

Meu nome é **William Thomsen**.

- Trabalho há 3 anos como Educador Especialista no Programa de Parcerias da E-goi.
- Formado em Gestão da Tecnologia da Informação com Especialização em Educação Profissional e Tecnológica.
- Consultor e educador de agências de marketing digital

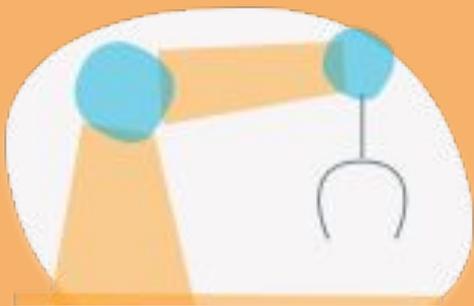


AUTOMAÇÃO

de

MARKETING DIGITAL





Tópicos

O que é Automação de Marketing Digital?

Como funciona a Automação do Marketing?

Por que usar automação do marketing?

Triggers e Condições

Segmentação de contatos

Automação de Boas-vindas e Feliz Aniversário

Lembretes e planejamentos

Automações para E-commerces

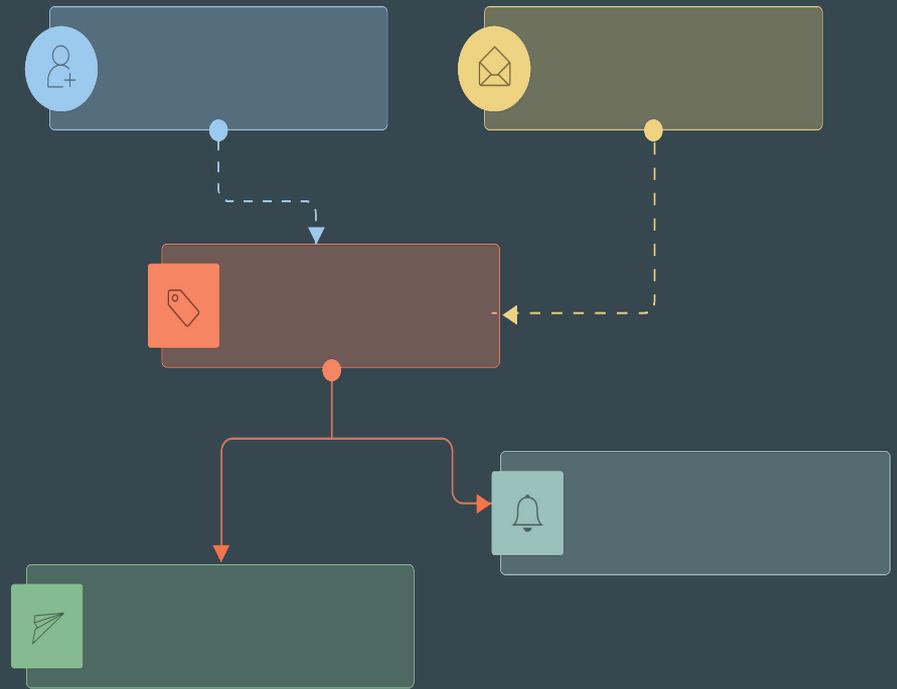
Fluxo de Qualificação e Nutrição

Análise de fluxos e relatórios

1

O que é uma
automação de
Marketing Digital?

A automatização de marketing digital é o uso de tecnologias para automatizar e otimizar as tarefas de marketing em canais digitais, como email, redes sociais, smart SMS e outros.



