

MARKETING PARA E-COMMERCE

Bruno Campos de Oliveira

SAC 2.0

Como melhorar o
relacionamento com seus
consumidores



SAC 2.0

A EVOLUÇÃO DO ATENDIMENTO

SAC 2.0 nada mais é do que estender o atendimento ao cliente para as redes sociais e outros canais digitais.

Atualmente é quase inimaginável esperar que uma empresa não responda e forneça atendimento em diversos canais no entanto, é algo que muitas empresas acabam falhando.

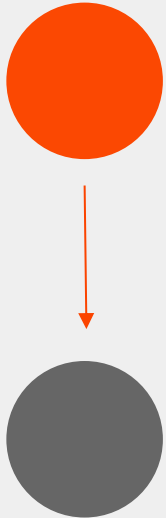


COM AS REDES SOCIAIS

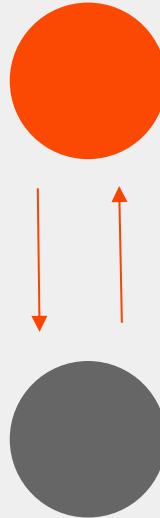
A DINÂMICA DE COMUNICAÇÃO MUDOU

Antes unilateral, a comunicação passou a ser bilateral e depois, multilateral.

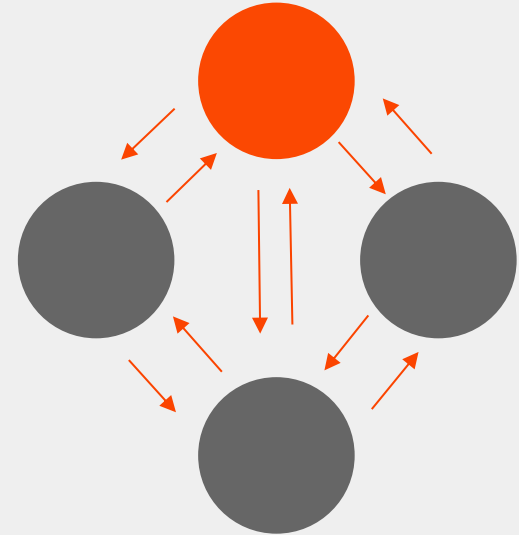
Unilateral



Bilateral



Multilateral



OS CANAIS DE ATENDIMENTO AMPLIARAM

Antes a empresa podia ter um SAC por correio e algumas, mais “modernas”, ofereciam um 0800. Hoje a cada canal onde a interação é possível, é necessário ter um SAC.



E-mail



Telefone



Social Media



Reclame Aqui



ACOMPANHANDO TODOS CANAIS

Em caso de negócios com lojas ou sedes físicas, é importante acompanhar as interações local a local.

CTRL365 - Agência de Marketing Digital

Rua Paulistânia, 90 - conjunto 52 - Sumarezinho, São Paulo - SP

[Comentar](#)

5,0 ★★★★★ 9 comentários ?



Bruno Ghirello

Local Guide · 24 comentários · 3 fotos

★★★★★ 3 anos atrás

Excelente agência. Trabalhos impecáveis!

