## MOMENTO IDEAL



Decisões de última hora:  
seguro viagem, bagagem,  
checagem de reservas

Hora de viajar!

Decide  
realizar uma  
viagem



## PONTO DE PARTIDA

Com aproximação da  
viagem, procura roteiro  
de atividades do local,  
troca de câmbio.

Pesquisa hospedagem e  
realiza as reservas e vê  
opções de locação de  
carro e demais meios de  
transporte

Busca por  
possíveis  
destinos

Pesquisa documentos  
necessários

Pesquisa roteiros  
para ajudar na decisão  
do destino

Com destino  
decidido, começa a  
buscar por passagens  
aéreas

Pesquisa roteiro  
focado no local  
escolhido

•••



Como vamos marcar presença  
na jornada de cliente? Vamos  
aterrizar as informações.



# O que?

Estimular a contratação de seguro viagem para cada um dos públicos da marca no período de férias, de Junho e Julho.

# Onde?

Através de ativações de acordo com as etapas do funil e canais que atinjam o público em seus diferentes momentos da jornada. Como: Youtube, Facebook/ Instagram, Squid, Google Search e Google Display.

# Como?

Através de comunicações direcionadas para cada um dos públicos.



# Quem?



Solteiros: 30~45 anos  
Bens de alto e médio valor  
Que segue páginas como Melhores Destinos, Decolar.com, Booking; que se interessa por marcas como Vans, Chilli bean. E curte viagens.



Casais: 30~45 anos  
Bens de alto e médio valor  
Que segue páginas como Melhores Destinos, Decolar.com, Booking; que se interessa por marcas como apple, itaú personnalité, latam, etc. E curte viagens.



Família: pais e mães - 44~55 anos  
Bens de alto valor  
Que segue páginas como Melhores Destinos, Decolar.com, Booking; que se interessa por livros, músicas, esportes e marcas como Itaú, Nike, Sam's club. E que também curte viagens.

• • •



# Possibilidades

Interessados em viagens

Interessados em férias

Interessados em concorrentes

Interessados em páginas de viagens, como  
Lugares que Gostaria de ir, Melhores destinos,

Quanto custa viajar e diversos outros sites e  
blogs da categoria de viagens

Interessados em gastronomia

Interessados em arte

Interessados em cultura

Interessados em música e filmes/séries

Interessados em aventuras

Lookalike de clientes

Lookalike de quem engajou com a página

Lookalike de fãs da página do Facebook

Buscadores da marca

Buscadores de seguro viagem/ assistência viagem

Buscadores de concorrentes

Base de clientes antigos e novos

Base de clientes recorrentes

Remarketing

Viajantes frequentes

Que frequentaram casas de câmbio

Que frequentaram agências de viagem





**DESCOBERTA**



**CONSIDERAÇÃO**



**DECISÃO**





# Bons estudos!

