

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 green button. 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

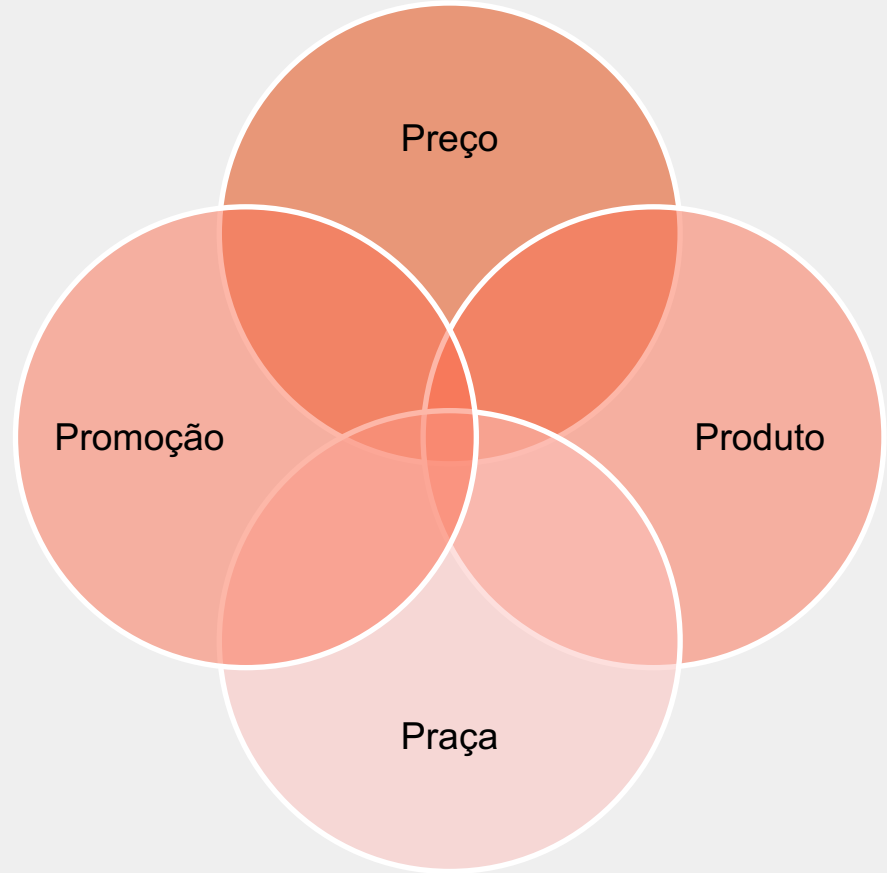
Bruno Campos de Oliveira

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:



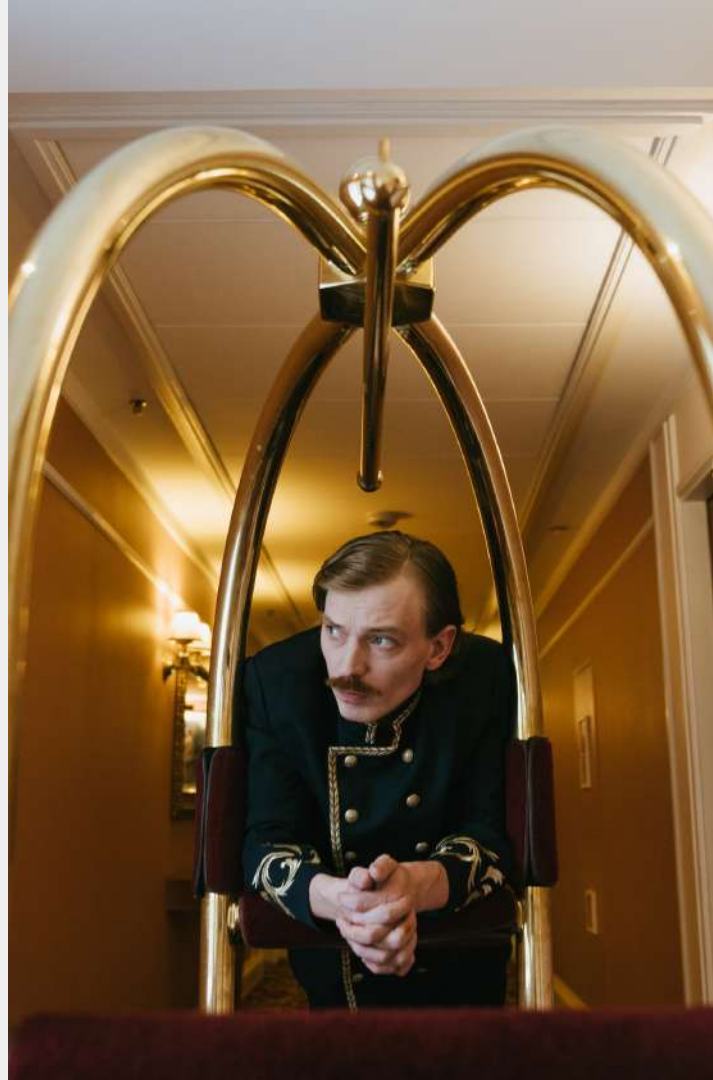
OS 7Ps DE SERVIÇOS

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](#)