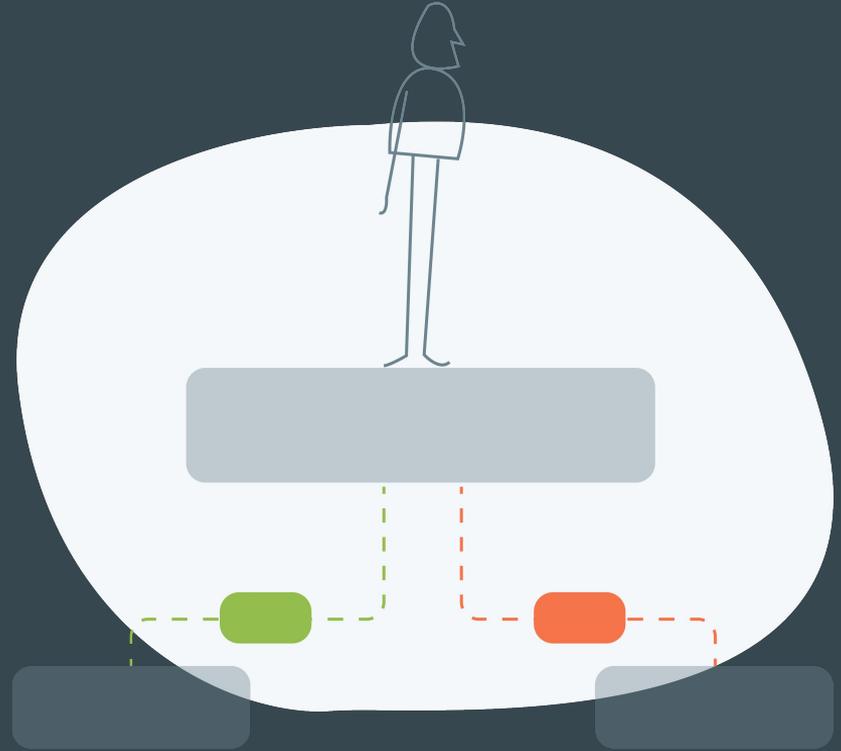
A automatização do marketing é **essencial** no dia a dia das empresas, pois contribui para tornar as **ações mais ágeis** e proporcionar uma **experiência** cada vez mais agradável ao **consumidor**. Dessa forma, é possível obter melhores resultados e posicionar-se de maneira mais competitiva no mercado.

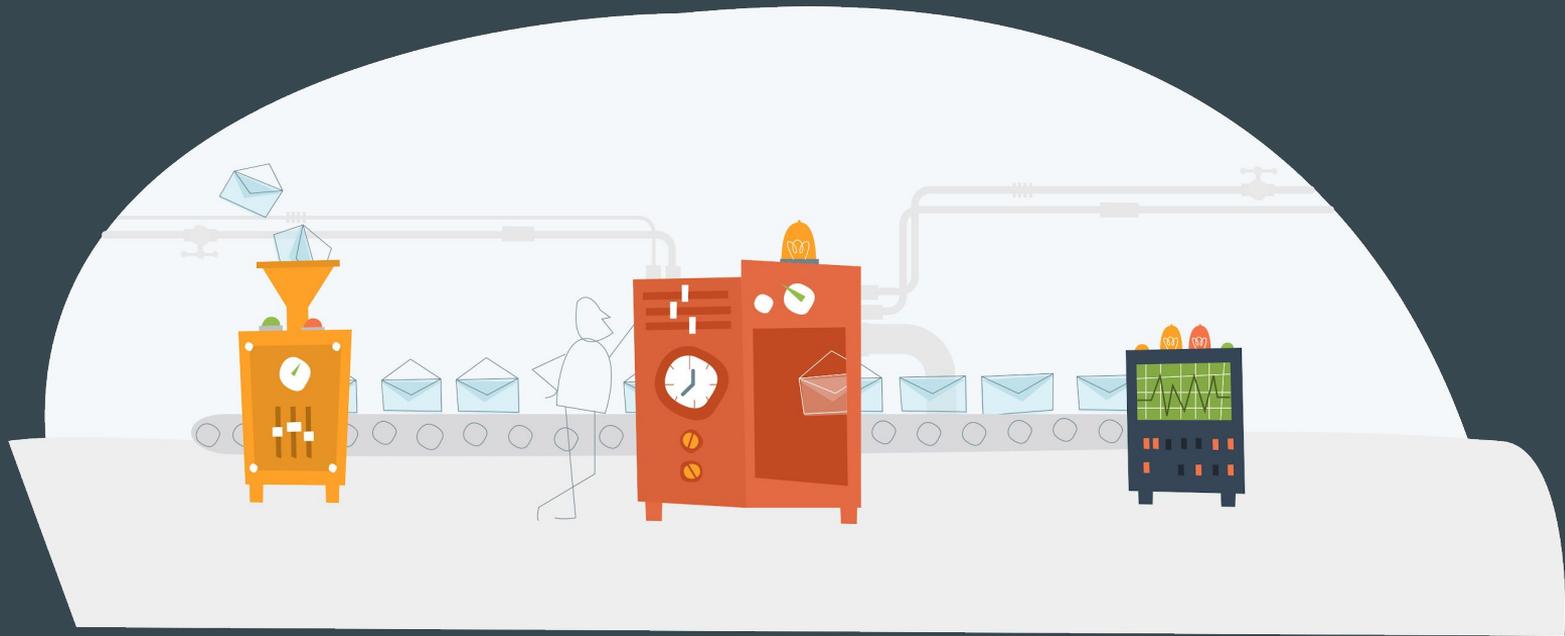


2

Como funciona
uma automação
de Marketing?

