



Marketing Digital

Prof. Dr. Altair Camargo



cei



Marketing: O que é?

01. Criar

02. Comunicar

03. Entregar

O que tem VALOR

Público-Alvo



Gerando Valor

Produto

Preço

Praça (localização)

Promoção (comunicação)

Vender Mais

Vender Mais

Aumentar
a satisfação

Fortalecer o
relacionamento

Melhorar imagem
da marca

Aumentar
a confiança

Ser
transparente

Aumentar o valor
percebido



Público-alvo

Vá além das variáveis demográficas!!!

“Estudante da UFG”



Público-alvo

O que essa pessoa quer?
Como ela gostaria de estar?
Por que compraria seu produto?
Onde ela quer chegar?
Qual o estilo de vida dela?
Qual a personalidade dela?
Qual imagem ela quer passar?
Quem influencia essa pessoa?

OBSERVE! PERGUNTE!

Reflita sobre como você pode explorar esse conhecimento com seu produto!

Publico-alvo:

Prática

Refleta sobre quem é seu público-alvo, indo além das variáveis demográficas.

Peça para o **CHATGPT** criar uma persona para seu produto. Melhore a descrição dada, para alinhar de fato com seu público.

Refleta sobre como seu produto pode se alinhar às características do seu público (seus colegas de curso podem te ajudar).



Produto

O quê, de fato, você vende?

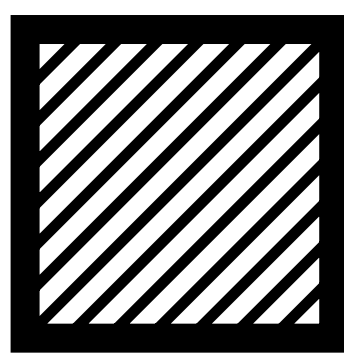
As pessoas entendem o que você vende?

Você consegue apresentar de forma atrativa e simples?

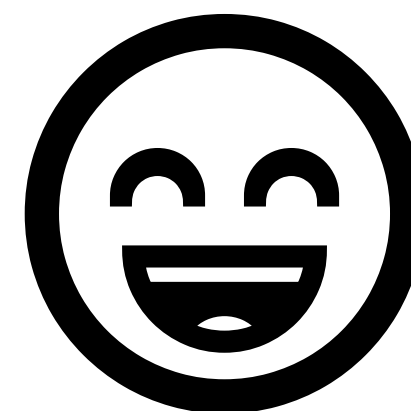


Produto

Elementos chave



Características
(elementos físicos
ou funcionais)



Benefícios
(o que o cliente ganha?)



Diferenciais
(o que você tem de
diferente dos outros?)

Produto

Prática

Quais as características do seu produto?
Quais benefícios ele oferece?
O que o torna diferente dos concorrentes?

2º MOMENTO (“validação”):

As pessoas entendem o que é seu produto?
As pessoas realmente veem o que foi descrito
como benefício?
As pessoas pagariam por esse diferencial?



Pesquisa do Mercado

Online ou Presencial

O que o cliente prefere?

O que mais influencia a decisão de compra?

Em quais momentos ele compra?

Preços que ele pagaria?

Cuidado: as pessoas podem mentir!



Pesquisa do Mercado

Testes A/B



Pesquisa do Mercado

Prática

Criar um roteiro de entrevistas para conhecer melhor o público e ter insights para criação de mais valor



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

Atração de clientes

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

Ex.: Curiosidades; Utilidades; promoções para
1ª compra (para o cliente conhecer o produto)

Landing pages

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

Atração de clientes

Google (orgânico, Meu negócio e Ads) também servem para atrair clientes: pessoas que já sabem o que querem!

Anúncios em redes sociais: para pessoas que talvez não saibam o que querem!

Atração de clientes: Prática

Busque no answer the public assuntos que tenham a ver com seu negócio.

