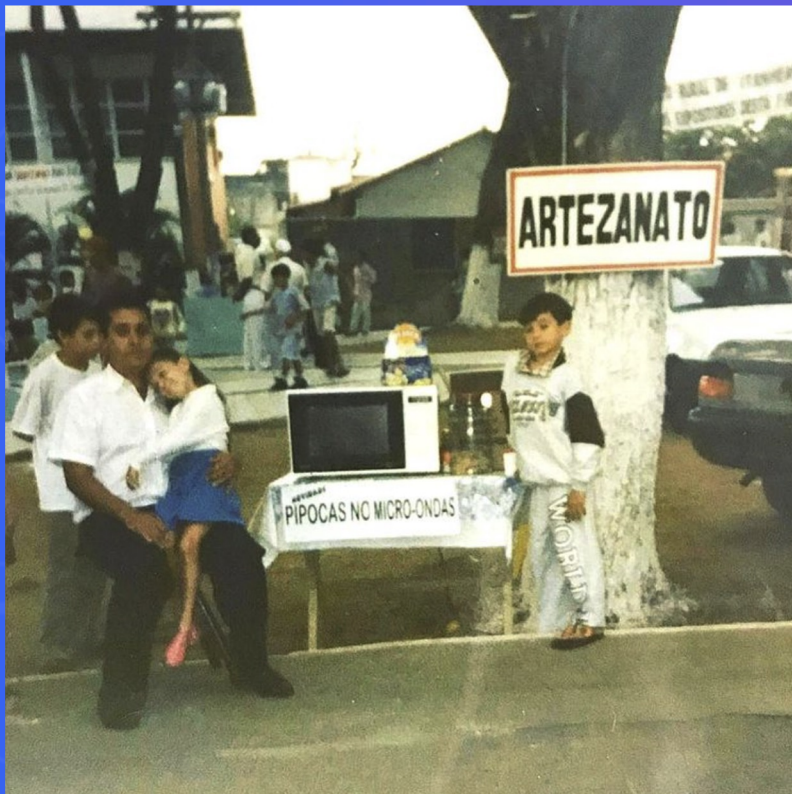


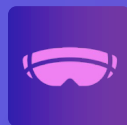


Growth Commerce

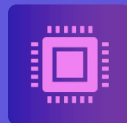
CRESCA MAIS RÁPIDO



Criatividade Empreendedorismo



Primeiro Microondas da Cidade



Negócios devem gerar
Curiosidade e Interação

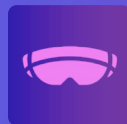


REFLITA..

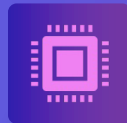
**Sua empresa é
o tiozinho da
PIPOCA?**



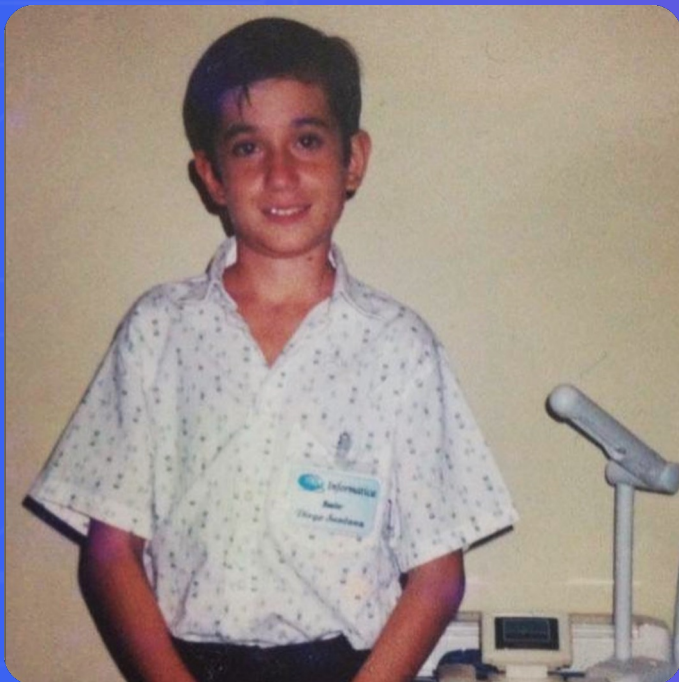
Quem é Diego Santana?



Especialista em Conversão para E-Commerce, Estrategista na E-Commerce Rocket, Criador do Mentoriaflix, Gestor de Performance e Nova Era e Performance Summit.



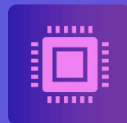
Atualmente investe R\$ 3 Milhões de Reais por Mês, trazendo um faturamento médio de R\$ 18 Milhões de Reais para seus clientes.



Onde tudo Começou?