A automatização do marketing começa com a criação de um conjunto de regras e ações que são ativadas com base no comportamento do usuário. Por exemplo, se um lead visitou um site várias vezes, pode-se ativar uma regra para enviar um email com informações sobre o produto ou serviço que ele tem procurado.



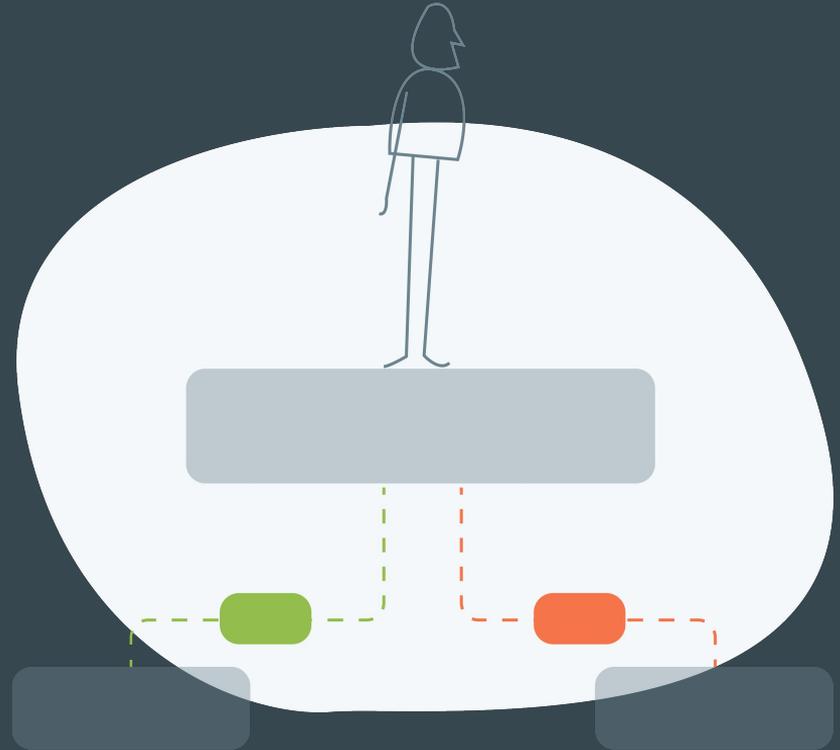


3

Por que usar?

3.1 Captação e Qualificação de Leads

Graças à automatização, o processo se torna mais ágil e, assim, realizado com eficácia. Você pode, por exemplo, enviar seu email marketing de acordo com as necessidades e desejos de um determinado grupo de pessoas. Dessa forma, esses usuários vão sendo nutridos e preparados para receber uma oferta de compra.



3.2 Mais engajamento

A automatização do marketing contribui para que a **comunicação com sua audiência se torne mais fácil, prática e eficiente.**

Além disso, ela pode acompanhar os consumidores atuais para **garantir a fidelização**, e as pessoas terão naturalmente uma experiência agradável.

