

SMDI

Palestra 06

Analytics: Como Identificar Pontos de Conversão no Seu Site

Eleonora Diniz





Eleonora Diniz

- 34 anos de carreira
- 24 anos de mercado financeiro
- Formação em TI, Design
- MBA em Gestão Estratégica
- Extensão em Mobile Marketing
- Internet desde 1999
- Consultora, Palestrante e Professora
- Leciona: USP/ESALQ, ESPM, UVV-ES
- 45k ouvintes sobre analytics
- CEO Dr. Métricas

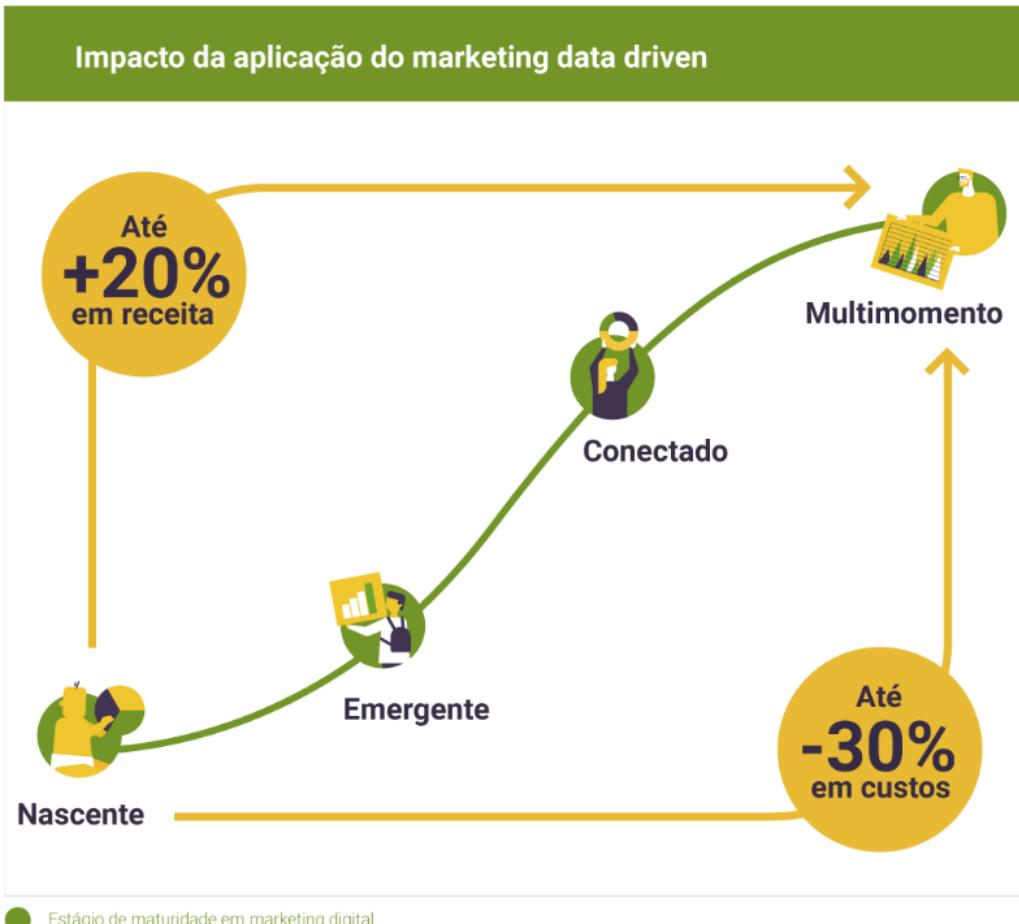


Principais Clientes



Ser Guiado por Dados

Impactos e Desafios



- 73% sofrem com coordenação inadequada
- 70% sem objetivos claros entre canais
- 42% terceirizam o trabalho
- 77% não interligam os dados

Fonte: Google e BCG

O papel do Digital

Internet

- Buscas
- Social
- Campanhas
- Referências Externas

Site

- Personas
- Segmentos

Empresa

- CRM
- BI
- Sistemas internos

Não há controle

- Algoritmo
- Usuário livre

Controle Conteúdo e Dados Capturados

- Controle Conteúdo e Dados Capturados

Definição Estratégia

- Alinhar objetivos do digital com o offline

Desempenho Comunicação

- Métricas + Indicadores

Digital no Contexto do Negócio

- Pontos Relevantes da Jornada

Resultados

- Share de Participação dos Canais
- Análise dos Objetivos Cumpridos



Primeiro os Objetivos

Quais os objetivos você/empresa tem que atingir?