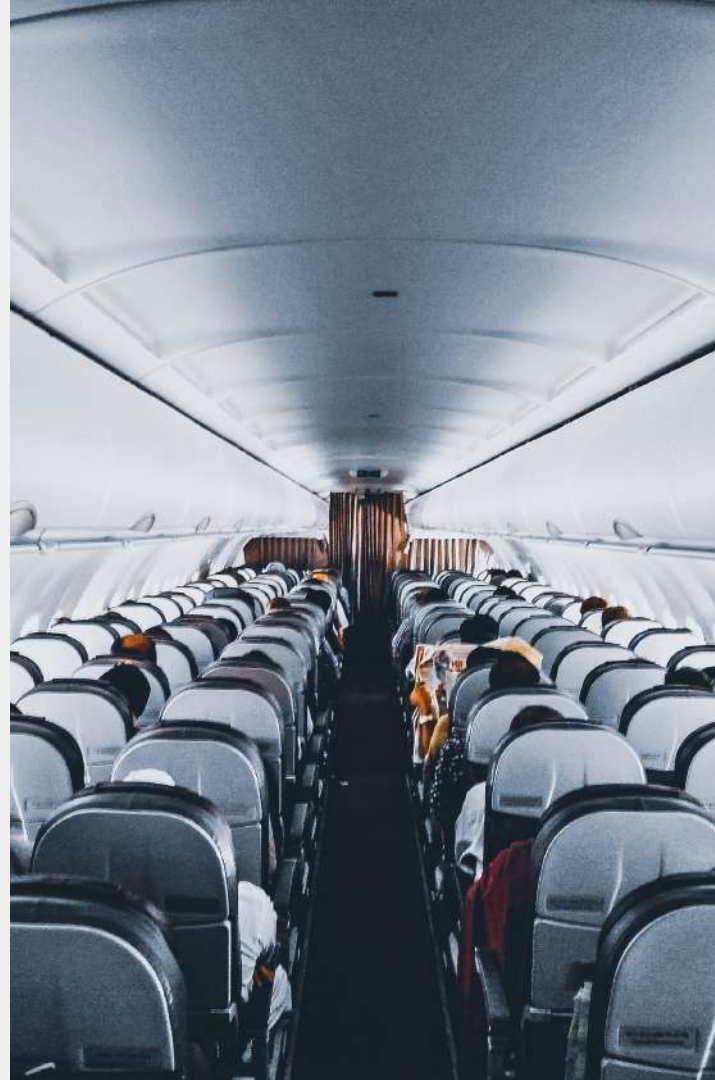
OS 7Ps DE SERVIÇOS

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

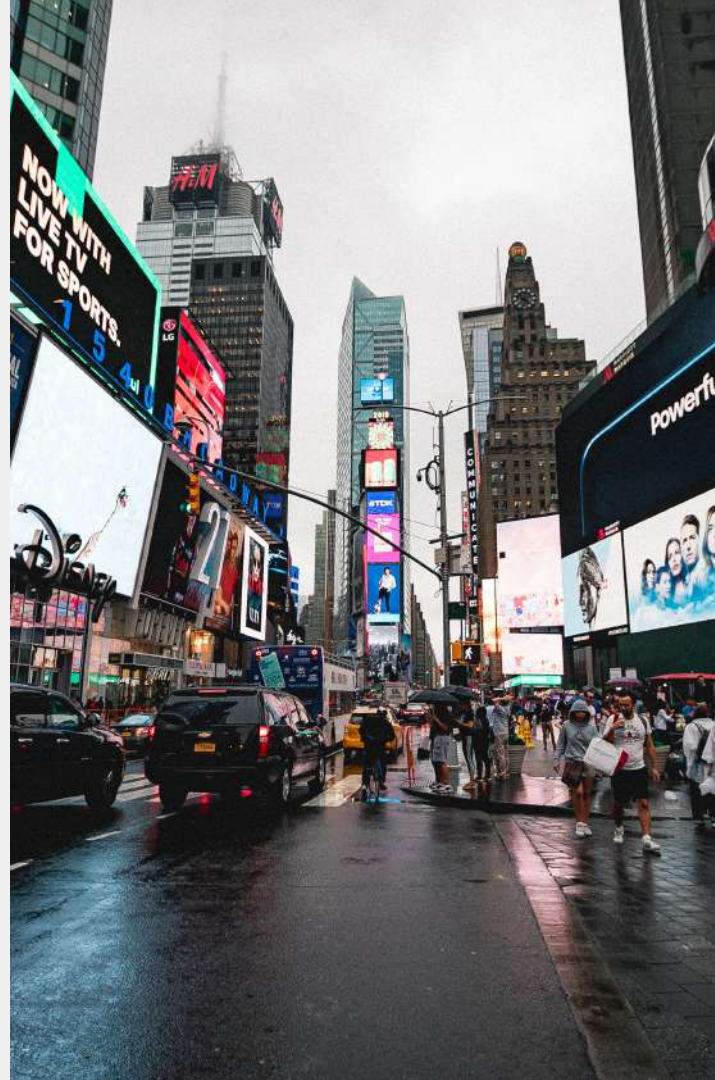
PRAÇA

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

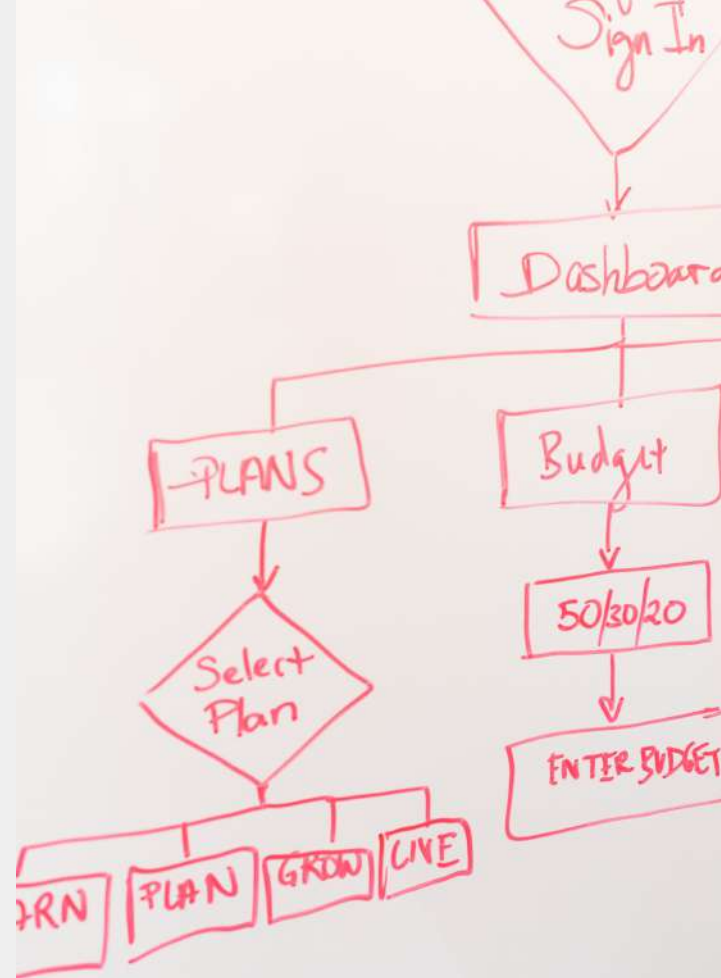
PROCESSOS

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 a 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](#)