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

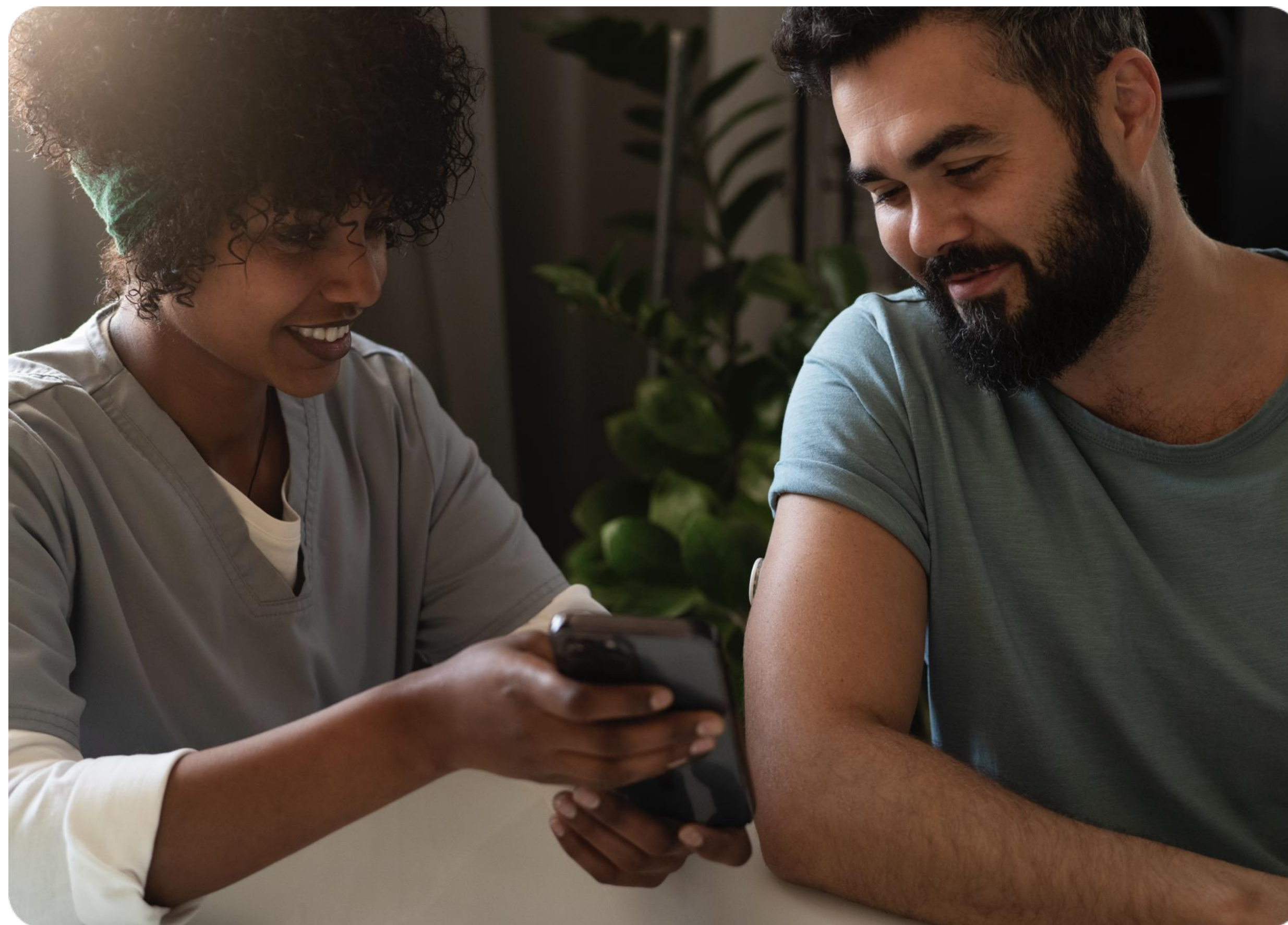


Manter Clientes

Relacionamentos

CRM

Posts para manter clientes: processo de fabricação, mostrar clientes, interação, “reforço positivo”.



Manter Clientes

Programação de postagens:
Facebook Creator Studio

Campanhas de email:
Mailchimp



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

