

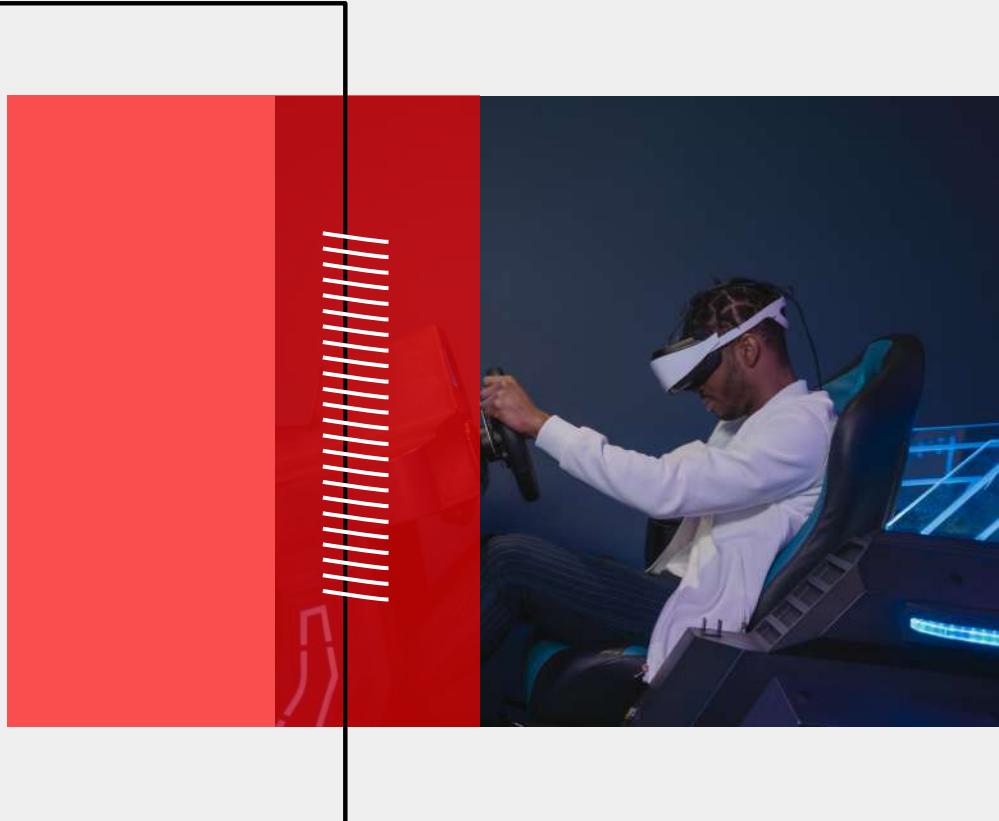
MARKETING PARA E-COMMERCE

Bruno Campos de Oliveira

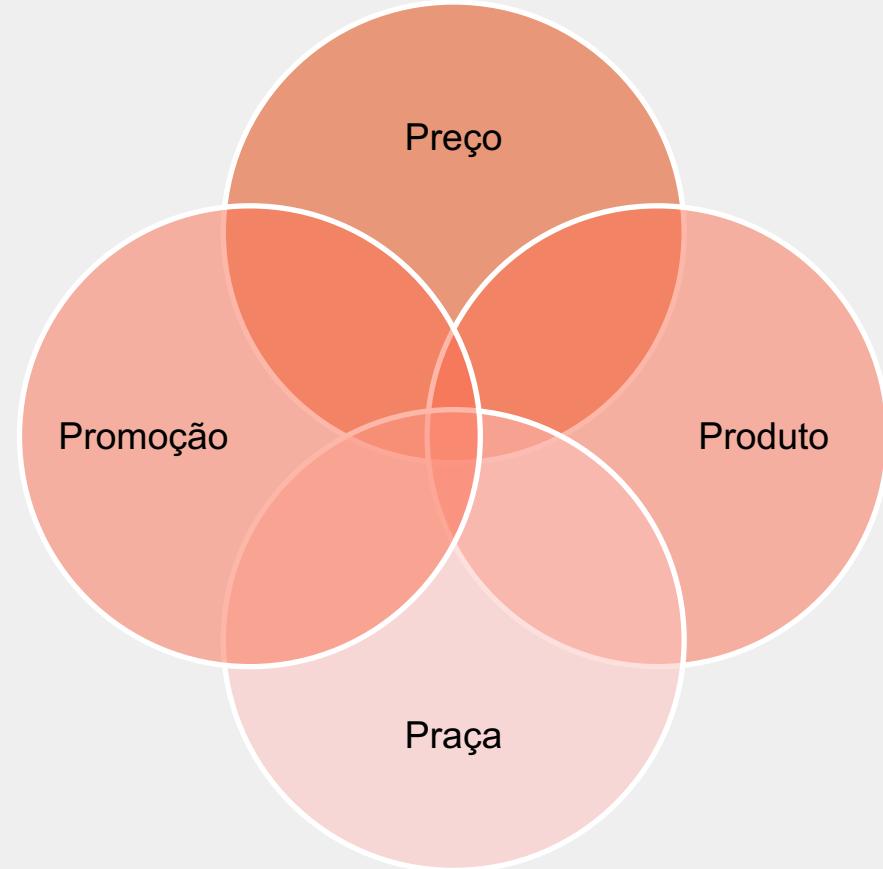


OS 7Ps DO NOVO MKT

Como pensar além
dos 4P de Kotler

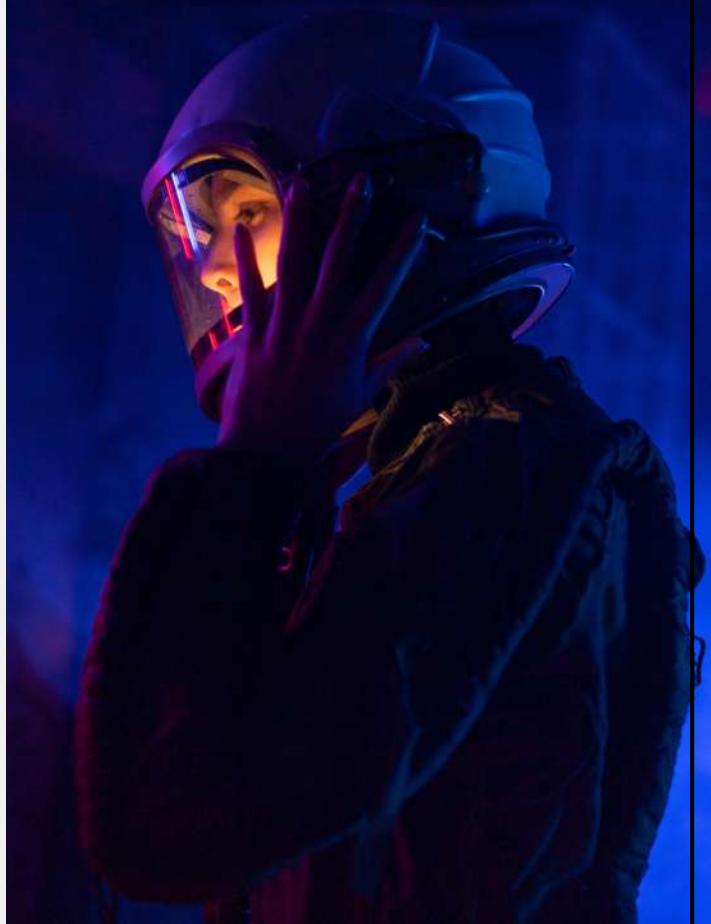


ANTES DE
MAIS NADA,
QUAIS SÃO OS 4Ps?



PROPOSTA DOS 7Ps

Focado no marketing de serviços,
os 7Ps olham novas variáveis:



OS 7Ps DE SERVIÇOS PRODUTO

O serviço deve ser visto como um produto, onde analisamos:

- Qual a consistência da entrega?
- Como aplicamos nossa identidade visual na entrega?
- O que não pode faltar no pitch?
- Como fazer treinamentos para garantir padrões?

SAIBA MAIS: [Canal do Consultor – 7Ps de Serviços](#)



OS 7Ps DE SERVIÇOS

PREÇO

O preço sempre deve levar em consideração o custo de se prestar aquele serviço, mas também, não pode ignorar o mercado.

É importante conhecer a fundo seus custos para ser mais competitivo quando necessário.

SAIBA MAIS: [Canal do Consultor – 7Ps de Serviços](#)



OS 7Ps DE SERVIÇOS

PRAÇA

Em alguns tipos de serviços o local onde ele é prestado pode fazer toda a diferença.

É importante entender esse impacto e, sempre que possível, gerar valor em cima dele.

Isso também influencia em preços pois regiões diferentes costumam aceitar valores diferentes.

SAIBA MAIS: [Canal do Consultor – 7Ps de Serviços](#)



OS 7Ps DE SERVIÇOS

PROMOÇÃO

É importante usar canais, principalmente os digitais para mostrar que seu serviço é diferenciado e a melhor solução para o cliente endereçar os problemas que ele precisa resolver.

Em serviços que possuem aporte intelectual, investir em conteúdo para ter status de autoridade faz a diferença também.

Redes sociais com conteúdo e um bom site são importantes cartões de visita.

