



Capacitação em Marketing Digital.

Comportamento do Consumidor Digital

Palestrante

Toni Bitencourt - CEO Nidus Marketing

São Lourenço do Sul, 13 de março

Apresentação

2024



Contatar um lead dentro do primeiro minuto **pode multiplicar as taxas de conversão por quatro, conforme revelado pelos padrões atuais de consumo!**

Comportamento do consumidor digital

**Como está a sua
taxa de resposta?**

As vendas digitais representam uma parcela cada vez maior do faturamento das empresas brasileiras.

Em 2023,
elas atingiram:

25%
Grandes
empresas

15%
Empresas de
médio porte

40%
Micro e pequenas empresas

Variação por setor

Setores com **MAIOR** participação das vendas digitais:

Varejo de moda (28%)

Telefonia e Celulares (9%)

Eletrodomésticos (12%)

Móveis e Decoração (6%)

Beleza e Perfumaria (5%)

Setores com **MENOR** participação das vendas digitais:

Supermercados (4%)

Construção (2%)

Indústria (1%)

Fatores que impulsionam o crescimento das vendas digitais

Aceleração da transformação digital

A pandemia acelerou a adoção de canais digitais pelas empresas e pelos consumidores.

Crescimento do mobile commerce

As compras por celular se consolidaram como principal canal de e-commerce no Brasil.