← Responder

👍 Gostei



Isabela Campos de Oliveira

Local Guide · 60 comentários · 150 fotos

★★★★★ 3 anos atrás

← Responder



Stella Santana

Local Guide · 27 comentários · 1 foto

★★★★★ 2 anos atrás

← Responder



banco curriculos

★★★★★ um ano atrás

← Responder



Ruan

Um comentário · 3 fotos

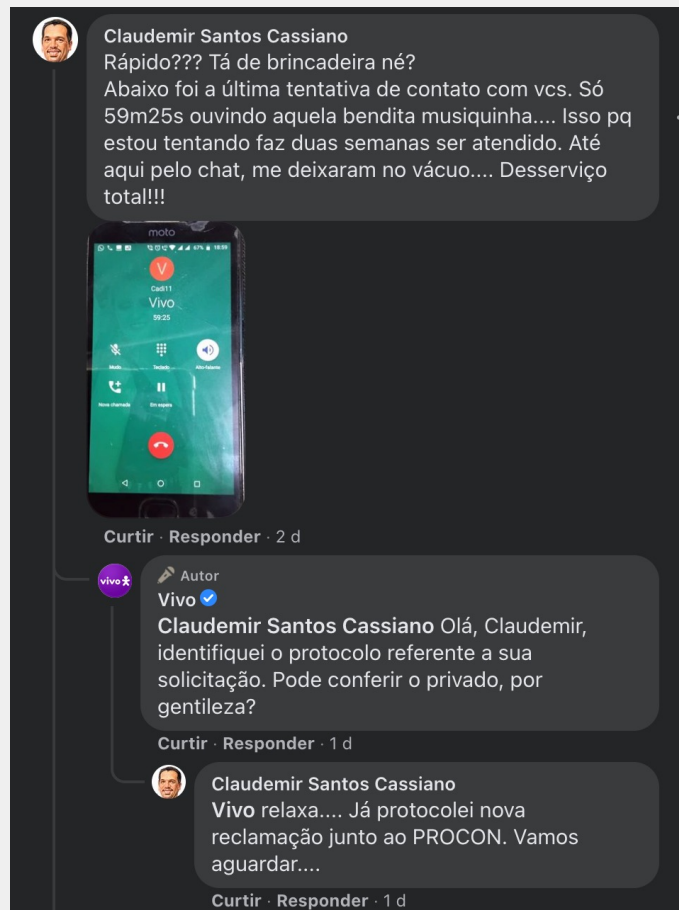
★★★★★ 3 anos atrás

← Responder

GESTÃO DE RECLAMAÇÕES E CRISES

No dia a dia, quanto maior for o negócio, maior a probabilidade de reclamações.

Por isso, garantir que todos os canais tenham o mesmo padrão de atendimento e agilidade pode facilitar bastante o dia a dia dos atendentes.



IMPORTÂNCIA DA INTEGRAÇÃO DO ATENDIMENTO

Mesmo com muitos canais é importante que a empresa use um mesmo identificador para os clientes.

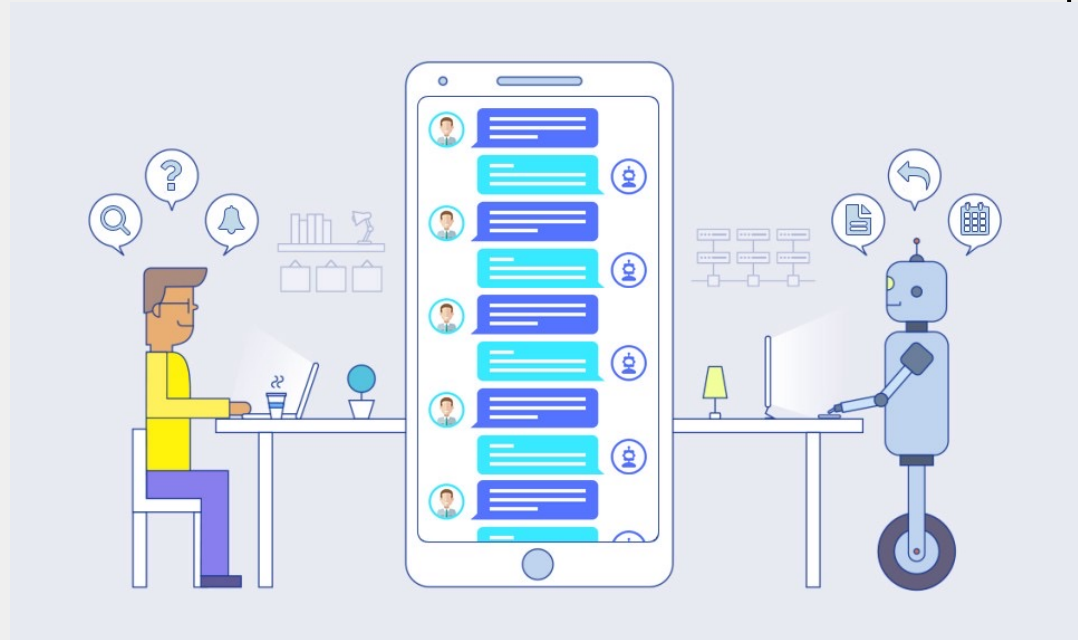
Assim é possível identificar reclamações passadas ou o andamento de algum processo, independente de onde ele estiver.



TEMPO DE RESPOSTA É CADA VEZ MAIS IMPORTANTE

Os clientes querem respostas rápidas. No entanto, nem sempre isso é possível dependendo do dia/horário e da capacidade do time.

Por conta disso, cada vez mais negócios recorrem ao uso de chatbots.



ALÉM DAS REDES

RECLAMEAQUI.COM.BR

Magazine Luiza - Loja Online

Reclamações Respondidas Não respondidas Tempo de resposta

📢 59438 ⬅️ 57881 😊 1557 ⌚ 7 dias

Carregador não funciona

Comprei um carregador portátil que não funciona e só de olhar já dá para ver que é de péssima qualidade, já entrei em ...

😊 Respondida | 📅 Há 11 horas | 📍 Betim

Cancelamento de compra com estono de valor

Boa tarde.Peço cancelamento da compra referente pedido 1062770459076234 e estorno do valor conforme pago (PIX). ...

⬅️ Em réplica | 📅 Há 12 horas | 📍 São Paulo

Excluir minha conta

Eu quero excluir minha conta na magazine luiza e não estou achando a opção.

😊 Respondida | 📅 Há 13 horas | 📍 Rio de Janeiro

Logística sem lógica nenhuma

Comprei um produto no dia 06/08/2021 e estou esperando o produto conforme o prazo estipulado pela empresa que é até 21...

😊 Respondida | 📅 Há 13 horas | 📍 São Paulo

Consideração final do consumidor

23/08/2021 às 16:57

Só achei demorado , mais fora isso a magalu está de parabéns

O problema foi resolvido?



