

Acessibilidade

Ir para o Portal Sebrae

phbox

i

← Segmentação de Mercado

Variáveis Segmentos de Clientes

Nome da segmentação de mercado

Nome
Segmentação

Defina variáveis psicográficas associadas a comportamentos, hábitos, valores e estilo de vida do seu cliente

Variável 1

Variável (máximo 40 caracteres)
Interesse por práticas esportivas

Oposto da variável (máximo 40 caracteres)
Pouco interesse por esporte

Variável 2

Variável (máximo 40 caracteres)
Valorização de produtos de alta qualidade

Oposto da variável (máximo 40 caracteres)
Foco na economia

phbox

i

← Segmentação de Mercado

Variáveis Segmentos de Clientes

Interesse por práticas esportivas
Valorização de produtos de alta qualidade

Interesse por práticas esportivas
Foco na economia

Pouco interesse por esporte
Valorização de produtos de alta qualidade

Pouco interesse por esporte
Foco na economia

aqui para pesquisar



20:35
31/05/2023

←

Persona

Lucas Mendes

DadosCaracterísticasRotinaInsights

Nome

Lucas Mendes

Idade (Anos)

25

Estado Civil

Solteiro(o)

Escolaridade

Ensino Superior

Profissão

Analista de Marketing

Renda Mensal (R\$)

4500

Cidade

Florianópolis

Sobre a pessoa (máximo 380 caracteres)

Lucas é um fã fervoroso do seu time de coração e acompanha os jogos de perto, tanto nacionalmente quanto internacionalmente. Ele é engajado nas redes sociais, compartilhando suas opiniões sobre futebol e interagindo com outros fãs. Além do futebol, Lucas também se preocupa com um estilo de vida saudável. Ele pratica atividades físicas regularmente.

Visualizar Características

Para pesquisar

20:36

31/05/2023

←

Persona

Lucas Mendes

DadosCaracterísticasRotinaInsights

Citação

Escreva uma frase que represente a essência da personalidade dessa persona (máximo 380 caracteres)

Lucas, o jovem analista de marketing apaixonado por futebol, busca produtos autênticos e de alta qualidade para complementar seu estilo de vida ativo e conectado.

Hábitos e comportamentos

Escreva sobre o estilo de vida da persona (máximo 380 caracteres)

Lucas leva um estilo de vida dinâmico e ativo, equilibrando sua paixão pelo futebol com uma rotina de atividades físicas regulares. Ele valoriza a qualidade em tudo o que faz, desde suas escolhas esportivas até suas decisões de compra. Sua personalidade conectada o mantém atualizado sobre as últimas tendências do futebol e o impulsiona a buscar produtos autênticos.

Tags de personalidade

Descreva a personalidade. Exemplo: introvertida, extrovertida, emocional, racional etc.

fã

←

Persona

DadosCaracterísticasRotinaInsights

fã

Q

Pesquisar

...

Fluência digital

Marque o nível de conhecimento da persona com as seguintes interfaces:

Usando computador

010

Usando smartphone

010

Usando aplicativos

010

Comprando pela internet

010

Redes sociais utilizadas

f Facebook

@ Instagram

🐦 Twitter

in LinkedIn

📞 WhatsApp

📧 Telegram

📺 YouTube

Dados

Características

Rotina

Insights

Manhã

O que ela costuma fazer todas as manhãs?

Lucas é um madrugador e gosta de aproveitar as primeiras horas da manhã para se exercitar. Ele costuma acordar cedo, por volta das 6h, e realiza uma sessão de corrida ou treino na academia próxima à sua casa. Depois do exercício, ele toma um café da manhã saudável, composto por frutas, cereais e uma xícara de café.

Tarde

O que ela costuma fazer todas as tardes?

Durante a tarde, Lucas dedica seu tempo ao trabalho como analista de marketing. Ele trabalha em um escritório no centro da cidade de São Paulo e está envolvido em projetos de marketing digital, análise de dados e criação de estratégias de comunicação. Durante o horário de almoço, ele costuma encontrar seus colegas de trabalho para uma refeição rápida ou aproveita para ler notícias esportivas e se manter atualizado sobre o mundo do futebol.

Noite

O que ela costuma fazer todas as noites?

