

Empreendedorismo

Profa: Ana Carolina

Tema da aula: Plano de Negócios –CANAIS DE VENDAS

A aula de hoje será dedicada para:

- ▶ Canais de Aquisição
- ▶ Funil de Vendas





Frase desta aula:

**CLIENTE SATISFEITO É A
MELHOR PROPAGANDA**

► CANAIS DE AQUISIÇÃO



**PARA SE
DESTACAR VOCÊ
DEVE REFLETIR
SOBRE...**

**Como captar mais
clientes?**

*Quais canais
utilizar e como
utilizar?*



Canais de Aquisição



- ▶ Para crescer, tão importante quanto o produto ou serviço é saber como chegar até os clientes.
- ▶ Selecionar os melhores canais otimiza investimentos com comunicação.
- ▶ Assim, se atrai clientes gastando menos, e sobra tempo para outras atividades.



Canais de Aquisição

- ▶ Registre pelo menos 6 canais nesse momento inicial, e compare.
- ▶ A ideia é focar naqueles que demandam o menor esforço, e tem potencial de trazerem o melhor retorno financeiro e em número de pessoas.
- ▶ Bullseye “No olho do touro”: consiste, basicamente, em fazer testes em um punhado de canais até fechar o foco no mais promissor de todos.
- ▶ [Vídeo explicativo Canais de Aquisição.](#)



Os 19 canais possíveis

▶ Blogs Especializados

- ▶ Para pegar embalo, startups conhecidas, como as norte-americanas Codecademy, Mint e Reddit focaram blogs especializados. Noah Kagan, ex-diretor de marketing da Mint, contou como usou essa tática logo no início, o que garantiu que a empresa tivesse 40 mil clientes antes mesmo de ser oficialmente lançada.



Os 19 canais possíveis

▶ Publicidade

▶ Publicidade, aqui, significa fazer a marca aparecer em meios tradicionais de comunicação, como jornais, revistas e TV.

▶ Relações Públicas Não Convencionais

▶ Uma jogada não convencional de relações públicas (RP) implica fazer algo fora de série para atrair a atenção da mídia. Ir muito além do esperado para satisfazer seus clientes também é uma tática desse canal.



Os 19 canais possíveis

- ▶ Search Engine Marketing (SEM) ou Marketing em Buscadores
 - ▶ Marketing em buscadores (SEM) significa pagar para anunciar sua marca ao público que faz buscas no Google ou em outros buscadores.
- ▶ Social Ads e Display Ads
 - ▶ Publicar anúncios no Reddit, no YouTube, no Facebook, no Twitter e em centenas de outros sites de nicho populares pode ser um meio eficaz e escalável de chegar a mais pessoas.



Os 19 canais possíveis

- ▶ Anúncios Offline
 - ▶ Essa categoria inclui comerciais de TV e de rádio, outdoors, informes publicitários, anúncios em jornais e revistas, folhetos e outros tipos de publicidade veiculada localmente. É uma propaganda que atinge um público menos presente no meio digital — gente com mais idade e menos domínio de tecnologia.
- ▶ Search Engine Optimization (SEO) ou Otimização para Buscadores
 - ▶ O Search Engine Optimization (SEO) garante que seu site apareça nos resultados de buscadores quando alguém faz uma pesquisa.



Os 19 canais possíveis

▶ Marketing de Conteúdo

▶ Muitas startups têm blog. A maioria, no entanto, não sabe usar essa ferramenta para ganhar tração.

▶ E-mail Marketing

▶ O e-mail marketing é uma das melhores maneiras de converter prospects e de manter e monetizar os clientes atuais.

