

Material

[PLANILHA] Protocolo Black Friday 2024

[PDF] Pesquisa Black Friday 2024



Boas Práticas

Tópicos Importantes

PLANEJAMENTO



ANTECIPAÇÃO



OFERTA



DEBRIEFING

Chegou o momento de analisar seus resultados, pois tudo aquilo que não é metrificado, não pode ser melhorado!

- Definir Métricas de Controle
- Criar Rêgua de Comunicação
 - Email
 - WhatsApp
 - Instagram
 - Anúncios
 - Homepage do Site
 - Influenciadores
- Definir os Presentes, Brindes e Descontos
- Definir os Canais de Venda
- Definir Comunicação Visual
- Escolher o Nome da Campanha
- Definir Marcos: Datas de Início e Fim
- Definir Metas da Campanha
- Definir o Tema da Campanha
- Produzir os Conteúdos
 - Antecipação da Campanha
 - Start na Campanha
 - Fechamento da Campanha
- Categorização dos Produtos no Site
- Acompanhamento de Métricas
- Analisar os Resultados

1. Boas Práticas

1.1. PLANEJAMENTO

1.1.1. Estratégia Criativa

1.1.1.1. Qual é a história por trás da sua campanha?

1.1.1.2. Qual é o conceito criativo por trás da campanha?

1.1.1.2.1. Narrativa, Tema e Tom de Voz

1.1.1.3. Quais são os elementos visuais e verbais que serão usados para comunicar a mensagem?

1.1.1.3.1. Imagens, Vídeos e Texto

1.1.1.4. Como a campanha será adaptada para diferentes canais de distribuição?

1.1.2. Público-alvo

1.1.2.1. Quem você quer alcançar com sua campanha?

1.1.2.1.1. Público Frio

1.1.2.1.2. Público Morno

1.1.2.1.3. Público Quente

1.1.2.2. Quais seus interesses, necessidades e desafios?

1.1.2.3. Quais redes sociais eles estão?

1.1.2.4. Quais seus comportamentos?

1.1.3. Orçamento

1.1.3.1. Quanto você tem disponível para gastar na campanha?

1.1.3.2. Quais canais você pretende usar para alcançar seu público-alvo e como esse valor será distribuído?

1.1.4. Prazo

1.1.4.1. Quando você precisa que a campanha esteja pronta?

1.1.4.2. Há algum evento ou data importante que você precisa levar em consideração?

1.1.5. Canais

1.1.5.1. Distribuição

1.1.5.1.1. Instagram

1.1.5.1.2. TikTok

1.1.5.1.3. E-mail Marketing

1.1.5.1.4. WhatsApp

1.1.5.1.5. Telegram

1.1.5.1.6. Anúncios

1.1.5.2. Venda

1.1.5.2.1. WhatsApp

1.1.5.2.2. E-commerce

1.1.5.2.3. Loja Física

1.1.5.2.4. Marketplace

1.1.5.2.5. Direct IG

1.1.6. Metas

1.1.6.1. Meta de Leads

1.1.6.1.1. Custo por Lead (CPL)

1.1.6.1.2. Taxa de Conversão Leads

1.1.6.2. Meta de Vendas

1.1.6.2.1. Número de Pedidos

1.1.6.2.2. Ticket Médio

1.1.6.2.3. Receita Captada

1.1.6.2.4. Taxa de Conversão Global

1.2. ANTECIPAÇÃO

1.2.1. Importância

1.2.1.1. A antecipação é um elemento crucial para o sucesso de uma campanha de lançamento, pois gera expectativa, entusiasmo e engajamento no público-alvo em relação à sua campanha. É o momento de impactar o máximo de leads e prepará-los para receber sua oferta.

1.2.1.2. A chave para uma antecipação de campanha bem-sucedida é criar conteúdo relevante e interessante para o seu público-alvo, manter o mistério e gerar expectativa até o momento do lançamento.

1.2.2. Período

1.2.2.1. Antecipação deve de 2 (duas) a 3 (três) vezes o número de dias que a oferta da campanha ficará no ar.

1.2.3. Captação de Leads

1.2.3.1. ManyChat

1.2.3.2. Formulário Anúncios

1.2.3.3. Landing Page + Formulário

1.2.4. Nutrição de Leads

1.2.4.1. Grupo Vip

1.2.4.2. Sorteios

1.2.4.3. Creators e Influenciadores

1.2.4.4. Lives de Conteúdo

1.2.4.5. Collabs e Parcerias

1.2.4.6. Overload de Conteúdo

1.2.4.7. E-mail Marketing

1.2.5. Criativos

1.2.5.1. Curiosidade

1.2.5.2. Desejo

1.2.5.3. Mistério

1.2.5.4. Bastidores

1.2.5.5. Contagem Regressiva

1.2.5.6. Síndrome de F.O.M.O

1.2.5.6.1. "Fear of Missing Out". Medo de não conseguir acompanhar as atualizações e eventos, compelindo a pessoa a manter-se conectada às redes sociais.

