

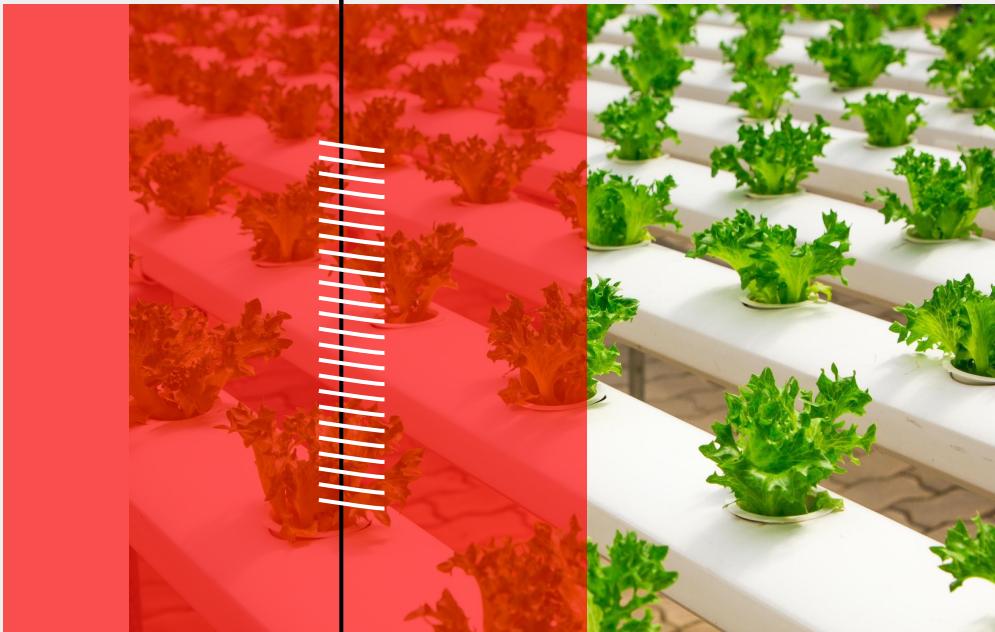
MARKETING PARA E-COMMERCE

Bruno Campos de Oliveira



MÍDIA PAGA X ORGÂNICA

Como usar essas
duas estratégias

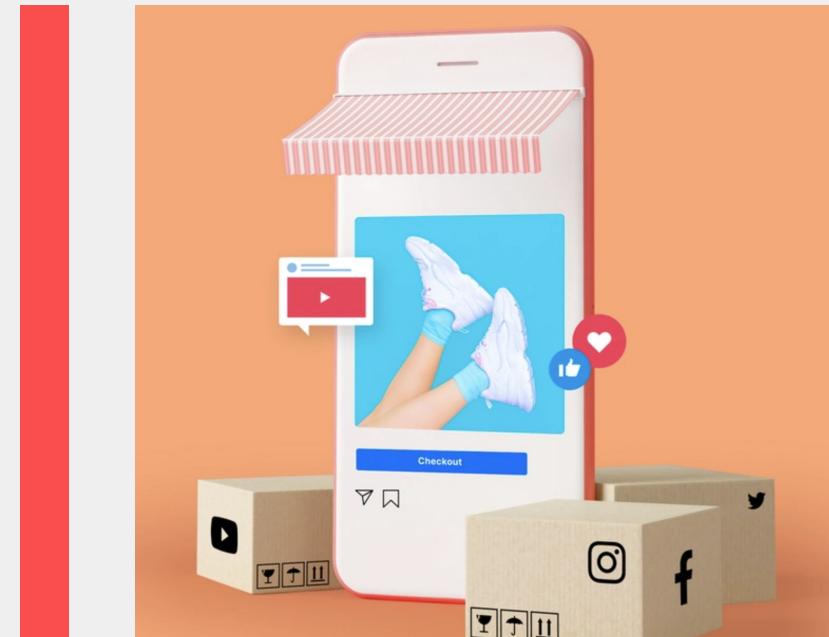


TIPOS DE MÍDIA

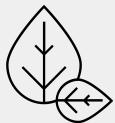
A diferença é simples: a mídia paga tem custo para o anunciante, já a orgânica, é gratuita.