ENIDUS

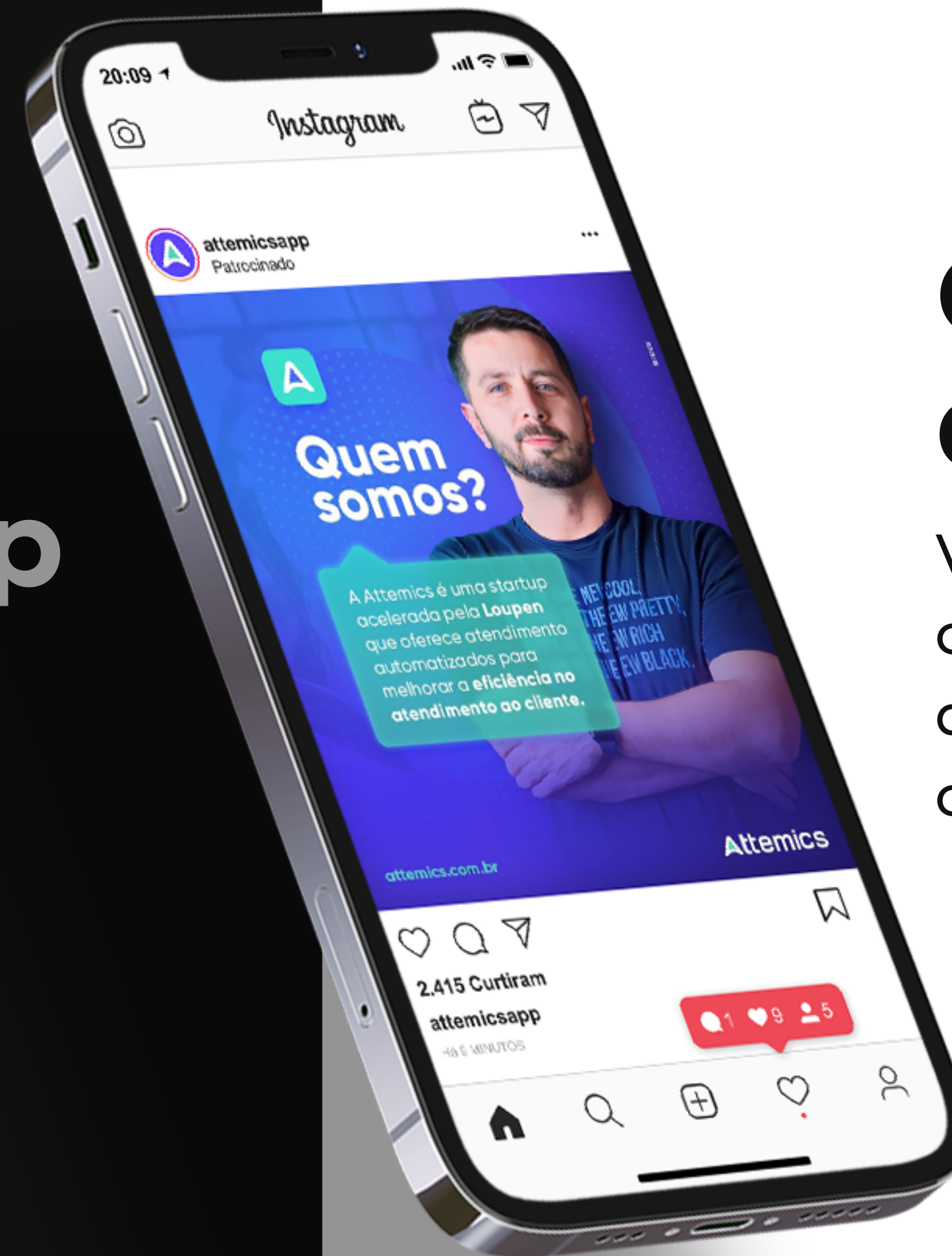
Apresentação de Case

Attemics App

attemics.com.br

O que fizemos?

Apresentação de Case



Objetivos do projeto.

Venda de chatbots para potencializar o atendimento e alinhar as empresas que contratam com hábitos de consumo atuais.

Comportamento do consumidor digital

Consumidor Pré e Pós-Pandemia

 ENIDUS®

Mudanças no comportamento do consumidor

Pré-pandemia

Os canais de compra online mais utilizados eram computadores e tablets.

Pós-pandemia

Os smartphones **se tornaram o principal canal de compra online**, com 54% das compras feitas por celular em 2023

Aumento da preferência por compras online

Pré-pandemia

Os consumidores eram mais cautelosos nas compras online.

Pós-pandemia

Os consumidores estão mais confiantes e propensos a comprar online.

Consumidor Pré e Pós-Pandemia

Expectativas de atendimento e personalização

Atendimento ágil

Personalizado

Omnichannel

Comportamento do consumidor digital

Tempo de Resposta e Agilidade de Atendimento

ENIDUS

A importância da rapidez no **atendimento digital.**

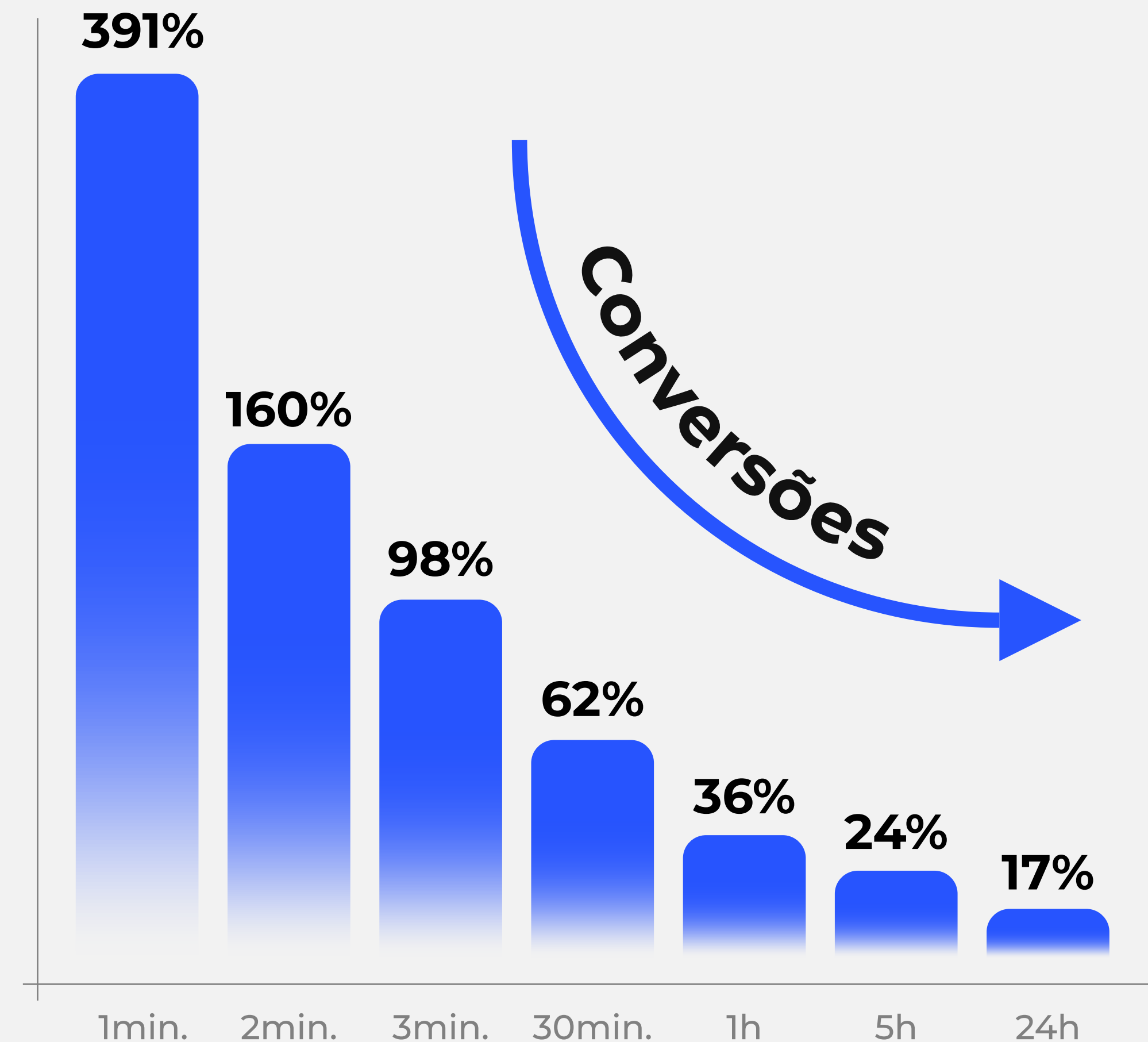
Agilidade no atendimento online, tende a potencializar vendas, tendo em vista que o melhor momento para fazer uma oferta de um produto/serviço é aquele onde o cliente de forma ativa procura a empresa.

