

LINK DA PLANILHA: <https://docs.google.com/spreadsheets/d/1FAcSQ7HSMb...>

LINK DO MINDMAP : <https://mm.tt/app/map/2858396199?t=48fvet5EiM>

Overview

Na reunião "Esteira de Produtos para E-Commerce", foram abordados diversos aspectos fundamentais para a gestão e otimização de e-commerces, começando pela definição do conceito de produtos isca e esteira, onde o produto isca é uma oferta de alta conversão com baixa margem de lucro que atrai clientes, enquanto o produto esteira complementa essa oferta com um ticket médio mais alto. Ao longo da apresentação, foram discutidas métricas importantes, como CAC (Custo de Aquisição de Cliente) e LTV (Lifetime Value), além de estratégias para equilibrá-las e melhorar a eficiência das campanhas, utilizando planilhas e dashboards para análise de desempenho. O método APC (Ação, Produtos e Canais) foi introduzido para diferenciar as estratégias de aquisição e retenção, destacando a importância da análise de dados para identificar oportunidades de otimização. Os participantes foram incentivados a aplicar os conhecimentos adquiridos por meio de ações práticas, como a análise de seus produtos e a implementação de melhorias nas estratégias de marketing.



Introdução e Definição de Produto e Esteira (06:22 - 17:04)

Apresentação do tema: esteira de produtos para e-commerce

Analogia com posto de combustível nos EUA para explicar o conceito

Importância de ter um produto isca para atrair clientes

Necessidade de estratégia para trazer pessoas para o e-commerce



Características do Produto Isca e Esteira (17:05 - 25:27)

Produto isca: alta conversão, baixa margem de lucro

Produto esteira: complementar ao isca, maior ticket médio

Exemplos de grandes e-commerces usando produtos isca

Importância da complementaridade entre produto isca e esteira



Métricas e Estratégias (25:27 - 36:55)

Explicação sobre CAC (Custo de Aquisição de Cliente) e LTV (Lifetime Value)

Importância de equilibrar CAC e LTV para o sucesso do e-commerce

Exemplo de cálculo de CAC e LTV

Estratégias para melhorar CAC e LTV



Análise de Produtos e Campanhas (36:56 - 42:51)

Distribuição de verba entre aquisição e retenção

Importância de analisar o desempenho dos produtos

Uso de planilhas e dashboards para análise de dados

Estratégias para otimizar campanhas de tráfego pago



Otimização de Métricas e Casos Práticos (42:51 - 52:49)

Discussão sobre como melhorar CAC e LTV em diferentes cenários

Importância de focar em retenção antes de tentar baixar o CAC

Estratégias para incentivar indicações e reduzir CAC

Análise de casos reais de participantes



Análise de Desempenho de Produtos (52:50 - 01:02:02)

Apresentação de planilha para análise de desempenho de produtos

Importância de analisar taxa de conversão e sessões por produto

Como identificar potenciais produtos isca

Uso de dashboards para análise rápida e eficiente de dados



Método APC e Conclusão (01:02:02 - 01:08:46)

Explicação do método APC (Ação, Produtos e Canais)

Importância de diferenciar estratégias para aquisição e retenção

Disponibilização de materiais para os participantes

Encerramento da aula e próximos passos