Exemplo pago – Google Ads

Exemplo orgânico – Redes Sociais



PRINCIPAIS DIFERENÇAS



Mídia Orgânica

Não há custo de veiculação

Alcance limitado

Cresce lentamente



Mídia Paga

Veiculação é paga

Alcance de acordo com a verba

Cresce rapidamente

SAIBA MAIS: [Animoto - Paid vs Organic Social](#)

ORGÂNICO É DIA A DIA

DADOS

- 58% dos consumidores visitam o perfil social da marca antes mesmo do site.
- 1 a cada 4 compradores, fez uma compra depois de ver um stories.



FONTE: [Social Video Trends Marketer Insights for 2020 - Animoto](#)



MÍDIA PAGA É A BASE DO E-COMM

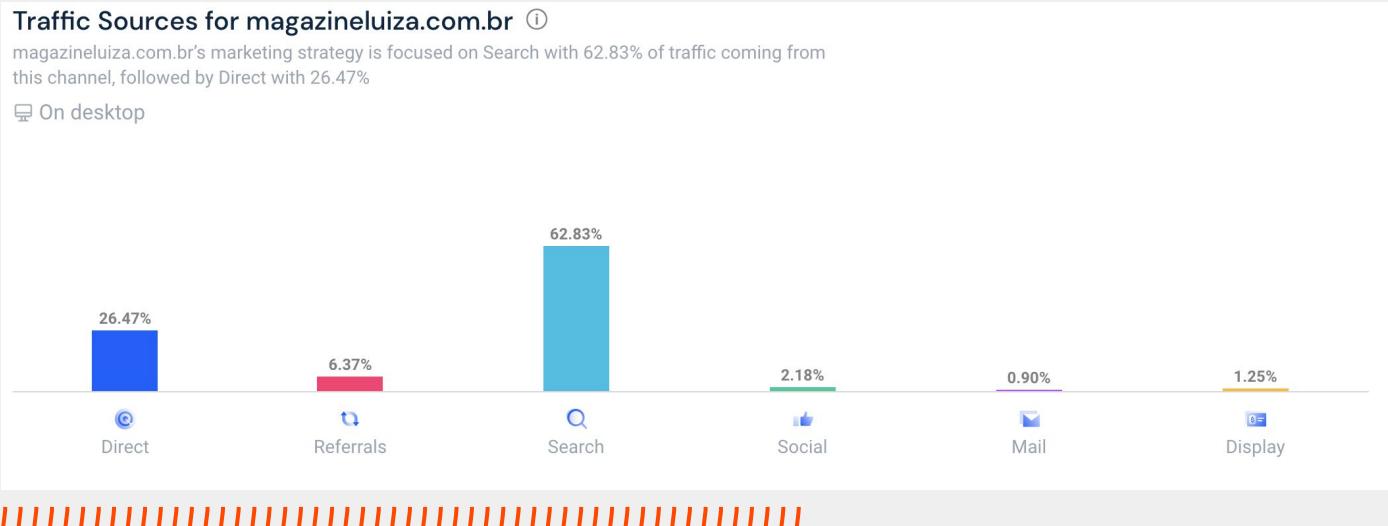
Diferente de uma loja na rua, o e-commerce depende que canais gerem tráfego.

magazineluiza

Traffic Sources for magazineluiza.com.br ⓘ

magazineluiza.com.br's marketing strategy is focused on Search with 62.83% of traffic coming from this channel, followed by Direct with 26.47%

💻 On desktop



FONTE: [Similar Web - MagazineLuiza.com.br](#)

DIVERSIFICAR É ESSENCIAL

Não só separar entre canais orgânicos e pagos, mas também dentro da estratégia de cada canal.

