

# Marketing Digital

TechGuide - Alura, FIAP e PM3

---

## Marketing Digital

### Nível 1

#### ☐ Explorando conceitos de Marketing Digital:

- Compreender os princípios fundamentais do marketing digital, incluindo as diferentes áreas de atuação, como tráfego orgânico e pago, e as principais estratégias para aumentar a visibilidade online de uma marca.
- Explorar as principais plataformas digitais e ferramentas utilizadas para divulgar negócios na internet, garantindo que os perfis comerciais sejam otimizados e mantenham uma presença profissional.
- Aprender a diferenciar e aplicar as técnicas de tráfego orgânico e pago, desenvolvendo habilidades para planejar e executar campanhas de marketing digital que alcancem e envolvam o público-alvo de maneira eficaz..

#### ☐ Branding:

- Entender os componentes fundamentais do branding e como eles contribuem para a criação de uma marca memorável e diferenciada no mercado.
- Desenvolver uma identidade de marca consolidada, que comunique de forma clara e eficaz os valores e a missão da empresa, ajudando a criar marcas de sucesso que se destacam entre os concorrentes.

- Aplicar estratégias poderosas para construir e gerir a marca, criando experiências marcantes que ressoam com o público-alvo e fomentam a lealdade dos clientes.
- Inspirar-se em cases de sucesso para construir uma marca forte que estabeleça uma conexão emocional com os clientes, promovendo um relacionamento duradouro e um forte posicionamento no mercado..

#### ☐ **Plano de Marketing Digital:**

- Desenvolver a habilidade de coletar e interpretar dados de pesquisa e feedback, utilizando esses insights para aprimorar serviços e produtos e ajustar as estratégias de marketing digital de forma eficaz.
- Aprender a analisar tendências de mercado utilizando ferramentas digitais, aplicando o método SMART para definir metas claras e a matriz SWOT para identificar oportunidades e desafios no ambiente competitivo.
- Elaborar e coordenar estratégias de marketing digital, integrando os diferentes elementos do plano em um cronograma eficiente que garanta a execução bem-sucedida das campanhas e a maximização dos resultados.
- Compreender a jornada do consumidor e aplicar os princípios de OKRs para alinhar as estratégias de marketing digital com os objetivos organizacionais, criando campanhas que ressoem com as necessidades e desejos do público-alvo..

#### ☐ **SEO:**

- Compreender os fundamentos do SEO, incluindo como ele funciona e por que é essencial para aumentar a visibilidade e o alcance de um site nos motores de busca.
- Aprender a aplicar as principais técnicas e estratégias de SEO, otimizando o conteúdo e a estrutura do site para melhorar o posicionamento nas páginas de resultados dos motores de busca (SERPs).
- Entender como funcionam os algoritmos dos principais motores de busca, como o Google, e como as atualizações nesses algoritmos podem impactar o desempenho de SEO de um site.

- Mensurar e analisar os resultados das estratégias de SEO utilizando as ferramentas certas, permitindo ajustes contínuos e garantindo que o site permaneça competitivo no ranking dos motores de busca..

## Nível 2

### ☐ Social Commerce:

- Compreender a importância e as vantagens de utilizar redes sociais como ferramentas estratégicas para gerar leads e aumentar as vendas, aproveitando o alcance e a interatividade dessas plataformas.
- Explorar a evolução do e-commerce e adaptar estratégias de marketing para o ambiente de social commerce, integrando as melhores práticas e técnicas específicas para cada plataforma social.
- Aprender a configurar e otimizar recursos, como anúncios e postagens patrocinadas, em redes sociais como Instagram e Facebook, maximizando a visibilidade e a conversão de vendas.
- Desenvolver habilidades para identificar e colaborar com influenciadores digitais, utilizando sua influência para fortalecer campanhas de social commerce e engajar o público-alvo de forma autêntica e eficaz..