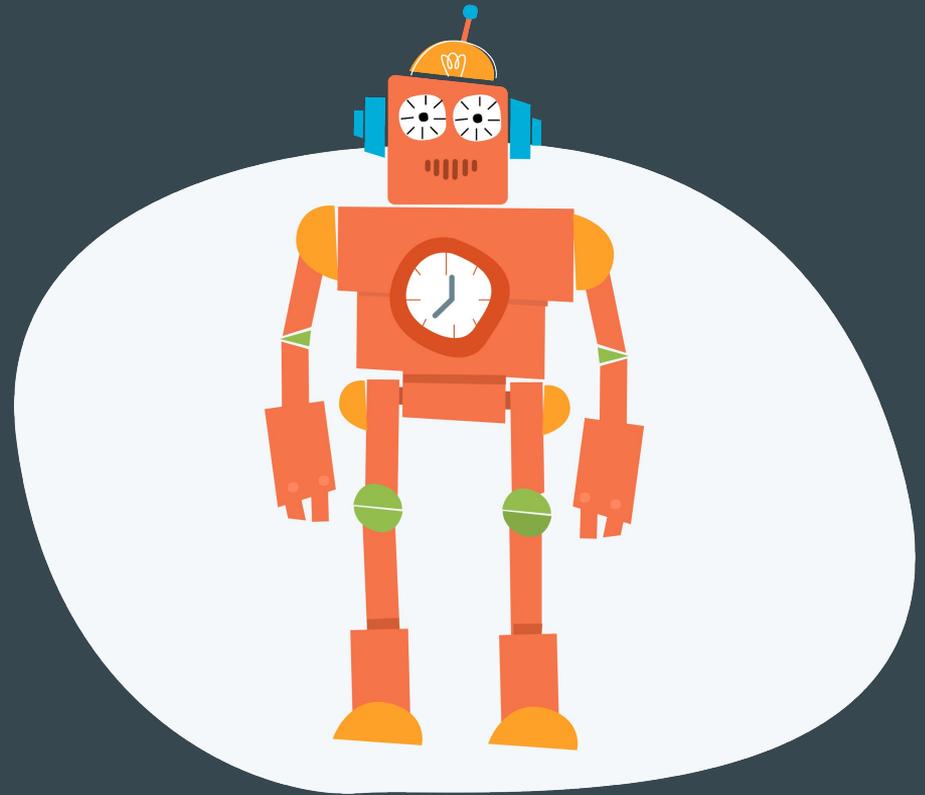
O resultado disso é uma **audiência muito mais próxima e efetivamente comprometida com a marca.**



3.3 Economia de tempo

Com a automatização, muitas das atividades podem ser realizadas em segundos.

Ou seja, você terá muito mais tempo para pensar em questões estratégicas.



3.4 Mais oportunidades de vendas

Com a automatização, é possível acompanhar e nutrir os leads.

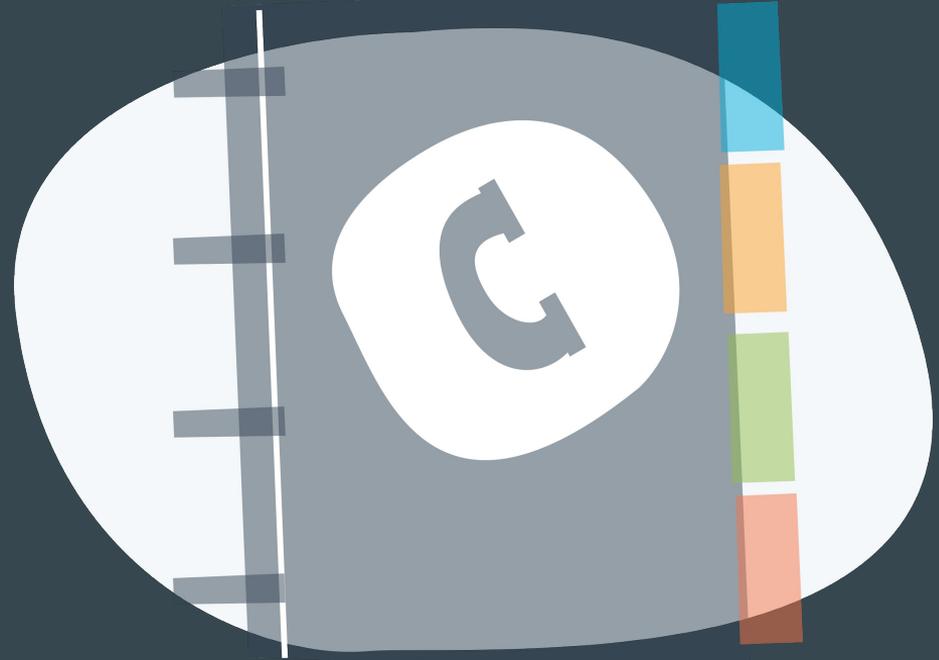
Isso gera mais oportunidades para que as pessoas comprem, além de apoiar a visibilidade da marca.



3.5 Diminuição do ciclo de vendas

Por meio da automatização do marketing, é muito mais fácil realizar o acompanhamento e a nutrição do seu contato ou dos potenciais consumidores da sua marca.