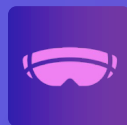
Primeiro trabalho aos 11 Anos



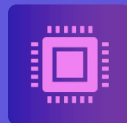
Instrutor de Informática
Aulas Particulares para Professores



Experiência como Dono de Negócio



1.500 m² – 18 Funcionários
2.5 Milhões de Reais por Mês



Sempre fazendo Diferente
Sempre testando coisas Novas...



CONHEÇA

**EM 1996 MEU
PAI FAZIA
ANÚNCIOS
LOCAIS**



CONHEÇA

MINHA CIDADE NÃO TINHA PLACAS





NOVOS Anunciantes

Fonte: Tiinside + Ebit + Statista

+1.59

Milhões de
Negócios Online

+20.2

Milhões de
Novos Clientes





Como lidar com **Incontrolável?**

Fonte: CNN

+872%

Aumento do CPC
desde 2014

+19%

Dos Anunciantes desistem
no primeiro mês

Custo de impulsionamento de anúncios sobe 1.800% em 15 dias de campanha

Segundo dados registrados no TSE até esta sexta-feira, despesas dos candidatos com esse serviço chegam a R\$ 15,5 milhões



No regulamento da propaganda eleitoral, impulsionamento de propagandas na Internet é permitido e deve ser cadastrado no TSE
Foto: Johanna Geron/Reuters (2.dez.2019)



**Para toda objeção
sempre há uma solução**



1. "Tenho restrições pela minha profissão"
2. "Para mim não funciona"
3. "Não tenho dinheiro"
4. "Já está funcionando assim"
5. "Já tentei antes e não deu certo"

Relaxa. Existem muitas formas de chamar atenção de potenciais clientes sem ser de forma tão direta/"publicitária".

Funciona sim. Pelo menos uma pessoa no mundo similar faz um bom trabalho.

Educação e ferramentas: quase tudo de graça atualmente. Tecnologia é commodity.

Por enquanto. Não conte com isso para o longo prazo.

Tenta de novo de outra forma.



ENQUANTO ERA LOJISTA

**JÁ NÃO ERA
FÁCIL TER
CONSISTÊNCIA
EM RESULTADO**



E AGORA?

**MUITO MAIS ANUNCIANTES
DO QUE PESSOAS PARA
SEREM IMPACTADAS
ENTRANDO NAS
PLATAFORMAS**



REFLITA...

**ANÚNCIOS SÃO ANÚNCIOS
E NÃO NEGÓCIOS...**





**Existem mais
Produtos Ruins
com Marketing Bom**

.....

**Do que Produtos Bons com
Marketing Bom!**



**E ainda temos o desafio do
que acontece depois do
Marketing Feito!**



A pizzaria responde igual minha namorada quando tá brava

20





VOCÊ LEMBRA?

**LEMBRA DE ALGUM
ANÚNCIO QUE
TE IMPACTOU
2 DIAS ATRÁS?**



O QUE UM ANÚNCIO TEM QUE TER?

**O SEU CRIATIVO NÃO
PODE SER UM
QUALQUER**



O QUE UM ANÚNCIO TEM QUE TER?

- 1- INTERRUPTÃO**
- 2- CURIOSIDADE**
- 3- ELIMINAR OBJEÇÕES**



O QUE UM ANÚNCIO TEM QUE TER?