### ☐ Marketplace:

- Entender o conceito de marketplace, suas vantagens e desvantagens, e como esse modelo de plataforma de e-commerce pode ser utilizado de forma estratégica para expandir a presença online de um negócio.
- Explorar as diferenças entre um marketplace de nicho e um tradicional, identificando qual tipo se alinha melhor ao modelo de negócios e às metas da empresa, e como competir efetivamente em ambos os ambientes.
- Aprender a otimizar listagens de produtos no marketplace, utilizando palavras-chave, descrições e estratégias de SEO específicas para melhorar o ranking e a visibilidade, resultando em maiores taxas de conversão.
- Analisar casos de sucesso e tendências do mercado, compreendendo como os principais players do setor utilizam os marketplaces para alcançar seus

objetivos de vendas e como essas estratégias podem ser adaptadas para o próprio negócio.

#### ☐ **Análise de métricas para e-commerce:**

- Compreender a importância das métricas no e-commerce e como elas são essenciais para orientar decisões estratégicas que impulsionem o desempenho da loja virtual.
- Identificar e aplicar métricas-chave em diferentes etapas do funil de vendas, permitindo uma análise detalhada do comportamento do cliente e otimizando as estratégias de marketing digital.
- Diferenciar e utilizar ferramentas de Web Analytics, como Google Analytics, para coletar, interpretar e transformar dados em insights acionáveis que melhorem a eficiência e a eficácia das campanhas de e-commerce.
- Integrar conceitos de Business Intelligence e cultura data-driven ao marketing digital, garantindo que todas as decisões sejam baseadas em dados precisos e que as campanhas sejam continuamente aprimoradas com base em resultados mensuráveis.

## **Nível 3**

#### ☐ **Inbound Marketing:**

- Compreender os fundamentos do Inbound Marketing, incluindo as principais estratégias e ações necessárias para atrair visitantes, convertê-los em leads e, eventualmente, transformá-los em clientes fiéis.
- Aprender a estruturar e executar uma estratégia de Inbound Marketing, criando conteúdo relevante e personalizado para cada estágio da jornada do usuário, desde a atração até o fechamento e encantamento.
- Explorar o uso de automação em Inbound Marketing, configurando fluxos de nutrição de leads e utilizando ferramentas para simplificar e acelerar processos, garantindo uma execução mais eficiente das campanhas.
- Integrar e aplicar o conceito de flywheel, substituindo a lógica tradicional de funil de marketing, com foco em criar um ciclo contínuo de crescimento e retenção, alimentado pela experiência positiva dos clientes..

## ☐ **Marketing Viral:**

- Estudar as métricas de marketing viral, aprendendo a identificar possíveis problemas e otimizar continuamente as campanhas para alcançar os melhores resultados em termos de engajamento e conversão.
- Compreender como o Buzz Marketing e outras estratégias virais podem ser utilizadas para ampliar significativamente o alcance de uma marca, gerando um impacto duradouro e positivo.
- Explorar exemplos reais de campanhas virais bem-sucedidas, analisando os elementos que contribuíram para seu sucesso e como esses fatores podem ser replicados em diferentes contextos.
- Identificar e trabalhar com influenciadores-chave e comunidades online para criar uma base sólida de defensores da marca, maximizando a propagação das mensagens de marketing de forma orgânica.

## ☐ **E-mail marketing:**

- Compreender como o e-mail marketing é utilizado por empresas para alcançar leads de forma eficiente, incluindo a criação de listas de contatos segmentadas e personalizadas para maximizar o impacto das campanhas.
- Aprender a utilizar técnicas de copywriting e CTAs (Call to Actions) para aumentar as taxas de engajamento e conversão, garantindo que as mensagens de e-mail sejam persuasivas e levem o lead à ação desejada.
- Desenvolver habilidades para implementar e otimizar automações de e-mail marketing, incluindo a configuração de ferramentas, a criação de landing pages e a execução de fluxos de e-mails alinhados com as diferentes fases do funil de vendas.
- Analisar e entender as métricas de e-mail marketing para aprimorar continuamente as campanhas, ajustando estratégias com base nos dados coletados para melhorar a entregabilidade, a abertura e o desempenho geral das campanhas.

# **Habilidade Auxiliar: Análise e estratégia de dados**

## ☐ **Data-driven UX:**

- Compreender como os dados podem otimizar a experiência do usuário e garantir que as interfaces atendam às expectativas dos usuários
- Aprender a coletar e interpretar dados qualitativos e quantitativos utilizando ferramentas como Hotjar e Google Analytics, focando na experiência e comportamento do usuário
- Aplicar insights de dados para tomar decisões informadas sobre o design e aprimorar continuamente a interface e a usabilidade dos produtos
- Incorporar uma abordagem orientada por dados em todo o ciclo de design, criando soluções altamente alinhadas às necessidades dos usuários e aos objetivos de negócios.

