

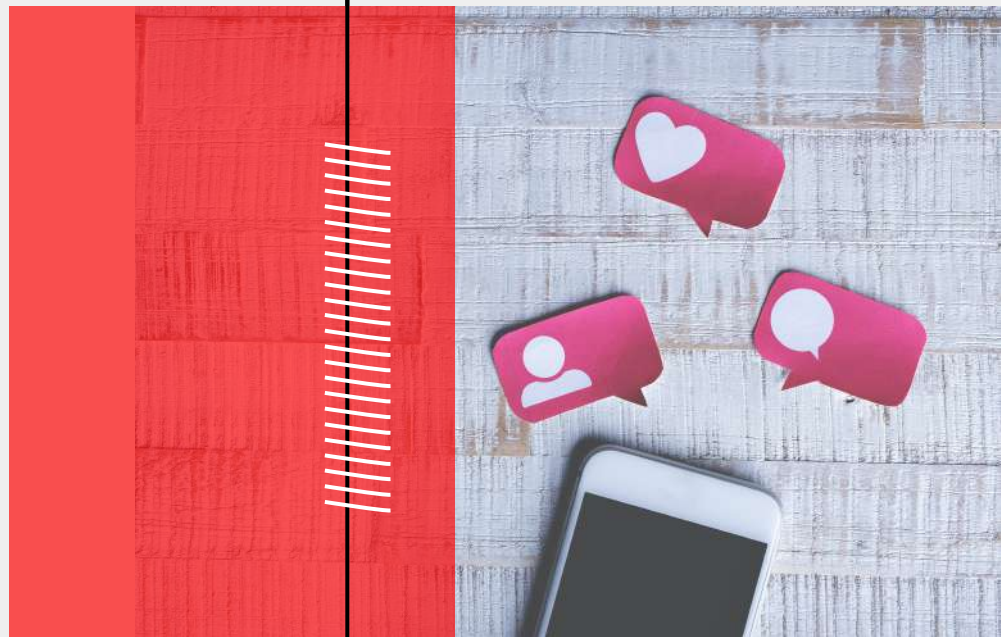
The background of the slide is a grayscale photograph of a person's hands. One hand is holding a black payment terminal with a keypad and a small screen. The other hand is holding a white credit card, which is being inserted into the terminal. The image is partially obscured by a large orange rectangle that contains the title and author's name.

MARKETING PARA E-COMMERCE

Bruno Campos de Oliveira

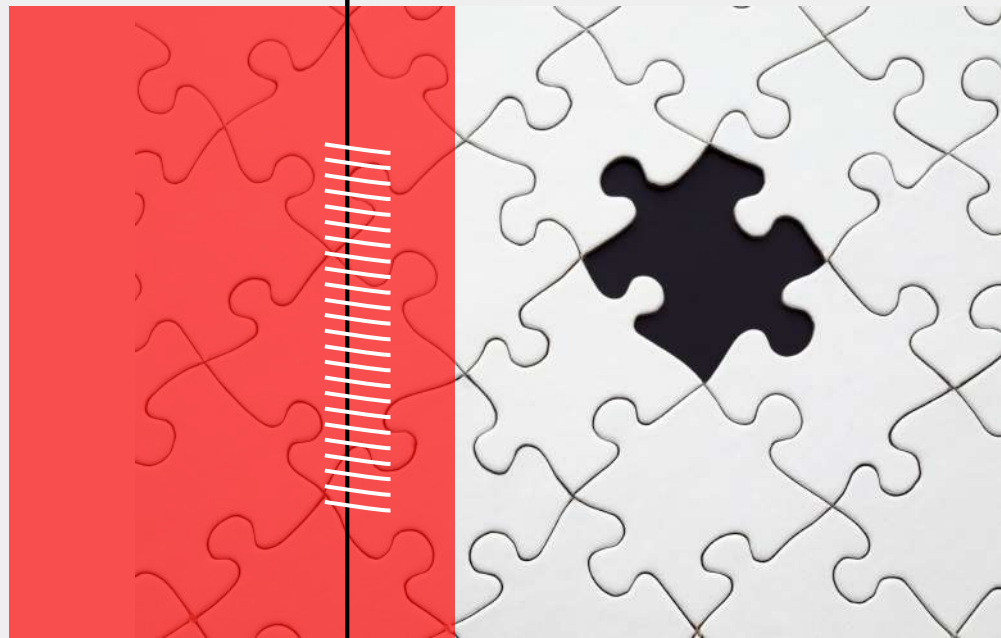
FUNIL ORGÂNICO

Estratégias não-pagas
de e-commerce



INTRO MÍDIAS ORGÂNICAS

Conhecendo possibilidades
para a sua loja



RECAP

MÍDIAS ORGÂNICAS

Mídia orgânica é todo canal de aquisição de visitas e ou aumento de conversão onde não pagamos pela mídia.

