

Módulo 1

Primeiros passos com Métricas e Análise de Dados

6578a7660f8ad7017d00e895

Curso de Análise de Dados e Métricas de Marketing e Vendas!



RDUNIVERSITY

14 habilidades mais

Por Robert Half on 6 de fevereiro de 2023

Perfil analítico/visão e:

O perfil analítico e a visão estratégica tornar

Mar 15, 2022

The Top 5 Skills Marketing & Sales Professionals Will Need in 2030

#4. Creative Data Analysis

As our jobs become increasingly data-driven, data analysts will climb to the top of the job market. But the data analysis of the future will be more of a creative role than it is today.

13 Key Marketing Skills to Boost Your Resume

Coursera • Atualizado em Feb 28, 2023

5. Analytical and critical thinking

Is this marketing campaign going well? Are we reaching our audience in the best way possible? Questions like these arise often in marketing, and it's crucial that you develop your analytical and critical thinking skills so you can review the impact of your work and adjust it accordingly. Honing this skill can also be helpful when it comes to trends and whether your company should participate in them.

Marketing for Successful Career

increasingly important skill for sales professionals in today's of big data and the availability of advanced analytics tools, able to analyze sales data to identify trends, opportunities,

O que você vai aprender:

- Conteúdos baseados em experiências práticas;
- Dos conceitos básicos até o uso das melhores ferramentas do mercado;
- Benchmarking completo com os profissionais da RD Station;
- Como analisar os dados para encontrar oportunidades de vendas.



Metodologia 70:20:10



- Aprenda com 3 tipos de experiências:
 - 70% do tempo com tarefas práticas;
 - 20% do tempo com relações e interação com outras pessoas;
 - 10% de cursos e treinamentos.
- Coloque os aprendizados em prática:



Primeiros passos com Métricas e Análise de Dados

Antes x Depois



ANTES DO CURSO:

Momentos de pânico para encontrar os dados e preparar o relatório



DEPOIS DO CURSO:

Você com a certeza de onde buscar os dados, como analisar e reportar

6578a7660f8ad7017d00e895

A importância da análise de dados para o sucesso de Marketing e Vendas



RDUNIVERSITY

Importância da Análise de Dados

Coleta, organização e análise



Insights para Marketing e Vendas



Impulsionar o desempenho das suas vendas



5 benefícios de realizar a análise de dados

1. Compreender melhor o seu público-alvo

- Identificar padrões de comportamento e preferências;
- Desenvolver campanhas de Marketing mais eficazes;
- Encontrar padrões de consumo para também ajustar as estratégias de vendas.



5 benefícios de realizar a análise de dados

2. Tomar decisões mais precisas em relação à estratégia de vendas

- Investir em campanhas mais efetivas;
- Oferecer promoções mais adequadas ao perfil do consumidor;
- Desenvolver novos produtos que atendam às necessidades do mercado.

3. Monitorar o desempenho de vendas da empresa

- Avaliar o impacto das estratégias de vendas adotadas;
- Identificar quais estão trazendo melhores resultados;
- Ajustar as estratégias de vendas em tempo real.

5 benefícios de realizar a análise de dados

4. Melhorar a experiência do cliente

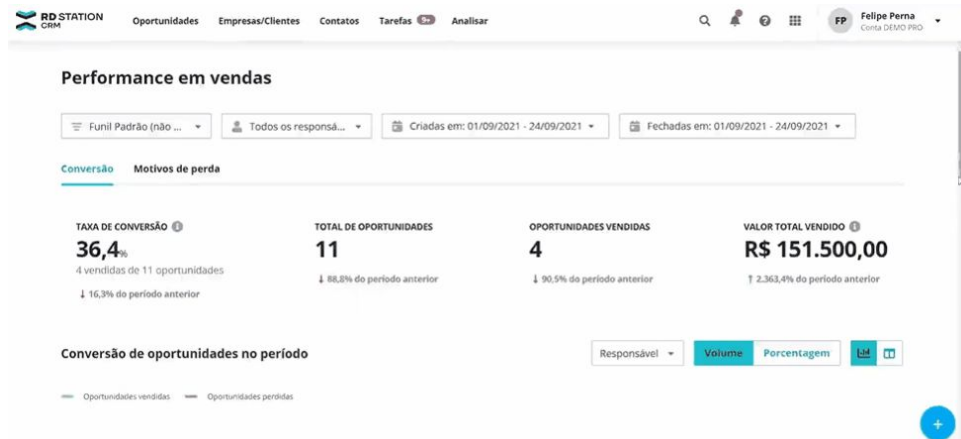
- Desenvolver soluções mais eficientes;
- Personalizar sua comunicação com cada um dos clientes;
- Ajuda a prever tendências futuras de consumo.

