

Planejamento de Marketing Digital

Instrutora: Yasmin Cunha

Alura 01 - Começando o plano de marketing

[Benchmarking](#)

[Conhecendo nosso cliente](#)

[Metas smart](#)

Alura 02 - Jornada do consumidor

[Jornada do consumidor](#)

[Dores do cliente](#)

[Matriz SWOT](#)

[OKRs](#)

Alura 03 - Estratégias e cronograma

[Estratégias de marketing digital](#)

[Marketing de conteúdo](#)

[Inbound marketing](#)

[SEO](#)

[Tráfego pago](#)

[Planilha](#)

Alura 04 - Adaptando a realidade

[Recursos e Orçamentos](#)

[Cases de sucesso](#)

[O que não fazer](#)

Começando o plano de marketing

Benchmarking

Significa o processo de estudo
da concorrência

O que queremos descobrir?





Tipos de Benchmarking

Tipos de Benchmarking



Genérico



Cooperativo



Competitivo



Interno



Genérico

Empresas que não são
da mesma área

Informações públicas
disponíveis



Competitivo

TIPOS DE BENCHMARKING



Competitivo

- Empresas concorrentes
- Mesmo tipo de produto ou serviço



Coop

TIPOS DE BENCHMARKING



Cooperativo

- Empresas se juntam para trocar informações
- Troca de experiência e networking



Intern

TIPOS DE BENCHMARKING



Interno

- Análise interna da empresa
- Mapeamento do que já funcionou outras vezes

TIPOS DE BENCHMARKING



CONHECENDO NOSSO CLIENTE

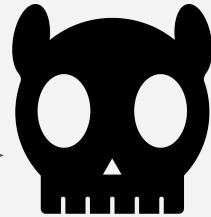


- → Loja online
- → Produtos e acessórios
- → Guias, coleiras e tags personalizadas.



Concorrente

Concorrente



Ferramentas de pesquisa

 → próprio website das empresas.

  → redes sociais

**O que a empresa vende
como diferencial?**



zee.dog



Zee.Dog

<https://www.zeedog.com.br>

⋮

Zee.Dog - Entrega Para Todo Brasil

Conheça os produtos pra cachorros **Zee.Dog**, acomp exclusivas.

Entregas para todo o Brasil

Fonte: pesquisa Google



**CONECTANDO
CACHORROS E
PESSOAS**
Essa é a nossa missão

Valor de marca

Fonte: site Zeedog

Ganhe 10% OFF na primeira compra, e fique por dentro das nossas novidades e promoções.



**Senso de
comunidade**

Seu e-mail

**Experiência de
compra**



**Compre
e doe**

Vamos doar 3 toneladas de Refeição Natural para instituições que apoiam a causa animal. Você também pode ajudar. Para cada unidade comprada a mesma quantia será doada.

QUERO AJUDAR

Fonte: site Zeedog



 **Receba em Horas**
[ver regras](#)

Sponsored



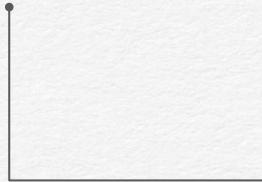
[petz.com.br](https://www.petz.com.br)

<https://www.petz.com.br> ::

Petz - Loja Oficial - Compre e Receba Hoje Mesmo

→ **Entrega rápida**

Fonte: pesquisa Google



Assinatura Petz

10% de Desconto Sempre*. Gratuita. Assine sem custo. Saiba mais.

Minhas
Ofertas



Ative **descontos exclusivos** agora

Experiência - Valorização do cliente

Fonte: site Petz

Petz



Conheça as
Especialidades do

CENTRO VETERINÁRIO
seres

- ★ Adestramento
- ★ Adoção
- ★ Banho e Tosa
- ★ Veterinária

Variedade de Produtos

Fonte: site Petz



O que oferecemos como diferencial?

