

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 numeric keypad and a green button. The image is partially obscured by a large orange rectangle on the left side, which contains the title and author's name.

MARKETING PARA E-COMMERCE

Bruno Campos de Oliveira

FRAMEWORKS DE NEGÓCIO

Técnicas para resolver
problemas de negócios



FUNIL DE CONVERSÃO



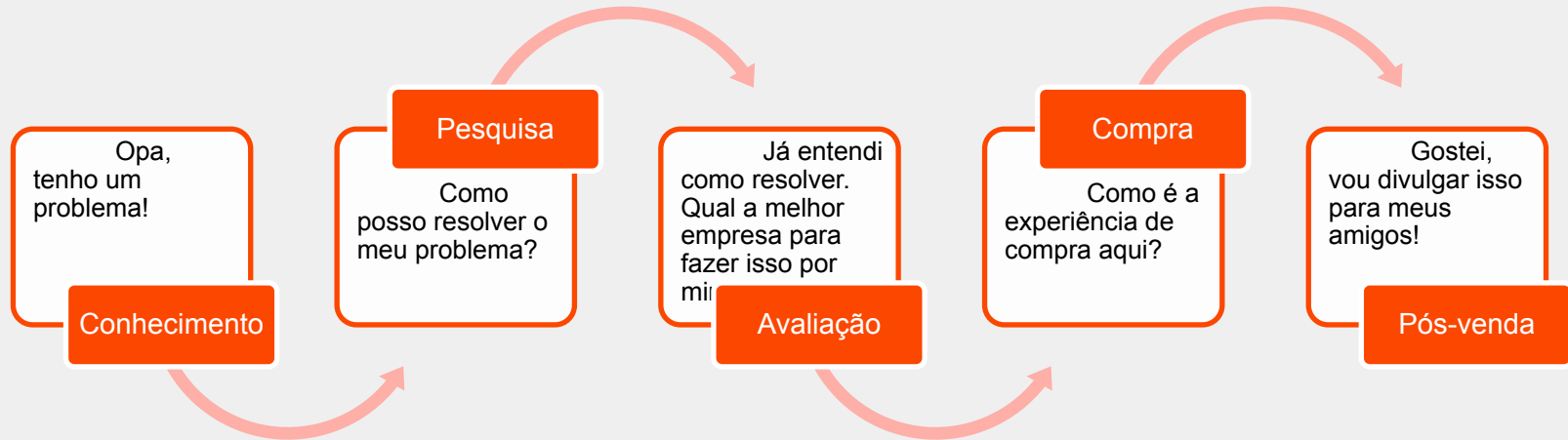
O QUE É UM FUNIL DE CONVERSÃO?

O objetivo do funil de conversão é mapear todas as etapas do cliente.

Desde o primeiro contato, até a compra.