americanas.com

Search ①



Also visited websites ①

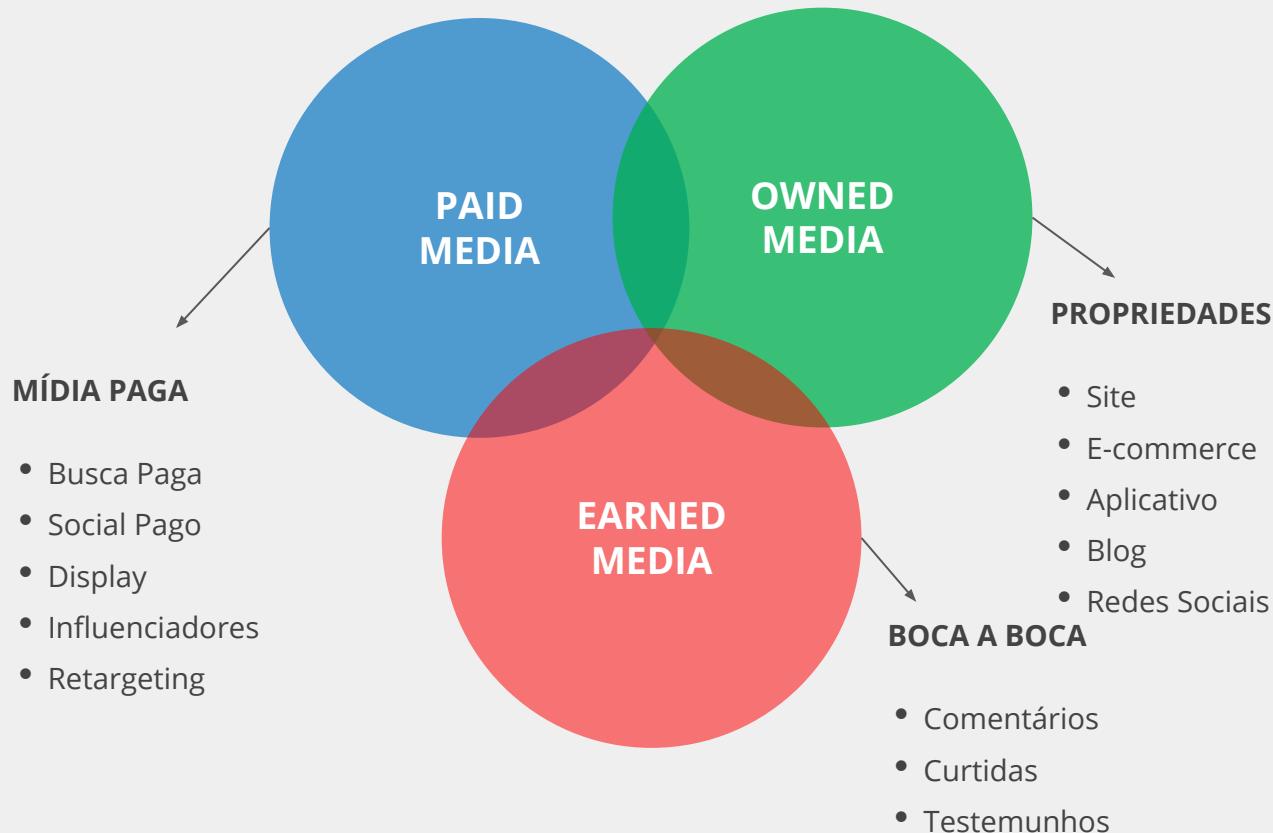
- americanas.com.br
- casasbahia.com.br
- submarino.com.br
- produto.mercadolivre.com.br
- extra.com.br

Topics ①



FONTE: [Similar Web - Americanas.com.br](#)

