

The background of the slide is a grayscale photograph of a person's hand holding a credit card over a payment terminal. The terminal has a keypad with numbers 0-9 and some function buttons. The card is light-colored with a chip visible. The entire scene is overlaid with a semi-transparent orange rectangle that contains the title and author's name.

# MARKETING PARA E-COMMERCE

Bruno Campos de Oliveira

# MÍDIA PAGA X ORGÂNICA

Como usar essas  
duas estratégias

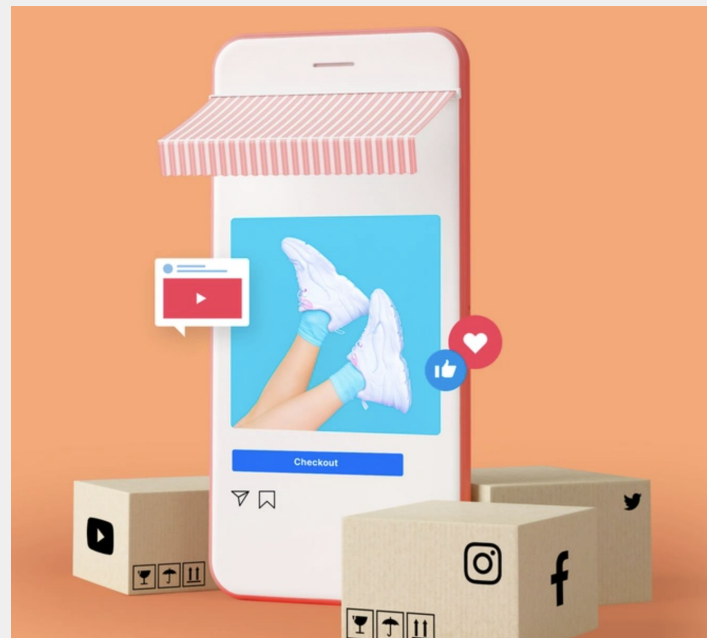


# TIPOS DE MÍDIA

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**

# 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

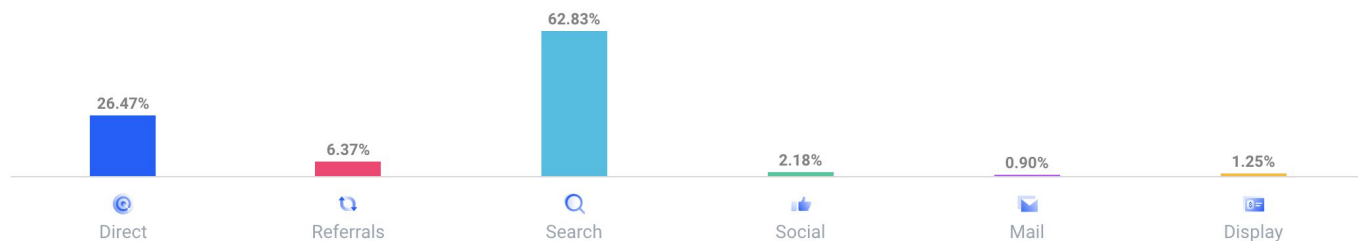
Diferente de uma loja na rua, o e-commerce depende que canais gerem tráfego.

## magazineluiza

### Traffic Sources for [magazineluiza.com.br](https://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](https://SimilarWeb.com.br) - [MagazineLuiza.com.br](https://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