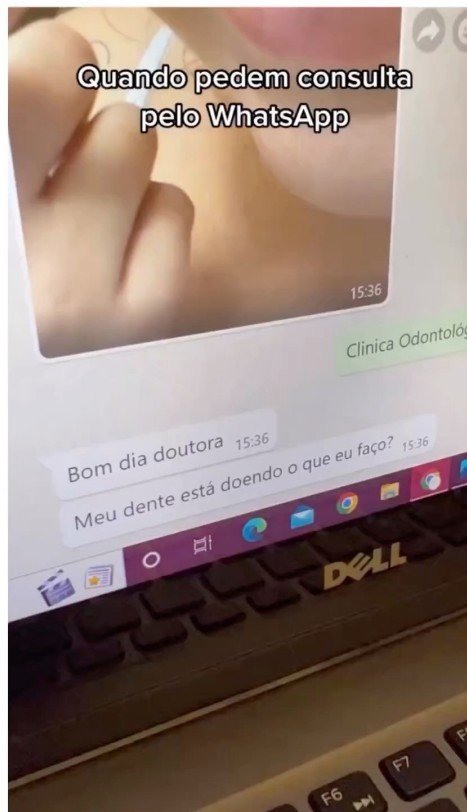
**80% DO CONTEÚDO
CONSUMIDO NA
INTERNET É EM VÍDEO**



Odonto da Depressão

@depreadaodonto

Desse jeito 😂😂😂



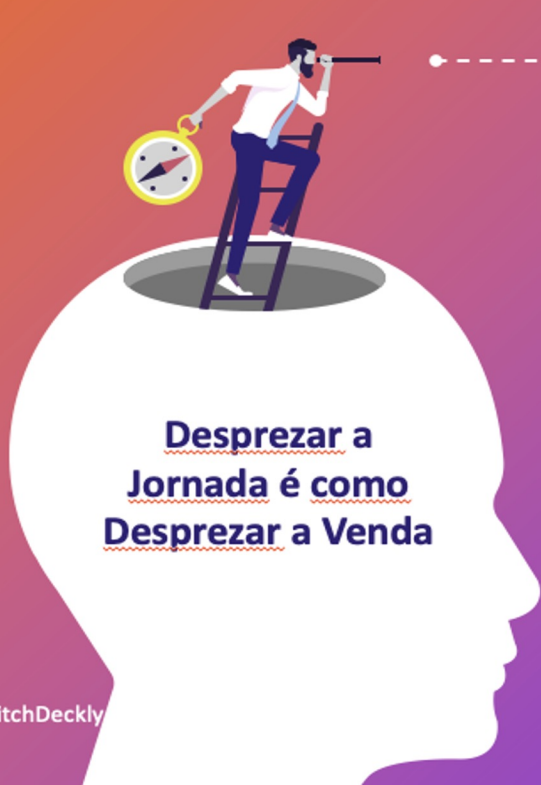




VOCÊ LEMBRA?

A JORNADA DO PÚBLICO É OUTRA

Como fazem?



**Desprezar a
Jornada é como
Desprezar a Venda**



ACHE O PÚBLICO



VENDA

Como funciona a Jornada?