Voltaria a fazer negócio?

Sim

Nota do atendimento

10

Empresas que mais resolveram

Nos últimos 30 dias



iFood



Americanas Marketplace



Magazine Luiza - Loja...



Amazon



americanas - Loja Online



Itaucard



Mercado Livre



Méliuz



Rappi



Banco PAN

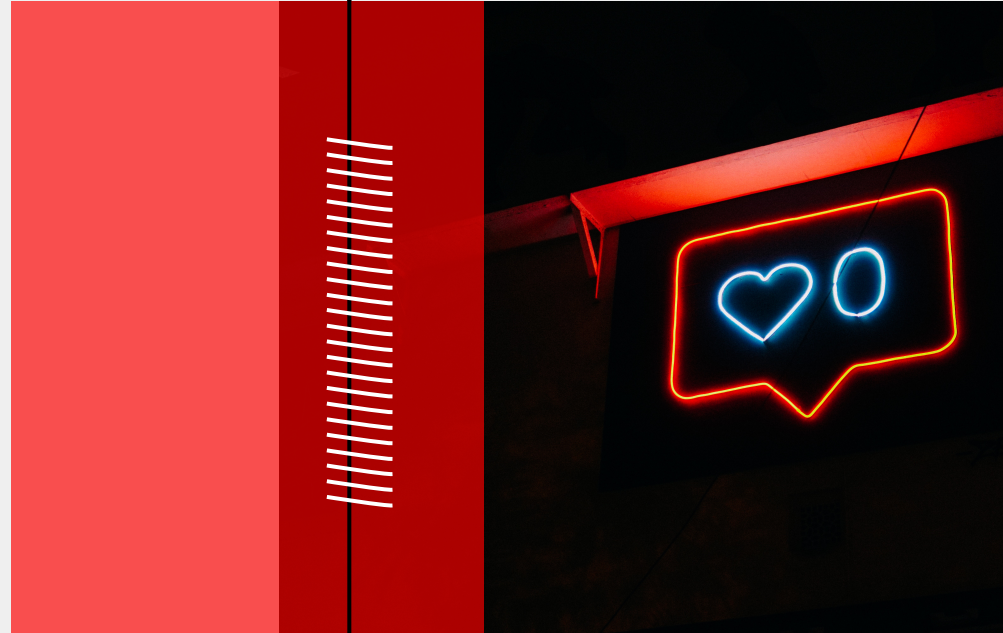
COMO TER UM SAC 2.0 DE SUCESSO

1. Fornecer atendimento em todos os canais digitais que possuem a possibilidade de interação;
2. Ter sempre respostas adequadas ao canal e em tom leve;
3. Responder com o menor SLA possível;
4. Integrar o cadastro do cliente para fornecer o mesmo atendimento, independentemente de onde ele entrar em contato com a empresa;
5. Usar tecnologia para melhorar processos – chatbots, ferramentas de SAC, ferramentas de Social.



CONCEITOS SOCIAL MEDIA

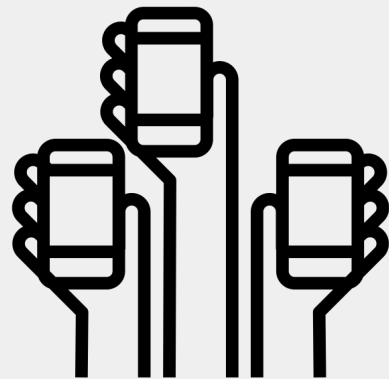
Conhecendo termos como
Social Proof, Social Listening
e User Generated Content



O QUE É O SOCIAL PROOF?

Social Proof é um fenômeno social e psicológico onde, com base na opinião de outras pessoas, tomamos nossas decisões.

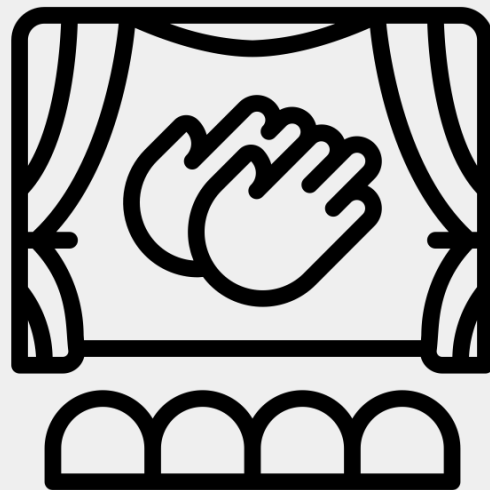
Isso se aplica no ambiente online quando olhamos a nota de um e-commerce ou de um produto antes de tomar a decisão ou ainda, quando olhamos quantas estrelas tem o hotel que queremos ir, ou o motorista de aplicativo que está nos levando em uma viagem.