5. Prever a demanda por produtos e serviços

- Estimar a demanda futura;
- Preparar para atendê-la de forma eficiente.

Importância do CRM para as análises

- Oferece uma série de recursos poderosos que permitem visualizar e interpretar os dados de vendas;
- Você pode usar essas informações para criar estratégias de vendas personalizadas e direcionadas;
- Os gestores de vendas podem tomar melhores decisões sobre as estratégias.



Diferentes tipos de visão para análise: estratégica, tática e operacional



Visão Estratégica

- Está relacionada aos objetivos de longo prazo da empresa;
- A análise de dados é feita com base em informações históricas e tendências futuras;
- É possível identificar oportunidades e ameaças para a empresa.



Visão Estratégica

Principais indicadores relacionados com a visão estratégica:

- Volume de oportunidades geradas
- Quantidade de vendas
- Volume de receita
- Total investido
- Ticket médio

Visão Tática

- Está relacionada aos objetivos de médio prazo da empresa;
- Traz uma visão mais detalhada e específica, que leva em consideração fatores internos como o mix de produtos, preço, distribuição e comunicação;
- É possível identificar pontos fortes e fracos da empresa.



Visão Tática

Principais indicadores relacionados com a visão tática:

- **Geração de Leads por canal**
- **Resultados de conversão das campanhas ao longo do tempo**
- **Taxas de conversão para cada etapa do funil**
- **Taxas de conversão por canal ou por vendedor**

Visão Operacional

- Está relacionada às atividades do dia a dia;
- Busca entender a execução das atividades diárias no contexto da estratégia;
- É fundamental para que a empresa possa agir rapidamente diante de um problema ou oportunidade.



Visão Operacional

Principais indicadores relacionados com a visão operacional:

- Verba de investimento em mídia paga
- Taxas de abertura e clique das campanhas de Email Marketing
- Resultados de engajamento nas redes sociais
- Métricas de tráfego ou conversão do site
- Volume de atividades dos vendedores
- Diferentes motivos de perda do CRM

Importância de usar os 3 tipos de visão para análise

- São complementares e essenciais para o sucesso da empresa;
- Cada uma contribui para a tomada de decisão em diferentes níveis e áreas:
 - **Operacional:** devem ser acompanhadas de perto pelos analistas;
 - **Tática:** é muito relevante para a rotina da gestão;
 - **Estratégica:** deve ser a principal informação reportada para a alta diretoria.
- Ajuda a estabelecer uma cultura de análise de dados bem estruturada.

6578a7660f8ad7017d00e895

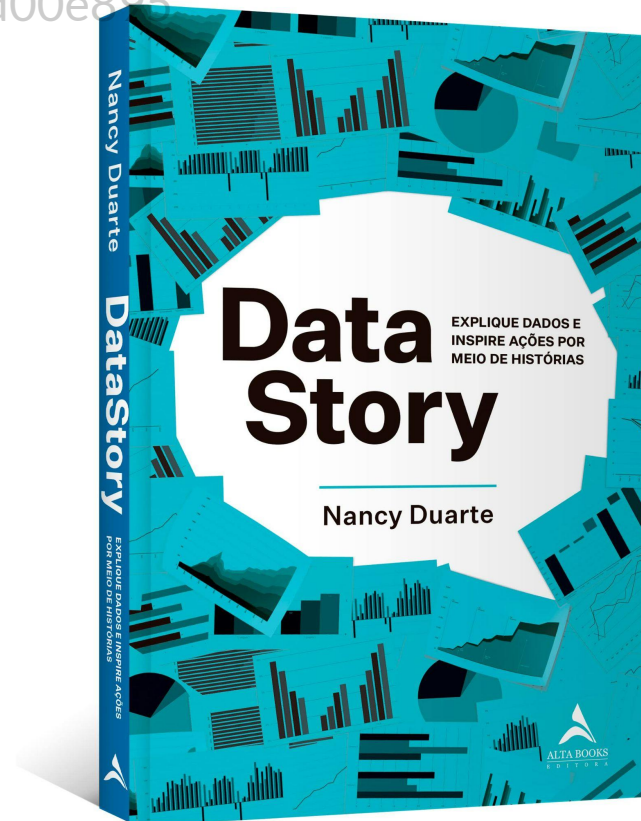
Como usar dados para comprovar resultados




RDUNIVERSITY

Apresentação de resultados


- Precisamos apresentá-los de forma clara e convincente;
- Devemos construir um ponto de vista do que esses dados representam;
- A descrição do problema ou da oportunidade identificada nos dados deve encabeçar o início de qualquer relatório.