ETAPAS DA JORNADA DE COMPRA



TIPOS DE CLIENTE



DESCONHECIDO



PÚBLICO-ALVO



VISITANTE



POTENCIAL CLIENTE



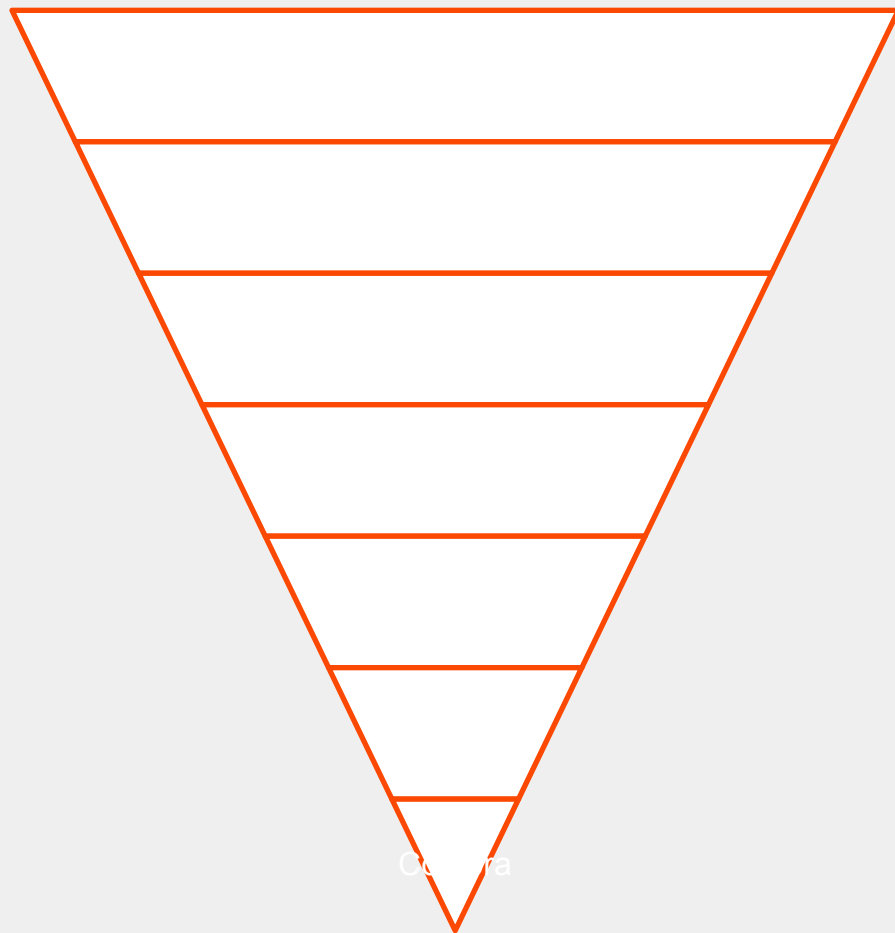
CLIENTE



DIVULGADOR

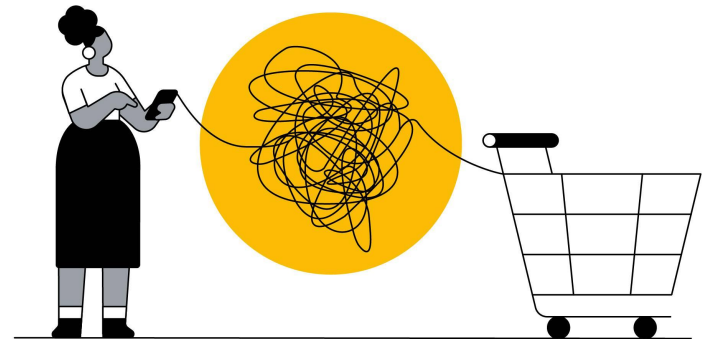
FUNIL DE E-COMMERCE

A jornada de compra de uma loja virtual começa desde o primeiro contato até a página de sucesso.



GOOGLE'S MESSY MIDDLE

Uma pesquisa do Google de 2020 mostrou que, mesmo mapeando a jornada do consumidor em fases, ela é bem mais complexa do que imaginamos.



O "MEIO CONFUSO"

Pessoas ficam transitando entre Exploração e Avaliação sendo a primeira atividade expansiva e a segunda redutiva.

Não há regras de quantos pontos de contato ou tempo isso leva até que gatilhos se transforma em ação de compra.



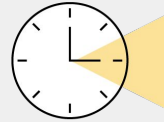
VIESES COGNITIVOS

O Google avaliou 310 mil cenários de compra para chegar nesses 6 vieses que podem fazer toda diferença na compra.

No estudo, uma marca fictícia chegou a ganhar da preferência de uma marca real e bem estabelecida ao aplicar esses vieses cognitivos.



