

Trilhas

DE EMPREENDEDORISMO

Prof. Dr. Altair Camargo



cei



UFG

Marketing: O que é?

- 01. Criar
- 02. Comunicar
- 03. Entregar

O que tem VALOR

Público-Alvo





Marketing Digital

- Comunicação para geração de valor
- Atrair e manter clientes (estratégias diferentes)
- Comunicação, interação
- Onde? Redes sociais, e-mail, Google, site



Figura 4.1 Os papéis permutáveis dos marketings tradicional e digital

Atenção

Chamar atenção

A

Interesse

Despertar interesse

I

Desejo

Desencadear desejo

D

Ação

Encorajar ação

A

Etapas do funil de vendas



ATENÇÃO

Em redes sociais, conteúdo atrativo, compartilhável
(Answer the Public; Google Trends)

Google (orgânico; Meu Negócio; Ads)

Ex.: Curiosidades; Utilidades

- 5 looks para o fim de semana
- 3 gírias do inglês que você não aprende na escola

Reflita sobre onde é melhor investir seu \$!
Anúncio ou brindes na 1ª compra?

INTERESSE / CONSIDERAÇÃO

A pessoa sabe que precisa de algo e está pesquisando.

Ads: Google e Instagram

Entender o que as pessoas pesquisam e entregar isso!

Para quem já conhece a marca, gerar relacionamento
Ex.: Bastidores; “aluno que conseguiu emprego novo”

DESEJO / AÇÃO

A pessoa está pronta para comprar e está escolhendo quem

Ads: Google e Instagram

Qual seria o gatilho para o cliente realizar a compra?

Ex.: Cupom de desconto? Frete Grátis? 1ª aula grátis?
Brinde na 1ª compra?

Atração de clientes: Prática

Busque no answer the public assuntos que tenham a ver com seu negócio. Pense em posts para atenção, interesse e desejo!

Faça um post e teste com os colegas da sala se seria ou não compartilhável. Obtenha feedbacks para saber o que pode ser melhorado.



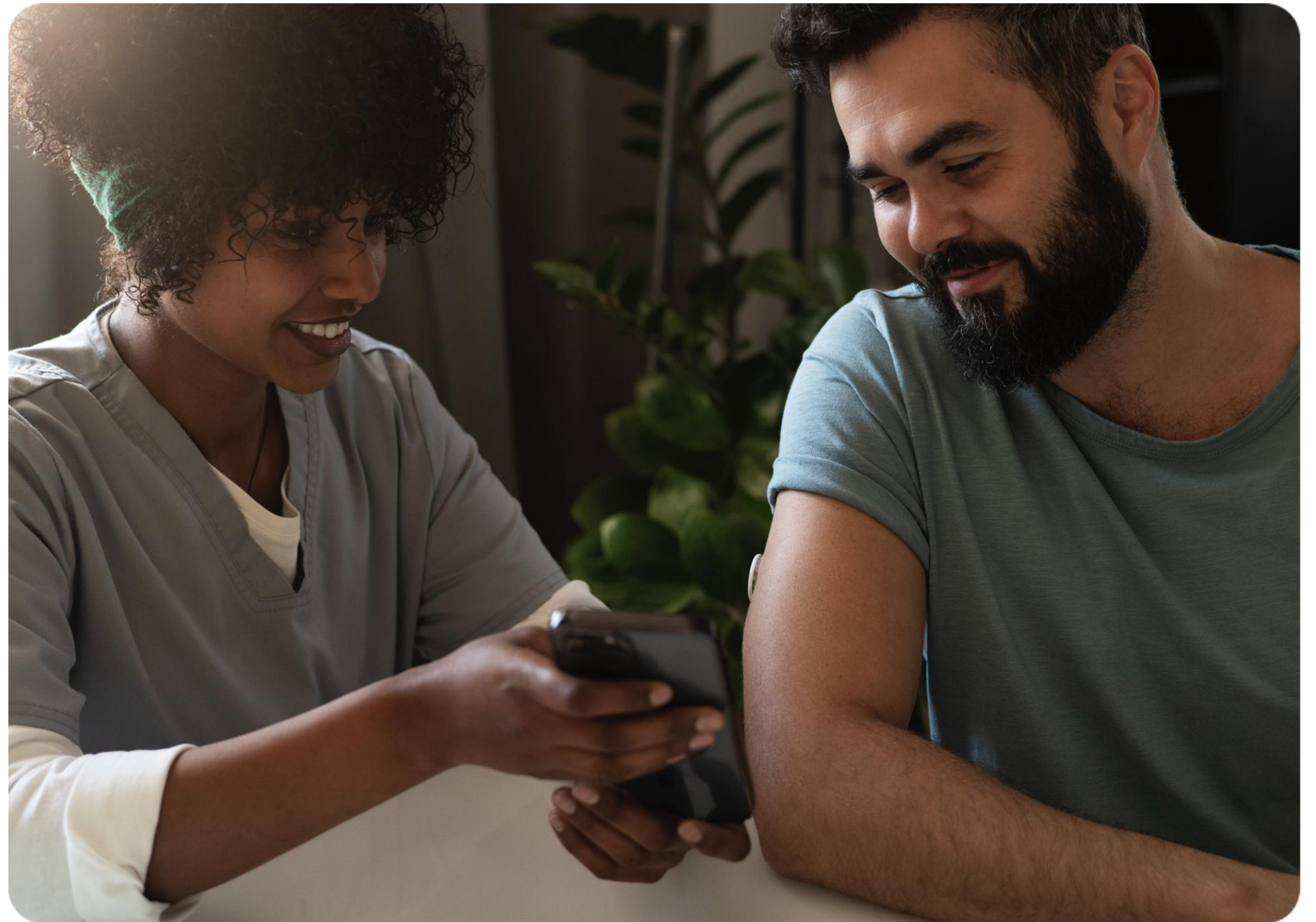
Ferramentas Essenciais

Redes sociais: “vitrine” de produtos – Foco em relacionamento e desejo.

BIO: O que faz; Proposta de valor; Como comprar!

Whatsapp: Ferramentas de vendas e relacionamento. Catálogo.

Google Meu Negócio: Excelente para negócios locais. É grátis!



Métricas

Alcance (quantas pessoas viram seu post/anúncio?)

Engajamento (quantas pessoas curtiram ou compartilharam?)

Cliques no link (quantas pessoas clicaram?)

ROI - Retorno sobre investimento. Quanto vendi x quanto investi?

Aumentar o valor da base de clientes

- Cross selling
- Up Selling
- CRM
- Boca-a-boca
- Aumentar a fidelidade
- Aumentar a taxa de compra



Aumentar o valor da base de clientes: Prática

Crie uma estratégia para aumentar o valor da base de clientes, sem comprometer seu negócio e seu posicionamento.

Reflita como essa estratégia pode ser aplicada utilizando os meios digitais.

Apresente e colete o feedback dos colegas de sala.



Obrigado!



lapeiufg@gmail.com



lapei.face.ufg.br



[instagram.com/lapeiufg](https://www.instagram.com/lapeiufg)



[youtube.com/@lapeiufg](https://www.youtube.com/@lapeiufg)

Trilhas

DE EMPREENDEDORISMO