Após o expediente de trabalho, Lucas gosta de relaxar e aproveitar o seu tempo livre. Ele costuma assistir a jogos de futebol na televisão ou encontrar-se com amigos em um bar para torcer pelo seu time favorito. Às vezes, ele participa de jogos de futebol amador com seus amigos ou se junta a uma liga local. À noite, antes de dormir, ele faz uma breve pesquisa sobre novos produtos esportivos e lê blogs especializados em futebol, buscando novidades e dicas para melhorar seu desempenho nos treinos

Dados

Características

Rotina

Insights

Reflexões

Dúvidas em Relação ao Produto/Serviço

Não informado

Nunca Devemos

Não informado

Experiência Ideal

Não informado

Quem influencia



Lucas Mendes

Antes

Durante

Depois

O que o cliente faz antes de entrar em contato com o seu produto/serviço?

Descoberta



encontrar um e-commerce confiável que ofereça produtos.

Os clientes visitam o site da empresa para explorar o catálogo de produtos, ler descrições detalhadas e avaliações de clientes.



Lucas Mendes

Antes

Durante

Depois

O que o cliente faz enquanto está em contato com o seu produto/serviço?

Compra e Pagamento



Realizar a compra de produtos relacionados ao futebol.

Selecionar os produtos desejados, adicionar ao carrinho de compras, revisar o pedido, escolher a forma de pagamento e concluir a compra.



Lucas Mendes

Antes

Durante

Depois

O que o cliente faz depois que entrou em contato com o seu produto/serviço?

Avaliação



Avaliar a experiência de compra e o produto adquirido.

Acessar a opção de avaliação no site, atribuir uma nota e escrever um comentário sobre a experiência e o produto adquirido.

Valores

Entregas

Qualidade

Produto de boa qualidade apesar de ter um preço elevado.

4.5

Diversão e entretenimento

Produtos que trazem alegria ao público.

4.5

Status

Itens autênticos e prestigiosos.

4.5

Redução da ansiedade

Tranquilidade nas compras.

4.5

Bem-estar

Promovendo uma vida saudável.

4.5

Afiliação e pertencimento a grupos

4.5

aqui para pesquisar




20:38
31/05/2020

Atributos

Avaliações

Análise

Atributos pelos quais o seu negócio será avaliado em relação aos concorrentes: 

Atendimento

Competência da equipe

Disponibilidade do produto

Estratégia de marketing

Experiência do cliente

Inovação

Localização

Presença digital

Qualidade

Reputação

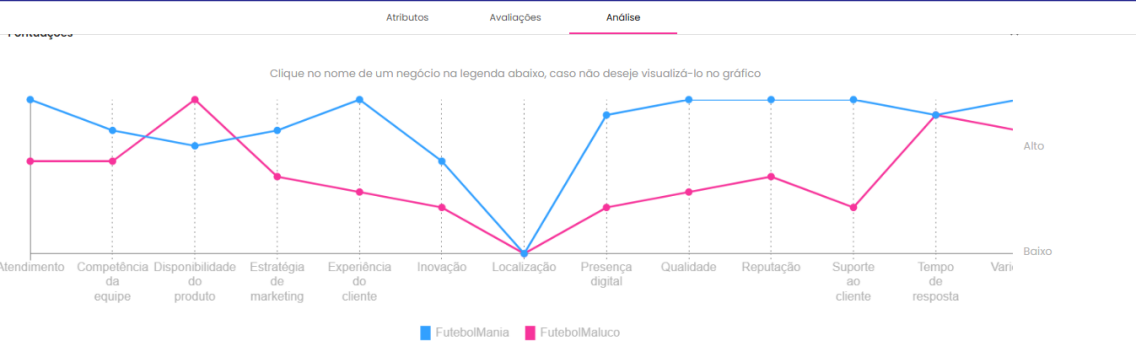
Suporte ao cliente

Tempo de resposta

Variedade

Editar Atributos

Atributos	Avaliações	Análise
<div><div>8</div><div>FutebolMania</div><div>Atendimento, Experiência do cliente, Qualidade, Reputação, Suporte ao cliente</div></div>		
Concorrentes		
<div><div>5</div><div>FutebolMaluco</div><div>Disponibilidade do produto, Tempo de resposta, Variedade, Atendimento, Competência da equipe</div></div>		



Ranking por Média		
<div></div> FutebolMania	Média Geral: 8	1º
<div></div> FutebolMaluco	Média Geral: 5	2º

Hipóteses ordenadas de acordo com o nível de prioridade indicado:

Hipóteses Críticas ?

