

CURSO ONLINE

Content Marketing

Desenvolvido por

Jesus Bardini

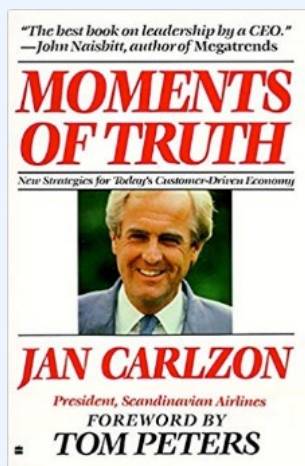
Especialista em Inbound &
Content Marketing



Os momentos da verdade

1980

“Qualquer momento que o consumidor entra em contato com um negócio, ele tem uma oportunidade de formar uma impressão.”



2005

“O primeiro momento da verdade acontece entre 3 e 7 segundos após o consumidor encontrar o produto na gôndola.”

THE WALL STREET JOURNAL.

In a Shift, Marketers Beef Up Ad Spending Inside Stores

Funky Displays and Lighting, TV Spots in Wal-Mart; Unsettling Madison Avenue

By Emily Nelson and Sarah Ellison Staff Reporters of THE WALL STREET JOURNAL

Updated Sept. 21, 2005 11:59 p.m. ET

(See Corrections & Amplifications item below.)

Procter & Gamble Co. believes shoppers make up their mind about a product in about the time it takes to read this paragraph.

This “first moment of truth,” as P&G calls it, is the three to seven seconds when someone notices an item on a store shelf. Despite spending billions...

2011

“Os profissionais de marketing dedicam uma quantidade tremenda de energia e dinheiro aos primeiros dois momentos da verdade. Mas, a nova pergunta é: **você está ganhando o Momento zero da verdade?**”



Os momentos da verdade



Estímulo



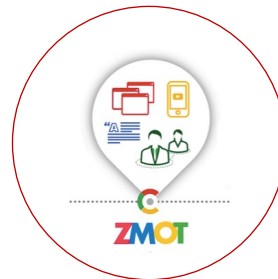
1º Momento da Verdade



2º Momento da Verdade



Estímulo



Momento Zero da Verdade (ZMOT)



1º Momento da Verdade



2º Momento da Verdade

Os momentos da verdade

“Responda às perguntas que as pessoas estão fazendo”



1. A **jornada de decisão** mudou.
2. O que antes era uma mensagem, agora é uma **conversa**.
3. O **boca a boca** está mais forte do que nunca.
4. **Nenhum** MOT é **pequeno demais**.
5. Os MOTs estão **se encontrando**.

A jornada do cliente evoluiu

O ZMOT está em toda a parte