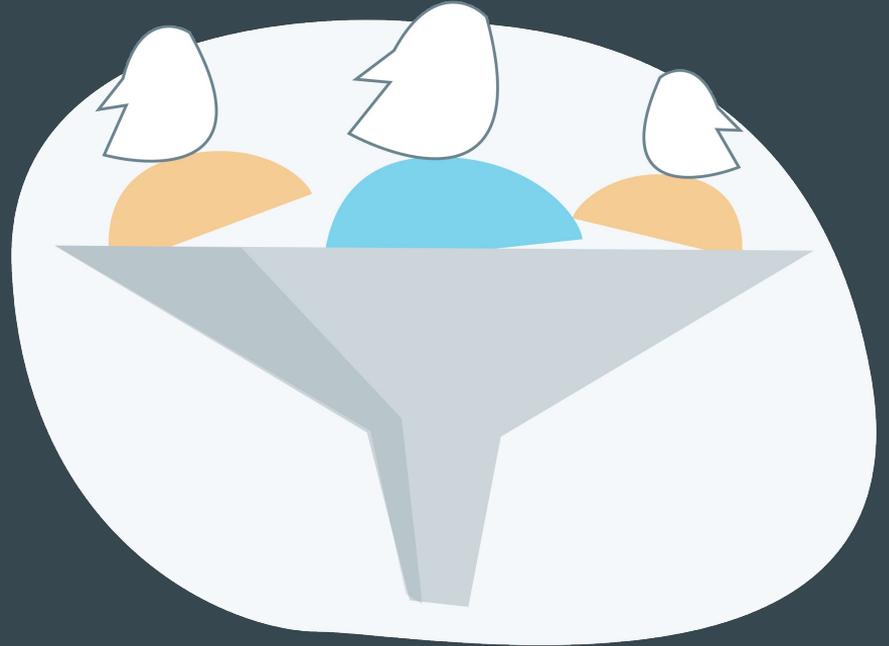
Dessa forma, os processos futuros se tornam muito mais simples e objetivos, tanto para você quanto para as pessoas que interagem com a sua empresa.



3.6 Diminuição do CAC (Custo de Aquisição de Clientes)

A maioria das ações de marketing digital, que costumavam levar horas e horas para serem concluídas por vários colaboradores, tornam-se automáticas e, dessa forma, levam apenas alguns segundos para serem concluídas.

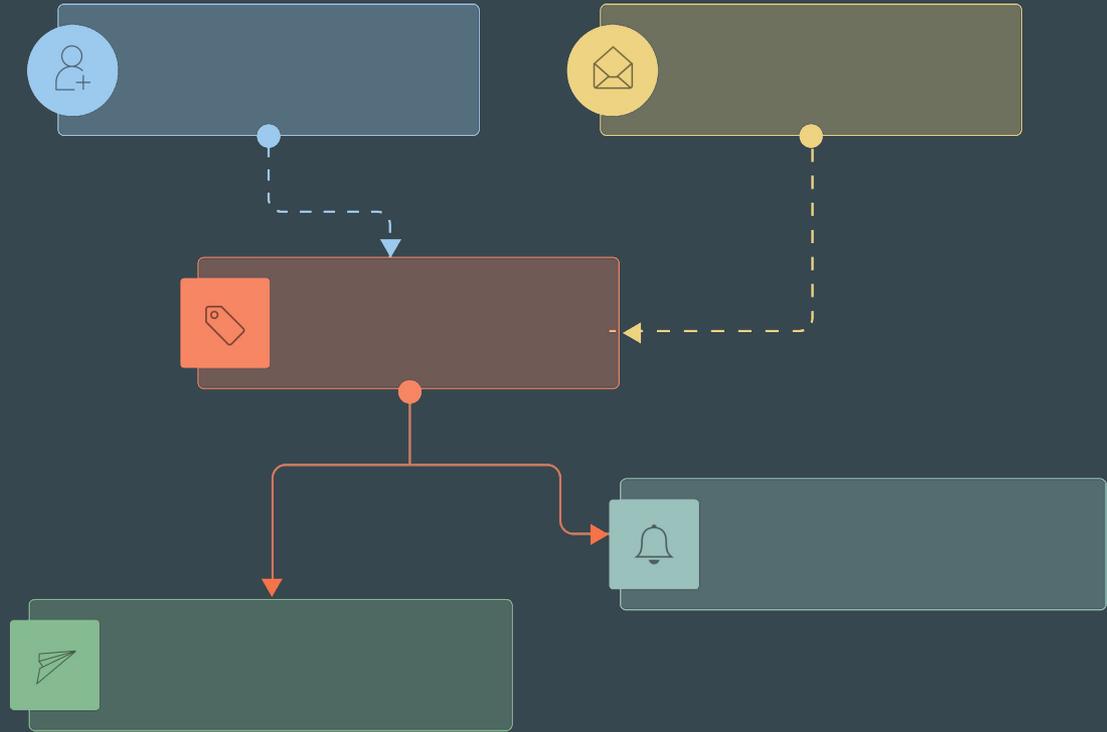
Isso economiza tempo e recursos para alcançar um número ainda maior de potenciais clientes.