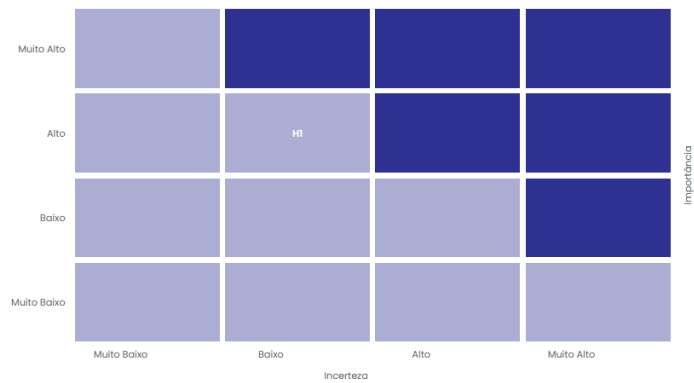
Outras Hipóteses

H1

Não Testada

Nós acreditamos que oferecer entrega gratuita em compras acima de R\$100 aumentará as taxas de conversão e o valor médio do pedido.

Hipóteses Priorizadas



+ ADICIONAR

Canais de Tração

10

Programa de Afiliados

Ticket Médio
R\$ 100,00

CAC
R\$ 10,00

Ver experimento

8

Marketing Viral

Ticket Médio
R\$ 100,00

CAC
R\$ 100,00

Ver experimento

8

Vendas

Ticket Médio
R\$ 27,25

CAC
R\$ 10,00

Ver experimento

Outros Canais

7

Eventos

+ ADICIONAR

pnbox

Funil de Vendas

Saber Mais

Lista, por etapas, as ações de venda que levarão o cliente a comprar o seu produto ou serviço

Topo do Funil

Meio do Funil

Fundo do Funil

Análise

R\$ 5.000,00

Orçamento da etapa

10000

Pessoas alcançadas na etapa

600

Pessoas chamadas para ação

R\$ 8,33

Custo de Aquisição de Cliente da Etapa (CAC)

6.00 %

Taxa de Conversão

Ações de Venda do Topo do Funil

Anúncios de conscientização sobre o prob

Orçamento

R\$ 5.000,00

Alcançadas

10000

Chamadas para ação

600

Taxa de Conversão

6.00 %

CAC

R\$ 8,33

Funil de Vendas

Saber Mais

Lista, por etapas, as ações de venda que levarão o cliente a comprar o seu produto ou serviço

Topo do Funil

Meio do Funil

Fundo do Funil

Análise

600 pessoas

Chegaram da etapa anterior

R\$ 3.000,00

Orçamento da etapa

500

Pessoas alcançadas na etapa

500

Pessoas chamadas para ação

R\$ 6,00

Custo de Aquisição de Cliente da Etapa (CAC)

100.00 %

Taxa de Conversão

Ações de Venda do Meio do Funil

100 pessoas ainda podem ser alcançadas para prosseguir para a próxima etapa do funil.

Guia de produtos relacionados ao futebol

Orçamento

R\$ 3.000,00

Alcançadas

500

Chamadas para ação

500

Taxa de Conversão

100.00 %

CAC

R\$ 6,00

← Funil de Vendas

Saber Mais

Liste, por etapas, as ações de venda que levaram o cliente a comprar o seu produto ou serviço

Topo do Funil

Melo do Funil

Fundo do Funil

Análise

500 pessoas

Chegaram da etapa anterior

R\$ 10.000,00

Orçamento da etapa

400

Pessoas alcançadas na etapa

300

Pessoas chamadas para ação

R\$ 33,33

Custo de Aquisição de Cliente da Etapa (CAC)

75.00 %

Taxa de Conversão

Ações de Venda do Fundo do Funil

100 pessoas ainda podem ser alcançadas para prosseguir para a próxima etapa do funil.

Demonstração ao vivo dos produtos com es

Orçamento

Alcançadas

Chamadas para ação

Taxa de Conversão

CAC

R\$ 10.000,00

400

300

75.00 %

R\$ 33,33

phnbox

← Funil de Vendas

Saber Mais

Topo do Funil

Melo do Funil

Fundo do Funil

Análise

300 pessoas

Efetivaram/realizaram a compra

R\$ 60,00

Custo Total de Aquisição de Cliente (CAC)

3.0 %

Taxa Total de Conversão

Gráficos

Percentual de Pessoas que fizeram a Conversão

Etapa	Porcentagem	Quantidade
Topo do Funil	6.0%	500
Melo do Funil	83.3%	500
Fundo do Funil	60.0%	300