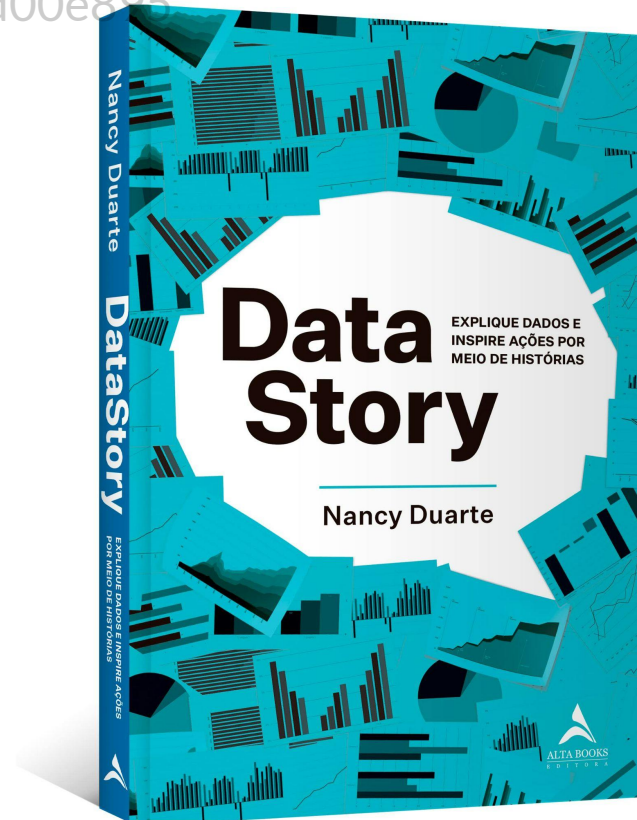


Apresentação de resultados

-  “Alterar a experiência do carrinho de compras e as políticas de envio pode aumentar as vendas em 40%”

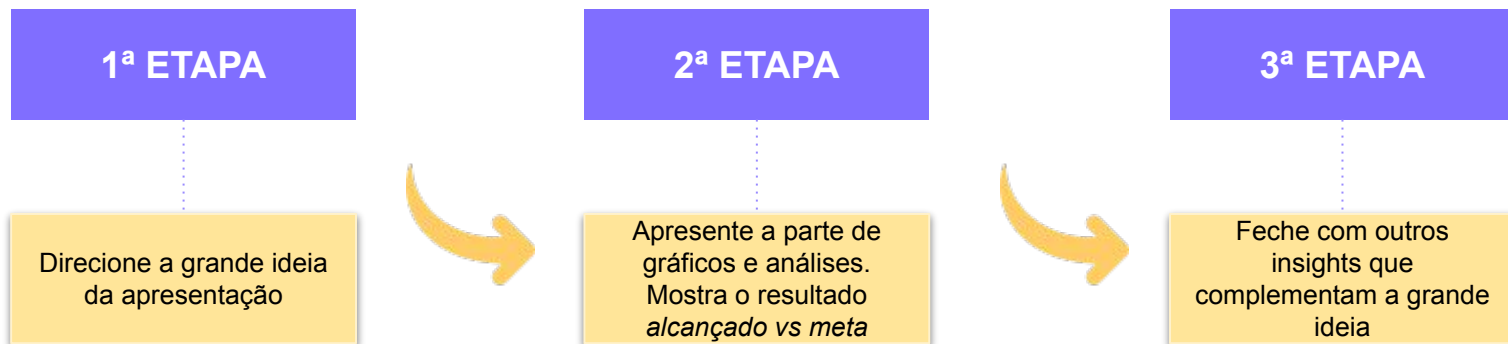
VS

-  “Precisamos arrumar nosso carrinho de compras do site”