-  Produtos personalizados
-  Entrega rápida e local
-  Site responsivo



Diferenças entre nós e os concorrentes

-  Variedade de produtos
-  Entrega para todo o Brasil
-  Experiência de compra



Diferenças entre nós e os concorrentes



Clube de fidelidade

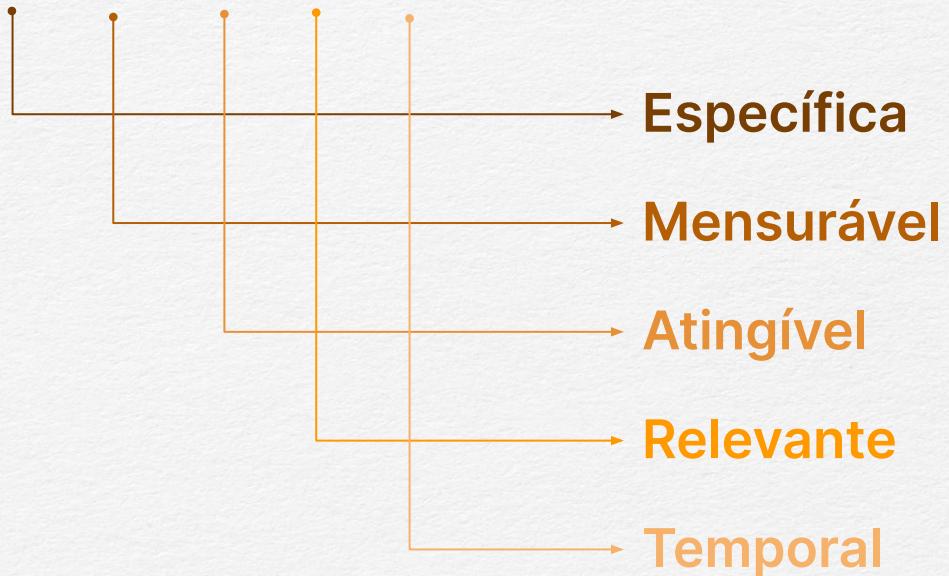


Conceito de marca

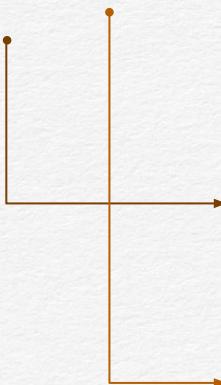


METAS SMART

METAS **SMART**



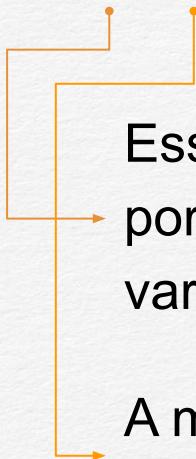
METAS SMART



Já definiu para onde as ações devem ser direcionadas?

Como saber quando ela estará concretizada?

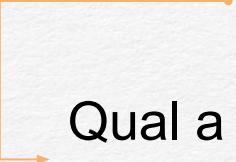
METAS SMART



Essa meta é perfeitamente atingível por sua equipe ou depende de mais variáveis?

A meta é suficientemente relevante para o crescimento da empresa?

METAS SMART



Qual a estimativa de tempo para o atingimento da meta?

METAS SMART



Expandir a entrega para todo o Brasil,
realizando no mínimo 3 entregas
nacionais.

METAS SMART

S=Específica



Expandir a **entrega** para todo o Brasil,
realizando no mínimo 3 entregas
nacionais.

METAS SMART

S=Específica

M= Mensurável



Expandir a entrega para todo o Brasil,
realizando no **mínimo 3 entregas**
nacionais.

METAS SMART

S=Específica M= Mensurável

A= Atingível



Expandir a entrega para todo o Brasil,
realizando no mínimo **3 entregas
nacionais.**

METAS SMART

S=Específica M= Mensurável A= Atingível R= Relevante



Expandir a entrega para todo o Brasil,
realizando no mínimo 3 entregas
nacionais.

METAS SMART

S=Específica M= Mensurável A= Atingível R= Relevante T= Temporal



Expandir a entrega para todo o Brasil,
realizando no mínimo 3 entregas
nacionais (dentro de **2 meses**).

Topa um desafio?

Aumentar os visitantes do site
em 200% no prazo de 6 meses.

Defina cada letra SMART para
essa meta

Jornada do consumidor

O QUE É A JORNADA DO CONSUMIDOR?

É o caminho que o cliente faz na sua empresa até a compra.





Qual é a necessidade do cliente?

VAMOS DESCOBRIR?



Qual é o caminho do cliente?