A PROVA SOCIAL NA CULTURA

Entretenimento

Quando ouvimos uma risada de fundo em uma série DE TV ou as pessoas começam a aplaudir um espetáculo, muitas vezes acabamos seguindo esse comportamento



A PROVA SOCIAL NAS COMPRAS

E-commerce

Quantas vezes não conferimos os reviews de um produto e acabamos confiando fortemente na opinião de pessoas que nem conhecemos?

Ou ainda, tomamos uma decisão de compra após ler a frase: *"mais 5 pessoas estão olhando esse produto"*

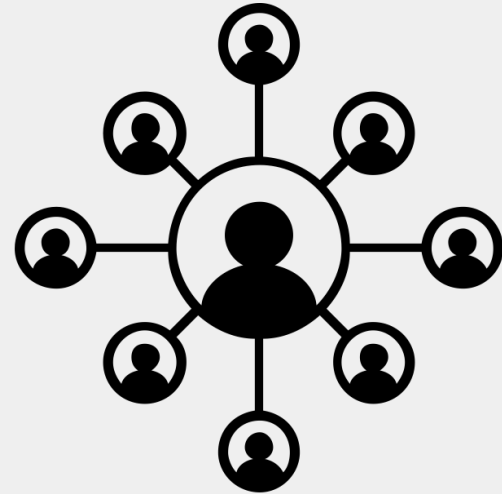


A PROVA SOCIAL NAS REDES SOCIAIS

Social Media

Atribuímos autoridade para perfis que tem muitos seguidores e, por natureza, depositamos mais confiança em uma loja com 10.000 seguidores do que uma com 200.

Usuários com grandes números de seguidores acabam tendo maior engajamento do que que está começando, gerando um efeito de bola de neve.



O QUE É O SOCIAL LISTENING?

É a prática de atuar pro ativamente nas redes sociais ao analisar o que se fala na web.

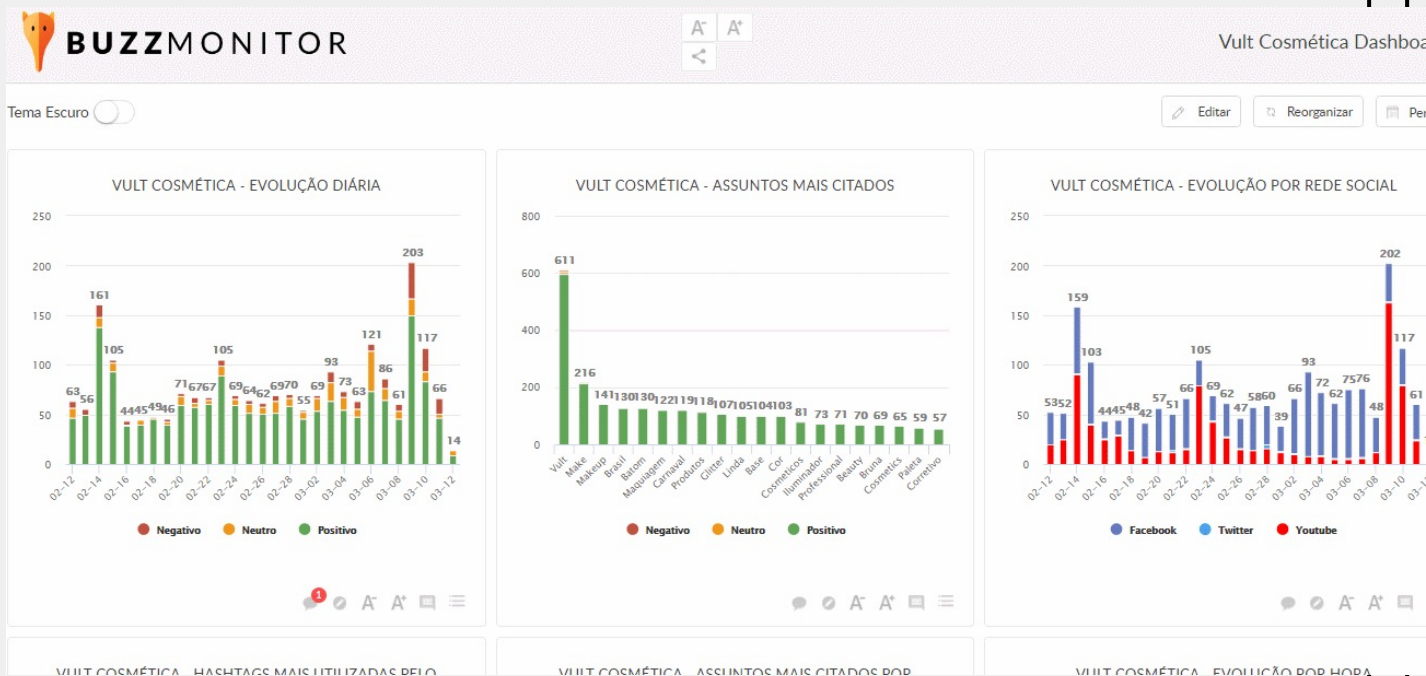
É uma escuta que acompanha as páginas da marca e postagens sobre temas que envolvem seu universo.