Etapas na apresentação de resultados

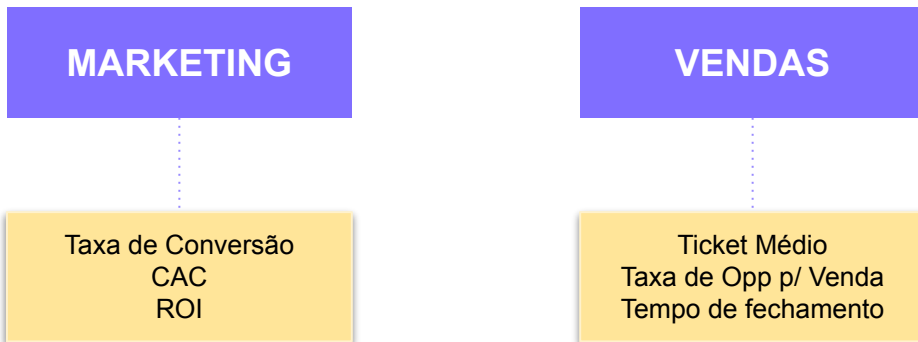
- 3 etapas para usar dados na hora de comprovar resultados 💡



- Dicas para a 2º etapa:
 - Escolha gráficos simples, escreva títulos claros e compartilhe o contexto.

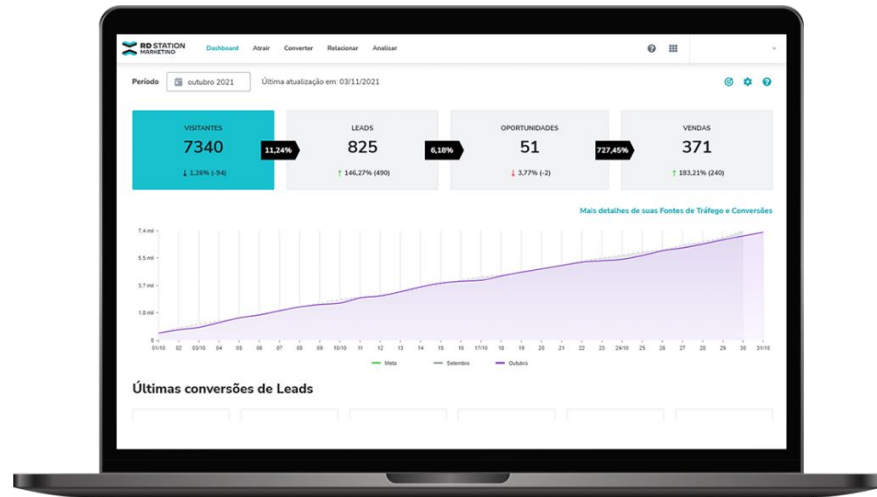
Análise das Métricas

- Com elas é possível:
 - Mensurar o impacto das ações e entender o comportamento do público-alvo;
 - Identificar oportunidades de melhoria e criar estratégias mais eficientes.



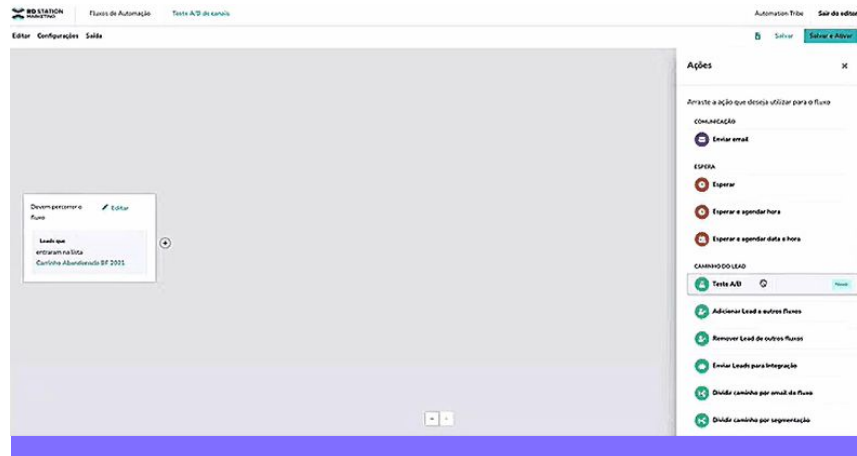
Análise das Métricas

- Defina métricas relevantes, que realmente importam para o negócio;
- Acompanhar as métricas com frequência para identificar variações;
- Analisar os resultados com profundidade.



