

MARKETING DIGITAL



MINISTRANTES



Gustavo Oliveira de Andrade (Estudante de Engenharia de Controle e Automação)



Isabel Carolina Beserra de Lima (Estudante de Engenharia de Alimentos)

ESTRATÉGIAS DE MARKETING DIGITAL

INBOUND



VS

OUTBOUND



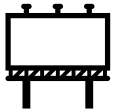
MARKETING DE CONTEÚDO



Qual o melhor momento para se disponibilizar esse conteúdo?



Qual o melhor canal de comunicação para se disponibilizar esse conteúdo?



Qual formato é o mais atrativo?



Qual a melhor abordagem?



Quais resultados se pretendem alcançar?



E a mais importante dentre todas essas: Qual conteúdo deve ser oferecido?

MARKETING DE CONTEÚDO



BLOG



CONTEÚDOS RICOS



REDES SOCIAIS



VÍDEOS



E-MAIL MARKETING

MARKETING DE RELACIONAMIENTO



MARKETING DE PRODUTO



Desenvolvimento do perfil dos consumidores.



Posicionamento e mensagem.



Educação da empresa.



Desenvolvimento de plano de lançamento.



Desenvolvimento de conteúdo para lançamento.



Treinamento das equipes.

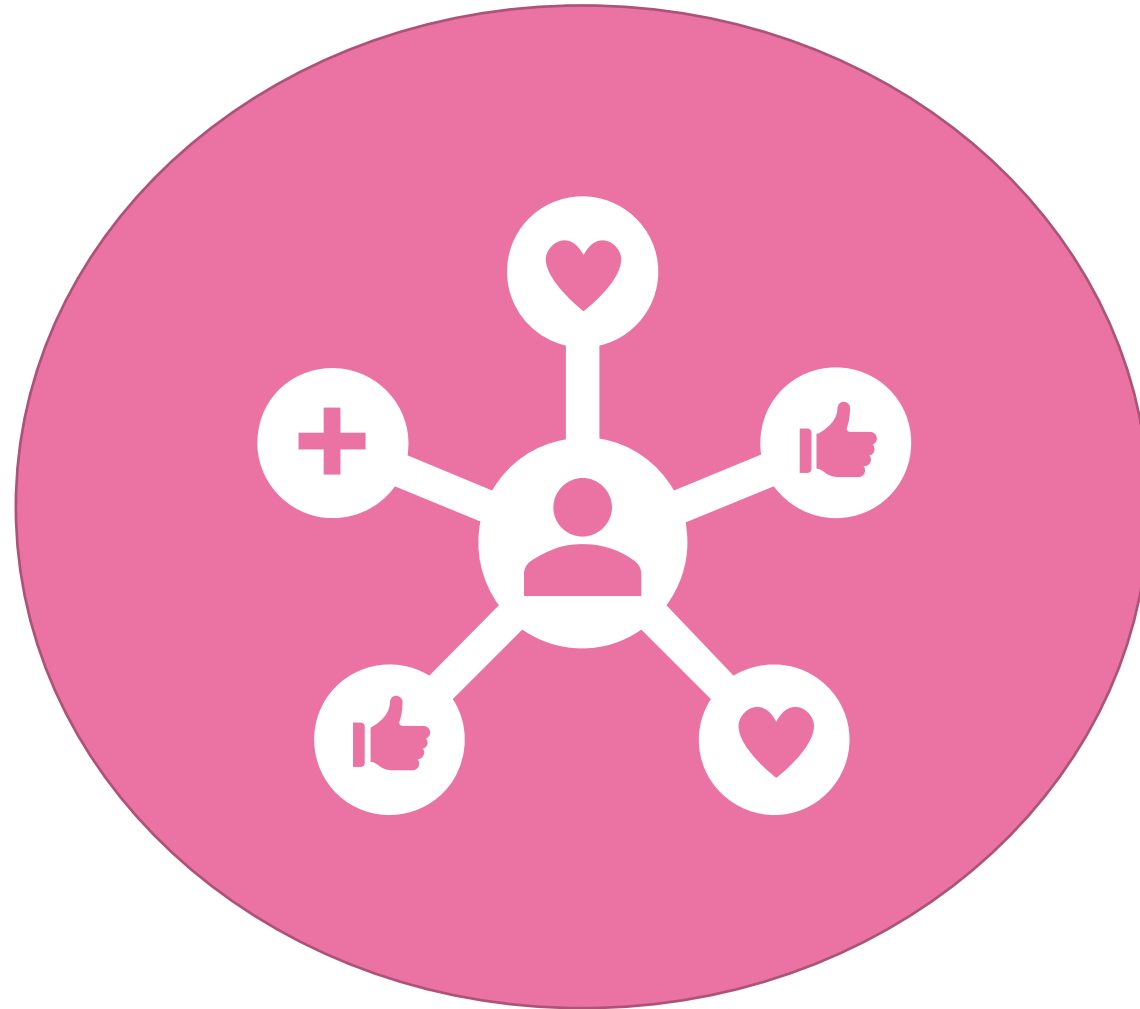


Lançamento.