Prospect é a palavra que designa aquela pessoa que entrou em contato – não importa de qual maneira – qual a sua empresa e, de alguma forma, mostrou interesse em comprar seu produto ou serviço



Os 19 canais possíveis

- ▶ Engenharia como Marketing
- ▶ Usar recursos de engenharia para adquirir clientes e ganhar tração ainda é um canal muito mal aproveitado, embora várias empresas já tenham criado microsites, widgets e ferramentas gratuitas capazes de gerar milhares de leads por mês.
- ▶ Marketing Viral
- ▶ Marketing viral significa aumentar sua base de usuários incentivando quem já é cliente a recomendar a empresa para mais pessoas.



Os 19 canais possíveis

- ▶ **Business Development (BD) ou Desenvolvimento de Negócios**
- ▶ Desenvolvimento de negócios (BD) é a criação de relacionamentos estratégicos que sejam bons tanto para a empresa como para seus parceiros.
- ▶ **Vendas**
- ▶ Nessa área, a grande meta é desenvolver processos que levem o cliente a pagar pelo produto.



Os 19 canais possíveis

▶ Programas de Afiliados

▶ Empresas como HostGator, GoDaddy e Sprout Social conquistaram milhares de clientes sem gastar fortunas graças a ótimos programas de afiliados.

▶ Plataformas Existentes

▶ Apostar em plataformas existentes significa concentrar iniciativas de crescimento em uma megaplatforma como o Facebook, o Twitter ou a App Store e convencer uma parcela de seus milhões de usuários a usar seu produto.



Os 19 canais possíveis

- ▶ **Feiras de Negócios**

- ▶ Feiras de negócios, ou trade shows, são uma bela oportunidade para a empresa exibir suas últimas novidades.

- ▶ **Eventos Offline**

- ▶ Patrocinar ou organizar eventos offline — de pequenos encontros a grandes conferências — pode ser uma boa maneira de conseguir tração.



Os 19 canais possíveis

- ▶ **Palestras**
- ▶ Eric Ries, autor do best-seller A startup enxuta, descreveu como usou palestras para promover seu livro e fazer com que entrasse na lista de mais vendidos uma semana depois do lançamento.
- ▶ **Criação de Comunidades**
- ▶ Para crescer, empresas como Wikipédia e Stack Exchange criaram uma comunidade fervorosa de entusiastas. Jeff Atwood, da Stack Exchange, contou durante a entrevista como foi criar a comunidade Stack Overflow, que montou o maior banco de perguntas e respostas sobre programação já criado.



►Funil de Vendas



Funil de Vendas

- ▶ Saber o que comunicar em cada momento da jornada do cliente é essencial para converter suas vendas.
- ▶ Além disso, calcular o custo de aquisição de cada cliente com suas ações, pode te ajudar a definir se aquele movimento é o melhor para o negócio.

Funil de Vendas

- ▶ Vídeo explicativo Funil de Vendas



Funil de Vendas



- ▶ Registre uma ação e complete os tópicos, registrando o valor investido e a quantidade de pessoas impactadas e que realizaram a chamada para ação.
- ▶ Registre as interações que serão aplicadas nos clientes. Informe também os gatilhos que marcam a passagem de uma etapa do funil para a outra.
 - Ex: clicar em um botão, abrir um anúncio online...

Funil de Vendas



- ▶ É possível acompanhar o **CUSTO DE AQUISIÇÃO DE CLIENTE NA ETAPA**, assim como sua **TAXA DE CONVERSÃO**.
- ▶ Em **MEIO DE FUNIL**.
 - As pessoas que realizaram a chamada para ação vieram para o meio de funil.
 - Adicione as ações que impactarão essas pessoas nesse segundo momento, assim como os gatilhos.

Funil de Vendas



- ▶ Saiba que as ações no **meio do funil** somente impactarão aquelas pessoas que vieram do topo, então a soma de impactados com a chamada para ação deve seguir como um máximo esse número de pessoas.
- ▶ Em **FUNDO DE FUNIL** repita o processo.
 - Vá para a aba **ANÁLISE** e veja o resultado total das ações, e se isso está de acordo com o planejado.



Frase desta aula:

**CLIENTE SATISFEITO É A
MELHOR PROPAGANDA**