Essa prática pode gerar ricos insights de estratégias e conteúdos como também, se prevenir contra crises de imagem ou possíveis problemas.



MONITORAMENTO DE PALAVRAS-CHAVE

Uma das práticas mais comuns de Social Listening é a de monitorar palavras-chave específicas, hashtags ou menções nos perfis da marca.



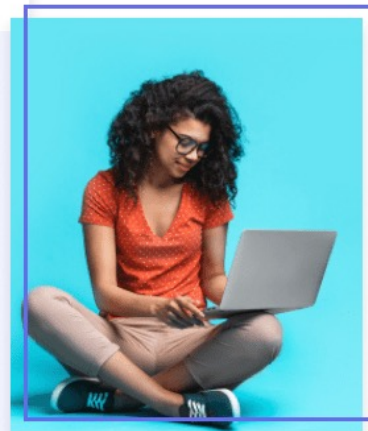
SAIBA MAIS: [Monitoramento - Buzz Monitor](#)

ANÁLISE DE SENTIMENTO

Outra técnica muito comum em Social Listening é a de análise de sentimento onde classificamos as menções como:

- Positivo
- Negativo
- Neutro

E análises de Share of Voice.



BIBLIOTECA DE ANÚNCIOS

FACEBOOK

Lançados em agosto de 2021

Ativo

Veiculação iniciada em 23 de Ago de 2021

Identificação: 368172061416839

Esse anúncio tem várias versões. ⓘ

EBAC
Patrocinado

O comércio eletrônico no Brasil é um dos maiores do mundo, com grandes oportunidades de crescimento. A demanda por profissionais especializados é alta, assim como os números do setor, ou seja, a hora de ingressar e se aprimorar no e-commerce marketing é agora! Do zero ao pro em 6 meses + portfólio final! O que você aprenderá...



EBACONLINE.COM.BR
CURSO ONLINE Marketing para E-commerce
Aprenda a alavancar as vendas de grandes...
Aprenda a criar, gerenciar e promover um plano de e-commerce marketing eficaz

Learn More

2 anúncios usam esse criativo e esse texto

Ver detalhes do anúncio

Ativo

Veiculação iniciada em 23 de Ago de 2021

Identificação: 2078000459009572

Esse anúncio tem várias versões. ⓘ

EBAC
Patrocinado

ComECE sua carreira em Marketing para E-commerce e aprenda a gerar resultados para o mercado.

O comércio eletrônico no Brasil é um dos maiores do mundo, com grandes oportunidades de crescimento. Na EBAC, você vai ter acesso aos recursos necessários para aprender a alavancar as vendas online, ampliar sua...



EBACONLINE.COM.BR
CURSO ONLINE Marketing para E-commerce 50% de desconto! Aprenda a alavancar as vendas de grandes...
Aprenda a criar, gerenciar e promover um plano de e-commerce marketing eficaz

Sign Up

2 anúncios usam esse criativo e esse texto

Ver detalhes do anúncio

Ativo

Veiculação iniciada em 23 de Ago de 2021

Identificação: 4404919866217474

Esse anúncio tem várias versões. ⓘ

EBAC
Patrocinado

Domine as ferramentas e estratégias para alavancar as vendas em lojas virtuais e marketplaces.

Aprenda a criar, gerenciar e promover um plano de marketing para e-commerce eficaz, efetivo para grande marcas, startups ou para o seu próprio negócio. 6 meses...



EBACONLINE.COM.BR
CURSO ONLINE Marketing para E-commerce
Aprenda a alavancar as vendas de grandes...
Aprenda a criar, gerenciar e promover um plano de e-commerce marketing eficaz

Learn More

2 anúncios usam esse criativo e esse texto

Ver detalhes do anúncio

Uma ferramenta que possibilita um Social Listening gratuito é a Biblioteca de anúncios do Facebook.

Ela foca apenas em criativos pagos mas permite que qualquer pessoa veja todos os anúncios ativos de uma marca.

SAIBA MAIS: [Facebook - Biblioteca de Anúncios](#)