1.3. OFERTA

1.3.1. Oferta Irresistível

1.3.1.1. Conheça seu público-alvo: Compreenda suas necessidades, desejos e pontos de dor para criar uma oferta que realmente atenda às suas expectativas.

1.3.1.2. Destaque os benefícios: Foque nos benefícios que seu produto ou serviço oferece ao cliente, demonstrando como ele pode solucionar seus problemas e melhorar sua vida.

1.3.1.3. Crie um senso de urgência: Utilize técnicas como ofertas por tempo limitado, descontos exclusivos ou bônus adicionais para incentivar a compra imediata.

1.3.2. Comunicação Persuasiva

1.3.2.1. Comunicação clara e objetiva: Seja claro e direto na sua comunicação, evitando jargões técnicos e linguagem complexa.

1.3.2.2. Utilize uma linguagem emocional: Conecte-se com o cliente em um nível emocional, utilizando storytelling e apelos à emoção para despertar seu interesse e gerar entusiasmo.

1.3.2.3. Faça perguntas e demonstre interesse: Incentive a participação do cliente fazendo perguntas relevantes e demonstrando genuíno interesse em suas necessidades.

1.3.2.4. Lide com objeções de forma eficaz: Esteja preparado para lidar com as objeções do cliente de forma paciente e profissional, oferecendo soluções e alternativas que atendam às suas preocupações.

1.3.3. Prova Social

1.3.3.1. Exiba depoimentos e avaliações positivas: Utilize depoimentos de clientes satisfeitos e avaliações positivas para demonstrar a credibilidade da sua oferta e gerar confiança no cliente.

1.3.3.2. Apresente estudos de caso e resultados comprovados: Mostre como seu produto ou serviço já ajudou outros clientes a alcançar seus objetivos, utilizando estudos de caso e dados concretos.

1.3.3.3. Utilize gatilhos mentais como escassez, urgência, reciprocidade e aprovação social para influenciar o comportamento do cliente e aumentar as chances de conversão.

1.3.4. Processo de Compra

1.3.4.1. Ofereça diversas opções de pagamento: Permita que o cliente escolha a forma de pagamento que melhor lhe atende, como cartão de crédito, boleto bancário, PIX ou outros métodos.

1.3.4.2. Simplifique o processo de compra: Torne o processo de compra o mais simples e rápido possível, minimizando etapas desnecessárias e oferecendo uma interface amigável.

1.3.4.3. Ofereça suporte ao cliente: Disponibilize canais de atendimento eficientes para que o cliente possa tirar dúvidas, obter suporte e solucionar problemas durante o processo de compra.

1.3.5. Experiência de Compra

1.3.5.1. Utilize dados de clientes para oferecer ofertas personalizadas: Utilize as informações coletadas sobre seus clientes para oferecer produtos ou serviços que sejam relevantes para suas necessidades e interesses.

1.3.5.2. Segmente seu público-alvo: Crie campanhas direcionadas para diferentes segmentos do seu público-alvo, utilizando critérios como idade, localização, interesses e comportamento de compra.

1.3.5.3. Ofereça atendimento personalizado: Utilize WhatsApp para oferecer atendimento personalizado aos clientes, respondendo suas dúvidas e atendendo suas necessidades de forma individualizada.

1.3.6. Fechamento

1.3.6.1. Reforço da Oferta

1.3.6.2. Quebra de Objeções

1.3.6.3. Contagem Regressiva

1.3.6.4. Última Chamada

1.4. DEBRIEFING

1.4.1. Chegou o momento de analisar seus resultados, pois tudo aquilo que não é metrificado, não pode ser melhorado!

2. Materiais

2.1. [PLANILHA] Protocolo Black Friday 2024

Link: <https://docs.google.com/spreadsheets/d/1YkJGEeF4Ktueq61aLvh59iLKmEBmdlrBhqkGcVjio6E/edit?usp=sharing>

2.2. [PDF] Pesquisa Black Friday 2024

Link: <https://wedo-academy.com/black-friday-2024>

3. Tópicos Importantes

3.1. Definir Métricas de Controle

3.2. Criar Régua de Comunicação

3.2.1. E-mail

3.2.2. WhatsApp

3.2.3. Instagram

3.2.4. Anúncios

3.2.5. Homepage do Site

3.2.6. Influenciadores

3.3. Definir os Presentes, Brindes e Descontos

3.4. Definir os Canais de Venda

3.5. Definir Comunicação Visual

3.6. Escolher o Nome da Campanha

3.7. Definir Marcos: Datas de Início e Fim

3.8. Definir Metas da Campanha

3.9. Definir o Tema da Campanha

3.10. Produzir os Conteúdos

3.10.1. Antecipação da Campanha

3.10.2. Start na Campanha

3.10.3. Fechamento da Campanha

3.11. Categorização dos Produtos no Site

3.12. Acompanhamento de Métricas

3.13. Analisar os Resultados