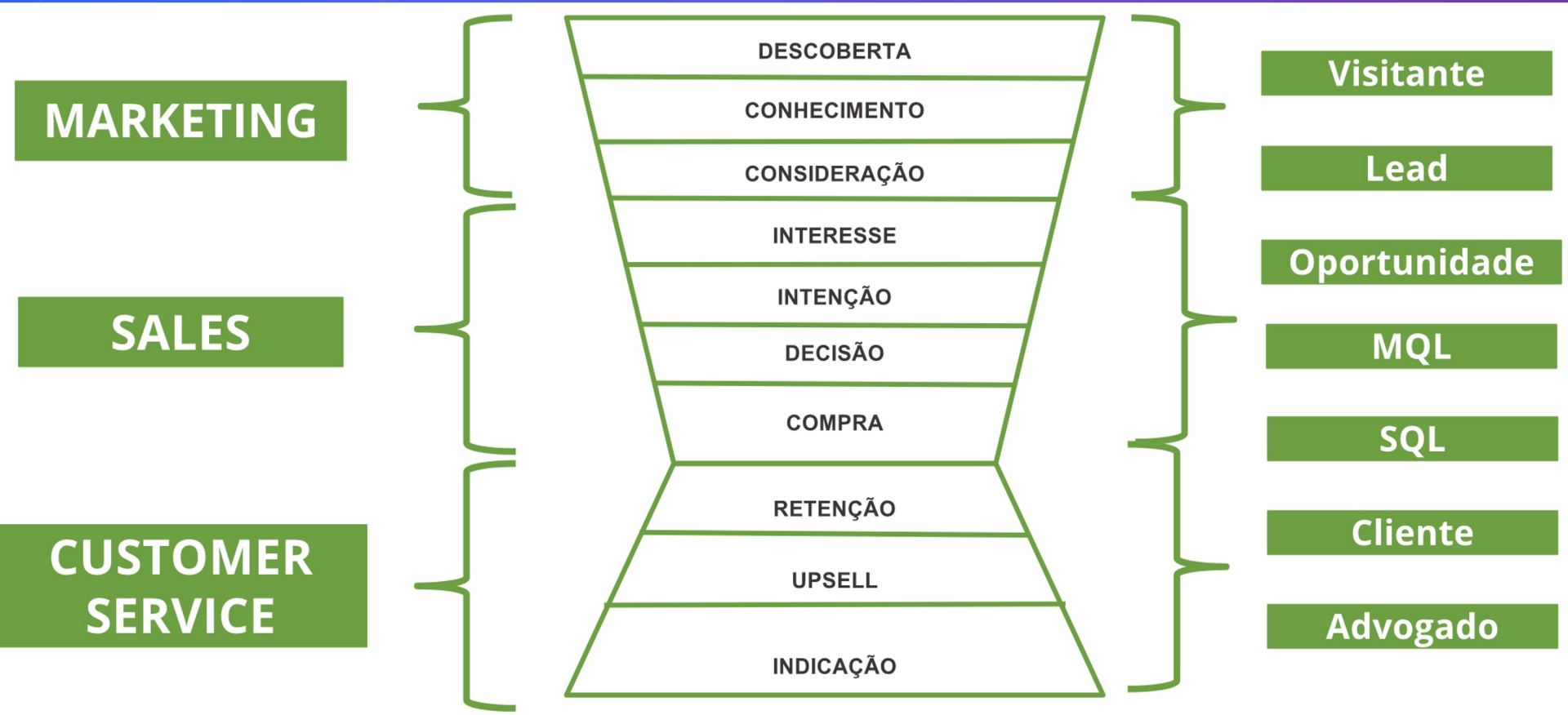


NÃO ADIANTA

**FAZER UM TRABALHO
NA MÉDIA, NÃO É
MAIS SUFICIENTE.**



O Funil Ampulheta



MARKETING

SALES

CUSTOMER SERVICE

DESCOBERTA

CONHECIMENTO

CONSIDERAÇÃO

INTERESSE

INTENÇÃO

DECISÃO

COMPRA

RETENÇÃO

UPSELL

INDICAÇÃO

Visitante

Lead

Oportunidade

SQL

Cliente

Advogado



**TUDO MUNDO QUER MÁGICA
OU UM RESULTADO RÁPIDO...**



O que é Growth?

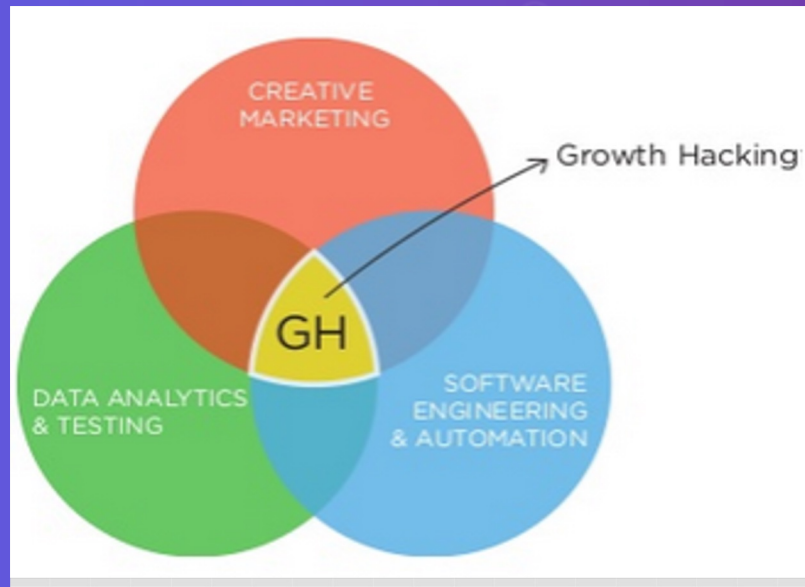
O growth marketing ou marketing de crescimento é uma estratégia que está revolucionando a gestão de vendas, aquisição e retenção de clientes. Ele visa o crescimento exponencial das empresas e já conquistou a atenção de diversas startup e E-Commerce?

+57%

TAXA DE CONVERSÃO

+82%

RETENÇÃO DE
CLIENTES





COMO COMEÇAR?