A resposta rápida de mensagens e comentários **é parte fundamental para o sucesso** comercial digital.

Impacto do tempo de resposta na taxa de conversão do cliente.

O tempo de resposta é crucial para a conversão de clientes: contatar um lead no primeiro minuto pode **quadruplicar as taxas de conversão.**

Após um minuto, a eficácia cai drasticamente para 160% e despenca para 17% após 24 horas, destacando a importância de agir rapidamente.



Exemplo Prático.

Por exemplo, se você solicitar uma pizza ou hambúrguer via Instagram ou WhatsApp, **um atraso de 45 minutos na resposta fará o cliente escolher outra opção.**



**Janela de
oportunidade.**

Janela de Oportunidade

Momento de
interesse latente.

Momento em que a pessoa
**está com o foco no produto
ou solução** e tende a fechar
com maior facilidade.

**Você sabe a média de postagens
que uma pessoa vê por dia?**

Redes Sociais.

A média de postagens que uma pessoa vê por dia nas redes sociais varia muito, dependendo da plataforma e do tempo que ela gasta navegando.

Facebook
200 a 300 postagens

Instagram
100 a 200 postagens

**E a média de páginas/sites
que uma pessoa vê por dia?**

Páginas/Sites.

A média de páginas/sites que uma pessoa vê por dia também varia muito, dependendo do seu trabalho, hobbies e interesses.

Usuário Médio
100 a 200 páginas

Comportamento do consumidor digital

Follow-up e Cadência de Contatos

 **ENIDUS**

Follow-up e Cadência de Contatos

Estratégias para manter o consumidor engajado

```
graph TD; A[Estratégias para manter o consumidor engajado] --- B[E-mail marketing]; A --- C[re-marketing (tráfego pago nas redes sociais)]; A --- D[Ações de retenção (ofertas, promoções, etc).]
```