Objetivos precisam ser **SMART**
Specific (Específico);
Measurable (Mensurável);
Attainable (Atingível);
Relevant (Relevante) e
Time Based (Temporal).



O que é ser SMART?

Objetivo Vago

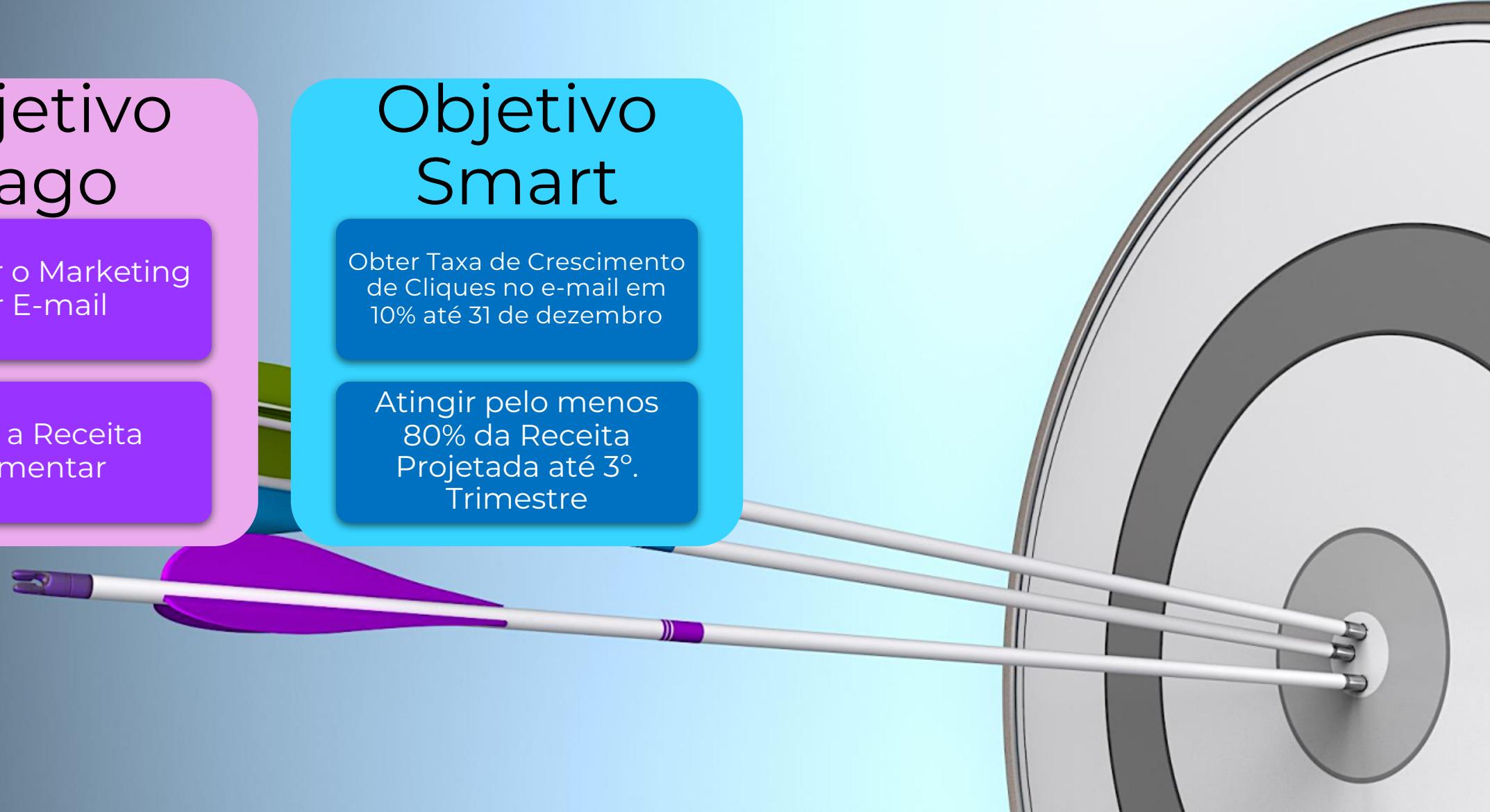
Melhorar o Marketing por E-mail

Fazer a Receita Aumentar

Objetivo Smart

Obter Taxa de Crescimento de Cliques no e-mail em 10% até 31 de dezembro

Atingir pelo menos 80% da Receita Projetada até 3º Trimestre



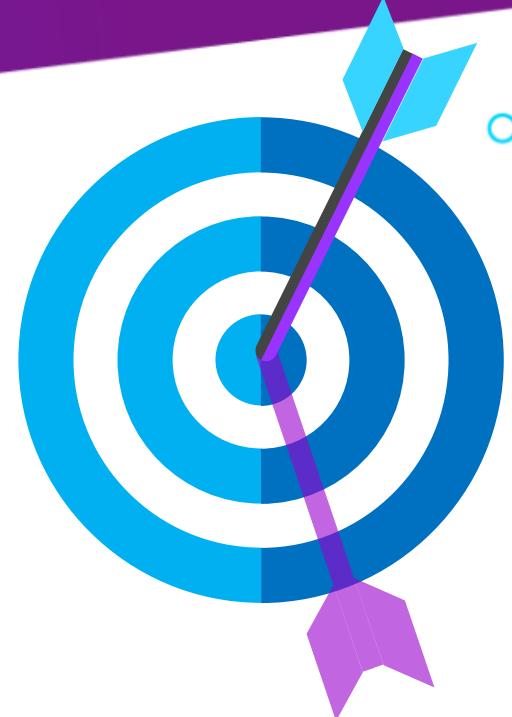
Objective Key Results

E subtítulo

OKR