3 PASSOS SIMPLES PARA INICIAR



PLANEJAR



ENTENDER SUAS MÉTRICAS



TESTAR E TESTAR



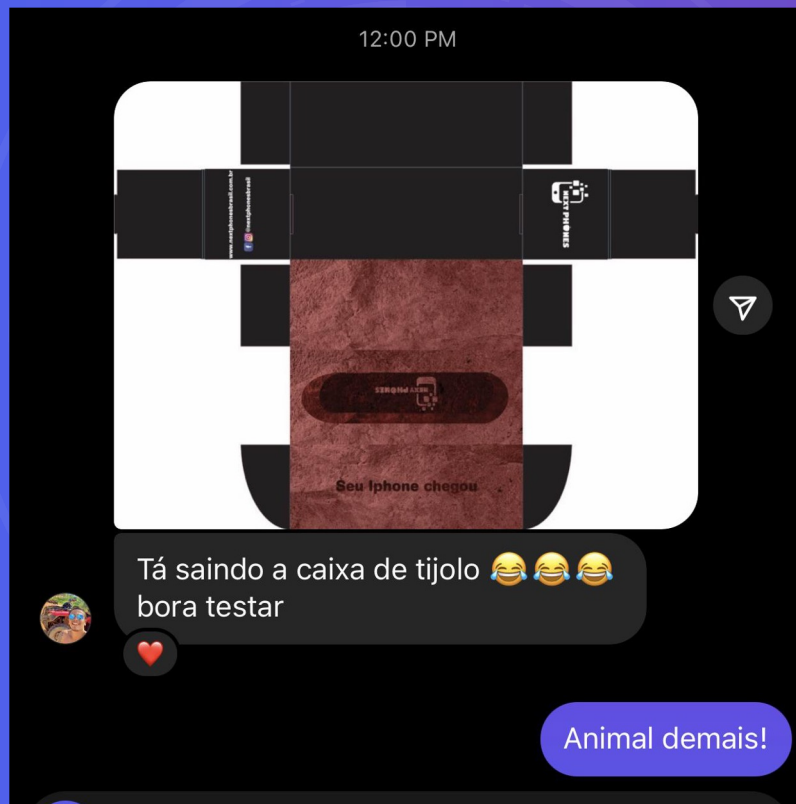
IDEIAS + IDEIAS

VENDA DE IPHONE USADO



CRIAR PRODUTO COMPARTILHÁVEL

3
6



Funil Pirata

Contexto do Business



metas SMART para o Funil Pirata

específica, mensurável, atingível, relevante e temporal

Aquisição

PARA

Aumentar a Captura de Leads

NÓS VAMOS

Criar Página moveisgruber.com.br/cupom e captar em massa os Leads

SERÁ UM SUCESSO SE

aumentar o número de leads em 45% em 30 Dias

PARA

Aumentar a Pesquisa de Leads

NÓS VAMOS

Formulários que antecedem a compra e pós compra para medição de dados relevantes

SERÁ UM SUCESSO SE

Melhorar o ICP do cliente

Ativação

PARA

Melhorar Experiência no Site

NÓS VAMOS

Avaliação de Ferramenta de Chat para ativação dos usuários no Site

SERÁ UM SUCESSO SE

Otimizar o Tempo Médio do Site em 25%

Retenção

PARA

Segurar o cliente no tempo médio para auxílio

NÓS VAMOS

Ativar o Chat em 02:15 com abordagem de Ajuda e Cupom

SERÁ UM SUCESSO SE

Convertermos em até 15% mais com esse Gatilho

metas SMART para o Funil Pirata

específica, mensurável, atingível, relevante e temporal

Receita

PARA

Aumentar a venda de Móveis Envio Imediato

NÓS VAMOS

Criação de Novos Ads para Móveis Pronta Entrega

SERÁ UM SUCESSO SE

Aumentar a venda da Categoria em 25%

PARA

Redução da Jornada do Consumidor

NÓS VAMOS

Ampliação da Cobertura de Remarketing e Conversão para Returning Visitors

SERÁ UM SUCESSO SE

Ampliar em 25% otimização em Returning Visitor

PARA

Otimizar Quebra de Objeção

NÓS VAMOS

Criação de Comunicação de Prazo, Prova Social, Qualidade e Exclusividade

SERÁ UM SUCESSO SE

Melhorar vendas por Remarketing em 15%

PARA

Compra Estratégica de Dados para Nutrição

NÓS VAMOS

Anúncios para PR, SC, DF, MT, MS e GO com Carrinho ou View Content

SERÁ UM SUCESSO SE

Aumentar a representatividade de Estados com maior taxa de Conv

PARA

Otimização de Posicionamento em Pesquisa PMAX

NÓS VAMOS

Melhorar os Produtos Seleccionados para melhor posicionamento e Vendas

SERÁ UM SUCESSO SE

Aumentar em 20% as vendas dos produtos A