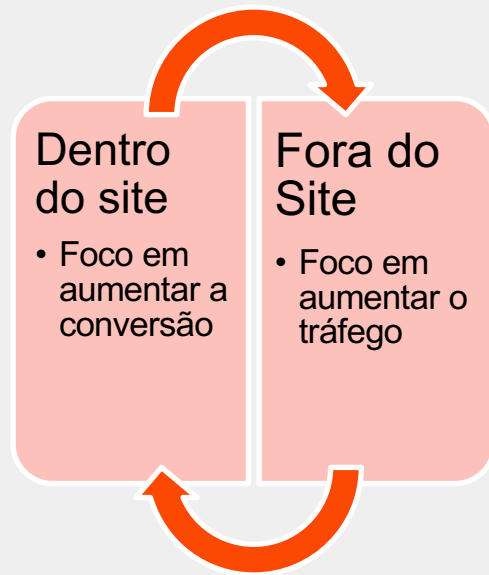
A ferramenta pode, e normalmente até tem um custo, mas sua veiculação não está atrelada com a compra de mídia.



ESTRATÉGIA

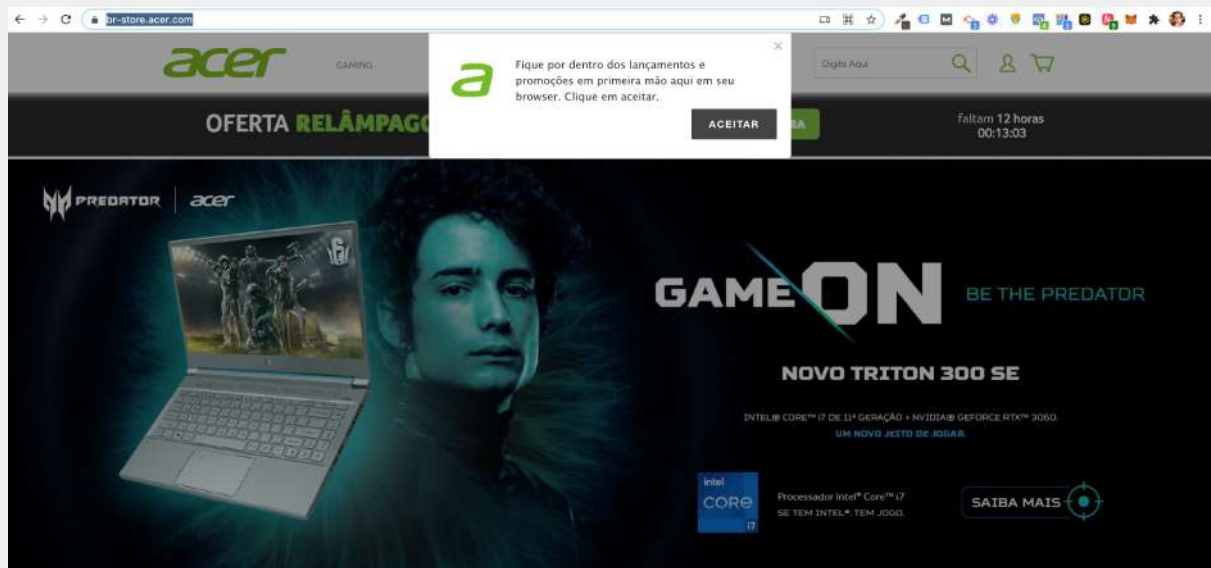
IN SITE / OFF SITE

Um ponto importante para suas estratégias orgânicas e com base em ferramentas é que elas podem estar dentro (in site), ou fora do seu e-commerce (off site).



ESTRATÉGIA PUSH NOTIFICATION

Bem comum no navegador Chrome, após o aceite do usuário, permite enviar notificações.



ESTRATÉGIA RECOMENDAÇÃO DE PRODUTOS

Muitas ferramentas oferecem o serviço de recomendação de produtos com base em inteligência artificial.

NOVIDADES MASCULINO FEMININO SALE RELÓGIOS **DIESEL** BUSCAR  ALTERAR CEP AJUDA LOGIN 

É DO SEU GOSTO? ENTÃO VEJA ESTES PRODUTOS SIMILARES



Calça Diesel D-Strukt	Calça Diesel D-Reeft-Rx-Ne	Calça Diesel D-istort	Calça Diesel K-Suit-C
R\$ 2495,00 6x de R\$ 415,83	R\$ 2255,00 6x de R\$ 375,83	R\$ 2795,00 6x de R\$ 465,83	R\$ 1295,00 6x de R\$ 215,83

ESTRATÉGIA

QR CODES

Uma tecnologia que foi criada em 1994 e, até pouco tempo, não tinha um uso relevante.

Recentemente, ela virou um hit no mercado.



ESTRATÉGIA

QR CODES

Uma tecnologia que foi criada em 1994 e, até pouco tempo, não tinha um uso relevante.

Recentemente, ela virou um hit no mercado.



ESTRATÉGIA QR CODES

Cada vez mais comum
na TV, lives e em
materiais de anúncios
físicos.



ESTRATÉGIA APPS

Em lojas de compra recorrente, podem ser bons geradores de tráfego.

Em produtos de maior valor, podem gerar experiência.



ATIVAÇÕES IN STORE

Para lojas que também possuem espaços físicos, podemos aproveitar para ampliar a experiência ou fazer vendas digitais.