MAIS POSSIBILIDADES NA SOLUÇÃO DE PROBLEMAS

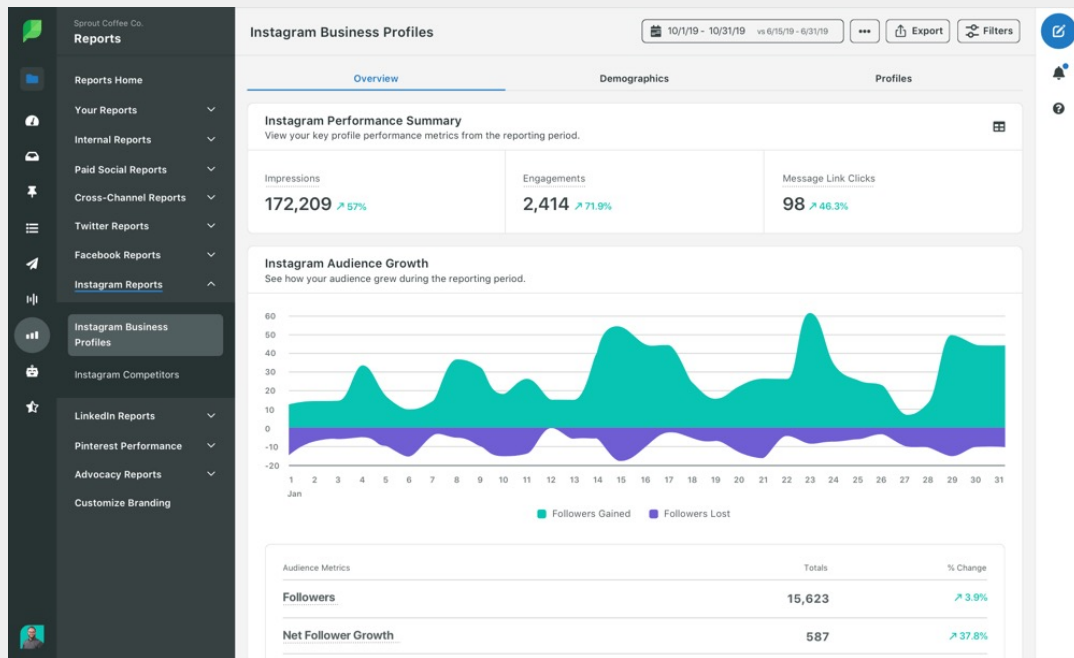


Com um Social Listening ativo a marca pode se preparar previamente para as necessidades dos clientes.

Assim, é possível não só surpreender como garantir que o monitoramento capte menções positivas como foi o caso do Nubank com o Catiore Reflexivo

FERRAMENTAS

SPROUT SOCIAL



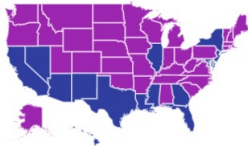
Não é uma tarefa simples operar esse tipo de estratégia 100% no manual, por conta disso, existem diversas ferramentas no mercado que realizam essas tarefas de maneira integrada.

Algumas até vinculam notícias de rádio, TV e jornalistas com as menções de redes sociais.

TENDÊNCIAS MACRO

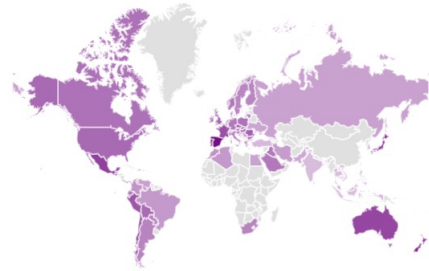
GOOGLE TRENDS

● Taylor Swift ● Kim Kardashian



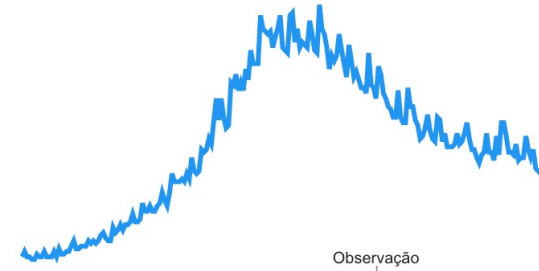
Interesse por sub-região, Últimos 7 dias, Estados Unidos

● Fortnite



Interesse por região, Últimos 7 dias, Todo o mundo

● Cupcake



Interesse ao longo do tempo, 2004 - presente, Todo o mundo

Com o Google Trends é possível ver, em uma escala de 1 a 100, qual o nível de interesse das pessoas sobre um determinado tema segundo dados do Google.

SAIBA MAIS: [Google Trends](https://trends.google.com)

TENDÊNCIAS MACRO

GOOGLE TRENDS

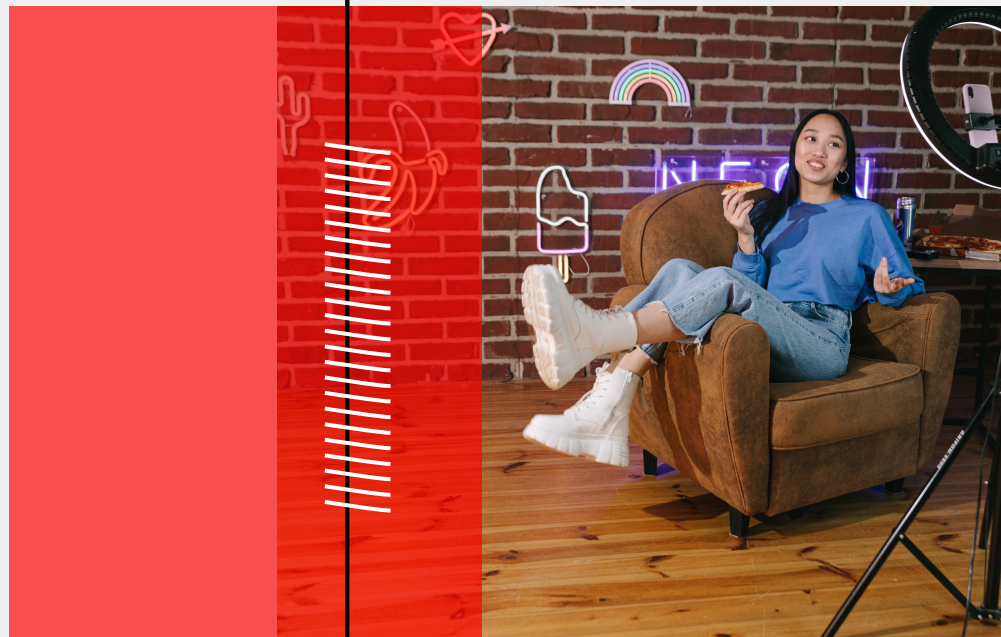
Na ferramenta é possível ver o interesse de temas ao longo do tempo.



