

SMDI

Palestra 03

Planejamento: Do Zero Ao Lead

Cris Marroig



Quem é Cris Marroig?

Formada em Desenho Industrial
pós-graduada em UX pela PUC-Rio,
atuo na web desde 2004.

Em 2008, fui para Londres e comecei a
trabalhar nas agências de Marketing
+Digital: AI Digital e Bravo Media.
Voltei em 2009 ao Brasil, onde abri a Filial da
Bravo no Brasil, nossos principais clientes eram
Rede D'Or, Usina Belo Monte, PepsiCo, Danone,
Avon, Globo.com.

○ Em 2012, montei a Agência Tamanduá, uma
agência focada em Marketing Digital e Criação de
Sites e apps. Nossos principais clientes são:
ABIMAQ, Grupo Fleury, Piovan, Rede D'Or São
Luiz, GRAACC, Accor.



Que tal
começar pelo
Começo?

ARQUÉTIPO
DA MARCA

Comece definindo

A personalidade da sua
marca

Arquétipos de Marca

- Busca Espiritual
- Fornecer Estrutura
- Deixar sua marca
- Conexão com as pessoas





Arquétipo

Busca Espiritual

Inocente:
Somos Livres para
ser você e eu.

method.

innocent

Dove

Herbal Essences



Sábio: A verdade
libertará você.

BBC
NEWS



Bloomberg

Google

NATIONAL
GEOGRAPHIC

CNN

Explorador:
Não levante cercas
a minha volta.

STARBUCKS
COFFEE

freeagent

patagonia

Jeep

amazon



Arquétipo

Quer se Conectar

O Mago:

Posso fazer as coisas.



O Cara Comum:
Todos somos iguais.



Alerquina:

Se eu não puder dançar, não quero fazer parte da revolução.





Arquétipo

Deixar um Legado

O Herói:
Onde há
vontade, há
caminho.



O Fora da Lei:
Regras são para
serem quebradas.

DIESEL



O Amante:
Só tenho
olhos para
você.



NESCAFÉ





Arquétipo

Conexão com as pessoas

O Prestativo:

Ama teu próximo
como a ti mesmo.



Johnson & Johnson

Procter & Gamble, Persil, The Salisbury Laser Clinic, Huggies, Volvo, Johnson & Johnson

A Realeza:

O poder não é tudo, é
só o que importa.



O Criador:

Se podemos
imaginar, podemos
criar.



Adobe®

Etsy



Disney



Pinterest

SONY



Definindo a persona

Dê um nome para ela



Hobbies: essa pessoa curte música?

Hábitos de compra: qual o estilo da sua perna? É conservadora para compras ou é consumista? Qual a rotina de compra?

Profissão: saber a profissão é muito importante para pensar em especificação, hábitos, gostos, etc;

Estilo de vida: quais são os aspectos comportamentais?

Valores: quais são os valores pessoais dessa persona, o que é negociável para ela?

Possui filhos?

Redes sociais favoritas

Faça um resumo da rotina, que horas ela acorda, os hábitos, etc;