metas SMART para o Funil Pirata

específica, mensurável, atingível, relevante e temporal

Receita

PARA

Melhorar o CTR em Google

NÓS VAMOS

Otimização dos Textos nos Anúncios Search

SERÁ UM SUCESSO SE

Aumento do CTR em 30%

PARA

Otimizar Percepção do Consumidor com Prova Social

NÓS VAMOS

Categoria dos MAIS AVALIADOS

SERÁ UM SUCESSO SE

Melhorar a retenção no Site e Compra de produtos selecionados

PARA

Vender mais no Final do Funil

NÓS VAMOS

Criar mais ações de emergência de compra na etapa Carrinho x Checkout

SERÁ UM SUCESSO SE

aumentar a taxa de carrinho>compra em 25%

Recomendação

PARA

Criar campanha de Unboxing e Review por Cashback ou Brinde

NÓS VAMOS

Disponibilizar essa comunicação no Produto

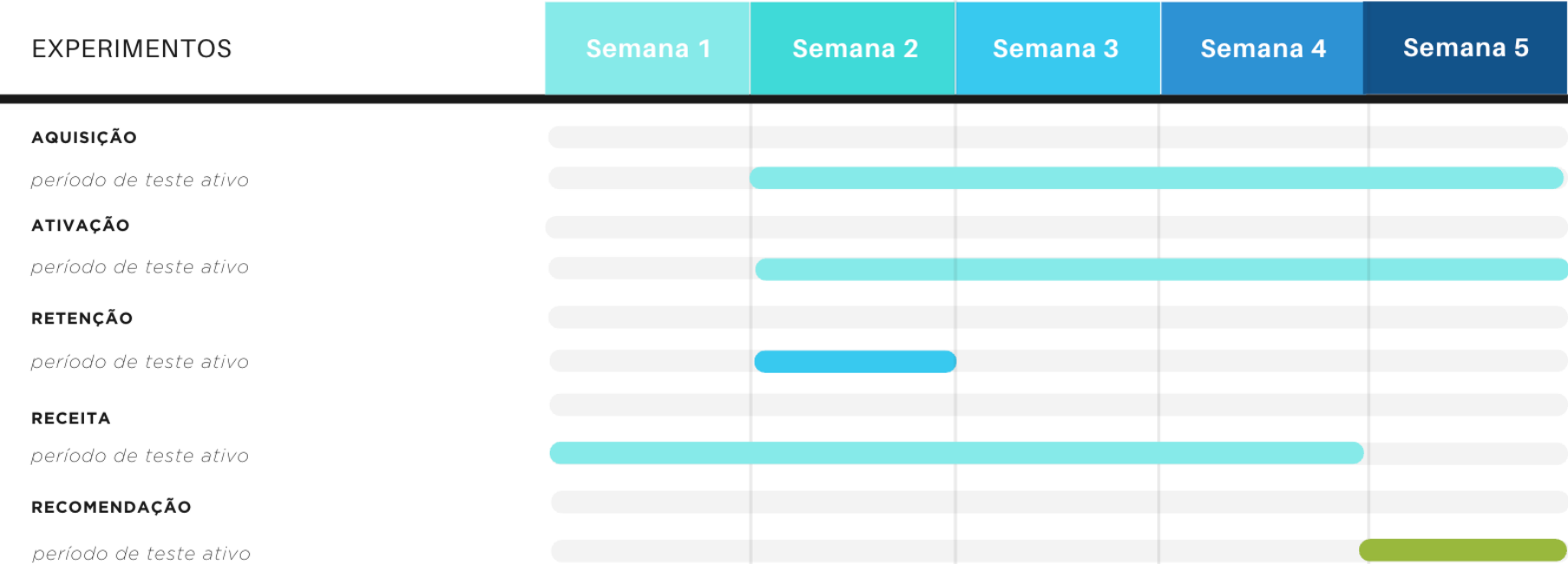
SERÁ UM SUCESSO SE

Obtermos mais prova social de compra e entrega

ICE Score - Priorização de Tarefas

Etapa do Funil	Experimento	Descrição	Meta SMART	IMPACTO	CONFIANÇA	ESFORÇO	SCORE
AQUISIÇÃO	Criar campanha de construção de avatares e criação do editorial.		aumentar o número de sessões da origem em 30% em 30 dias	9	9	10	9,3
RECEITA	criar sessão consultoria de imagem na pagina do produto, com dicas de looks		aumentar a taxa de carrinho>checkout em 20%	9	8	10	9,0
RECEITA	liberar cotação do frete na pagina do produto		aumentar a taxa de carrinho>checkout em 20%	8	8	6	7,3
ATIVACÃO	Implementação do Chat de boas vindas para garantir a entrega do CUPOM e indicações.		Queda de 20% na taxa de rejeição em 7 dias	7	7	7	7,0
RECEITA	fortalecer as campanhas e banners de frete grátis		aumentar a taxa de carrinho>checkout em 10%	7	8	6	7,0

Roadmap de Experimentos





REFLITA

90% DOS PROBLEMAS EM PERFORMANCE NÃO SÃO RELACIONADO A TRÁFEGO.

MAS OS PROFISSIONAIS GASTAM 90% DO TEMPO TRABALHANDO COM TRÁFEGO



COMO APLICAR NA PRÁTICA?



1.

**COLETE DADOS
FAÇA ANÁLISES**



PESQUISAS DE PÚBLICO



QUANDO VOCÊ SEGMENTA O PERSONA

apenas pelos dados demográficos



REI CHARLES III

HOMEM
NASCIDO EM 1948
CASOU DUAS VEZES
VIVE EM UM CASTELO
RICO E FAMOSO



OZZY OSBOURNE

HOMEM
NASCIDO EM 1948
CASOU DUAS VEZES
VIVE EM UM CASTELO
RICO E FAMOSO



PORQUE É BOM SABER MAIS SOBRE O PÚBLICO?