PAID, OWNED E EARNED



SEO

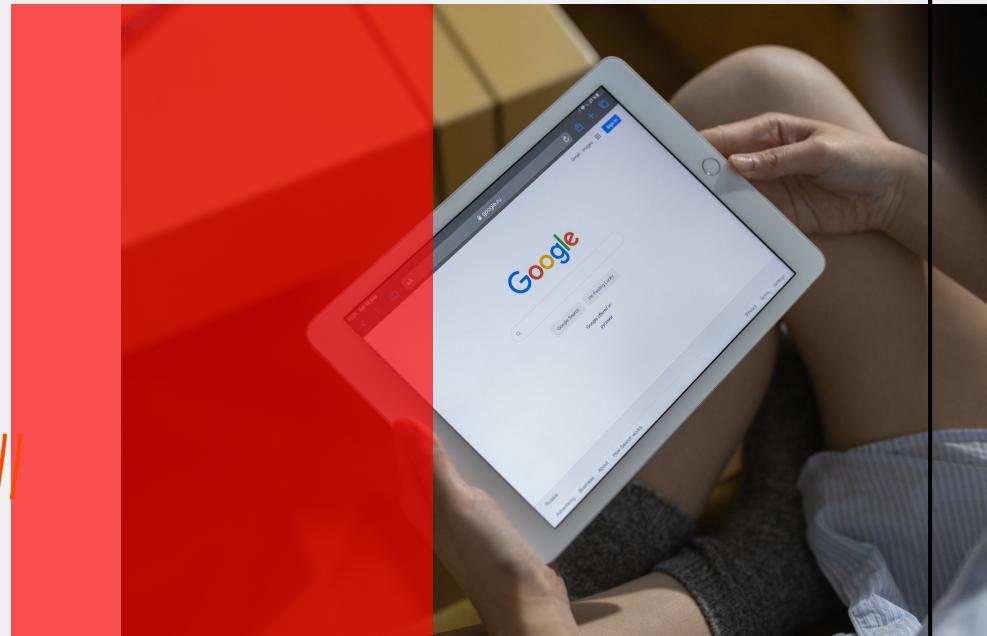
Como melhorar a índice
orgânica da sua loja



O QUE É SEO?

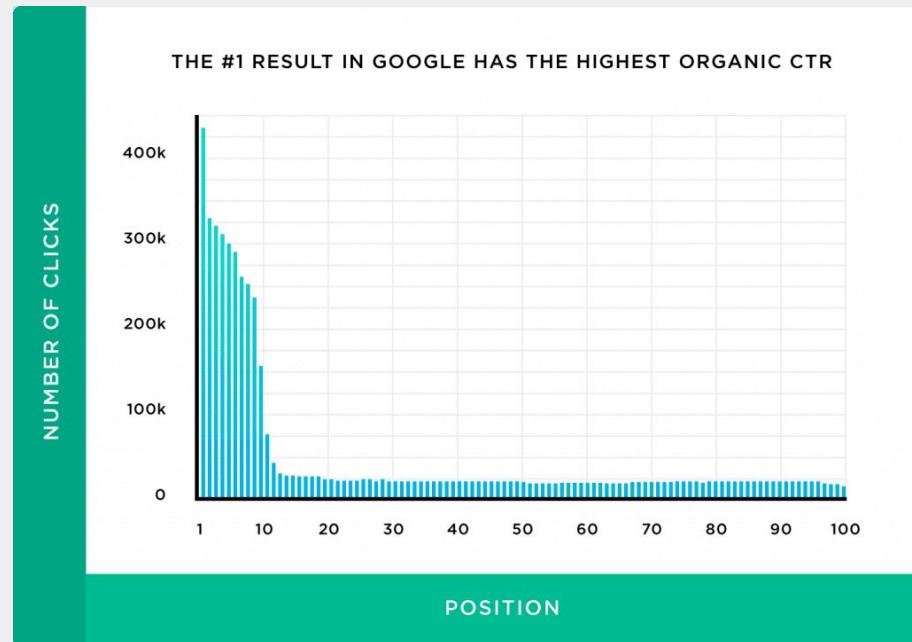
É uma sigla para **Search Engine Optimization**, ou ainda, Otimização para Mecanismos de Busca.

É a área que estuda como ficar entre os primeiros colocados nos buscadores.



A IMPORTÂNCIA DA PRIMEIRA PÁGINA

- O primeiro colocado no Google teve uma CTR média de 31,7%;
- O primeiro resultado orgânico tem 10x mais chance de ser clicado do que o 10º colocado;
- Entre as posições 7-10 praticamente nada muda em termos de resultado;
- Apenas 0,78% das pessoas clicam em algo que está na segunda página.



FONTE: [Backlinko](#) - Baseado em 5 milhões de buscas

COMO BUSCADORES FUNCIONAM?



Robôs ficam constantemente rastreando o ambiente da web para achar novas páginas.

Alguns chamam esses bots de *spiders* pois vasculham as teias da internet.