Teste A/B

- Permitem comparar duas versões para entender qual é mais efetiva;
- É necessário:
 - Definir o objetivo da campanha;
 - Escolher as variáveis a serem testadas;
 - Definir o tamanho da amostra;
 - Analisar os resultados com base nas métricas escolhidas.
- 💡 Dica: use o Teste A/B nos seus Fluxos de Automação!



**Dados devem ser
usados de forma
ética e responsável.**

6578a7660f8ad7017d00e895

Mão na massa: diagnóstico para entender o que está acontecendo com o seu Marketing



RDUNIVERSITY

Diagnóstico de Marketing

- Formas de fazer um diagnóstico de Marketing:

A partir dos relatórios
que trazem os dados

Através de perguntas
para entender a
situação atual

Frequência para preparar seus relatórios

- Toda equipe de Marketing precisa:
 - Política de frequência de produção de relatórios bem definida
 - Templates estabelecidos para manter o padrão
 - Formato de discussão e planejamento com base nos números
- Frequência para preparar relatórios:
 - **Relatório Diário**
 - **Relatório Semanal**
 - **Relatório Mensal**

Use o [Template] Relatório Mensal de Marketing Digital



- Visualize oportunidades para otimizar ainda mais suas ações e resultados;
- Apresente os dados que realmente importam;
- Este modelo permite análise por canal e por campanhas!

5 passos para fazer um diagnóstico de Marketing



RD UNIVERSITY

5 passos para fazer um diagnóstico de Marketing

1. Performance do Funil de Marketing até Vendas

- *Qual é o histórico do funil?*
- *Como está a evolução mês a mês?*
- *Qual o histórico do CAC?*

2. Análise de Personas

- *Quais são as suas personas atualmente?*
- *Elas estão claras e bem desenhadas?*
- *Qual é o posicionamento da empresa?*
- *Porque sua oferta é diferente e entrega mais valor para a persona?*

5 passos para fazer um diagnóstico de Marketing

3. Análise de Canais

- *Quanto cada canal contribui na atração de tráfego mês a mês?*
- *Qual a performance dos Leads que chegam via canal Orgânico, Social, Pago, Referências ou Direto nas suas vendas?*

Você consegue fazer diagnósticos direcionados e perguntas específicas:

- *Há pesquisa de palavras-chave desenhada e acompanhamento dos rankings?*
- *Há uma frequência e modelo de otimização de conteúdo?*
- *Como é o engajamento médio dos posts das redes sociais?*
- *Quais são as práticas em tráfego pago? Quanto é investido mensalmente?*

5 passos para fazer um diagnóstico de Marketing

4. Geração de Leads

- *Como é feita a geração de Leads atualmente?*
- *Quem cria e otimiza as Landing Pages?*
- *Como é feita a gestão do site?*
- *Qual a taxa de conversão das principais páginas?*



Insight: se a taxa de conversão em dispositivos mobile vs desktop estiver muito abaixo: há ajustes para fazer!

6578a7660f8ad7017d00e895



Landing Pages

[LP] [2023] Marketing Day: seus dados trazendo resultados

Salvamento Automático



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

Sair do editor

< Voltar

Modelo

Editor

Configurações

Publicação

Criar Teste A/B

Edição avançada

Pré-visualizar

Pré-visualizar nova aba

Salvar

Salvar e avançar

< Imagem



Edição mobile **ativada** ⓘ



Transformar

Largura

422

px

Margem

Superior

24

px

Inferior

2

px

Borda

Estilo

Sem borda



seção

5ª edição

coluna

linha

Marketing
Day 2023

Como desbloquear o poder dos
dados para ter mais sucesso em
Marketing e Vendas? Participe do
evento pra saber!

5 passos para fazer um diagnóstico de Marketing

5. Relacionamento com o público

- *Como é feito o relacionamento com os visitantes e Leads?*
- *Usa canais conversacionais como o Whatsapp?*
- *O que é enviado para eles e com que frequência?*
- *Quais são os critérios de segmentação? Há uma régua desenhada?*



Insight: uma boa conversa tem potencial para encaminhar os contatos rumo ao time de vendas.