- **MELHORA COMUNICAÇÃO**
- **DEFINE MELHOR OS PRODUTOS**
- **ALINHA OFERTA X PRECIFICAÇÃO**
 - **ENTENDE AS OBJEÇÕES**
 - **FAZ CRIATIVOS MELHORES**

TIPOS DE PESQUISA

- **PESQUISA DE INTERESSES – O que ele gosta**
- **PESQUISA COMERCIAL – O que faz ele comprar**
- **PESQUISA DE JORNADA – Qual tempo ele demora**
 - **PESQUISA COMPLETA – Todos Acima**



PERFORMANCE

De todas as pessoas que entram na minha loja ou me acionam, quantas compram?

SATISFAÇÃO

Faça pesquisas de NPS para entender o nível de satisfação dos clientes

RETENÇÃO

Por quanto tempo os clientes permanecem com você?

LTV (Lifetime Value)

Quanto de dinheiro cada cliente te traz em média ao longo da vida com você?



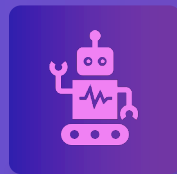
START DO GROWTH

SAIBA TESTAR E IMPLEMENTE A CULTURA DO LABORATÓRIO



Teste Rápido

1 / MÊS = 12 / ANO
2 / MÊS = 24 / ANO
4 / MÊS = 48 / ANO



75%

ROI



START DO GROWTH

COMO FUNCIONA O LABORATÓRIO DE CRIATIVOS?