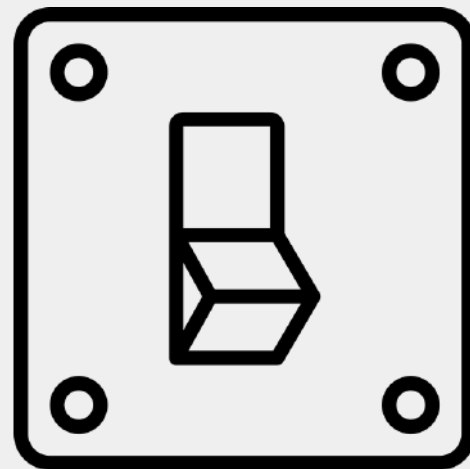
CONVERGÊNCIA DE MEIOS

Quando o digital encontra
o mundo físico



O QUE É CONVERGÊNCIA DE MEIOS

Cada vez mais o **on** encontra o **off**
e a linha imaginária 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.



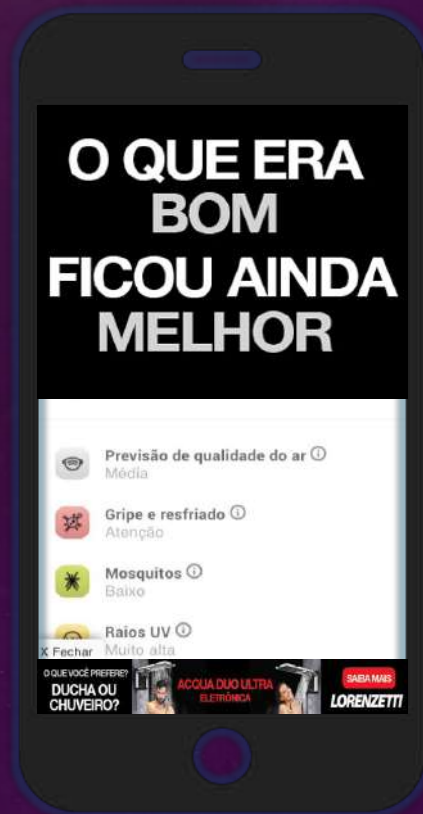
TEMPERATURA LORENZETTI

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 IDENTIFICADO
QUE O CLIMA ESTAVA FRIO,
AUMENTAVAMOS ENTREGA
DO LANÇAMENTO DO
CHUVEIRO LORENZETTI.

ENTREGANDO A MENSAGEM
DA CAMPANHA NO
MOMENTO ADEQUADO



GEOLOCALIZAÇÃO

JAGUAR

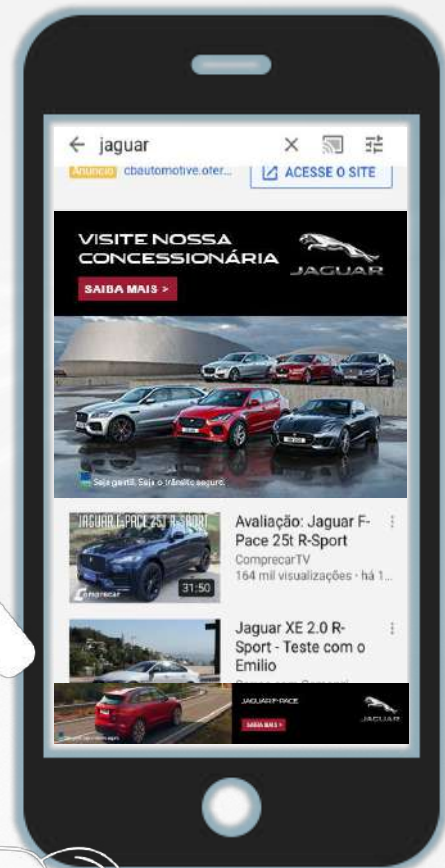
PODEMOS TRABALHAR ATRAVÉS DE
ENTREGAS POR CEP, RAIOS, CIDADE E ESTADO

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
LANÇADOS
ESPECIALMENTE
PARA DATA.