SAIBA MAIS: [Google Trends](#)

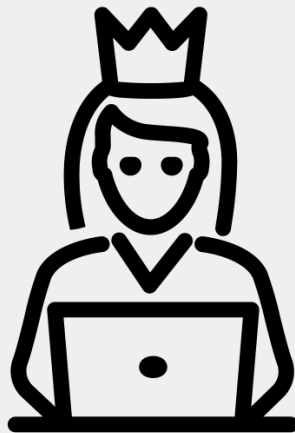
INFLUENCER MARKETING

A importância do marketing
de influência no mercado
atual.



O QUE É MARKETING DE INFLUÊNCIA?

Influencer Marketing é a estratégia de se apoiar no poder de influência de uma pessoa ou perfil para promover alguma marca, loja ou produto.



TIPOS DE MARKETING DE INFLUENCIA

De maneira macro, existem dois grandes modelos de se trabalhar como influenciadores.



MÍDIA PAGA
PAID MEDIA

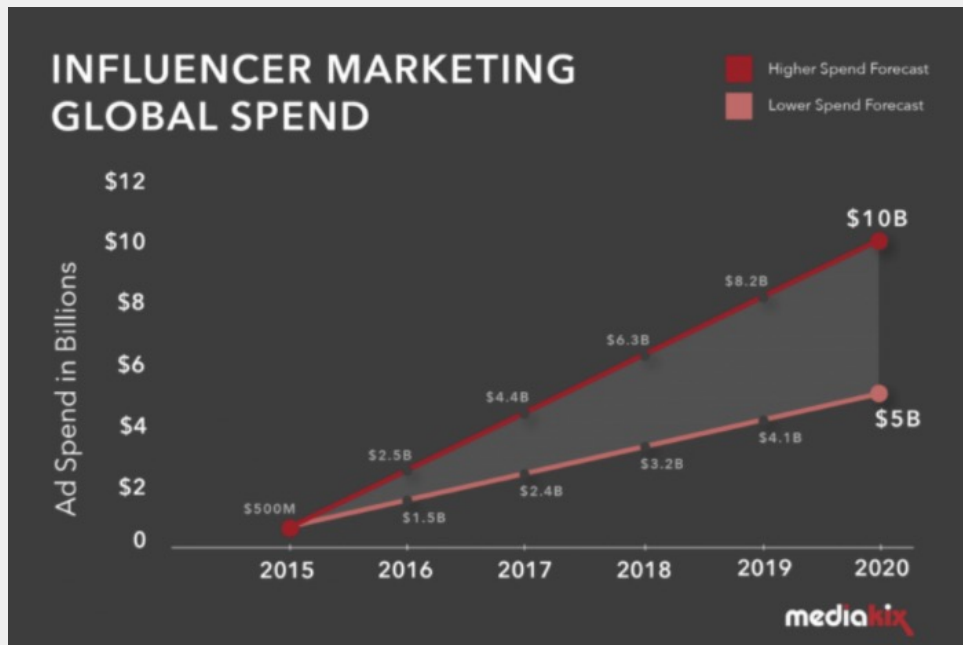
The diagram consists of two large circles side-by-side. The left circle is a vibrant orange and contains the text 'MÍDIA PAGA' in bold white uppercase letters, with 'PAID MEDIA' in smaller white uppercase letters below it. The right circle is a lighter, peach-colored orange and contains the text 'MÍDIA CONQUISTADA' in bold white uppercase letters, with 'EARNED MEDIA' in smaller white uppercase letters below it. At the bottom left of the slide, there is a decorative horizontal line made of many short, slanted orange dashes.

**MÍDIA
CONQUISTADA**
EARNED MEDIA

CRESCIMENTO DO MARKETING DE INFLUENCIA

Esse tipo de marketing pode ser aplicado em qualquer categoria de produtos e costuma gerar um bom ROI. Por isso tem crescido bastante.

É importante sempre ressaltar que nem sempre o resultado vai vir do last-click mas sim, da atribuição.