Análises
heurísticas



O poder
do agora



Confirmação
social



Viés de
escassez



Viés de
autoridade

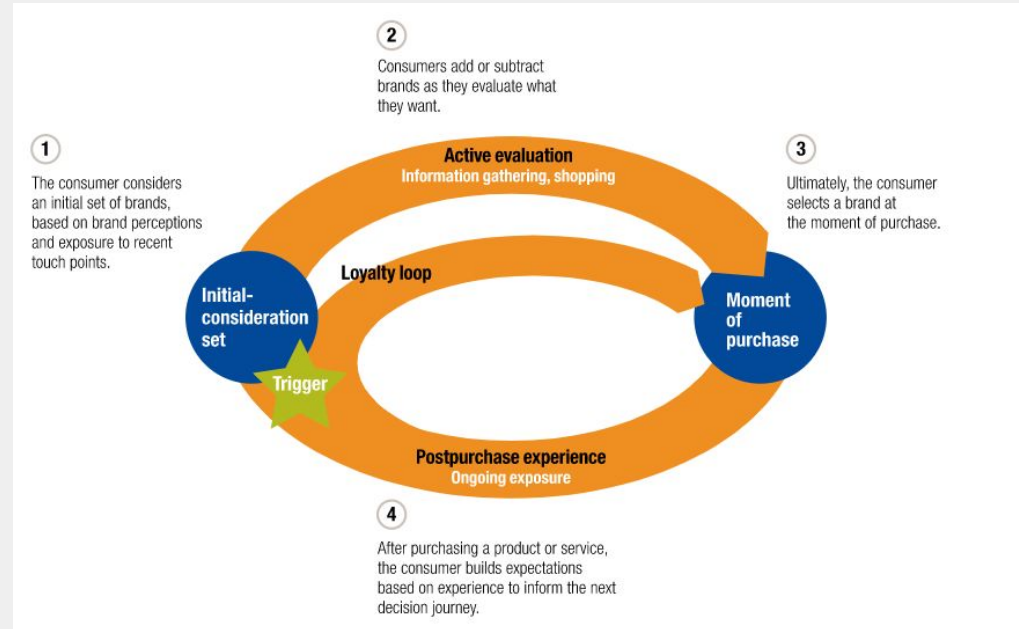


O poder
do gratuito

NOVAS JORNADAS

A McKinsey propõe uma nova jornada de 4 grandes fases: consideração inicial, avaliação ativa, compra e pós-venda.

Essa jornada mostra que é importante as marcas estarem em todas as etapas desse processo.



AARRRR

FRAMEWORK



O QUE É O AARRRR FRAMEWORK?

Também conhecida como “métricas para piratas”, é um modelo de trabalho que foca em Aquisição, Ativação, Retenção, Referencia e Receita e foi criado por Dave McClure.



COMO FUNCIONA O AARRRR?



SAIBA MAIS: [RockContent - O funil pirata](#)

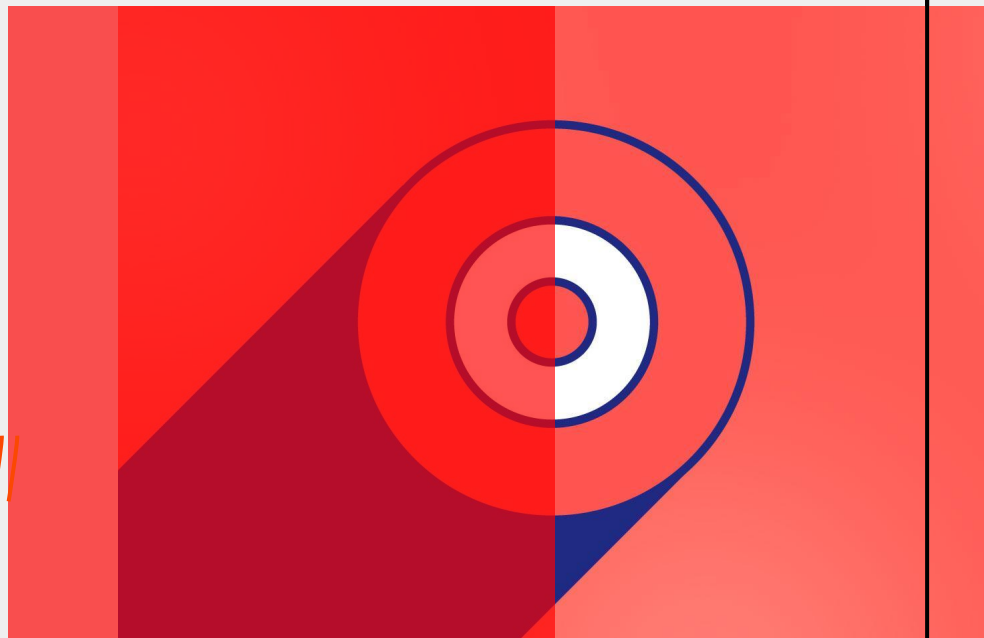
BULLSEYE FRAMEWORK



O QUE É O BULLSEYE FRAMEWORK?

Esse framework ajuda os profissionais de marketing a definir em quais canais investir mais para atrair seus consumidores.

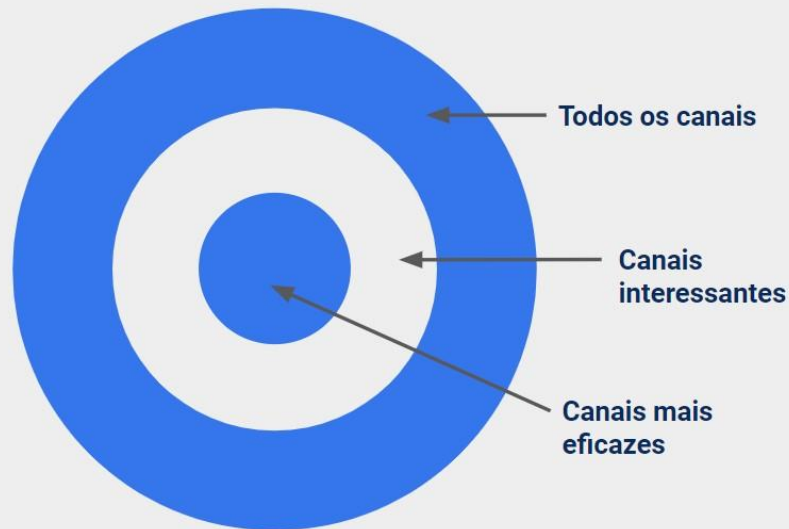
Ele pode ser aplicado para qualquer negócio.