ALGUMAS ESTRATÉGIAS ORGÂNICAS



E-MAIL MARKETING

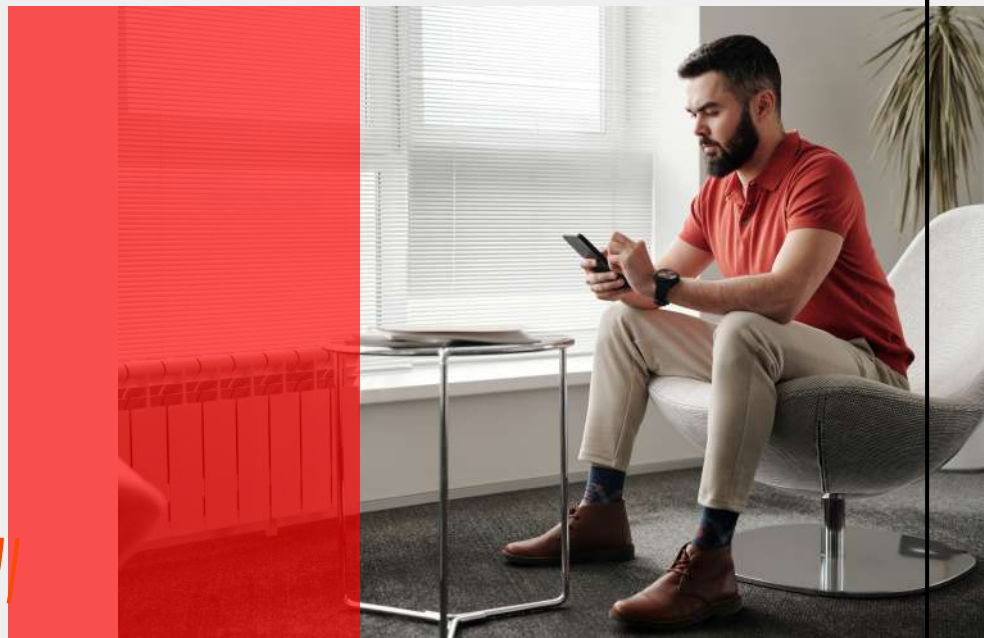
Usando e-mail como uma
ferramenta de vendas



O QUE É E-MAIL MARKETING?

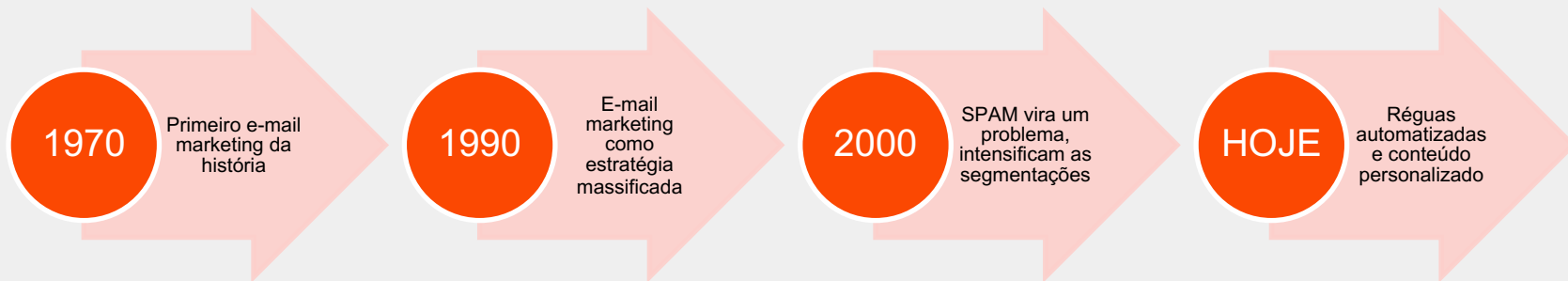
É toda ação de marketing que usa o e-mail como canal.

Segundo o Statista, 1/3 da população mundial já possuía um e-mail em 2019.



O PRIMEIRO E-MAIL MARKETING DA HISTÓRIA

Na década de 70, Gary Thuerk enviou uma oferta por e-mail para 400 endereços. Tal ação resultou em 13 milhões de dólares em vendas.



TIPOS DE E-MAIL - NEWSLETTER

Feed de notícias da empresa com novidades e assuntos relevantes.

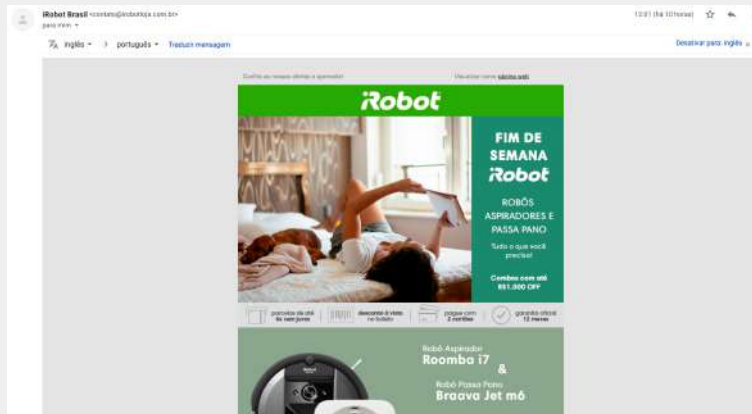
São uma maneira de se comunicar com mais leveza e recorrência. Nem sempre levam uma mensagem comercial.