KPI's



+

+



David
Packard

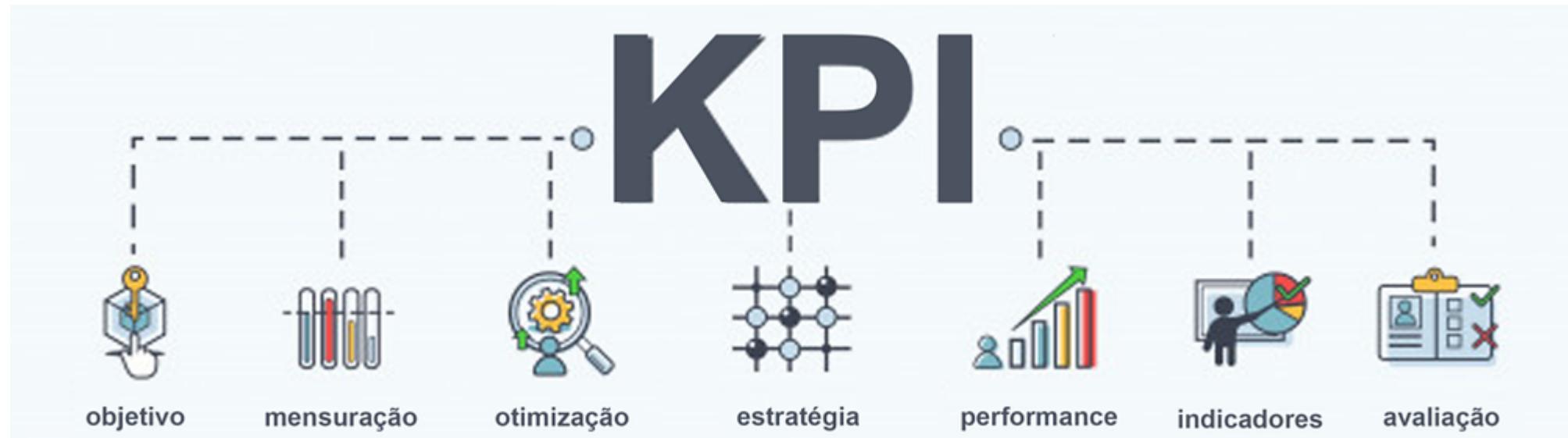
“

O Marketing é
demasiado importante
para ser deixado
para o departamento
de marketing