4

Triggers e Condições

Um trigger em uma automatização é um evento ou condição que ativa o início de um processo automatizado.



5

Segmentação de Contactos

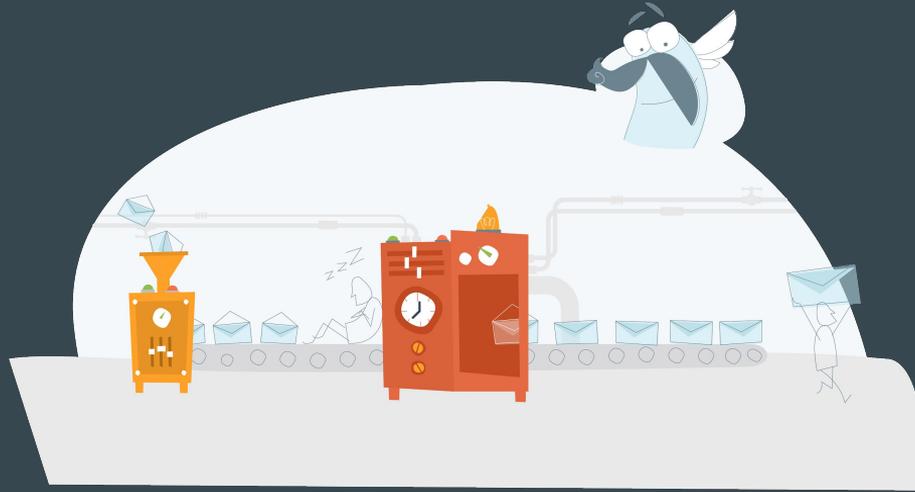
5.1 Segmentação Manual

A segmentação consiste em dividir seus contatos em grupos menores, ou segmentos, com base em informações ou características em comum.

Se você está tentando se comunicar com várias audiências diferentes, a segmentação pode ajudá-lo a criar a mensagem certa para as pessoas certas, no momento certo.



5.2 Segmentação Automática

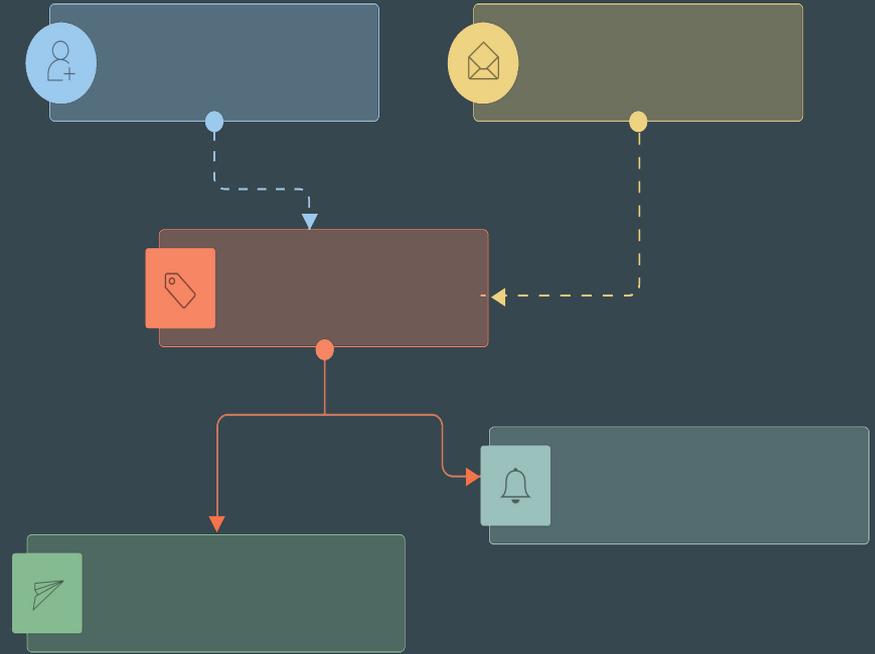


Sempre que uma ação for realizada, por exemplo: visitar páginas de blog, comprar produtos, etc., você pode usar os autobots (ferramenta de automação de marketing) para realizar uma segmentação automática da sua base de dados.