TIPOS DE E-MAIL - PROMOCIONAL

Foco em promover uma oferta, divulgar um produto e converter.

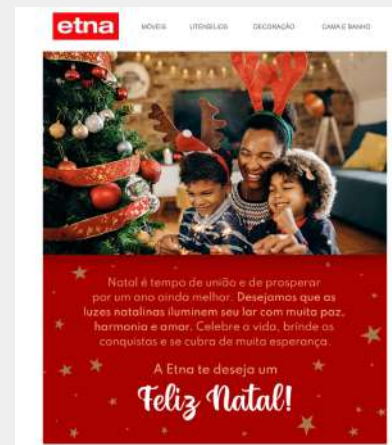
Quanto mais segmentado for esse tipo de mensagem, maior a probabilidade de conversão.



TIPOS DE E-MAIL - SAZONAL

Comunicação em datas especiais, para comunicar ofertas.

Importante combinar o produto ou serviço com a data sazonal para aumentar a chance de conversão.



TIPOS DE E-MAIL – BOAS VINDAS

O primeiro e-mail que enviamos ao nosso lead

Sempre que possível, podemos oferecer um benefício ou explicar como vamos nos comunicar com aquele potencial cliente.



PARA NÃO FICARMOS COM SAUDADE, GOSTARÍAMOS DE TE OFERECER

30% OFF
NO SEU PRÓXIMO PEDIDO.

TIPOS DE E-MAIL – INATIVOS

Mensagem focada em um cliente inativo

É comum ter parte da base que não responde ou para de responder. Por isso, focar em estratégias para recuperar inativos é muito importante.



TIPOS DE E-MAIL – COMERCIAL

Mais comum em e-commerce, pode ter várias funções e objetivos

- Divulgar novidades;
- Recuperar carrinhos abandonados;
- Aumentar conhecimento sobre o consumidor;
- Criar novos assuntos;
- Gerar novas *cross-selling*;
- Gerar *user generated content* através de avaliações.



The image shows a promotional email template for SmartFit. At the top, there is a navigation bar with the SmartFit logo and links for UNIDADES, PLANOS, CONTEÚDOS, and CLIENTES. The main content area is split into two sections: a dark grey section on the left with a 'BLACK FRIDAY' banner and '3 MESES GRÁTIS' in large, stylized yellow letters, and a bright yellow section on the right with the text 'ÚLTIMAS HORAS' and a digital countdown timer showing '00 00 00' for hours, minutes, and seconds. Below these sections is a red button that says 'USAR CUPOM AGORA'. The text below the button states that the offer is unique and exclusive, and that the user has been chosen to join the largest fitness community in Latin America for 3 months without paying anything. It encourages the user to use the coupon and finish the year with better health. At the bottom, there is a yellow box containing the coupon code '60MAIS30'. Finally, it instructs the user to use the coupon in the 'Cupom de Desconto' area before finalizing their purchase on the website.

smartfit

UNIDADES | PLANOS | CONTEÚDOS | CLIENTES

BLACK FRIDAY

3 MESES GRÁTIS

ÚLTIMAS HORAS

00 00 00

HORAS MINUTOS SEGUNDOS

USAR CUPOM AGORA

Essa condição é única e exclusiva pra você. Aproveite, **porque é só hoje!**

Você foi escolhido para se juntar à maior comunidade fitness da América Latina de um jeito super especial: treinando por **3 meses sem pagar nada**. Aproveite o cupom de desconto e **termine** o ano com mais saúde e muito mais imunidade!

60MAIS30

Para ganhar 90 dias grátis, utilize o cupom na área "Cupom de Desconto" antes de finalizar a **sua compra no site**.

CRM

Gestão de Relacionamento
com o Cliente como
estratégia de vendas



O QUE É CRM?

CRM é uma sigla para Customer Relationship Management (Gestão de Relacionamento com o Cliente).

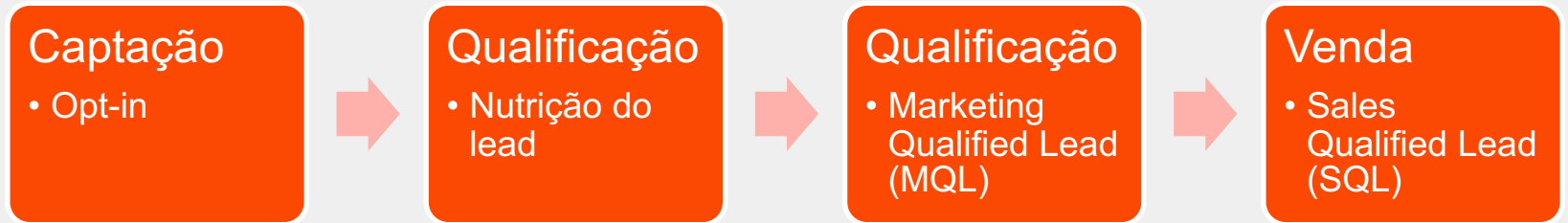
É um processo que envolve marketing, vendas e outros pontos de contato.