KPI's

Indicadores de Desempenho

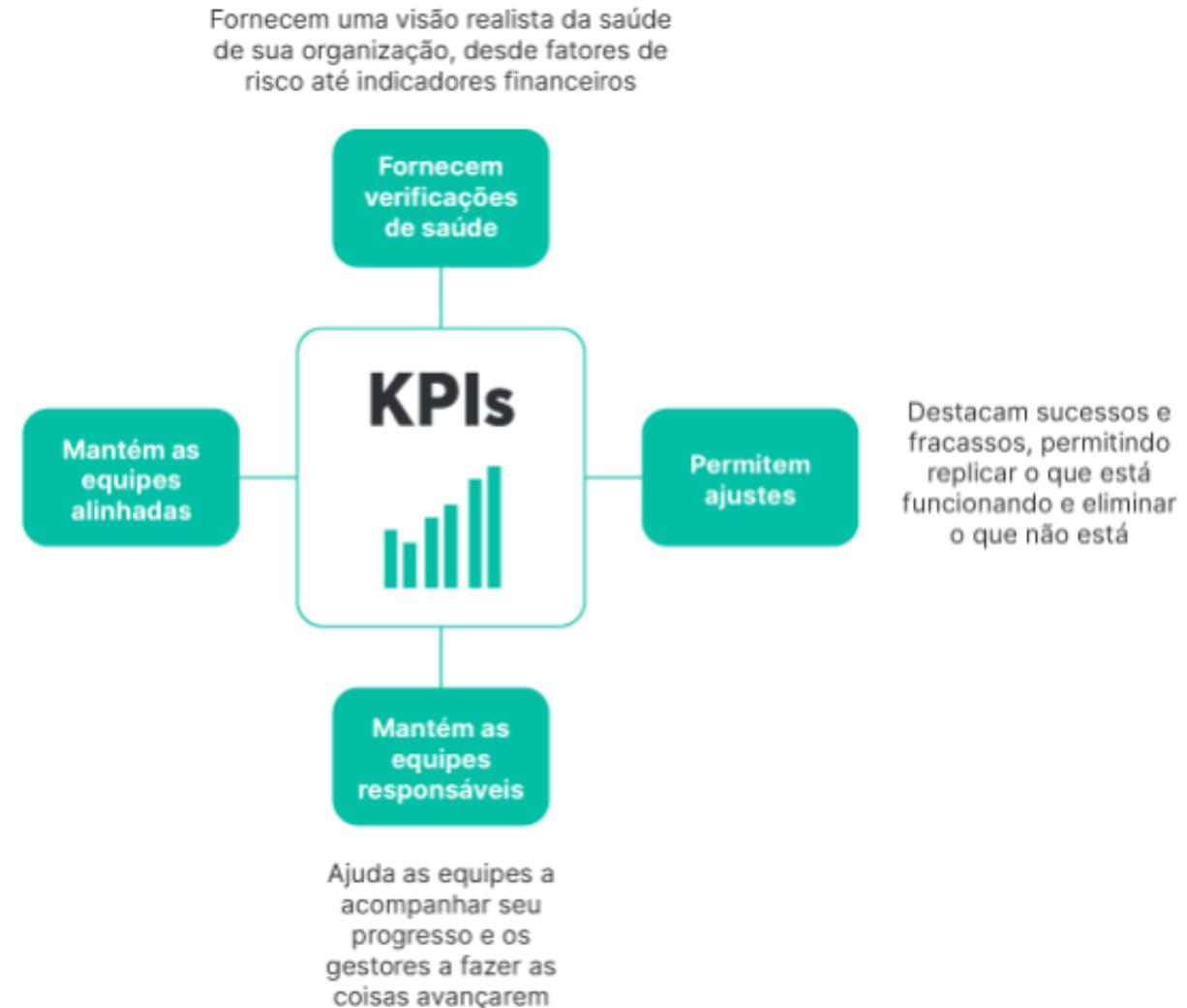




Como os KPI's

Beneficiam o seu negócio

Faz com que os membros das equipes estejam alinhadas ao objetivo



Funil de Vendas

ATRAIR
TRÁFEGO

CONVERTER
VISITANTES

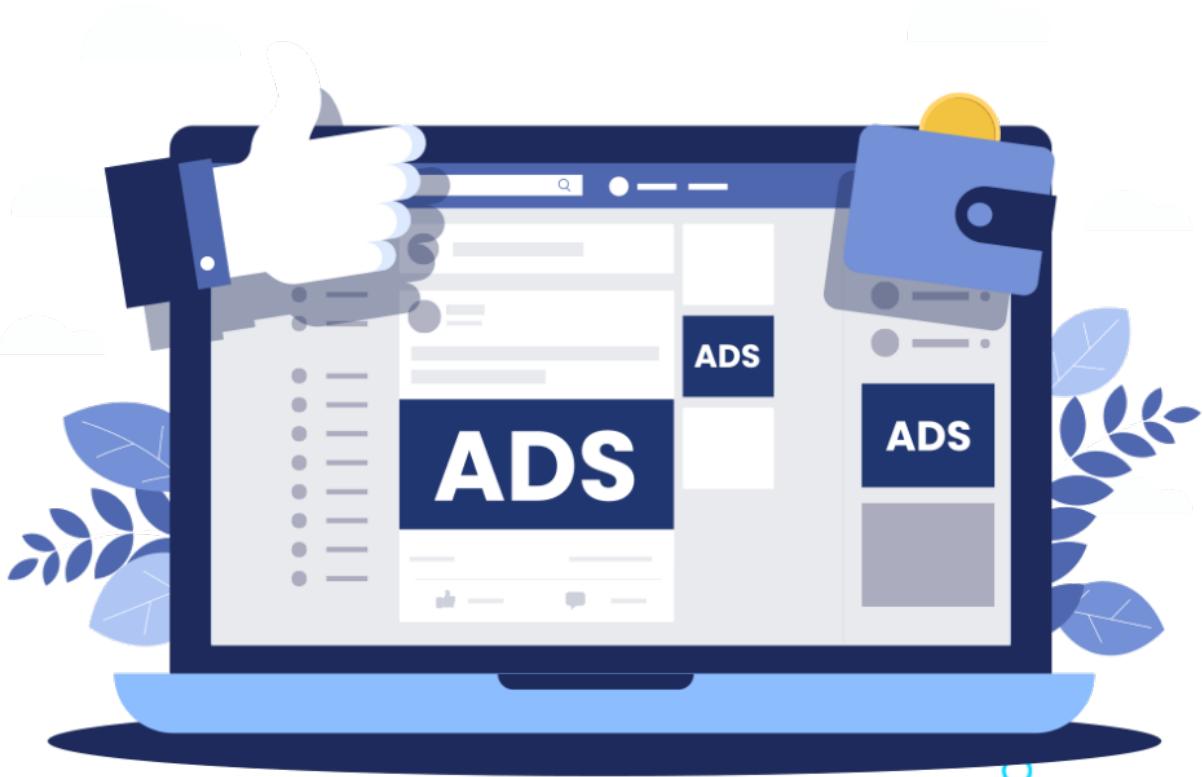
RELACIONAR
LEADS

VENDER
OPORTUNIDADES

CLIENTES

Atração

Tráfego — ADS



Atração

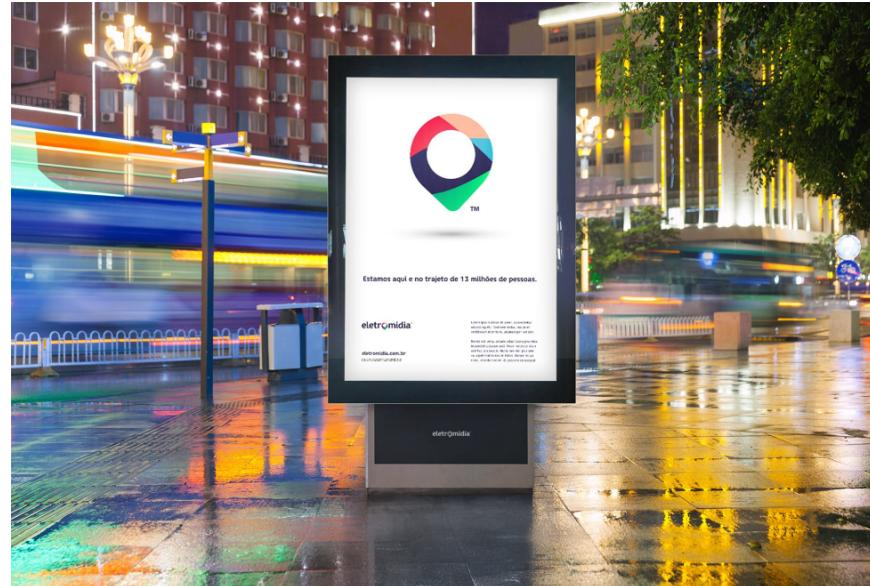