SAIBA MAIS: [Canal do Consultor – 7Ps de Serviços](#)



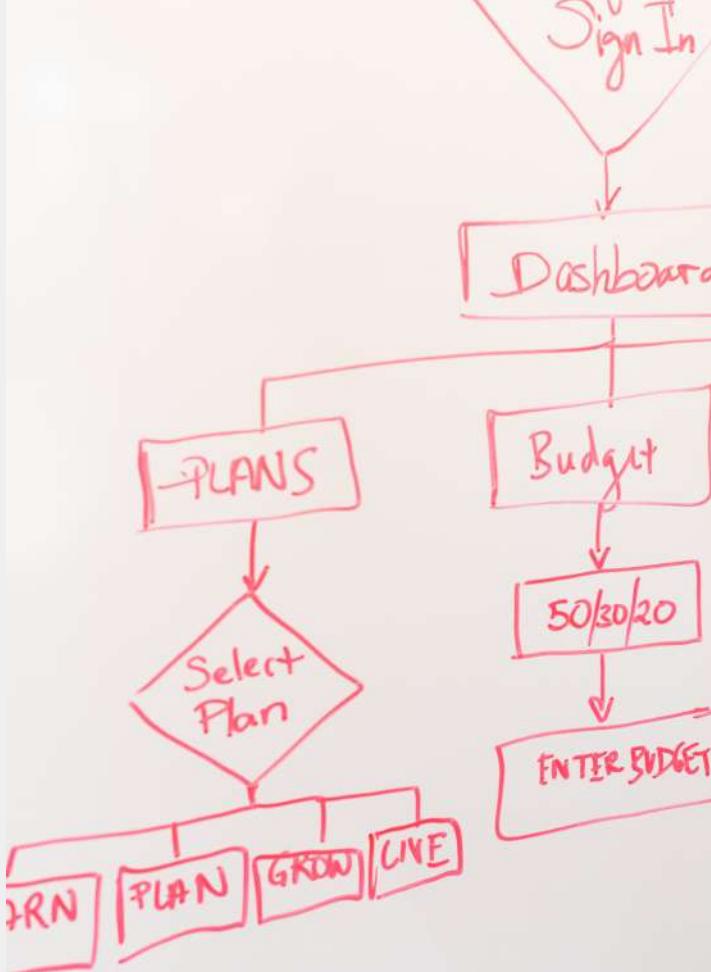
OS 7Ps DE SERVIÇOS

PROCESSOS

Existe toda uma organização por trás da entrega de um serviço.

Se ela não está bem resolvida, pode comprometer seriamente a qualidade da entrega e causar uma percepção ruim.

Investir em processos é tão importante quanto investir em melhorar o seu produto.



SAIBA MAIS: [Canal do Consultor – 7Ps de Serviços](#)

OS 7Ps DE SERVIÇOS

PESSOAS

A maioria dos serviços são definidos pelas pessoas que os entregam.

Um restaurante pode ter a melhor comida do mundo, mas se você for mal atendido pode não querer voltar mais.

Por isso, investir em pessoas é a base de qualquer empresa de serviços de sucesso.

SAIBA MAIS: [Canal do Consultor – 7Ps de Serviços](#)



OS 7Ps DE SERVIÇOS

PALPABILIDADE

Muitas pessoas tem dificuldade de imaginar como seria a entrega de um serviço. Ou ainda, existem entregas tão complexas que tornam essa abstração quase impossível.

Portanto, sempre que for possível ter amostras ou uma proposta comercial que ajuda e dar palpabilidade, é algo essencial para garantir um alinhamento de expectativas correto.

Para serviços muito técnicos, a venda é boa parte da entrega.

SAIBA MAIS: [Canal do Consultor – 7Ps de Serviços](#)



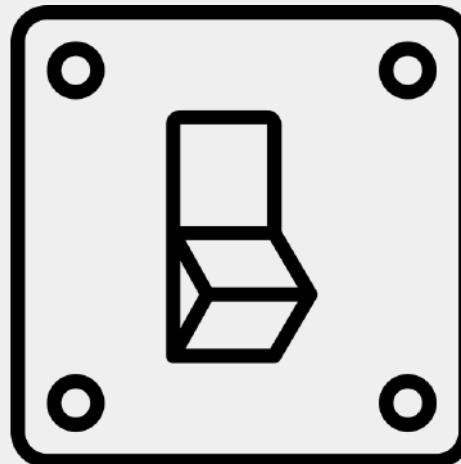
CONVERGÊNCIA DE MEIOS

Quando o digital encontra
o mundo físico



O QUE É CONVERGÊNCIA DE MEIOS

Cada vez mais o *on* encontra o *off* e a linha imaginaria entre esses dois mundos fica cada vez mais inexistente.