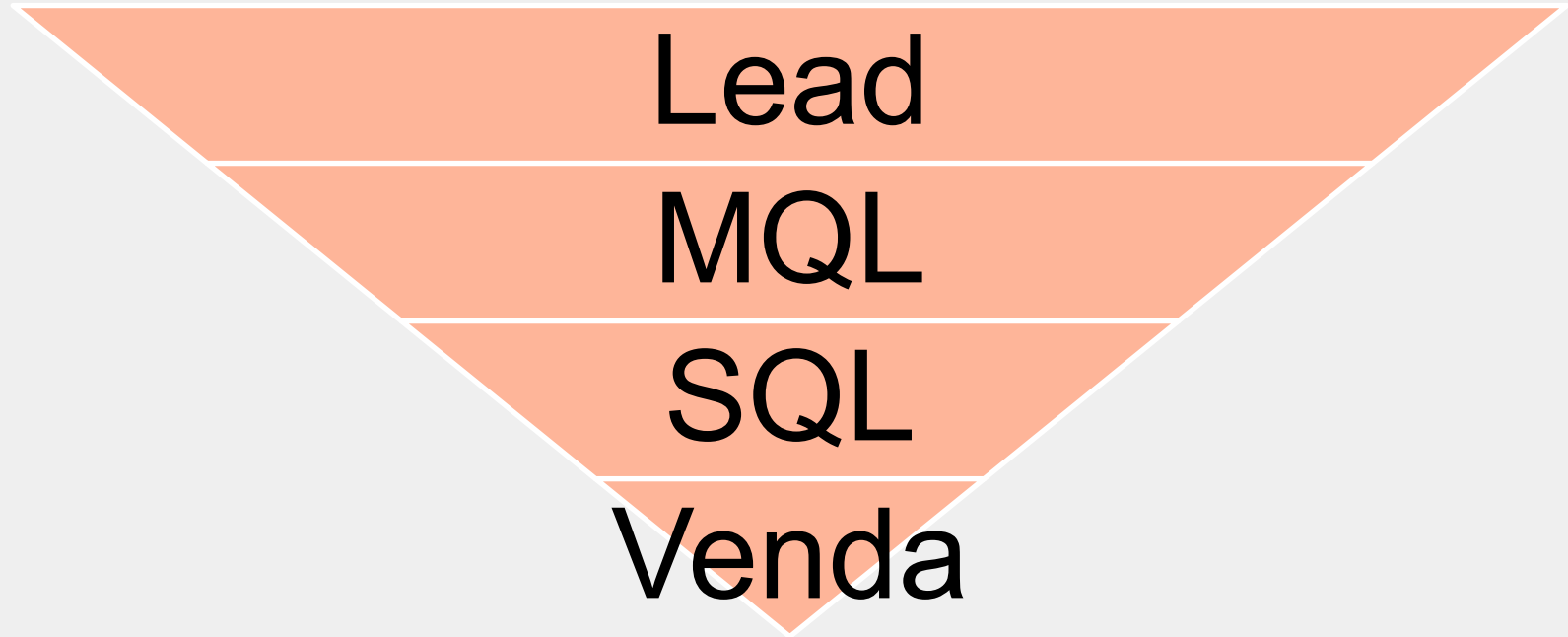
ALGUMAS ATIVIDADES DE CRM



CICLO DE VIDA DO CRM



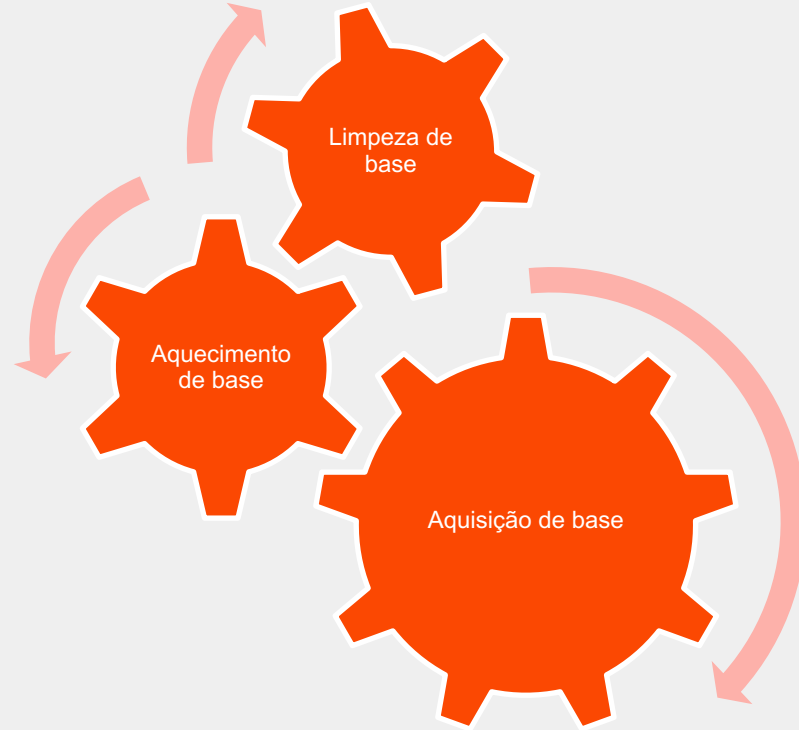
FUNIL DO LEAD DE CRM



TIPOS DE CRM

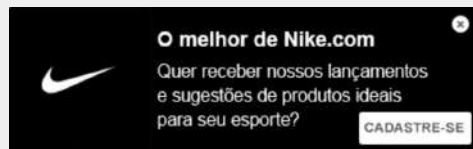


CICLO DE VIDA DA BASE DE CRM



COMO FUNCIONA CADA ETAPA DO CRM:

AQUISIÇÃO DE BASE



OPT-IN

Usuário dá o aceite para entrar na base de contatos



CONTATOS

Após o opt-in é importante continuar a comunicação, sempre que possível, de maneira personalizada.

Queremos oferecer sempre o melhor serviço pra você, por isso temos algumas opções

Quer receber menos e-mails?

☒ Sim, quero receber somente 1 e-mail na semana

[Mudar Frequência](#)

Quer parar de receber nossos e-mails? Conte-nos o que ocorreu

☐ Não me recordo de ter autorizado o envio de mensagens para o meu e-mail

☐ Não pretendo realizar novas compras no site

☐ Não tenho interesse pelos produtos que recebo

☐ Acho que vocês enviam muitos e-mails

☐ Não quero informar o motivo

[Desinscrever](#)

OPT-OUT

Parte dos relacionamentos, chegam ao fim. Nesse momento é importante entender os motivos e oferecer alternativas.



COMO FUNCIONA CADA ETAPA DO CRM:

AQUECIMENTO DE BASE

Sempre teremos uma parcela da base de contatos que não responde.

Quando esse percentual é muito alto ou a base, muito nova, é importante fazer o aquecimento de IP.

Disparo #1



□ Não disparar ■ Disparar

Disparo #2



□ Não disparar ■ Disparar

Disparo #3



□ Não disparar ■ Disparar

Fazemos o primeiro disparo para um percentual pequeno da base que tenha alto engajamento. Já no segundo, excluimos quem não engajou e acrescentamos os de maior engajamento que ficaram de fora do primeiro disparo. E seguimos até ter um alto percentual da base já contatado e aquecido.



COMO FUNCIONA CADA ETAPA DO CRM:

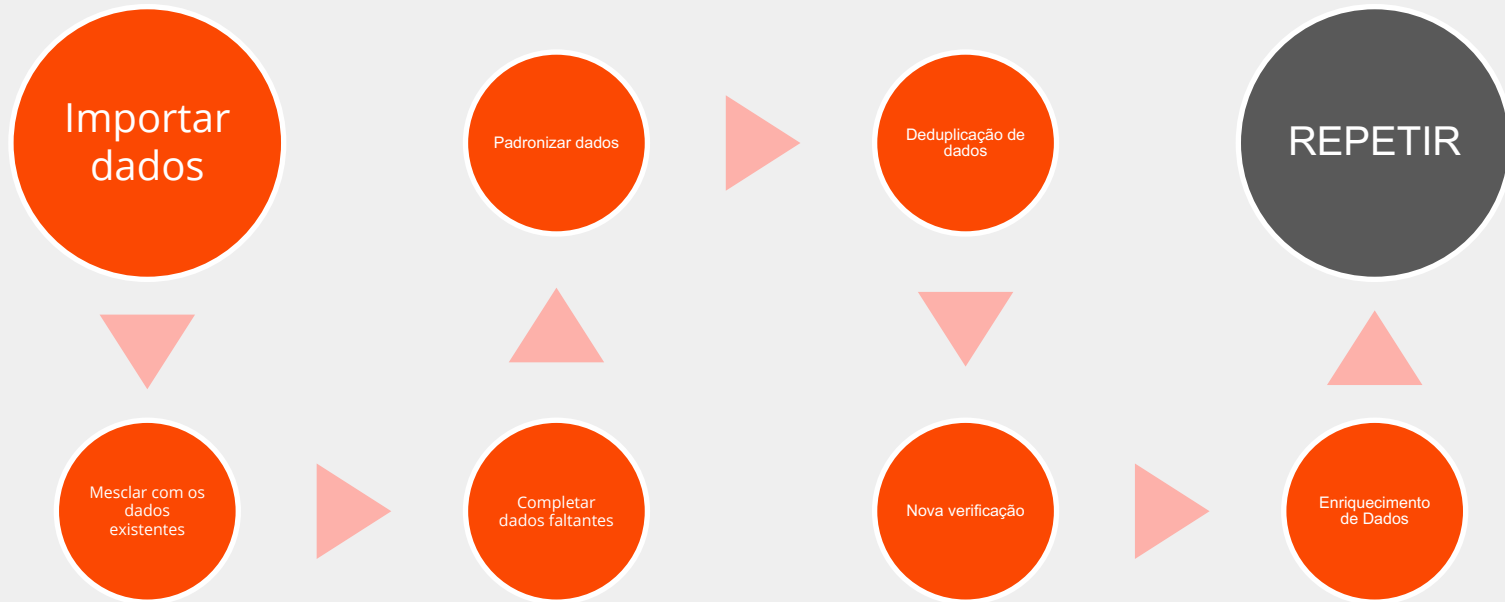
LIMPEZA DE BASE

Dados, como muitas outras coisas, podem ter sujeira. Por isso, uma rotina constante de limpeza de base é essencial.