ESCOLHENDO OS CANAIS

Nessa metodologia separamos nossos canais em 3 grupos de canais onde cada um deve ser classificado por onde de importância.

Isso ajuda a manter o foco no que faz a diferença mas não abandonar a estratégia macro.



SAIBA MAIS: [RockContent - Bullseye Framework](#)



CICLO DE VIDA DO CLIENTE

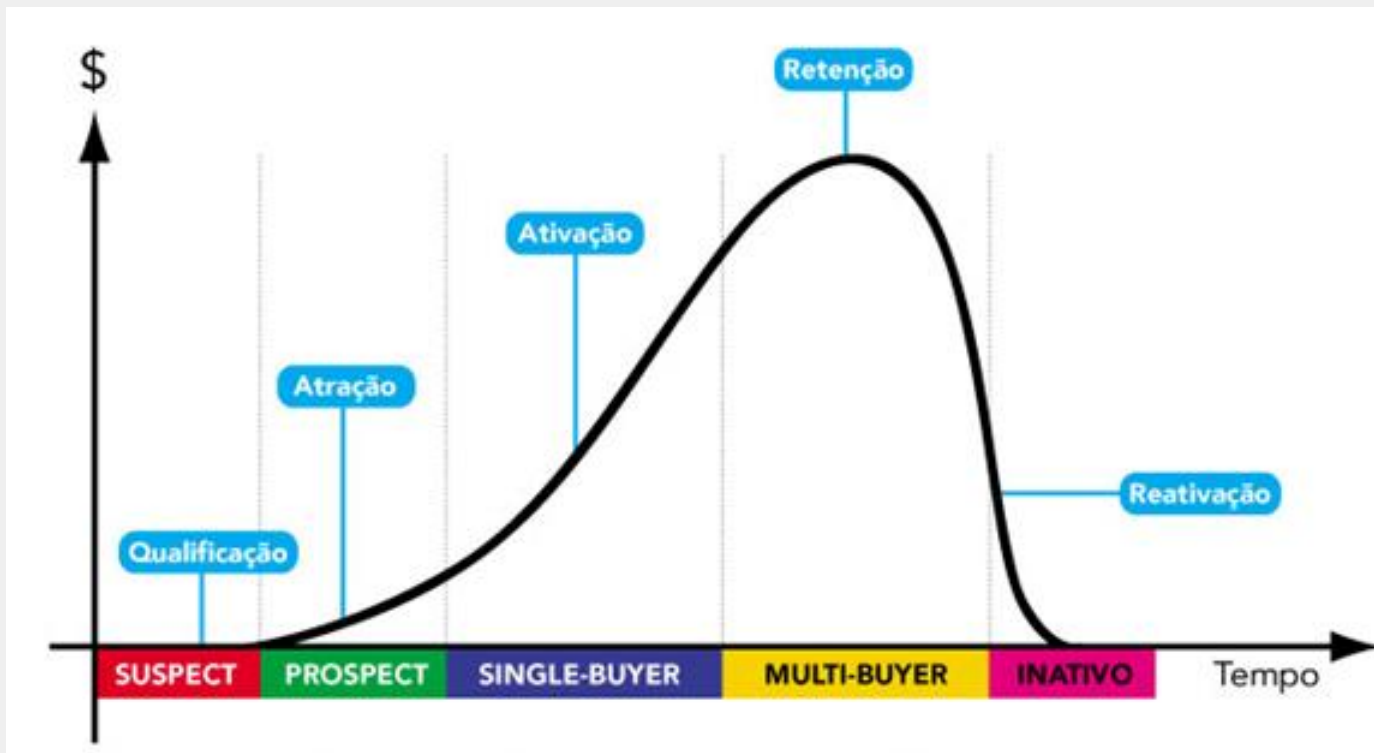


O QUE É O CICLO DE VIDA DO CLIENTE?

É toda a relação de um cliente com a marca desde o dia 1 até quando durar (ou não), aquele relacionamento.



CICLO DE VIDA DO CLIENTE



CICLO DE VIDA SUSTENTÁVEL