Bônus: +5 passos para fazer um diagnóstico de Marketing

- Você também pode avaliar ações como:
 - *Existe um programa em Marketing de indicação?*
 - *Há investimento em influenciadores?*
 - *Já faz patrocínio em eventos?*
 - *Já usa Assessoria de imprensa?*
 - *Possui um programa de parceiros ou afiliados?*
- Todas essas são opções de investimento que podem trazer ótimos resultados para diferentes tipos de negócios!

Primeiros passos com Métricas e Análise de Dados

Diagnóstico de Marketing - Curso RD University

Arquivo Editar Ver Inserir Formatar Dados Ferramentas Extensões Ajuda

C5:E5 | fx

	A	B	C	D	E	F
1	RDUNIVERSITY Diagnóstico de Marketing					
2						
3	Performance do Funil de Marketing até Vendas					
4	Perguntas	Respostas				Ação
5	Qual é o histórico do funil?					
6	Como está a evolução mês a mês?					
7	Qual o histórico do CAC?					
8	Análise de Personas					
9	Perguntas	Respostas				Ação
10	Quais são as suas personas atualmente?					

6578a7660f8ad7017d00e895

Mão na massa: diagnóstico para conhecer sua realidade na análise das vendas



RDUNIVERSITY

Diagnóstico de Vendas

- Formas de fazer um diagnóstico a partir dos relatórios de Vendas:

Como estou em
relação ao período
anterior?

Será que houve uma melhora ou piora?
Quais elementos impactaram para essa
melhora ou piora?

Como estou em
relação às melhores
práticas?

Será que estou fazendo o que eu deveria?
Será que tem sentido seguir trabalhando
no formato de operação atual?

5 passos para fazer um diagnóstico de Vendas



RD UNIVERSITY

5 passos para fazer um diagnóstico de Vendas

1. Qualificação dos Leads

- *Há Lead Scoring?*
- *Quais os critérios e pesos de cada ação feita pelo Lead?*
- *O que define um Lead como qualificado?*
- *Como isso é passado ao time de vendas?*

2. Integração entre Marketing e Vendas

- *Como o time de vendas recebe os Leads?*
- *Como é feita a distribuição dos Leads?*
- *Como é feita a abordagem inicial?*
- *Como é o processo de vendas?*

5 passos para fazer um diagnóstico de Vendas

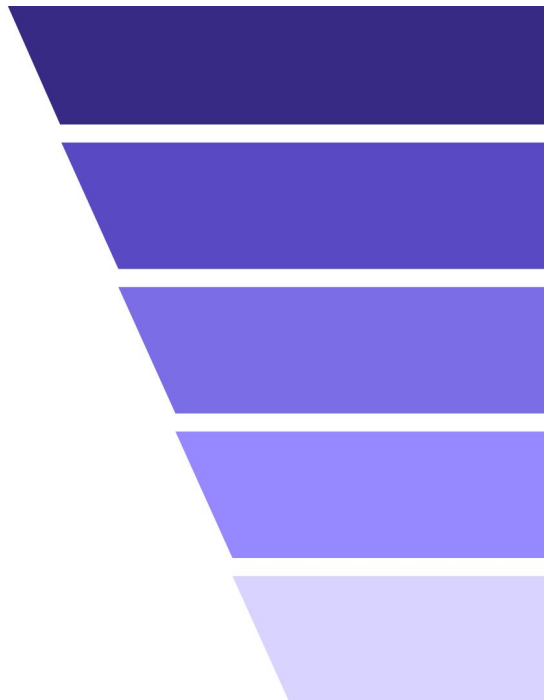
3. SLA entre Marketing e Vendas

- *Ele contém todas as metas e cadência de entrega?*
- *As informações necessárias são repassadas na transição entre as áreas?*
- *Ele aborda número mínimo e máximo de tentativas de contato?*
- *Existe uma abordagem personalizada para cada perfil de Lead?*

Use o [Template] SLA Marketing e Vendas

Acordo entre áreas Marketing & Vendas

Template de SLA com Definições e regras de
passagem entre as etapas do Funil



- Defina as regras de passagem entre as etapas do funil;
- Registre todos os acordos entre áreas;
- Template editável de acordo com as suas necessidades!