COMO FUNCIONA CADA ETAPA DO CRM:

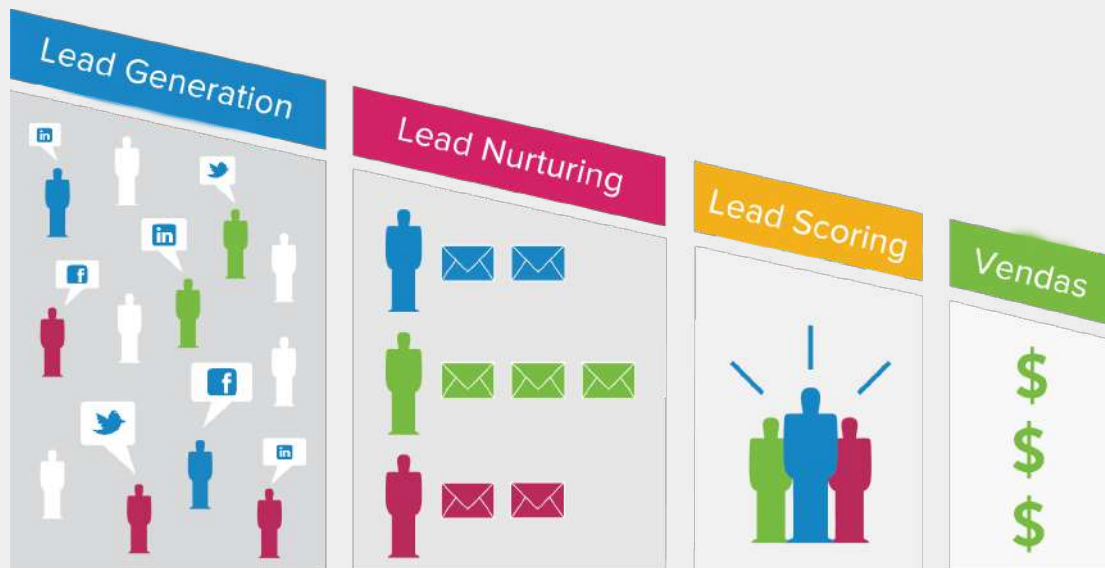
LIMPEZA E MELHORIA DE BASE



COMO FUNCIONA CADA ETAPA DO CRM:

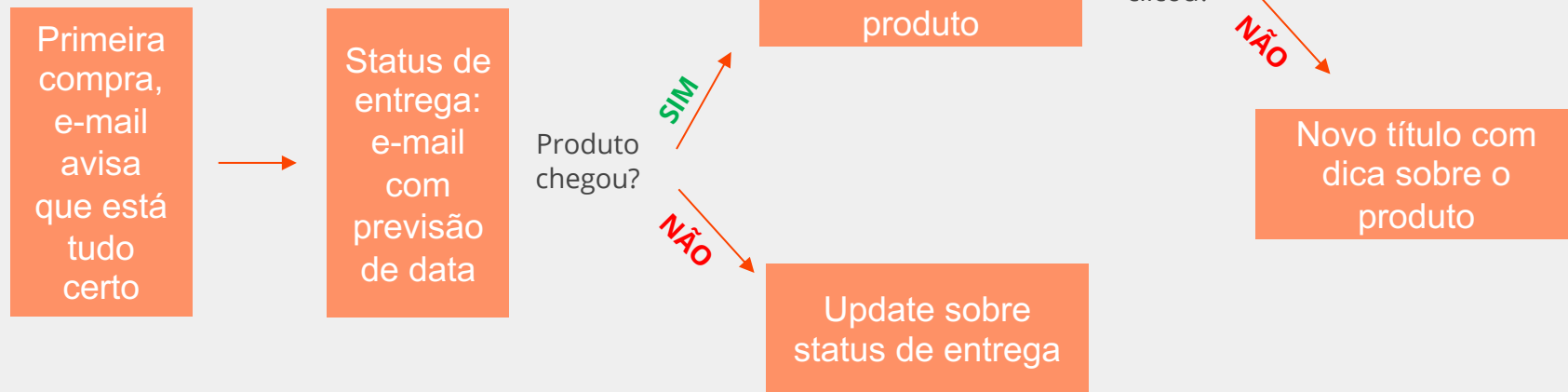
NUTRIÇÃO DE BASE (LEAD NURTURING)

Uma estratégia importante de CRM e Inbound Marketing é que ela permite vários pontos de contato para explicar o produto e ter maior eficácia na conversão final.



