CASE 02: Campanha de Lançamento de um Serviço de Assinatura de Filmes

Sua empresa está gerenciando a campanha de lançamento de um serviço de assinatura de filmes on-demand. O objetivo da campanha é gerar assinaturas pagas do serviço, focando em um público que valoriza a qualidade de conteúdo e experiências personalizadas.

Detalhes da Campanha:

* Público-alvo: Jovens adultos de 25 a 40 anos que gostam de entretenimento digital e têm preferência por assistir a filmes em casa.
* Região: Brasil
* Período: 60 dias (janeiro a fevereiro de 2024)
* Canais: YouTube Ads, Meta Ads, e Google Search
* Segmentação: Baseada em interesses (cinema, filmes clássicos e contemporâneos), comportamentos (usuários que já assinaram serviços de streaming) e dados demográficos (renda e localização).

Resultados da Campanha:

* Orçamento total: R$150.000,00
* Impressões: 4.000,000
* Cliques: 160,000
* Taxa de Cliques (CTR): 4.0%
* Taxa de Conversão para Assinaturas: 3.5%
* Total de Assinaturas Geradas: 5.600
* Custo por Assinatura (CPA): R$26.78
* Receita Total: R$168.000
* ROI: 12%
* Taxa de Retenção dos Assinantes após 1 mês: 40%
* Avaliação Média do Serviço: 4.2/5
* Taxa de Cancelamento após 1 mês: 30%

Perguntas:

* Com base no objetivo da campanha (gerar assinaturas), quais métricas específicas você analisaria para determinar a **efetividade** da campanha?

Churn Rate - Taxa de Saídas (Cancelamentos)

Taxa de Retenção dos Assinantes\*\*\*

CPC: custo por clique

taxa de abandono carrinho

* + Apesar de um ROI positivo de 12%, a **taxa de retenção** dos assinantes após 1 mês está baixa (40%) e a taxa de cancelamento é de 30%. Quais seriam suas sugestões de estratégias de mídia e retenção para reverter esse quadro e fidelizar mais assinantes?
    - Incentive assinantes com um programa de fidelidade gamificado: quanto mais tempo permanecerem no serviço, mais recompensas desbloqueiam, como acesso antecipado a lançamentos, descontos exclusivos e conteúdos especiais. Isso cria uma sensação de progresso e conquista, motivando a retenção a longo prazo. pontos acumulativos que podem ser trocados por exemplo
    - Promoções e Ofertas de Extensão de Assinatura: Antes de o assinante cancelar, ofereça incentivos como uma extensão gratuita do serviço ou descontos para o próximo mês. Campanhas de e-mail marketing e notificações push podem ser usadas para veicular essas ofertas diretamente ao usuário.
    - Ofereça um voucher com o código **EXPLOREVIP** para que novos assinantes tenham 3 meses de acesso a conteúdos exclusivos e lançamentos especiais. Essa "degustação" premium permite que os usuários explorem a plataforma e descubram todo o seu potencial, incentivando a conversão e a retenção a longo prazo!
* Considerando a taxa de conversão de 3.5%, o que poderia ser feito para aumentar esse número sem elevar significativamente o custo da campanha? Pense em otimização de anúncios, segmentação entre outros.

Otimização de CTA tendo uma chamada + uma isca: ‘assine agora e ganhe um mes grátis’

*Teste A/B com variações de imagens, textos e vídeos para descobrir criativos que convertem mais*

Remarketing: Filtrar no CRM as Oportunidades que não converteram ou houve abandono de carrinho (Perdido no pipeline) para time de vendas fazer repescagem

Refinamento de público alvo através de dados de campanhas anteriores