**50.37% Organic**  
Top 5 Organic keywords



**49.63% Paid**  
Top 5 Paid keywords

## Also visited websites ①

americanas.com.br

casasbahia.com.br

submarino.com.br

produto.mercadolivre.com.br

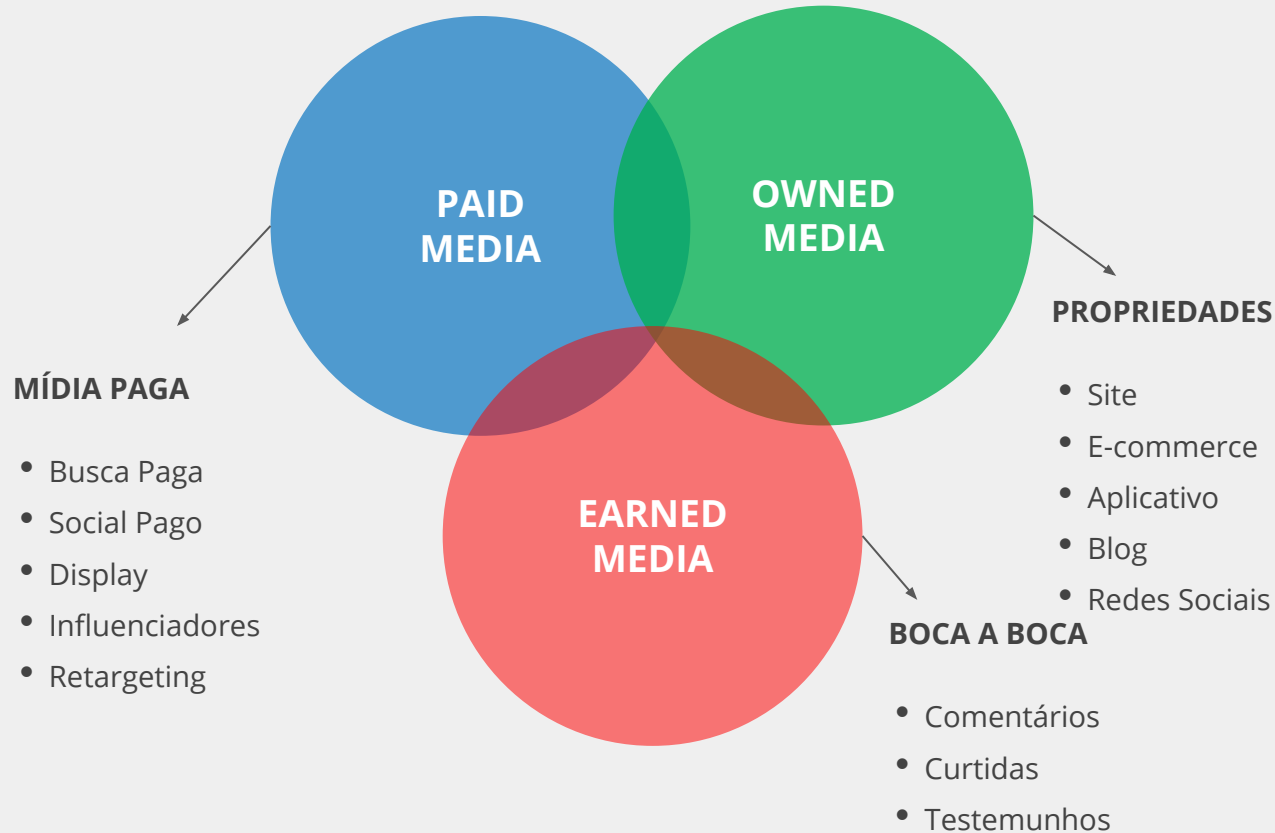
extra.com.br

## Topics ①



FONTE: Similar Web - Americanas.com.br

# PAID, OWNED E EARNED





# SEO

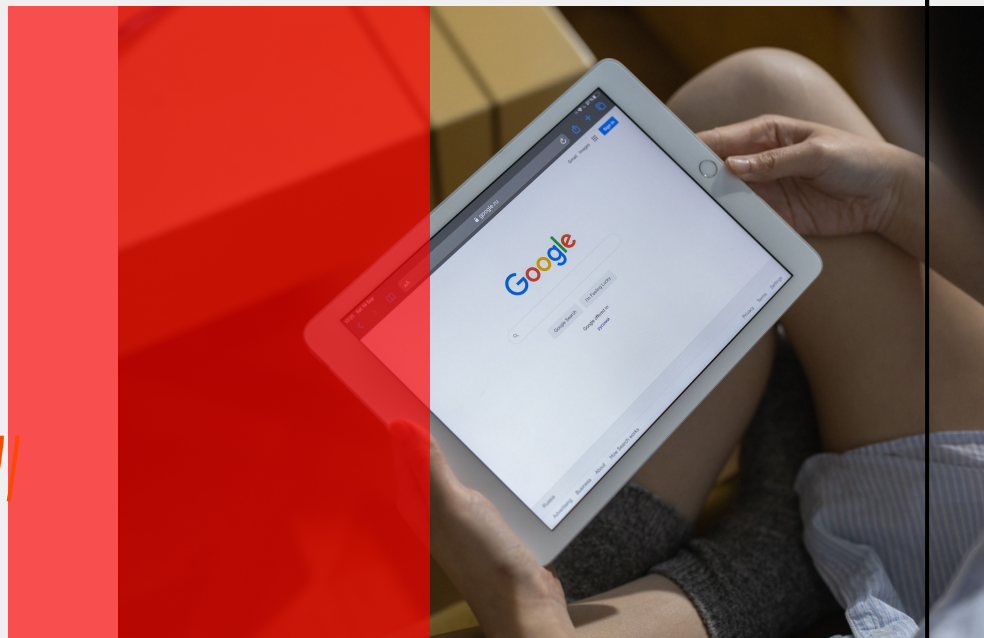
Como melhorar a indexação orgânica da sua loja



