



Palestra 04

Marketing de Comunidade

Lia Penteado

Informa Markets

#EstratégiaDeComunidade
#CommunityManagement



Sobre mim

Lia Penteado



Coordenadora de Comunidades na Informa Markets Latam, Desafio de Criar a Área / Montar Time de Especialistas / Definir Estratégia / Gerenciar.

Community Manager

Gerente/Estrategista de Comunidade

Marketing de Comunidade

Comunicação ←

→ Product Manager

Marketing ←

→ Eventos & Facilities

Design ←



Marketing de Comunidade

Definição

- + **COMUNIDADE** é um grupo de pessoas conectadas por um propósito, que interagem em ambiente online, presencial ou híbrido.



/fóruns, plataformas customizáveis, etc.

Marketing de Comunidade

Definição

MARKETING DE COMUNIDADE é um conjunto de ações para promover uma marca estrategicamente para seus clientes.

Marketing de Comunidade

Definição

+

+

CLIENTES DA EMPRESA =

MEMBROS DA COMUNIDADE =

FÃS E DEFENSORES DA MARCA (BRAND LOVERS)

PERGUNTA DE MILHÕES:

**Por que alguém desejaria
pertencer a uma Comunidade
de empresa/marca/produto?**

PERGUNTA DE MILHÕES:

Por que alguém desejaría pertencer a uma Comunidade de empresa/marca/produto?

PIRÂMIDE DE MASLOW



1. Somos seres sociais, buscamos **conexão**.

PERGUNTA DE MILHÕES:

Por que alguém desejaria pertencer a uma Comunidade de empresa/marca/produto?

2. Temos “**dores**” a serem diminuídas/curadas.

Comunidade é **pertencimento** e encontro de “iguais” (**mesmas dores**).

COMUNIDADE como
estratégia competitiva
para a sua empresa

Seu produto pode ser copiado
pela concorrência, mas não sua
comunidade:

- As pessoas (membros);
- As interações;
- Os conteúdos;
- A entrega de valor.

Estratégia de Comunidade

Pré-requisitos

Toda criação de **Comunidade como Negócio** precisa ter um balanço entre:



Como cria **VALOR**,
pertencimento e satisfação para
os **MEMBROS**



Como cria **RESULTADOS**
para a **EMPRESA**

Estratégia de Comunidade

Pré-requisitos

+

- Esta Comunidade deve ter um propósito claro, alinhado aos objetivos do negócio
- Definir regras (combinados)
- Definir métricas de sucesso que devem ser monitoradas
- Ter liderança / moderador
- Membros devem ser voluntários (escolheram estar lá por ver valor em participar)
- Membros podem conversar / postar (a conversa é permitida e incentivada)
- Precisa ser sustentável financeiramente (direta ou indiretamente)



Prática: definindo os objetivos da Comunidade

+

O Modelo **SPACES**: os 6 objetivos de negócio.

+ **S** = SUPORTE

P = PRODUTO

A = AQUISIÇÃO

C = CONTRIBUIÇÃO

E = ENGAJAMENTO

○ **S** = SUCESSO

Métrica de Sucesso: como entendo se Estratégia está funcionando, o que deve ser melhorado.

Prática: definindo os objetivos da Comunidade

+

1. COMUNIDADE DE **SUPORTE**



+ **Objetivo:** reduzir custo de suporte/aumentar satisfação.

Como fazer: Empoderar os membros para responder dúvidas uns dos outros.

Tende a ser Comunidade de produtos mais técnicos.

Métricas:

- Redução de custos com time de suporte
- Redução de churn
- Melhora na avaliação da experiência / satisfação com o produto



o



o

+

o

Prática: definindo os objetivos da Comunidade

2. COMUNIDADE DE **PRODUTO**

Objetivo: acelerar a inovação / melhora contínua do produto

Como fazer: pedir constantemente feedback para os membros

Métricas:

- Medir o impacto (\$) da adoção das sugestões
- Redução de custos



NuCommunity

A comunidade oficial do Nubank

Junte-se à discussão

Prática: definindo os objetivos da Comunidade

+

3. COMUNIDADE DE AQUISIÇÃO

+

Objetivo: aumentar reconhecimento de marca / aumento de vendas ou usuários.

Como fazer: webinars, materiais ricos, eventos, empoderar membros a serem embaixadores da marca (*obs.: figura do revendedor*).

Métricas:

- Novos clientes adquiridos através da Comunidade
- Aumento de vendas/redução do ciclo de vendas



Prática: definindo os objetivos da Comunidade

+

4. COMUNIDADE DE **CONTRIBUIÇÃO**



Objetivo: colaborar com conteúdo do produto

Como fazer: incentivar ou recompensar a contribuição dos membros

Métricas:

- Aumento das ações dos membros (postagens etc)
- Taxa de retenção de membros
- Receita vinda de contribuição dos membros



Prática: definindo os objetivos da Comunidade

5. COMUNIDADE DE **ENGAJAMENTO**

+ **Objetivo:** retenção do membro.