Tráfego — Mídia Programática





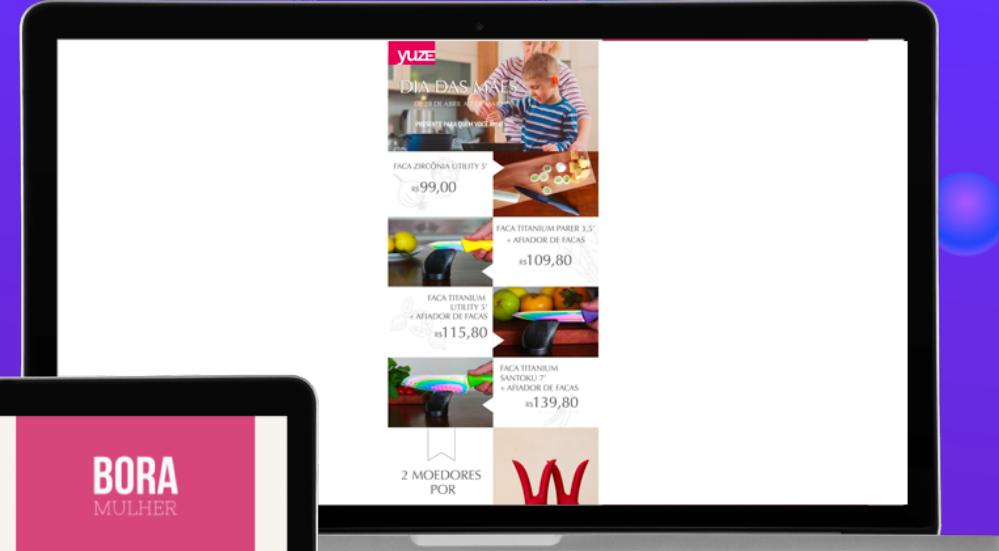
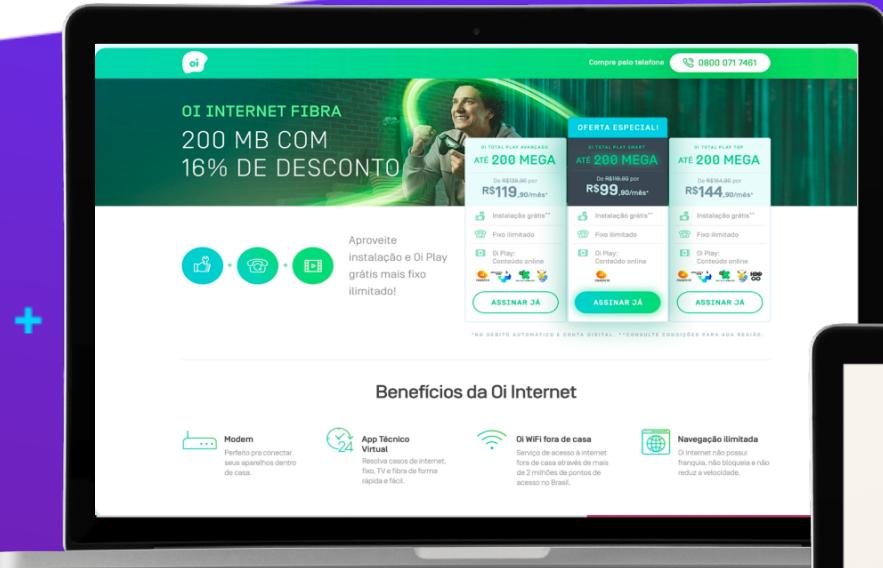
Atração

Tráfego — outros



Conversão

Visitantes — LP / E-mail Marketing



Leads

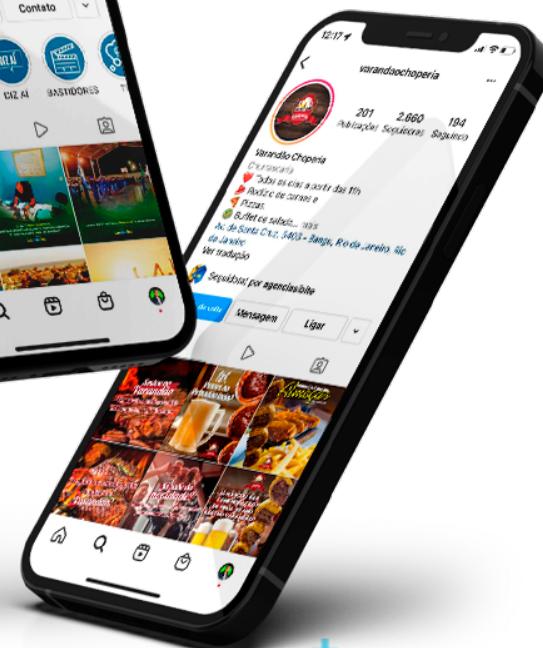
Relacionar





Relacionar

Trabalhar os leads



Vender Oportunidades



Boas notícias CRISTIANA MARROIG! Um de seus afiliados indicou uma nova venda para você! [REDACTED] acabou de indicar uma venda do produto Mentoria!

Você recebeu :

R\$ 238,72

Transação: HP13616586045493

Valor Total da Compra : R\$ 2.385,72

Número Total de Parcelas : 1

Valor da Parcela : R\$ 2.385,72

Oferta: n2bn7qbl

Meio de Pagamento: Hotmart

Data de Início da Compra: 03/08/22

Data de Liberação da Compra: 03/08/22



Clientes

Pós Venda



@universoaura



SMDI

Obrigada!
Cristiana Marroig

cristiana@agenciatamdua.com.br
@crismarroig