# O QUE É SEO?

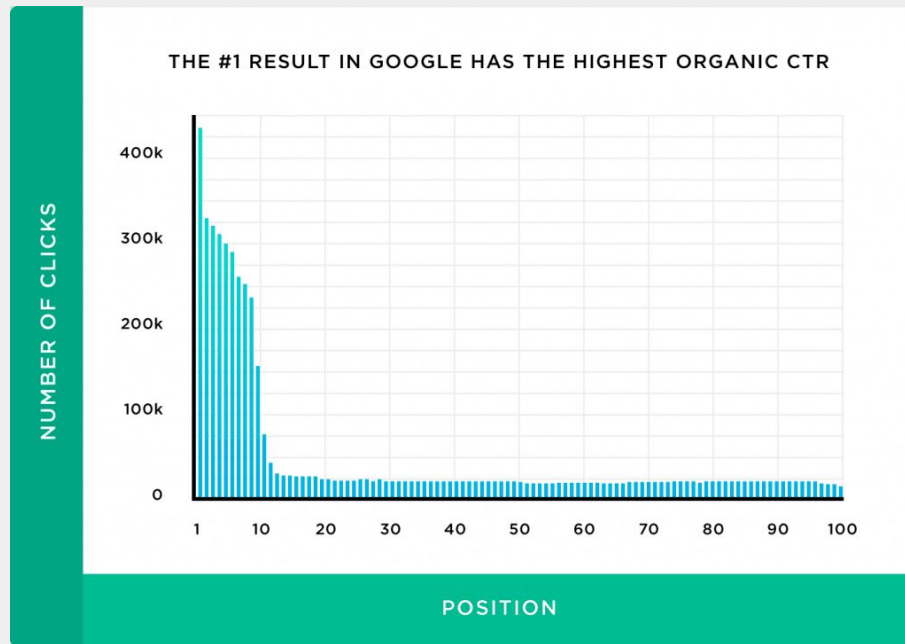
É uma sigla para **Search Engine Optimization**, ou ainda, Otimização para Mecanismos de Busca.

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?

Crawling



Indexação



Rankeamento

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://ebaonline.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.