5 passos para fazer um diagnóstico de Vendas

4. Ofertas de Vendas

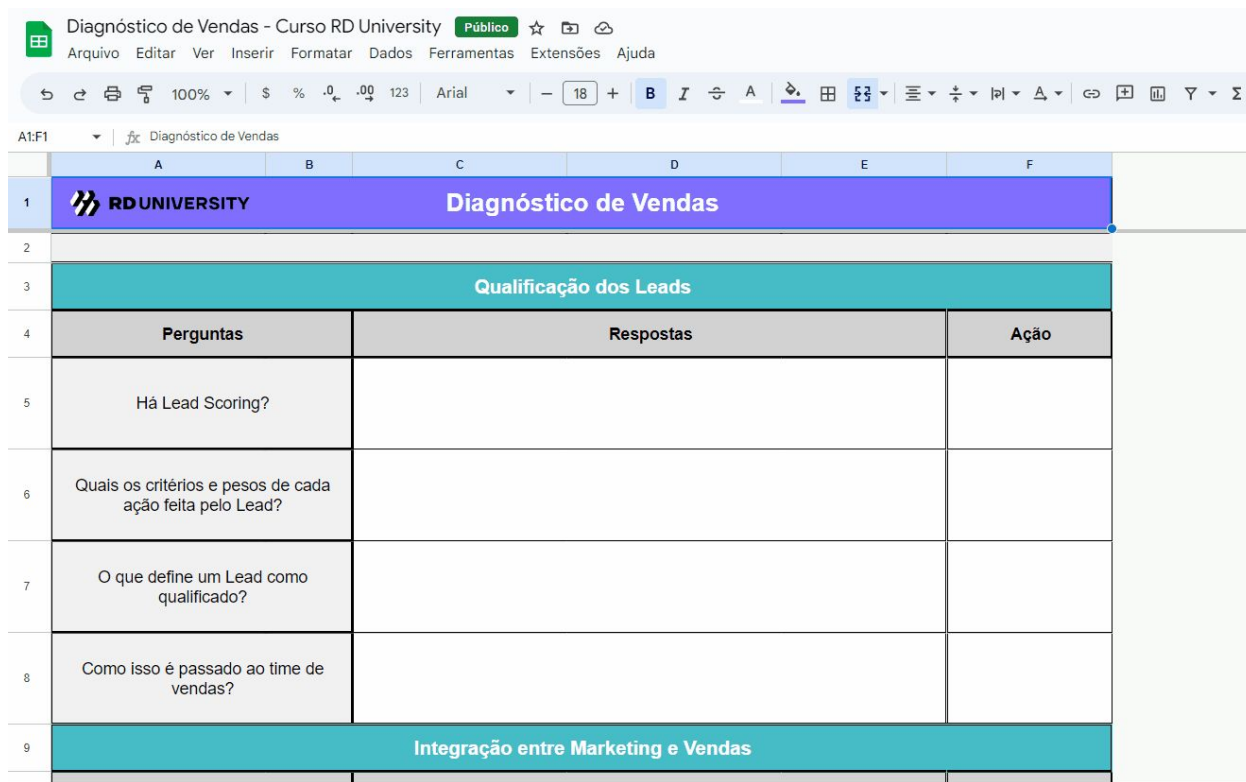
- *De onde vem os resultados principais de vendas?*
- *Quais são os canais e as ofertas mais eficazes?*
- *Quais são as ofertas diretas ou descontos que chamam a atenção dos contatos?*

5. Pós-venda

- *Há uma métrica de retenção ou atingimento de objetivos do cliente?*
- *Como está o resultado da métrica de satisfação?*
- *Como está a taxa de cancelamento?*


6578a7660f8ad7017d00e895

Primeiros passos com Métricas e Análise de Dados

Acesse a planilha: rd.social/diagnosticovendas

The screenshot shows a Google Sheet interface. At the top, the title bar reads 'Diagnóstico de Vendas - Curso RD University' with a 'Público' status. Below the title bar is a menu bar with options: Arquivo, Editar, Ver, Inserir, Formatar, Dados, Ferramentas, Extensões, and Ajuda. A toolbar contains various icons for undo, redo, print, copy, paste, zoom (100%), currency, percentage, decimal, fraction, text color, background color, border, text alignment, bullet points, indent, link, unlink, insert table, and sum.

The spreadsheet content is as follows:

	A	B	C	D	E	F
1	 Diagnóstico de Vendas					
2						
3	Qualificação dos Leads					
4	Perguntas	Respostas				Ação
5	Há Lead Scoring?					
6	Quais os critérios e pesos de cada ação feita pelo Lead?					
7	O que define um Lead como qualificado?					
8	Como isso é passado ao time de vendas?					
9	Integração entre Marketing e Vendas					