Aspiração
Qualitativo
Compromisso

Mensurável
Quantitativo
Difícil, mas não
impossível

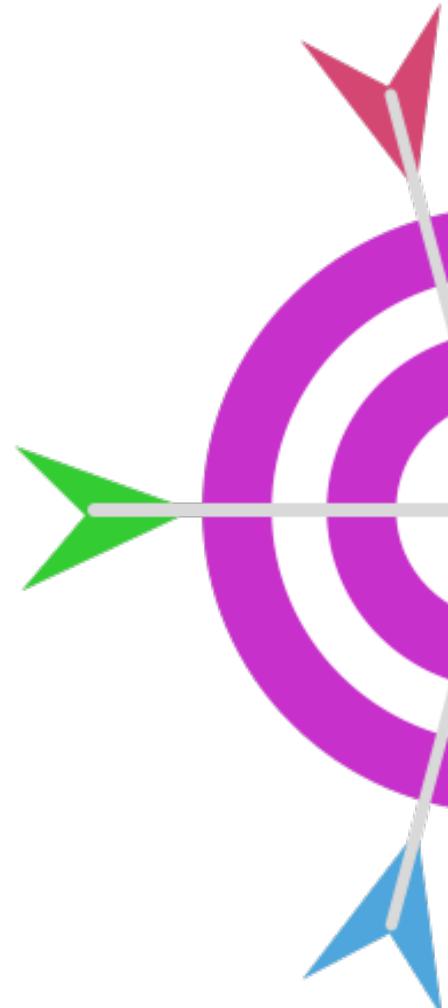


Planos

- Ações e Iniciativas
- Importantes
- Alto Nível



Objetivo, Metas e KPI (Métricas)



Framework Analytics

- E • Estratégia
- P • Performance
- C • Configurações
- V • Validações
- A • Análises
- I • Insights





Identificando Conversões



Alinhar com a Estratégia



Macro Conversão

- Principal meta do site;
- O negócio depende desse resultado;
- Razão da existência do website ou App.