#### ☐ **Jornada do cliente:**

- Compreenda as etapas principais da jornada do cliente e como cada fase impacta na experiência geral.
- Aprenda a identificar e entender os pontos de contato que influenciam a satisfação e o engajamento do cliente.
- Desenvolva estratégias de engajamento ao longo da jornada para melhorar a retenção e a lealdade do cliente.
- Aplique uma mentalidade centrada no cliente para criar experiências que atendam às necessidades e expectativas em cada etapa da jornada.

#### ☐ **Customer Success:**

- Aprenda a aplicar Customer Success como uma estratégia central para aumentar a receita e retenção de clientes em sua empresa.
- Entenda a evolução e a importância do Customer Success e como ele se diferencia de outras áreas de atendimento ao cliente.
- Domine técnicas de escuta ativa e Spin Selling para melhorar o atendimento e impulsionar o sucesso do cliente.
- Identifique os principais indicadores de sucesso em Customer Success e como usá-los para avaliar e melhorar a experiência do cliente.

#### ☐ **Roadmap:**

- Um roadmap é uma representação visual que descreve a visão estratégica de um produto ou projeto e seu plano de execução ao longo do tempo.
- Alinhe o roadmap com os objetivos de negócio e as metas do produto.
- Priorize recursos e funcionalidades com base no valor para o cliente e para o negócio.
- Defina marcos e prazos realistas para o desenvolvimento e entrega.
- Comunique o roadmap de forma clara e transparente com todas as partes interessadas.
- Esteja aberto a ajustes e adaptações conforme novas informações e mudanças de contexto.
- Colete feedback regularmente para ajustar o roadmap conforme necessário.
- Assegure que o roadmap esteja alinhado com as estratégias e objetivos da organização.

## Habilidade Auxiliar: Business Agility

### ☐ Gestão Ágil:

- Compreender os princípios da Gestão Ágil e sua aplicação para melhorar a adaptabilidade e inovação.
- Implementar metodologias ágeis, como Scrum e Kanban, em projetos e processos empresariais.
- Fomentar a colaboração e auto-organização das equipes para decisões rápidas e eficazes.
- Utilizar ferramentas e métricas ágeis para monitorar e melhorar o desempenho dos projetos.

### ☐ Lean-Ágil além da TI:

- Entenda como as práticas Lean-Ágil podem ser escaladas em toda a organização, contribuindo para a transformação cultural e estratégica em direção à agilidade nos negócios.
- Expanda sua visão ágil além do contexto de TI, aprendendo a aplicar o mindset Lean-Ágil em toda a organização, promovendo a inovação e a

redução de desperdícios em todos os setores.

- Desenvolva competências estratégicas para liderar transformações Lean-Ágil em sua empresa, integrando conceitos de agilidade escalada e discreta para alcançar melhores resultados organizacionais.
- Diagnostique o estágio atual da sua organização em relação à agilidade, identificando oportunidades para a implementação de metodologias ágeis que impulsionem o crescimento e a eficiência.

#### **Métricas Ágeis:**

- Essencial compreender a importância das métricas ágeis na avaliação do desempenho das equipes e na identificação de áreas de melhoria contínua, sendo que métricas bem definidas ajudam a garantir que as equipes estejam no caminho certo para alcançar seus objetivos.
- Aprender a utilizar diferentes tipos de métricas ágeis, como lead time, cycle time, throughput, e velocity, para obter uma visão abrangente do desempenho e da produtividade das equipes. Cada métrica oferece insights específicos que são essenciais para a gestão eficaz de projetos ágeis.
- Desenvolver habilidades para coletar, analisar e interpretar dados de métricas ágeis, transformando esses dados em insights acionáveis que possam orientar decisões estratégicas e operacionais. A análise correta dos dados permite ajustes precisos nos processos e práticas.
- Explorar estratégias para implementar e integrar métricas ágeis no dia a dia das equipes, promovendo uma cultura de transparência e melhoria contínua. A integração eficaz de métricas nas rotinas das equipes garante um monitoramento constante e ajustes ágeis conforme necessário.