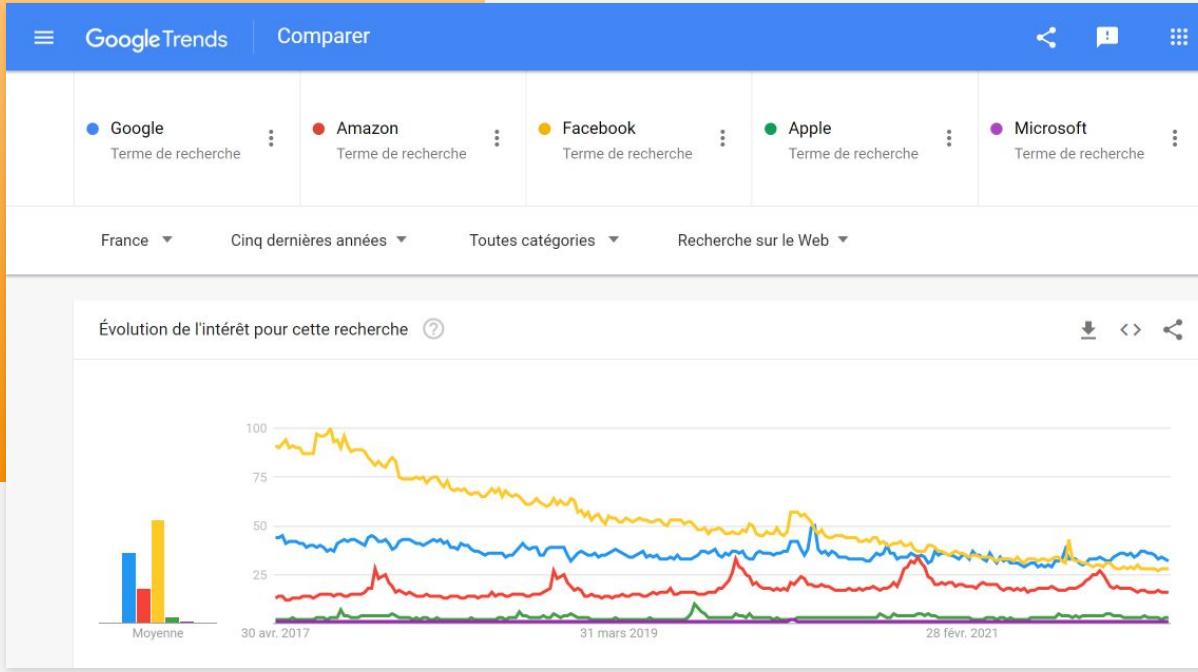


Loja online: o consumidor pesquisa o item antes de comprar.



Qual é a necessidade do cliente?

Podemos descobrir
o que ele pesquisou
antes de comprar.



Ferramenta: Google Trends



Qual é a dor do cliente?

VAMOS DESCOBRIR?

Qual é a dor do cliente?



Em relação ao nosso
produto e serviço

Pesquisa de Satisfação

Pedimos a gentileza de preencher a avaliação pois ela é de suma importância para evoluirmos e sempre atender as expectativas de nossos clientes.

* Required

Você acha nosso atendimento cortês e educado? *

- Ótimo
- Bom
- Regular
- Ruim
- Muito Ruim
- Other: _____

Qual é a dor do cliente?

Ferramenta: Formulário de feedback



Google Forms

FORMULÁRIO FEEDBACK CÃO PET SHOP

Este formulário é para saber como estão os nossos produtos e serviços, para você o cliente. Agradecemos muito o seu tempo para as respostas e preparamos um mimo, você ganha 30% de desconto na próxima compra se nos ajudar respondendo :)



Estratégia: incentivo a participação do cliente

Qual é a dor do cliente?



O quanto você avalia a qualidade do produto? *

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Muito ruim :(

Superou as expectativas :)

Pontos positivos da compra e serviços

produto de qualidade muito boa, embalagem excepcional e mimos perfeitos. Apenas pouca

Qual é a dor do cliente?



Pontos positivos da compra e serviços

produto de qualidade muito boa, embalagem excepcional e mimos perfeitos. Apenas pouca opção diferente

Qual nota você dá para a experiência no site?

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Qual é a dor do cliente?



Qual nota você dá para a experiência no site?

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Muito ruim :(

Superou as expectativas :)

Pontos negativos da compra e serviços

site bom para a compra mas não tem muita explicação de como fazer a compra

Qual é a dor do cliente?



Pontos negativos da compra e serviços

site bom para a compra mas não tem muita explicação de como fazer a compra

Como você avalia a entrega?

Qual é a dor do cliente?



Como você avalia a entrega?

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Muito ruim

Superou as expectativas!

Pontos negativos da compra e serviços

Entrega rápida, mas sem muitas opções de região

Qual é a dor do cliente?



Pontos negativos da compra e serviços

Entrega rápida, mas sem muitas opções de região

Qual é a dor do cliente?



Site responsivo, mas não intuitivo.



Pouca variedade de produtos



Entrega apenas em regiões locais

Matriz SWOT

Ferramenta gerencial que examina
o ambiente interno e externo

MATRIZ SWOT





Forças	S	Fraquezas	W
Qualidade dos produtos Site responsivo para mobile Experiência de compra		Entregas limitadas Site não intuitivo Pouca variedade de produtos	
Oportunidades	O	Ameaças	T
Entregas para o país todo Alta demanda no mercado pet Parceria com ações sociais de pauta animal		Expansão de franquias no Brasil Mudança do comportamento do consumidor Alta de impostos	

Estratégias e cronograma

Inbound marketing

Marketing de atração: o cliente vem atrás da empresa.

