

Canais particulares diretos, parceiros indiretos

Transcrição

[00:00] Acabamos de ver que os canais são divididos entre online e offline na comunicação. E o que poderíamos utilizar no nosso caso era o Facebook. Aí eu deixei uma pergunta para vocês: fui eu que inventei o Facebook? Não. Eu não inventei o Facebook, da mesma forma que eu também não inventei o outdoor.

[00:30] Por que eu estou falando tudo isso? Precisamos voltar no que falamos antes. Qual a intenção dos canais? Eles me ajudam a alcançar as pessoas que colocamos no segmento de clientes, para entregarmos nossa proposta de valor para elas. Eu preciso saber quem são os meus clientes, qual a proposta de valor que quero entregar para cada um. E aí vou procurar entregar, emitir essa mensagem para o meu receptor.

[01:00] Eu preciso identificar quais são os meus canais. Nós vimos que no começo tínhamos colocado na rádio SulAmérica Trânsito, que também não era minha. Eu e meus sócios não somos donos. Nós colocamos uma comunicação nela.

[01:20] Tem uma classificação que eu falei no outro vídeo dos canais, além de online e offline. Por exemplo, no Facebook. Tenho tudo prontinho para mim. Eu não preciso criar uma ferramenta de mídia, um canal de comunicação, porque ele já existe. Eu só falo através do Facebook para as pessoas instalarem meu aplicativo. Não precisei gastar tempo desenvolvendo essa ferramenta de mídia, que é o Facebook. Só gastei tempo colocando uma comunicação nela.

[02:20] Mas o que isso tem a ver? Quando temos um canal de comunicação do tipo que não fui eu que desenvolvi, só desenvolvi a comunicação que vai nele, tenho um canal parceiro indireto, porque não fui eu quem criou. Tenho uma parceria com ele, ou seja, eu pago para meu anúncio ser mostrado para as pessoas. É indireto porque não é meu, e é através dele que consigo pessoas para o meu negócio, para baixarem meu aplicativo.

[02:58] Os canais podem ser classificados no canvas como: canal parceiro indireto, que são os canais que não fui eu quem criou. Eu apenas tenho uma parceria, paga ou não, em que coloco minha comunicação para o meu segmento de clientes ali dentro. Exemplo: Facebook, em que conseguimos criar anúncios e direcionar o cliente para algo que nós quisermos, como baixar o meu app; Google, em que eu conseguiria direcionar os segmentos de clientes para o meu site ou para baixar meu aplicativo, ou para um site promocional, conseguir um cupom de desconto.

[04:52] Ok, mas e quando eu fiz o meu app? Por exemplo, desenvolvi o Me Transporte. Ficamos horas rodando, buildamos o app, colocamos na loja e todo mundo começou a baixar. A mesma coisa com o nosso site. Qualquer alteração que eu for fazer, eu sou a total responsável. Qualquer feature no nosso site ou app é minha responsabilidade. Ou seja, não sou o Facebook, não é o caso do canal parceiro indireto. É um canal meu. O negócio é meu, o app é meu, o site é meu. Tudo que eu desenvolvi é um canal chamado particular direto. Toda vez que fui eu quem desenvolveu, é meu.

[05:49] Canal particular direto então são os canais criados por mim, que eu posso alterar quando eu quiser, posso criar features quando eu quiser, porque é meu. Eu consigo fazer tudo que meu negócio/meus sócios/eu decidir. Tudo que eu quiser fazer, consigo fazer aqui. Exemplo: meu site, meu app, eu consigo alterar e criar quando eu quiser.

[07:20] Ok, temos todos esses canais, temos os parceiros indiretos, como no caso do Facebook. Por que estamos falando de tudo isso? Será que tenho que usar só o Facebook ou tenho que ter um site da minha empresa? Como funciona? Como eu escolho? Vou usar o Facebook? O Google?

[08:07] Pessoal, aqui, como falamos, nós utilizamos o Facebook, porque ele vai mostrando, explicando, ele tem um guia, um tour que explica como funciona. Foi por isso que escolhemos. vocês podem colocar anúncios de 100 reais até 2 milhões. O dinheiro que você tiver para gastar. O importante é que você consegue começar com quantias baixas, pausar a qualquer momento. Você tem esses reports. É por isso que estamos usando o Facebook. Mas é importante ter seus próprios canais também. Não significa que usar só o Facebook ou o Google vai facilitar, que a pessoa vai baixar o app. Não podemos tomar como pressuposto que só de você falar que o app existe, a pessoa vai baixar. Eu preciso ter um canal particular direto, que é onde essas pessoas me encontram, onde conseguem falar só comigo, porque qualquer problema que elas tiverem, elas sabem onde procurar.

[09:35] As páginas do Facebook trabalham muito bem. Eles se comunicam com as pessoas também. Mas às vezes quando é um problema de cartão de crédito, algo do tipo, precisamos de um atendimento, uma página em que recorro com todos os problemas que posso ter.

[09:59] O ideal é que vocês tenham um equilíbrio entre o canal particular e o canal parceiro indireto. Que você consiga utilizar todas essas ferramentas. Outro exemplo bacana que podemos utilizar é o blog do Alura, por exemplo, ou o hipsters.tech. Podíamos ter uma página no YouTube mostrando todas as nossas conversas, para usar um canal parceiro indireto? Poderíamos. E podemos utilizar os dois canais, mas foi uma opção nossa de ver o que era interessante para a empresa, para o negócio, o que queríamos passar, qual a proposta de valor que gostaríamos de ter, e quando analisamos tudo isso, criamos nosso canal particular direto.

[11:18] Vocês têm que identificar no cliente de vocês, no segmento de clientes de vocês o que você vai impactar para ele, como fazer esse mix. É tendo um site? O Facebook? O Google? O ideal é que você consiga navegar pelos dois tipos de canais, e não focar apenas no seu site. Eu preciso ter um apoio, caso alguém queira me encontrar, tenho todas as informações lá.

[11:53] O ideal para nós, quando pensamos nesses homens e mulheres, seria usar um canal parceiro indireto direcionando para baixar o app. E posso fazer isso também com os motoristas. O app é um canal direto particular. Já identifiquei que vou fazer um merch, vou usar os dois. E depois coloco qual vai para cada um. Pego um post-it da cor dos usuários e coloco “baixar o app”, porque essas pessoas ainda não estão no meu app. E para os motoristas, digo “volte a usar o app”.

[14:52] Agora já preenchemos mais uma parte do nosso canvas. Conseguimos identificar qual o canal que vamos utilizar para cada um dos nossos segmentos de clientes. E já sabemos também quais são os tipos. Qual o ideal? É utilizar os dois. Tanto o particular quanto o parceiro.