Como fazer: senso de pertencimento e experiências de valor.

Métricas:

- Aumento das ações dos membros (postagens etc)
- Taxa de retenção de membros
- NPS (aprovação/recomendação da comunidade)



duolingo



Prática: definindo os objetivos da Comunidade

+

6. COMUNIDADE DE **SUCESSO**

+ **Objetivo:** impulsionar o sucesso do cliente ao usar o produto.

Como fazer: empoderar membros a conseguirem melhores resultados usando o produto/melhorar o desempenho do negócio.

Métricas:

- Aumento do valor médio do contrato (assinatura)
- NPS (aprovação/recomendação da comunidade)



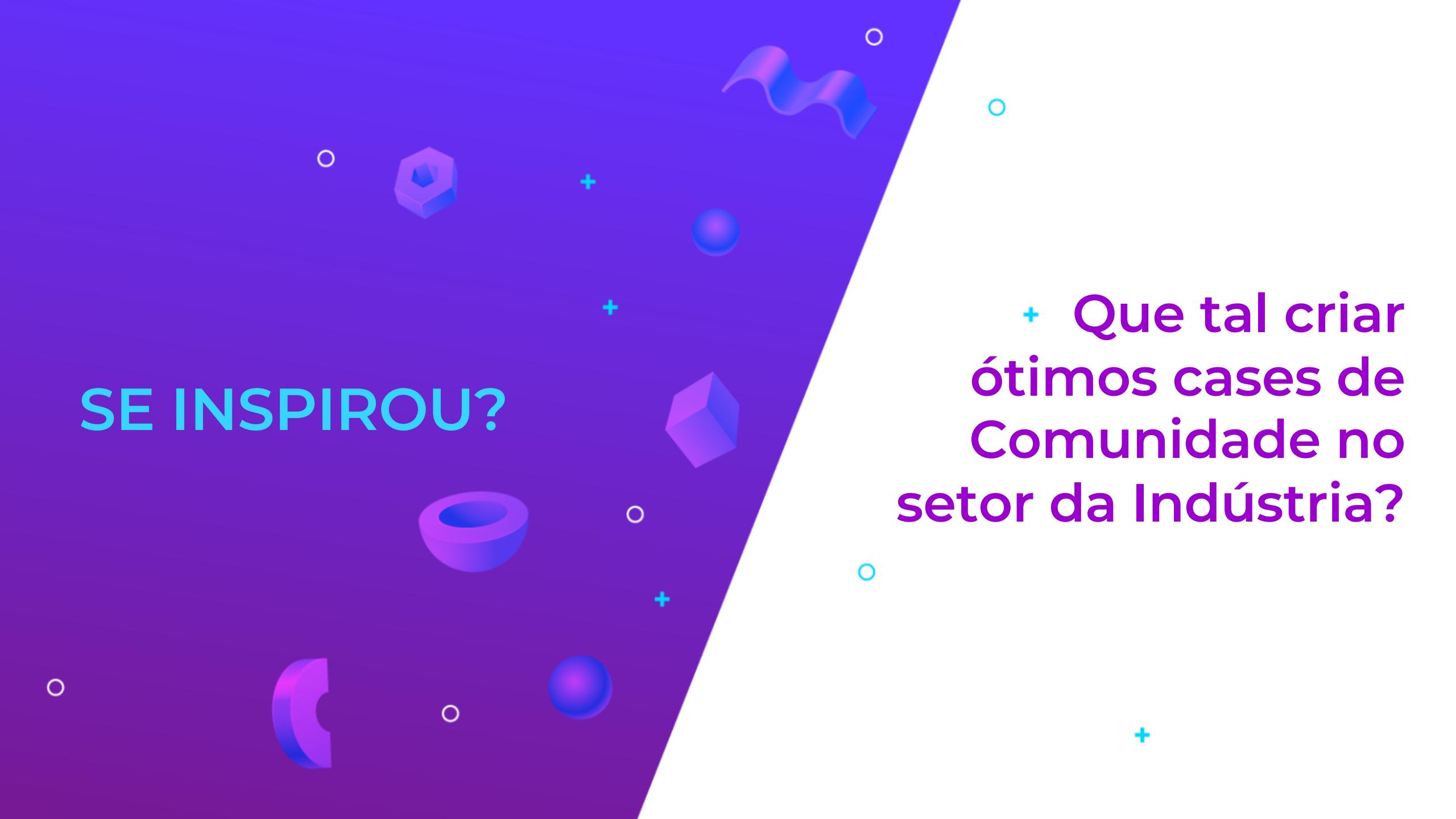
o



o

+

o



SE INSPIROU?

- + Que tal criar ótimos cases de Comunidade no setor da Indústria?



Comunidades de Profissionais da Indústria

FEIMEC

Feira Internacional de Máquinas e Equipamentos



PLÁSTICO BRASIL

FEIRA INTERNACIONAL DO PLÁSTICO





Onde aprender +



www.communitymanagerschool.com/blog



SMDI

Obrigada!
Lia Penteado

liapenteado.com.br