Torna mais barato o custo de aquisição de clientes.

Inbound marketing



Site



landing page



Funil de vendas

Estratégias de marketing digital



Automação

Automatização de ações e processos

Usada para atingir clientes em escala,
sem perder a personalização.

Automação



E-mails em massa



Agendamento de postagens



Mensagens automáticas

Branding

Ações alinhadas ao
posicionamento da marca

Emoções conscientes e
inconscientes

Branding



Identidade visual



Personalidade da marca



Canais de relacionamento

Marketing de conteúdo

Conteúdos relevantes para o público, que geram valor.

Traz soluções para os problemas dos clientes.

Marketing de conteúdo



Personas



Criação de conteúdo



Distribuição

SEO

Melhora o posicionamento
orgânico em buscadores da web.

SEO



Palavras-chave



On page



Off page

Tráfego pago

Anúncios feitos em plataformas ou mecanismos de busca
Conduz os leads a páginas estratégicas

SEO



Meta Business



Google Ads



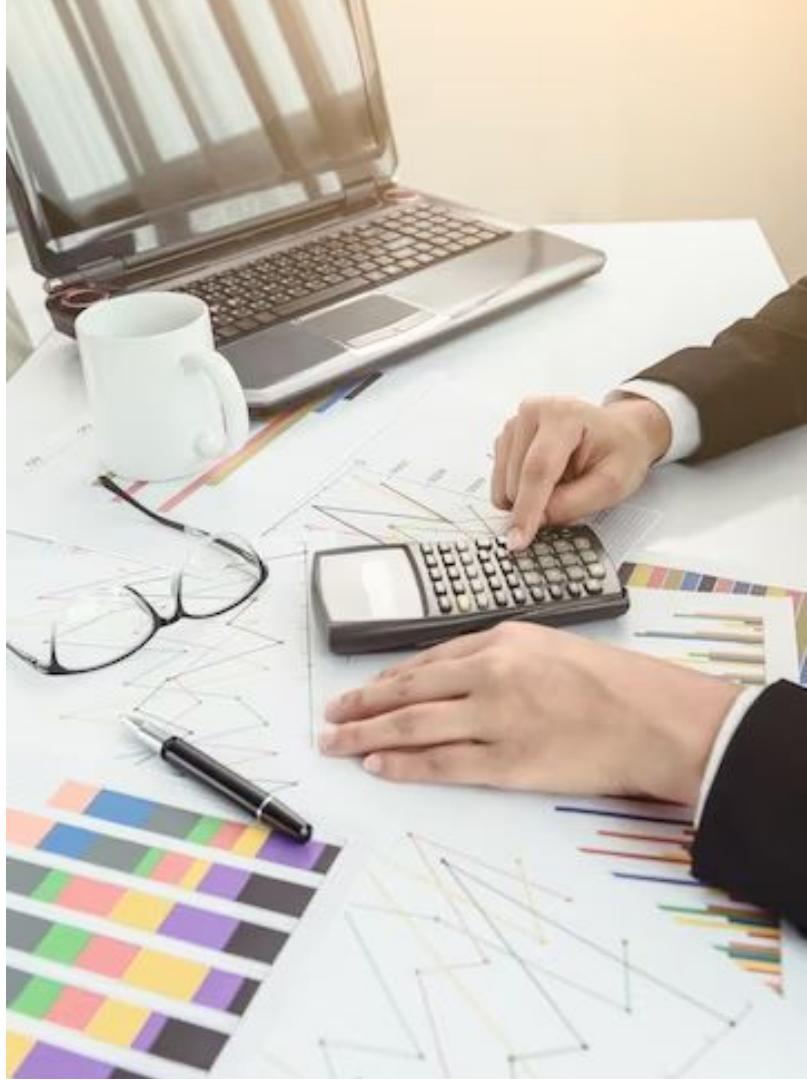
Analytics

Planilha

Organização das informações.
Identificação de estratégias.

Adaptando a realidade

Recursos e Orçamentos



Recursos e Orçamentos



- Equipe pequena
- Pouco orçamento

1

Defina ações e estratégias que
estejam dentro da realidade
atual da sua empresa.

2

Procure alternativas de
ferramentas gratuitas
e/ou de baixo custo.