### 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.

# Atualizações no algoritmo do Google

### 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 ranqueamento.



### Mobile-First Index

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



# TIPOS DE BUSCA

## 1. TRANSACIONAL

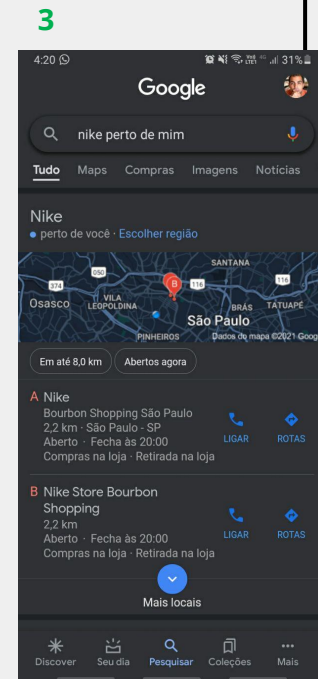
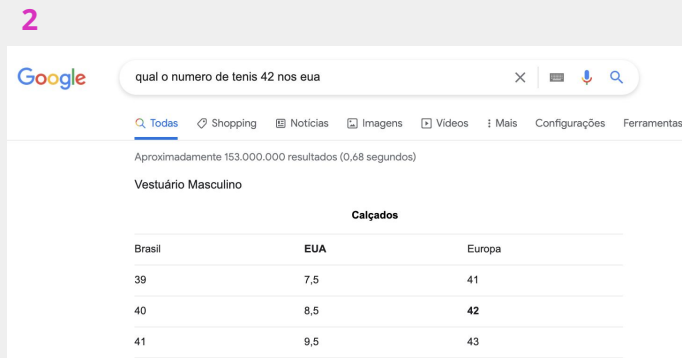
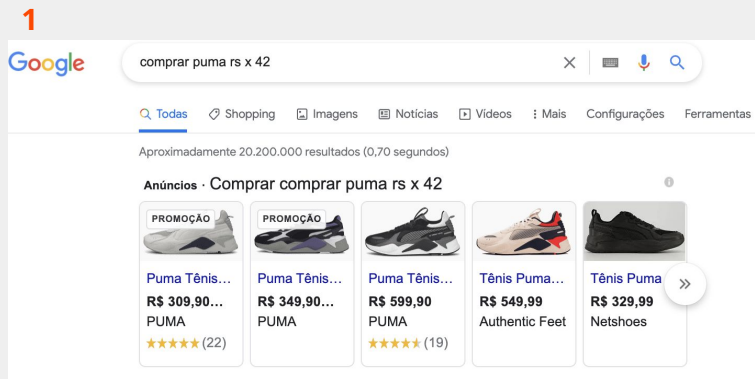
Relacionada a um compra

## 2. INFORMACIONAL

Normalmente são dúvidas

## 3. LOCAL

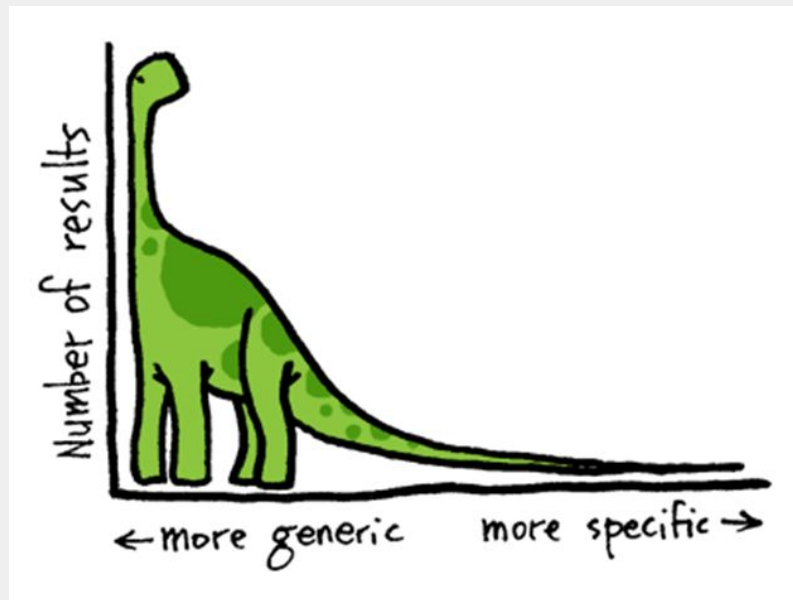
Tem relação com algum lugar





# 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.

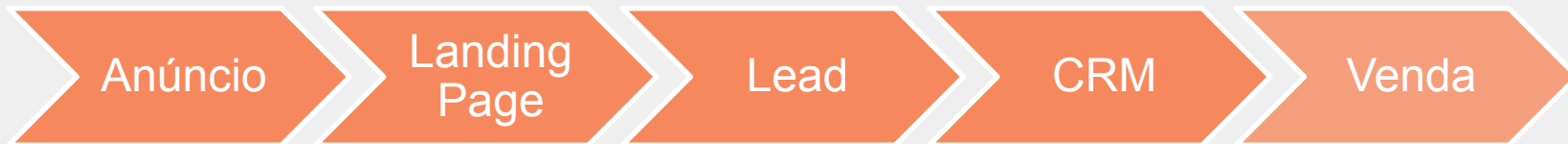
Já o **Outbound Marketing** é como o marketing tradicional onde convertemos a partir de ofertas.



# 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.