Uma vez encontradas, as páginas começam a ser registradas e catalogadas.

Tudo isso funciona como uma grande biblioteca onde temas são separados e agrupados.

Durante a indexação, é feito o processo de rankeamento onde os buscadores organizam os resultados para melhor refletir a busca dos usuários.

Ex.: Dilema da Casa Branca.

O QUE SÃO META TAGS?

Meta tags são títulos, descrições ou palavras-chave de destaque que ajudam os buscadores a entenderem do que se trata aquela página.

Curso de Marketing para E-commerce - aprenda com EBAC Online

<https://ebaconline.com.br/marketing-para-e-commerce> ▾

Aprenda Marketing para E-commerce online em 6 meses com certificado e projeto para seu portfólio.
Aprenda na prática a criar um plano de marketing.

Meta title: Curso de Marketing para E-commerce – aprenda com EBAC Online

Meta description: Aprenda Marketing para E-commerce online em 6 meses com certificado e projeto para seu portfólio. Aprenda na prática a criar um plano de marketing.



O QUE É LINK JUICE E AUTORIDADE?

Quando uma página cria um link citando outra, chamamos isso de Referência. Ter uma boa rede interconectada de links é o que o mercado chama de *Link Juice*.

A Autoridade de uma página é medida, entre outras coisas, com a quantidade de referências que recebe. Sistema similar ao de trabalhos acadêmicos de cientistas.



A REGRA NÃO É
CLARA, E
SEMPRE ESTÁ
MUDANDO.

Atualizações no algoritmo do Google



Panda (2011)

Penalizou páginas com conteúdos de baixa qualidade, que adotavam práticas como excesso de palavras-chave e fazendas de links.



Hummingbird (2013)

Melhorou a classificação dos resultados ao mudar o foco da correspondência exata da palavra-chave para a compreensão das intenções de busca.



RankBrain (2015)

Inseriu inteligência artificial e machine learning no algoritmo para compreender melhor a intenção de busca dos usuários.



BERT (2019)

Incorporou um sistema de inteligência artificial especializado no processamento de linguagem natural para compreender como o ser humano faz buscas.



Penguin (2012)

Penalizou sites com backlinks de baixa qualidade e passou a valorizar aqueles que recebiam links contextualizados e de sites com qualidade e autoridade.



Mobilegeddon (2015)

Mobile-friendly passou a ser um fator de rankeamento.



Mobile-First Index

Passou a considerar as páginas mobile como a versão principal para o rankeamento.

TIPOS DE BUSCA

1. TRANSACIONAL

Relacionada a um compra

1

Google

comprar puma rs x 42

Todas Shopping Imagens Notícias Vídeos Mais Configurações Ferramentas

Aproximadamente 20.200.000 resultados (0,70 segundos)

Anúncios · Comprar comprar puma rs x 42

PROTEÇÃO	PROTEÇÃO	PROTEÇÃO	Tênis Puma...	Tênis Puma...
Puma Tênis...	Puma Tênis...	Puma Tênis...	R\$ 599,90...	R\$ 329,99...
R\$ 309,90...	R\$ 349,90...	R\$ 599,90...	PUMA	Netshoes
PUMA	PUMA	PUMA	★★★★★ (22)	★★★★★ (19)

2. INFORMATICAL

Normalmente são dúvidas

2

Google

qual o numero de tenis 42 nos eua

Todas Shopping Notícias Imagens Vídeos Mais Configurações Ferramentas

Aproximadamente 153.000.000 resultados (0,68 segundos)

Vestuário Masculino

Calçados

Brasil	EUA	Europa
39	7,5	41
40	8,5	42
41	9,5	43

3. LOCAL

Tem relação com algum lugar

3

4:20 31% Google

nike perto de mim

Tudo Maps Compras Imagens Notícias

Nike

B perto de você · Escolher região

SANTANA

Ósasco VILA LEOPOLDINA BRAS TATUAPÉ São Paulo PINHEIROS Dados do mapa ©2021 Google

Em até 8,0 km Abertos agora

A Nike Bourbon Shopping São Paulo 2,2 km · São Paulo - SP Aberto · Fecho às 20:00 Compras na loja · Retirada na loja LIGAR ROTAS