3

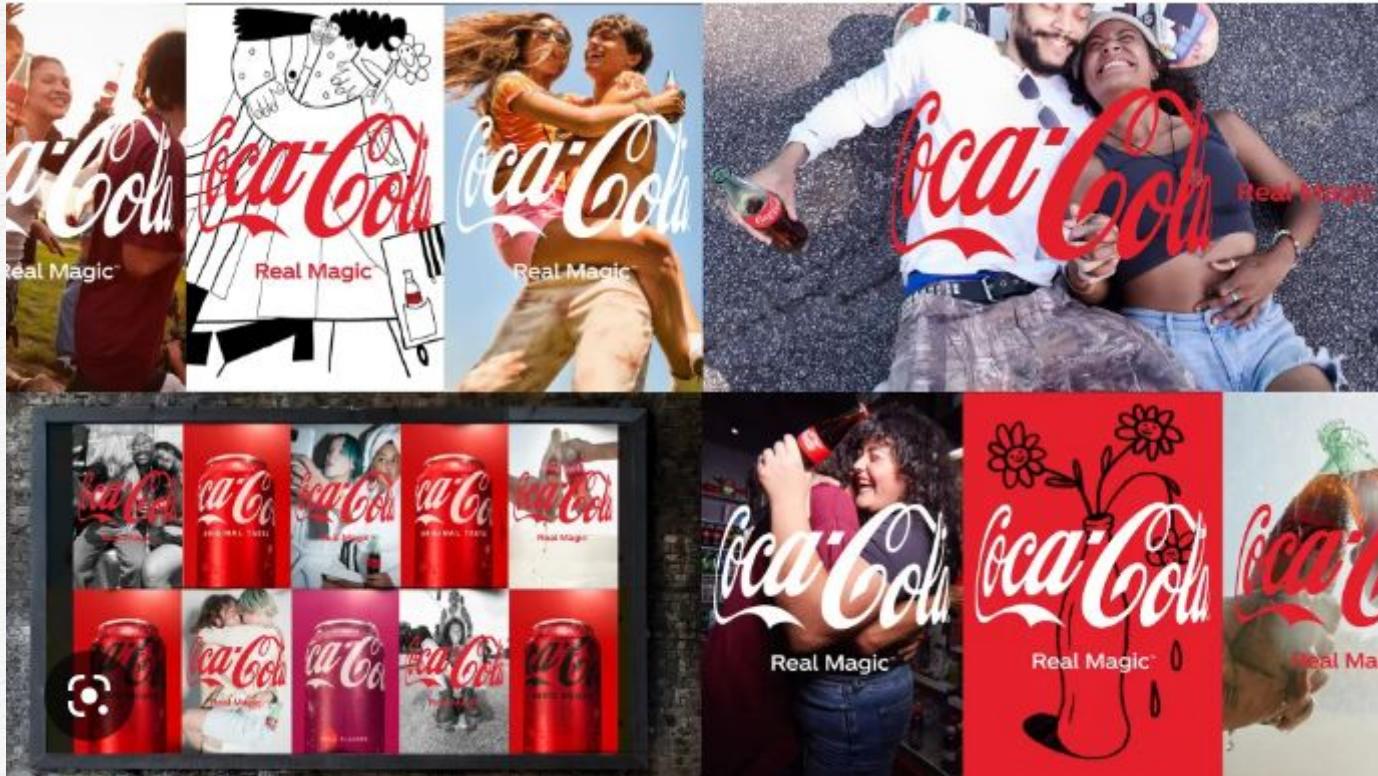
Procure aprender mais a partir das estratégias que precisa suprir.

Cases de
sucesso



Posicionamento da marca

Coca-Cola



Posicionamento da marca

Coca-Cola



Conexão

Coca-Cola



Conexão

Coca-Cola



Storytelling

Coca-Cola





uol.com.br



[https://economia.uol.com.br › noticias](https://economia.uol.com.br/noticias) · [Translate this page](#) · [⋮](#)

Petz muda marketing para se tornar 'melhor ecossistema ...

Jan 12, 2022 — A Petz possui um extenso **plano** de expansão para 2022. A empresa pretende investir R\$ 500 milhões na abertura de 50 novas lojas em cidades onde a ...



Experiência do cliente



Conexão com a marca



Oferta e demanda



O que não fazer

1

O que não fazer

Não mensurar os resultados
com periodicidade.

2

O que não fazer

Esquecer do digital

3

O que não fazer

Ignorar o que o público e o
mercado querem.



**Quer intensificar o
seu aprendizado?**



**Utilize o fórum e as
atividades**

Queremos saber como foi a
sua **experiência neste curso!**