6

**Boas vindas e
Feliz aniversário**

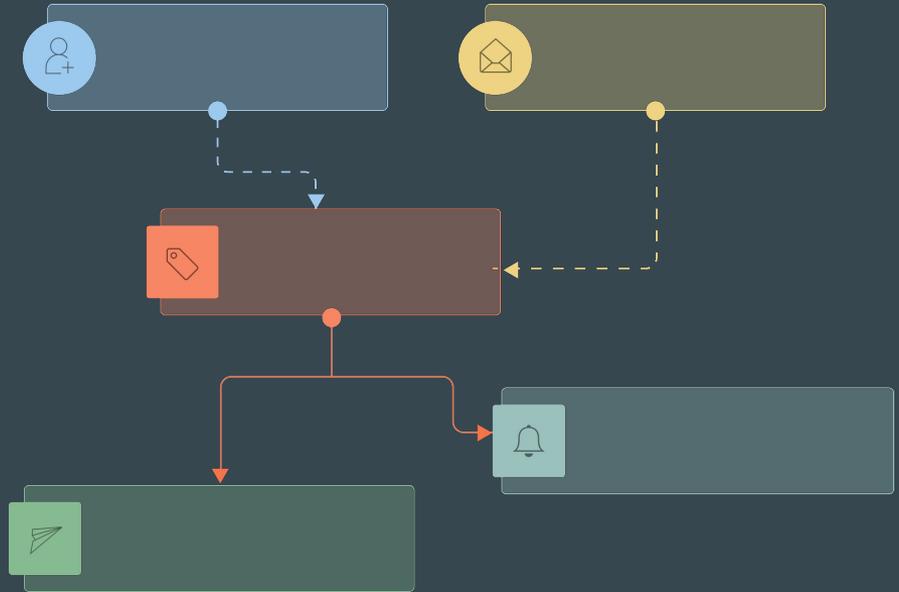
Dê as boas-vindas a quem se inscrever em um formulário ou tenha um gesto de carinho com seus clientes em dias especiais, como aniversários, por exemplo.



7

Lembretes e Planos

Gerencie seu calendário automaticamente. Você pode enviar notificações por email ou SMS sempre que suas reuniões, compromissos ou visitas a propriedades forem confirmados! Tanto para seu cliente quanto para você (ou para o vendedor)! E tudo de forma automática!



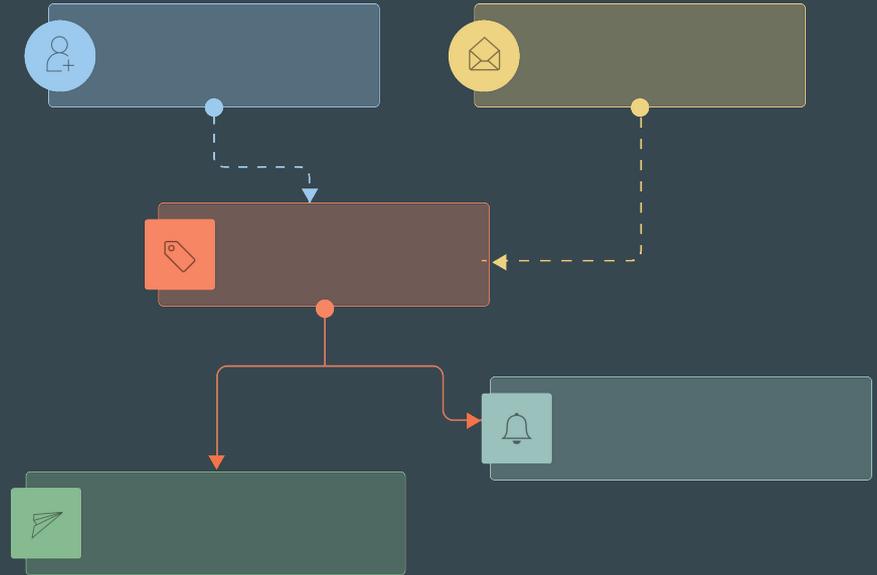
8

E-commerce

Crie recorrência para produtos com alta taxa de recompra, como alimentos para animais de estimação.