CONVERGÊNCIA LIVE MARKETING

Live marketing pode ser considerado como um marketing que visa gerar experiências.

No entanto, com o aumento do uso digital, esse termo também está sendo usado para falar de ações de live commerce onde vendas são feitas ao vivo, misturando experiência e compra.

SAIBA MAIS: [Clube do Trade - Live Marketing](#)



CONVERGÊNCIA

LIVE MARKETING

Apesar da ação de consumo ser off-line, tivemos promoções da ação nativamente digitais:



SAIBA MAIS: [Clube do Trade - Live Marketing](#)

CONVERGÊNCIA REALIDADE AUMENTADA

A realidade aumentada consegue unir recursos do mundo digital e simular sua aplicação no mundo real.

Essa tecnologia ajuda não só a gerar experiências como também, no processo de decisão de compra.



CONVERGÊNCIA GEOTARGETING

A partir de tecnologias de geolocalização é possível criar “cercas digitais” e personalizar a mensagem de um anúncio de acordo com a localização de uma pessoa naquele momento ou locais que ela visitou recentemente.

Podemos, por exemplo, mudar a mensagem de uma marca para pessoas que estão no shopping onde existe uma loja, ou ainda, estar em feiras e eventos de maneira virtual.



CONVERGÊNCIA DIGITAL OUT OF HOME

Com a mídia programática é possível se conectar em painéis de Out of Home e criar experiências híbridas com a personalização do digital, aplicada no impacto do mundo físico.



TEMPERATURA LORENZETTI



CTR 1,18%

60% DAS
PESSOAS
VERIFICAM A
PREVISÃO DO TEMPO
PELO MENOS UMA
VEZ POR DIA.

FIZEMOS UMA
SEGMENTAÇÃO
CONDICIONADA AO CLIMA.
QUANDO ERA IDENTICADO
QUE O CLIMA ESTAVA FRIO,
AUMENTAVAMOS ENTREGA
DO LANÇAMENTO DO
CHUVEIRO LORENZETTI.

ENTREGANDO A MENSAGEM
DA CAMPANHA NO
MOMENTO ADEQUADO

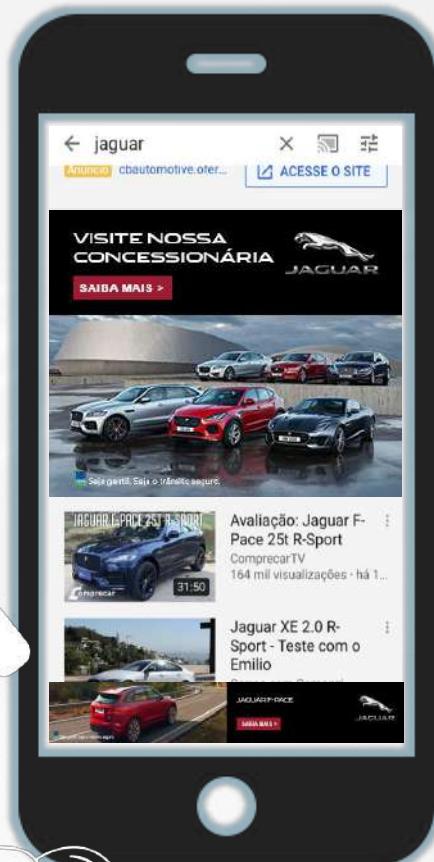


GEOLOCALIZAÇÃO JAGUAR

PODEMOS TRABALHAR ATRAVÉS DE
ENTREGAS POR CEP, RAIO, CIDADE E ESTADO

IMPACTAMOS O TARGET ATRAVÉS DE
GEOLOCALIZAÇÃO QUE PASSOU NOS
ÚLTIMOS 30 DIAS EM OUTRAS
CONCESSIONÁRIAS

6.571.866
IMPRESSÕES
CTR 0,45%



DOOH HAVAIANAS

TRABALHAMOS O DIGITAL OUT OF HOME ATRAVÉS DA MÍDIA PROGRAMÁTICA.

VÍDEOS OU IMAGENS ESTÁTICAS COM DURAÇÃO DE 15 SEGUNDOS.

134 LOCAIS
146.550 IMPRESSÕES



CAMPANHA FEITA NO CARNAVAL DE 2020 EM TELAS EM SALÕES DE BELEZA NA CIDADE DE SÃO PAULO.

AUMENTAMOS O ENGAJAMENTO DA MARCA EM RELAÇÃO AO EVENTO, ATRAVÉS DOS MODELOS LANCADOS ESPECIALMENTE PARA DATA.