MARKETING DE GUERRILHA



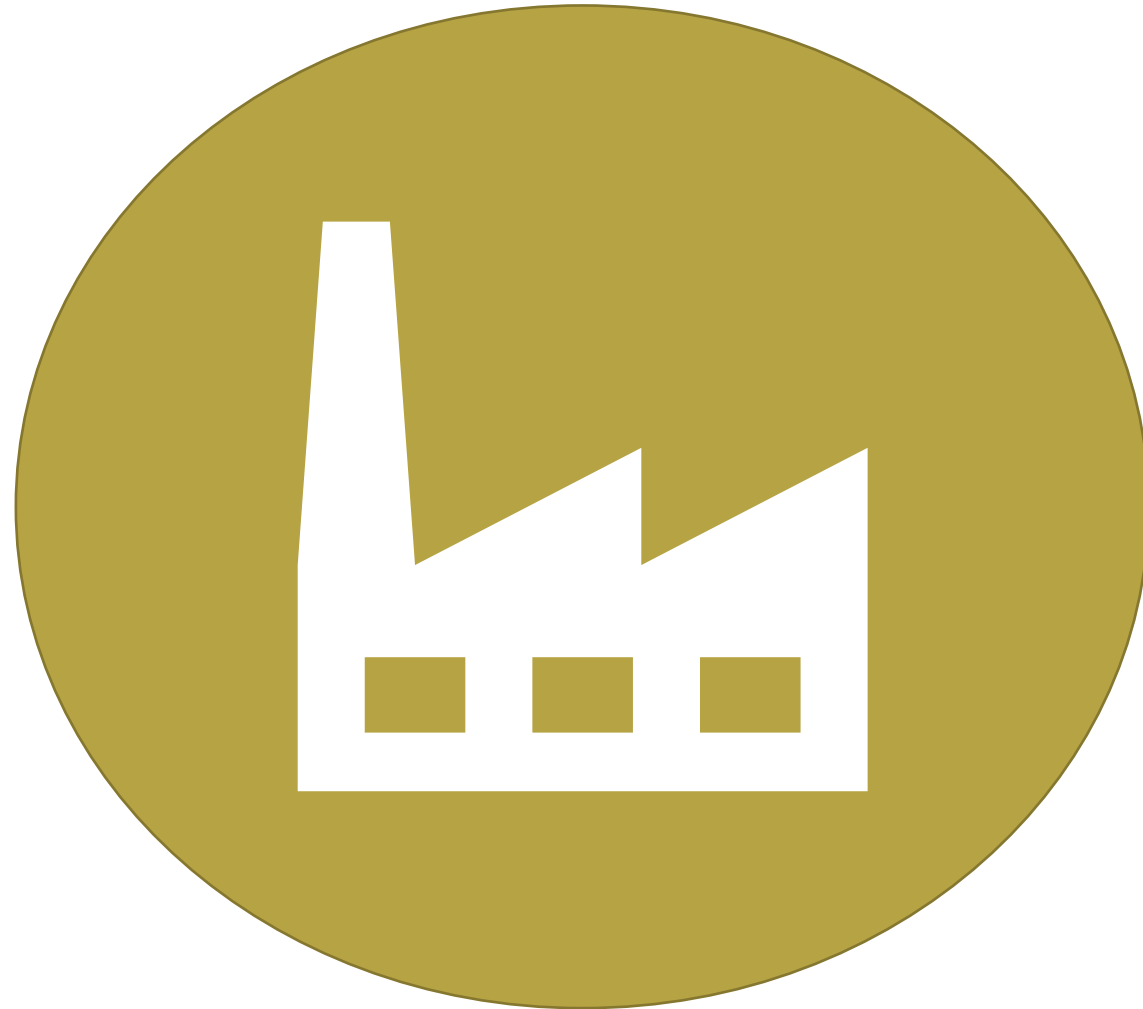
MARKETING VIRAL



MARKETING EMPRESARIAL



ENDOMARKETING



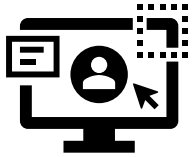
MARKETING SOCIAL



MARKETING PESSOAL



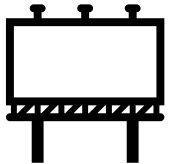
CRO-CONVERSION RATE OPTIMIZATION



Design do site.



Apresentação dos produtos.



Anúncios.