Recupere clientes que deixaram de visitar sua loja, enviando emails ou SMS com os produtos deixados no carrinho (imediatamente ou após alguns dias).

Sugira produtos com base em compras anteriores e muitas outras combinações de gatilhos (triggers) e ações para o e-commerce.



1 - Criar uma automação que desse boas vindas automaticamente para quem se inscreve em uma página de captura, após 2 dias, enviar um novo e-mail. Após 1 dia verificar se o email foi aberto. Para quem abrir, criar uma tag/etiqueta e para não abrir enviar um Smart SMS.

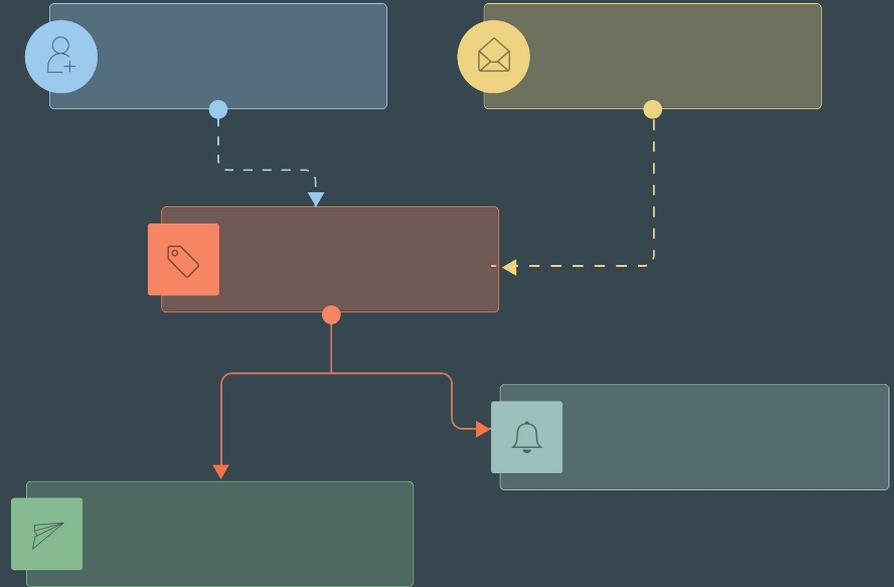
2 - Criar uma automação para lembrar os inscritos em um determinado webinar, 1 semana, 3 dias e 1 dia antes da data do evento. Depois de 1 dia do evento, enviar um novo email agradecendo pela participação.

9

Fluxo de
Qualificação e
Nutrição

Ao realizar uma campanha para nutrir seus leads, você pode ter controle total sobre os resultados. Você pode medir, por exemplo, qual email está convertendo menos e reformular a mensagem para melhorar seus resultados.

Além disso, com o **Lead Scoring**, você pode controlar e melhorar a qualidade dos seus leads.



10

**Análise de
Fluxos e
Relatórios.**

Com relatórios detalhados dos fluxos de automação, você pode ver onde estão seus clientes e analisar o sucesso de suas campanhas e ações de comunicação.



11

**Growth
Hacking**

Definição: Abordagem de marketing orientada ao crescimento rápido e escalável de uma empresa ou produto.

Estratégias criativas e não convencionais para alcançar resultados rápidos.

Combinação de marketing, programação, análise de dados e pensamento estratégico.



12

Principais
Características

Experimentação constante:
Testar e iterar diferentes
estratégias para encontrar o que
funciona melhor.

Foco em dados: Utilizar análise
de dados para embasar decisões
e identificar oportunidades de
crescimento.

Eficiência e escalabilidade: Buscar
soluções que possam ser
replicadas e ampliadas de forma
rápida e eficiente.



13

Exemplos de
táticas

Uso de virais e referências:
Explorar o poder das
recomendações e
compartilhamentos para alcançar
um crescimento exponencial.

Otimização de conversões:
Identificar e otimizar pontos de
conversão em funis de vendas e
jornadas do cliente.