- Ações do usuário no seu site que podem gerar insights para o negócio;

- Negócio não depende diretamente dessas ações.



Micro Conversão



No site da ABIMAQ

Onde temos conversões?

Você está no portal ABIMAQ Brasil ▾

ABIMAQ Sobre Hub de Serviços Agenda Feiras Cursos Academia Blog Imprensa **Contato** Busca

Quero me associar | Login

The screenshot shows the main navigation bar of the ABIMAQ Brasil website. A red box highlights the 'Contato' (Contact) button in the top right. Another red box highlights the search bar on the right.

23/08/2022

Módulo 2 - NR 12 Especialista

Objetivo:
Obter conhecimento das novas regras da PORTARIA 916 DE 30.7.2019

Público-alvo:
Profissionais de Segurança e Saúde do Trabalho, Engenheiros, Assessores Jurídicos, Gestores, Consultores, Assessores Técnicos, Professores, Projeteiros e demais profissionais que tenham interesse no desenvolvimento ou no aprofundamento de seus conhecimentos sobre a NR-12.

Ministrante:
Sidney Esteves Pelnard

Formação em Engenharia Elétrica e Automação, Pós Graduado em SST na OIT e Gestão Empresarial, Auditor formado pela EXIDA, Auditor CMSE, Diretor Técnico da Fast Solution; Docente em Curso de Formação de Peritos do MPT e escolas SENAI para o tema NR 12; Co-autor do NR 12 Cartilha de Riscos Mecânicos e Autor da Cartilha de Riscos Elétricos – FIRAN.

Informações

- Online
- Não associado: R\$ 150,00
- Associado: R\$ 100,00
- 23/08/2022 das 14h às 16h
- Carga Horária: 2h
- (11) 5582-6325/5703

Reservar minha vaga

This screenshot shows a course registration page for 'Módulo 2 - NR 12 Especialista'. A red box highlights the 'Reservar minha vaga' (Reserve my spot) button at the bottom of the 'Informações' (Information) section.

18/08/2022

Seminário de Marketing Digital na Indústria 2022 (SMDI)

SMDI | Seminário de Marketing Digital na Indústria

Nosso negócio é fazer você multiplicar seus negócios!

Neste ano de 2022, nosso evento de marketing digital para a indústria está diferente, em formato híbrido e com as edições anteriores para você assistir agora mesmo.

São mais de 17 horas de aulas gravadas de puro conhecimento prático e aplicável para sua empresa.

Informações

- ABIMAQ
- Av. Jabaquara - 2925 - Mirandópolis - São Paulo/SP
- das 9h às 18h

Inscreve-se agora mesmo

This screenshot shows a seminar event page for 'Seminário de Marketing Digital na Indústria 2022 (SMDI)'. A red box highlights the 'Inscreve-se agora mesmo' (Register now) button at the bottom right.