VANTAGEM DO MARKETING DE INFLUENCIA



Algumas das vantagens são:

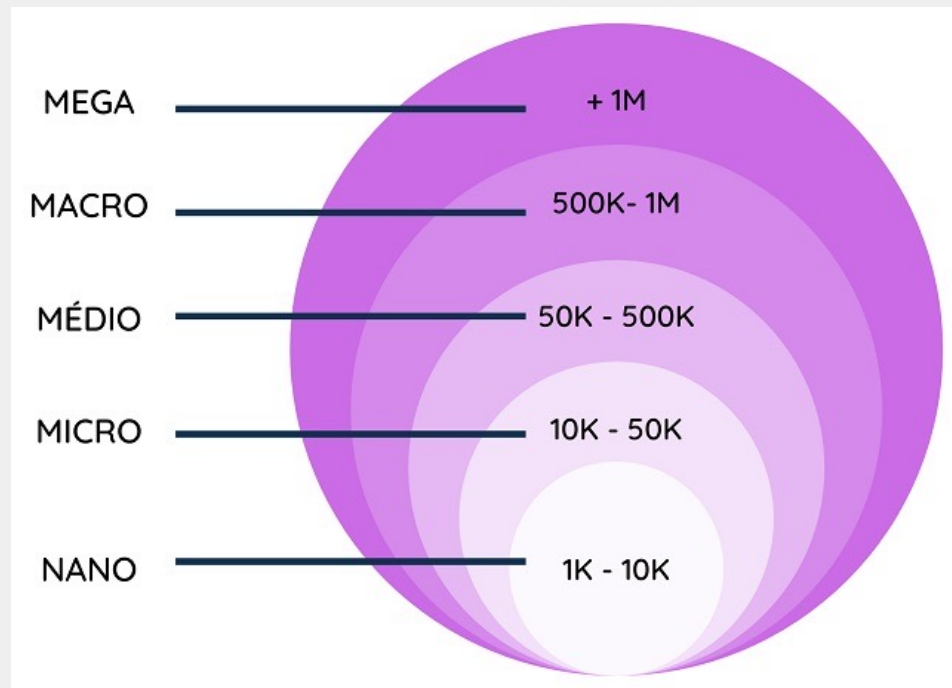
- Acessar a base de seguidores do influenciador;
- Influenciadores são creators e conseguem criar conteúdos originais e que sua audiência gosta de ver;
- Muitas vezes, podem gerar economia de custos de produção.



INFLUENCIADORES POR TAMANHO

Uma das maneiras de se classificar influenciadores é pelo volume de seguidores.

Cada volume possui características de engajamento e influência diferentes que devem ser considerados



RISCOS DE MARKETING DE INFLUÊNCIA

Um influenciador empresta sua imagem para uma marca mas também, fala em nome dela.

Isso pode gerar desgastes em momentos ruins.

MARKETING

Após perder patrocínios, Gabriela Pugliesi desativa conta no Instagram

Liv Up e Rappi e outras marcas anunciaram fim da parceria com a influenciadora que contrariou as recomendações da OMS para conter a pandemia do coronavírus



TIPOS DE INFLUENCIADORES

CELEBRIDADES

Podem ser esportistas famosos, pessoas da TV, artistas.



TIPOS DE INFLUENCIADORES

AUTORIDADE

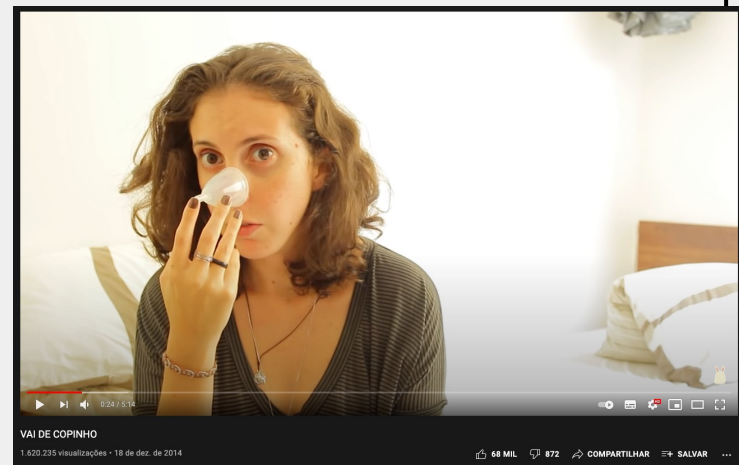
Pessoas que tem domínio sobre um determinado assunto.



TIPOS DE INFLUENCIADORES

TRENDSETTER

Tem opiniões fortes e costumam originar debates. Normalmente só se associam com marcas que possuem os mesmos valores que eles.



TIPOS DE INFLUENCIADORES

LOCAIS

São influenciadores que tem forte atuação em um local específico.



TIPOS DE INFLUENCIADORES

ECOSSISTEMA

É quando juntamos influenciadores de um nicho específico, criando uma comunicação integrada.