START DO GROWTH

**DOR
SOLUÇÃO
BENEFÍCIO**



START DO GROWTH

DOR

DOR 1
DOR 2
DOR 3

SOLUÇÃO

SOLUÇÃO 1
SOLUÇÃO 2
SOLUÇÃO 3

BENEFÍCIO

BENEFÍCIO 1
BENEFÍCIO 2
BENEFÍCIO 3



START DO GROWTH

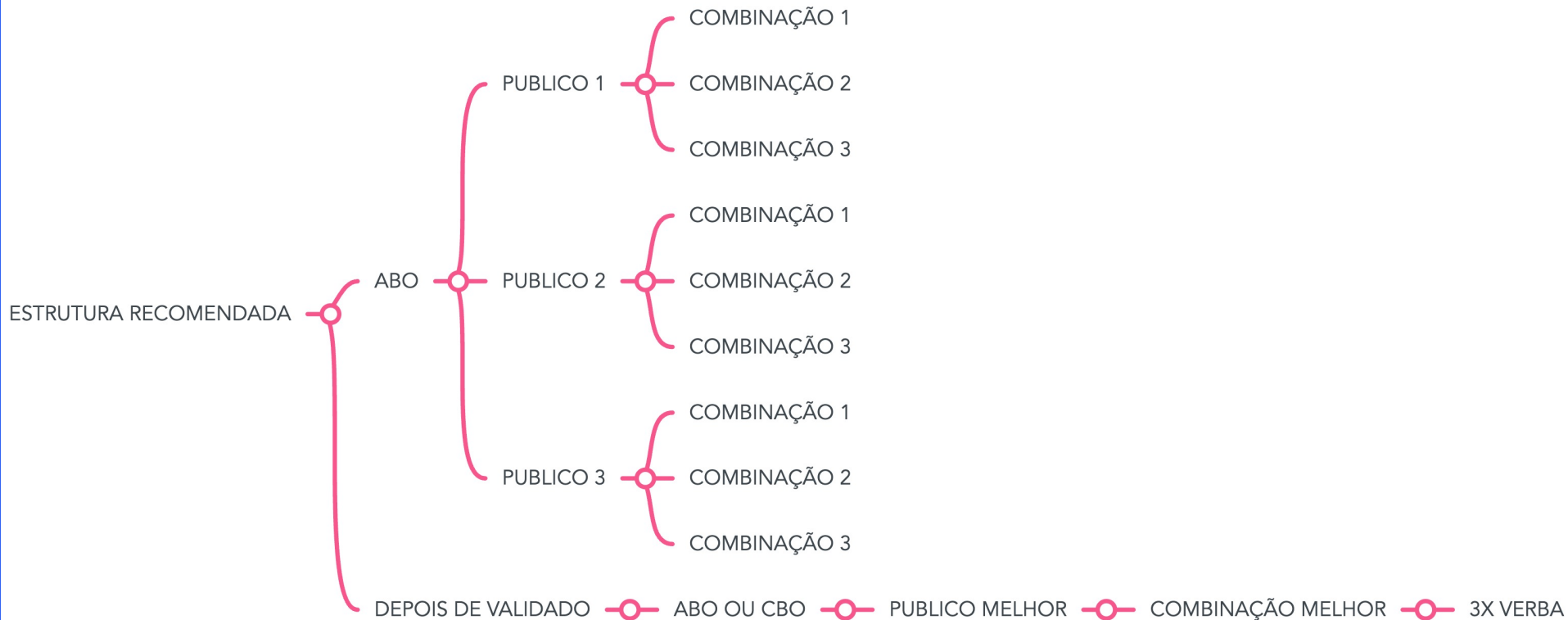
CRIE COMBINAÇÕES

DOR 1
+ SOLUÇÃO 3
+ BENEFÍCIO 2



APLIQUE O TESTE

CARRUSSEL





FRASE DO GROWTH

**NÃO EXISTE ESTRATÉGIA
CERTA OU ERRADA,
EXISTE ESTRATÉGIA
NÃO TESTADA.**

PROBLEMA DO APU



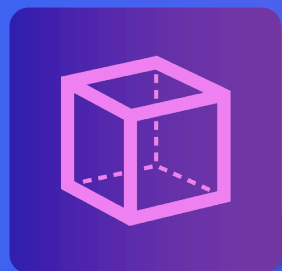


IDEIAS + IDEIAS

UM NEGÓCIO SÓ SE TORNA SUSTENTÁVEL COM ESTEIRA DE PRODUTOS + CRM



Exemplo **E-Mail Marketing**



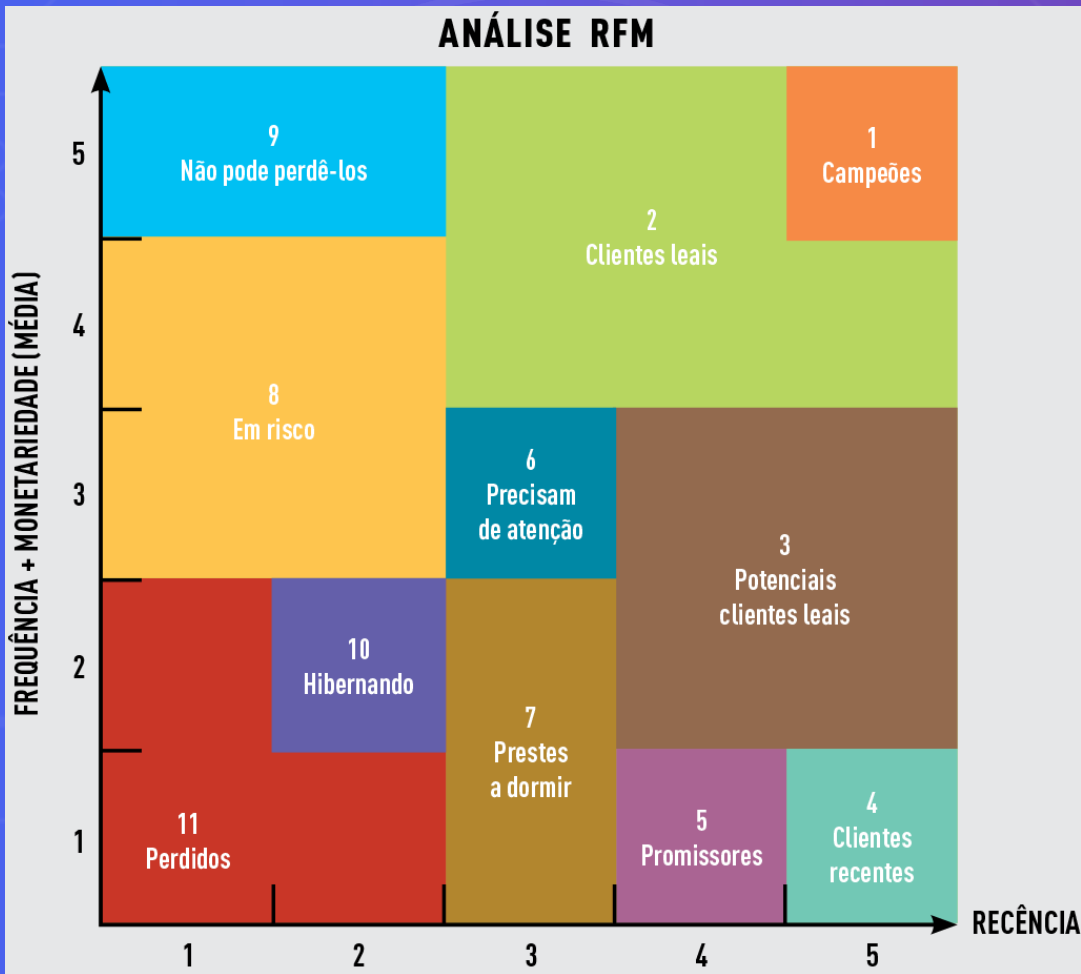
OR
Open Rate



RR
Read Rate



CR
Click Rate





REFLITA

6
3

**SEJA UM(A)
PROFISSIONAL FODA.**

**O MUNDO TÁ CHEIO DE
NOTA 7**



MANDE UM DIRECT

PALAVRA: FUINONL