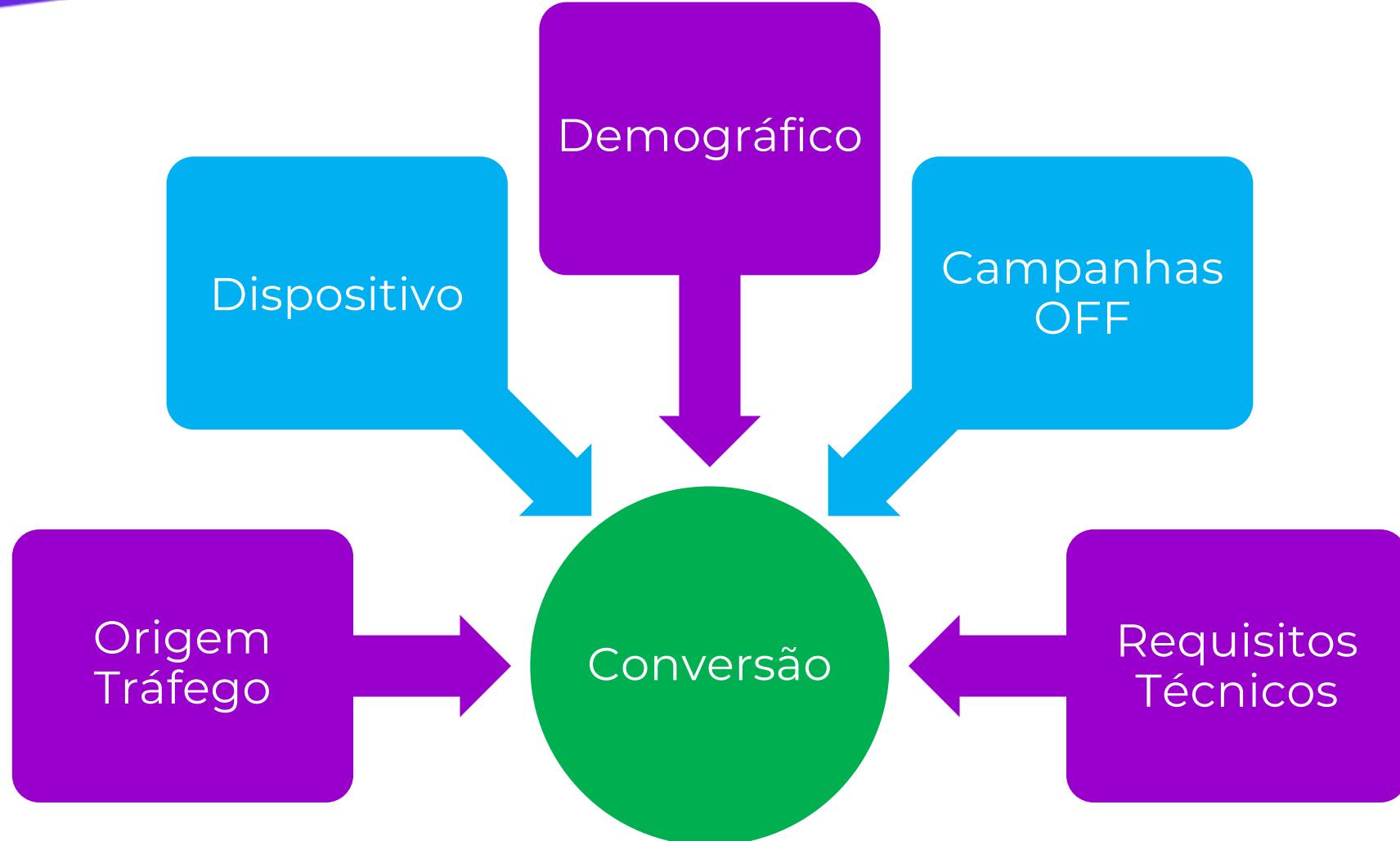
Macro Objetivos

Exemplos

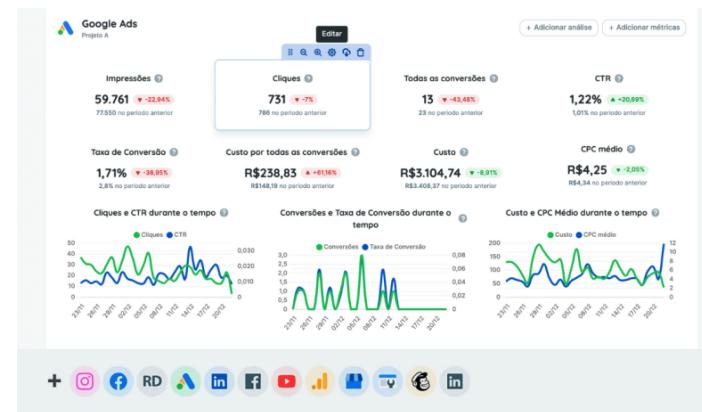
- Onde esses objetivos estão no seu site?
- Vamos juntos?



Como Analisar Exemplos



Como Apresentar Ferramentas Dashboard



Precisa conhecer os campos e montar conforme a necessidade.

Monta conforme os dados. Analisa os dados coletados.



SMDI

Obrigada!
Eleonora Diniz

eleonoradiniz.com.br

ELEONORA DINIZ



+