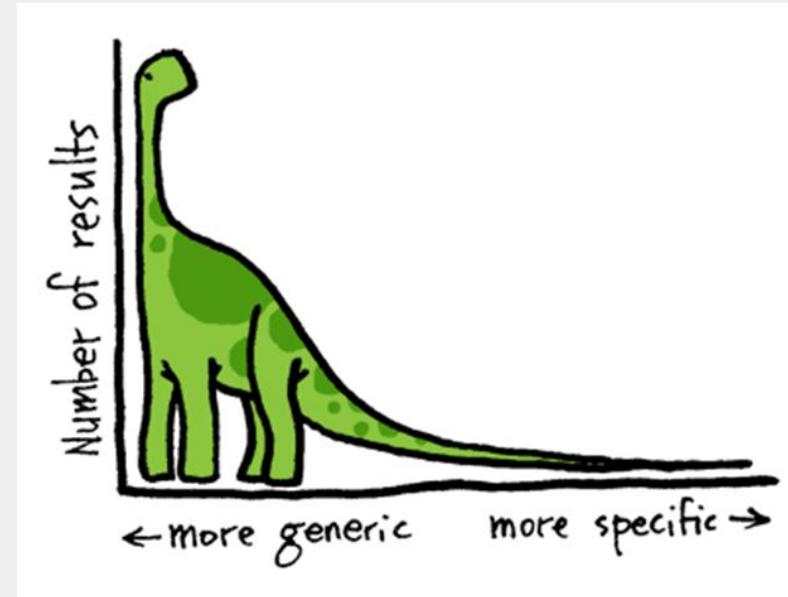
B Nike Store Bourbon Shopping 2,2 km Aberto · Fecho às 20:00 Compras na loja · Retirada na loja LIGAR ROTAS

Mais locais

Discover Seu dia Pesquisar Coleções Mais

DICAS DE SEO

- Sempre pense no conceito da Cauda Longa;
- Revise sempre suas meta tags;
- Robôs nem sempre entendem imagens, sempre coloque nomes nas fotos que expliquem o arquivo;
- Pense nos tipos de pesquisa que cada pessoa pode fazer;
- Sim, é importante estar nas primeiras páginas. Faça isso organicamente e, quando não der, de maneira paga também;
- Você não precisa ser expert em SEO mas precisa sempre se atualizar sobre as regras mais atuais
- Cada link para sua loja vale ouro. Invista nisso.



INBOUND X OUTBOUND

Diferença entre os
modelos comerciais



DIFERENÇAS ENTRE INBOUND E OUTBOUND

No **Inbound Marketing** a venda acontece depois de uma série de interações que visam transformar um *lead* em cliente.

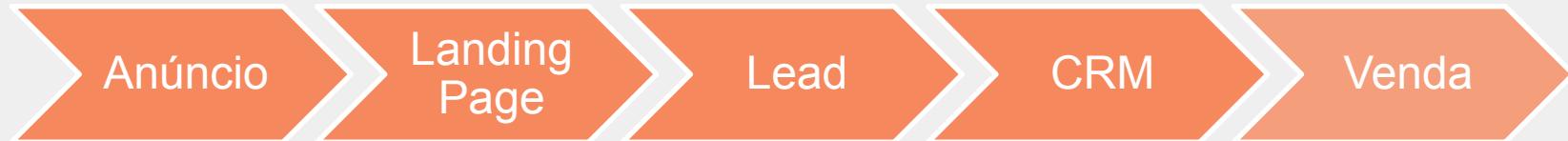
Já o **Outbound Marketing** é como o marketing tradicional onde convertemos a partir de ofertas.



FLUXO INBOUND MARKETING

INBOUND MARKETING

Foco em atrair consumidores através de conteúdo relevante e diversas interações. Funciona muito bem para produtos digitais e tem seu ROI no médio/longo prazo.



OUTBOUND MARKETING

Foco em mídias com resposta-direta e na conversão de ofertas no mínimo de interações possíveis. É o meio mais utilizado em e-commerce e tem seu ROI já no curto prazo.