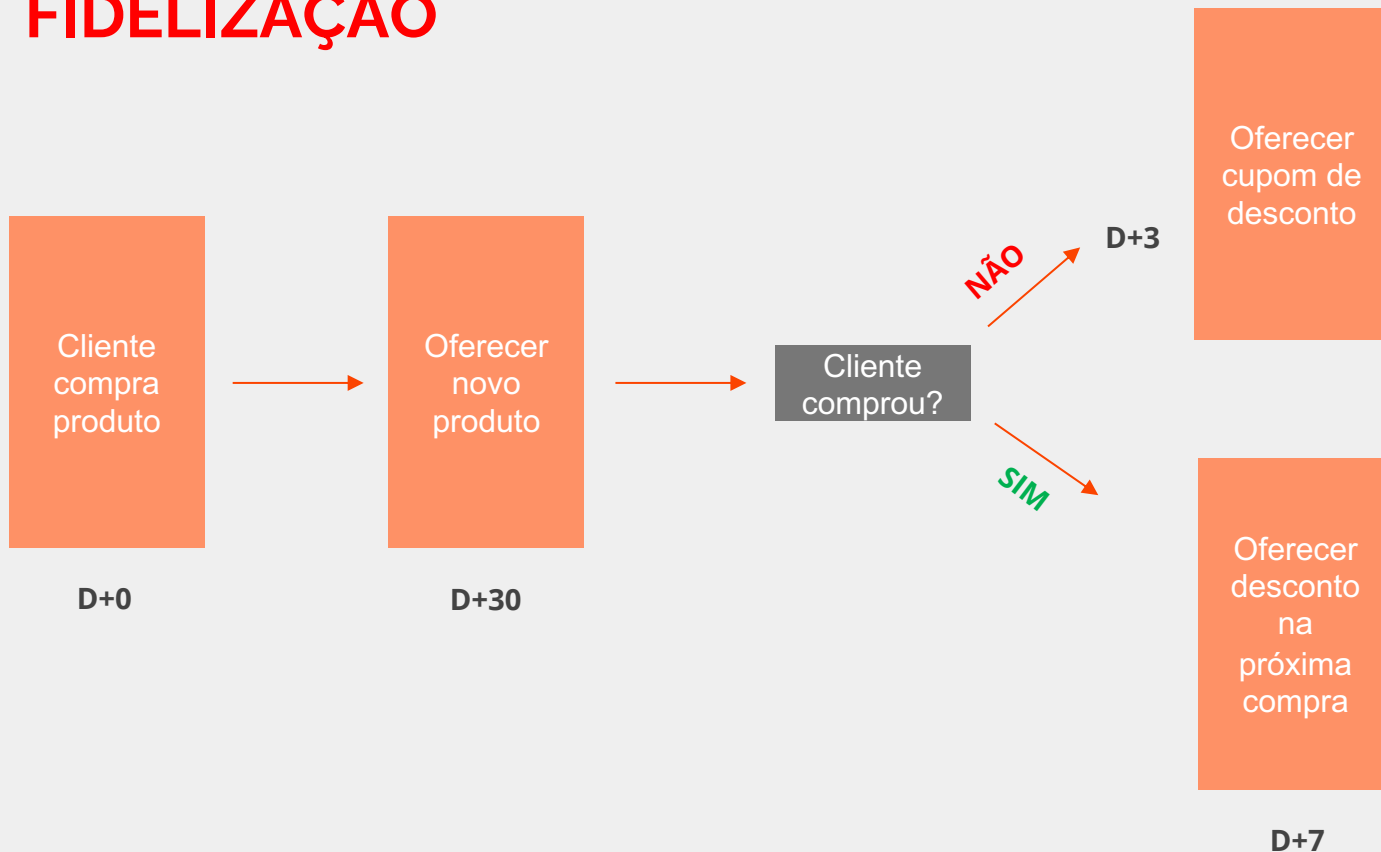
RÉGUAS AUTOMATIZADAS

PRIMEIRA COMPRA



RÉGUAS AUTOMATIZADAS

FIDELIZAÇÃO



PROGRAMAS DE FIDELIZAÇÃO E SUAS VANTAGENS

MEU STATUS COMO MEMBRO

 Cliente há **10 meses**

Cliente desde agosto 2020 Última encomenda em maio 2021

É

Connoisseur . Expert . Ambassador

 **560** / 800 cápsulas

Adquira mais 240 cápsulas antes de julho 2021 e torne-se num cliente
AMBASSADOR

ENCOMENDAR CAFÉ

E-commerce da Nespresso

Seu histórico de pontos

Pontos disponíveis: 6792

Pedido	Status do pedido	Status dos pontos	Pontos da transação	Mensagem	Data
20021152	Pago	disponível	+ 6792	Pontos disponibilizados ao cliente referentes ao pedido 20021152.	17/03/2021 00:00:02
20021152	Aguardando Pagamento	pendente	6792	Pontos pendentes referentes ao pedido 20021152 adicionados.	12/03/2021 11:08:45
20021134	Pedido Cancelado	indisponível	- 7546	Pontos removidos do saldo do cliente, referentes ao cancelamento do pedido 20021134.	12/03/2021 06:40:10
20021134	Aguardando Pagamento	pendente	7546	Pontos pendentes referentes ao pedido 20021134 adicionados.	11/03/2021 20:58:41

Pequeno e-commerce de cerveja

CRM INTERAGE COM TODA A EMPRESA