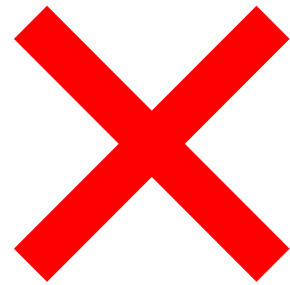
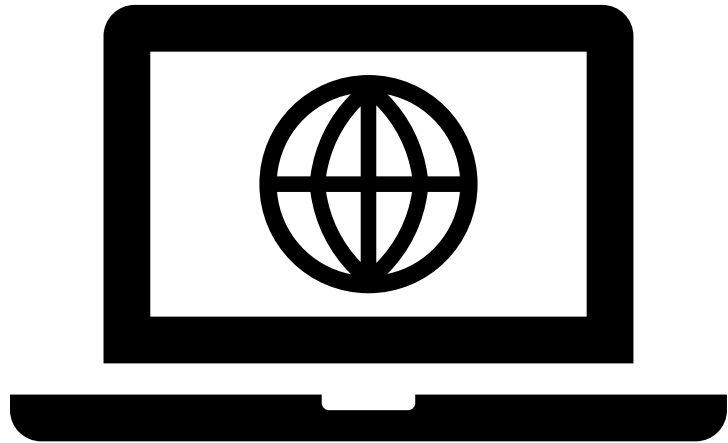
Falta de avaliações.



Dificuldades.

CRO-CONVERSION RATE OPTIMIZATION

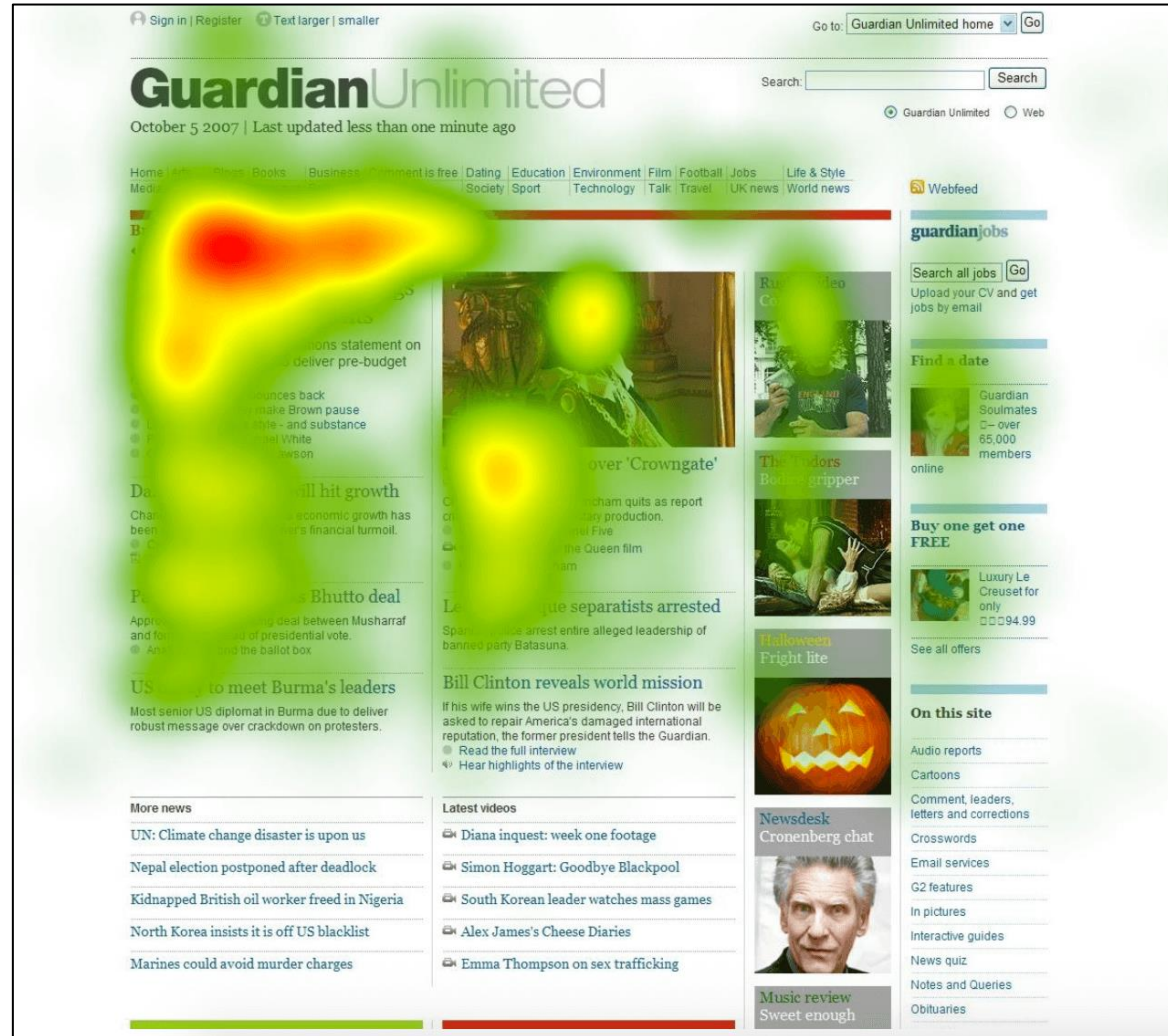
- Testes A/B



- Gravação de Sessão

CRO-CONVERSION RATE OPTIMIZATION

- Heatmaps



Fonte: CARDOSO, A. Mapa de Calor do Site: Entenda sua Importância. 2018.

**MUITO
OBRIGADO!!!
ATÉ LOGO!**