E-mail marketing

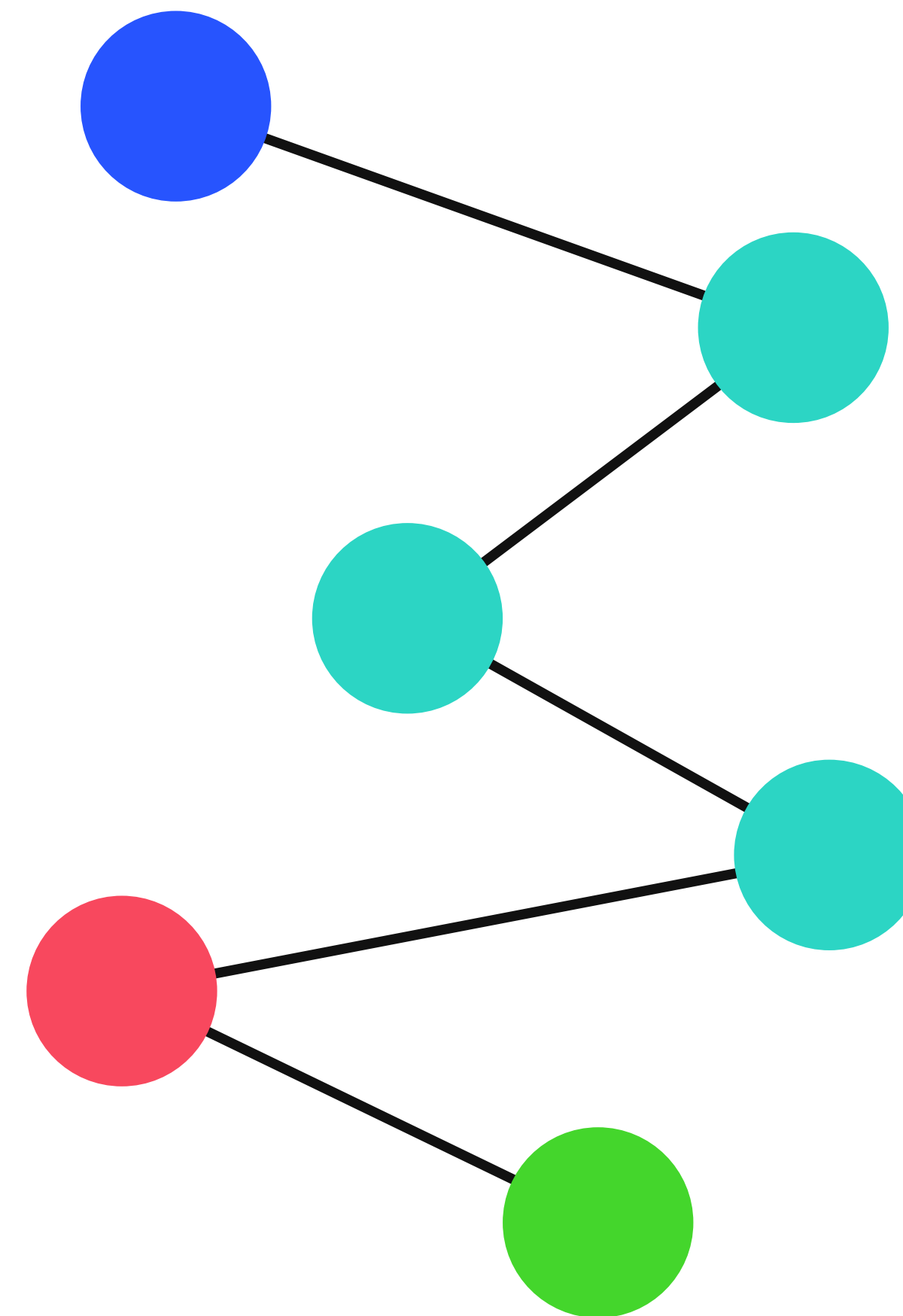
**re-marketing
(tráfego pago nas
redes sociais)**

**Ações de retenção
(ofertas, promoções, etc).**

Conceito de follow-up.

80% das vendas requerem ao menos cinco contatos de follow-up.

Então, recomendamos que toda a sua cadência tenha entre 6 a 8 pontos de contato, desde o contato inicial com cada lead.



Exemplos de cadências de contato efetivas/tentativas de contato



Dia 01

Contato por
Telefone

(se aplicável)



Dia 02

Contato por
Whatsapp



Dia 03

Contato por
E-mail

(se aplicável)



Dia 04

Contato por
Whatsapp



Dia 05

Contato por
Telefone



Dia 06

Contato por
Whatsapp



Dia 07

Contato por
Whatsapp

(desapego)

Comportamento do consumidor digital

Tendências de Consumo

 ENIDUS®

Tendências para o futuro das vendas digitais.

Crescimento do social commerce:

As vendas através de redes sociais como Instagram e Facebook devem crescer significativamente.

Aumento das vendas por

marketplaces: Plataformas como Mercado Livre e Amazon devem continuar a ganhar market share.

Falaremos mais sobre isso em nossa palestra de e-commerce e marketplace na prática

Adoção de novas tecnologias:

Tecnologias como inteligência artificial, principalmente Chatbots para automação de mensagens.

Comportamento do consumidor digital

Chatbot, omnichannel e atendimento ágil

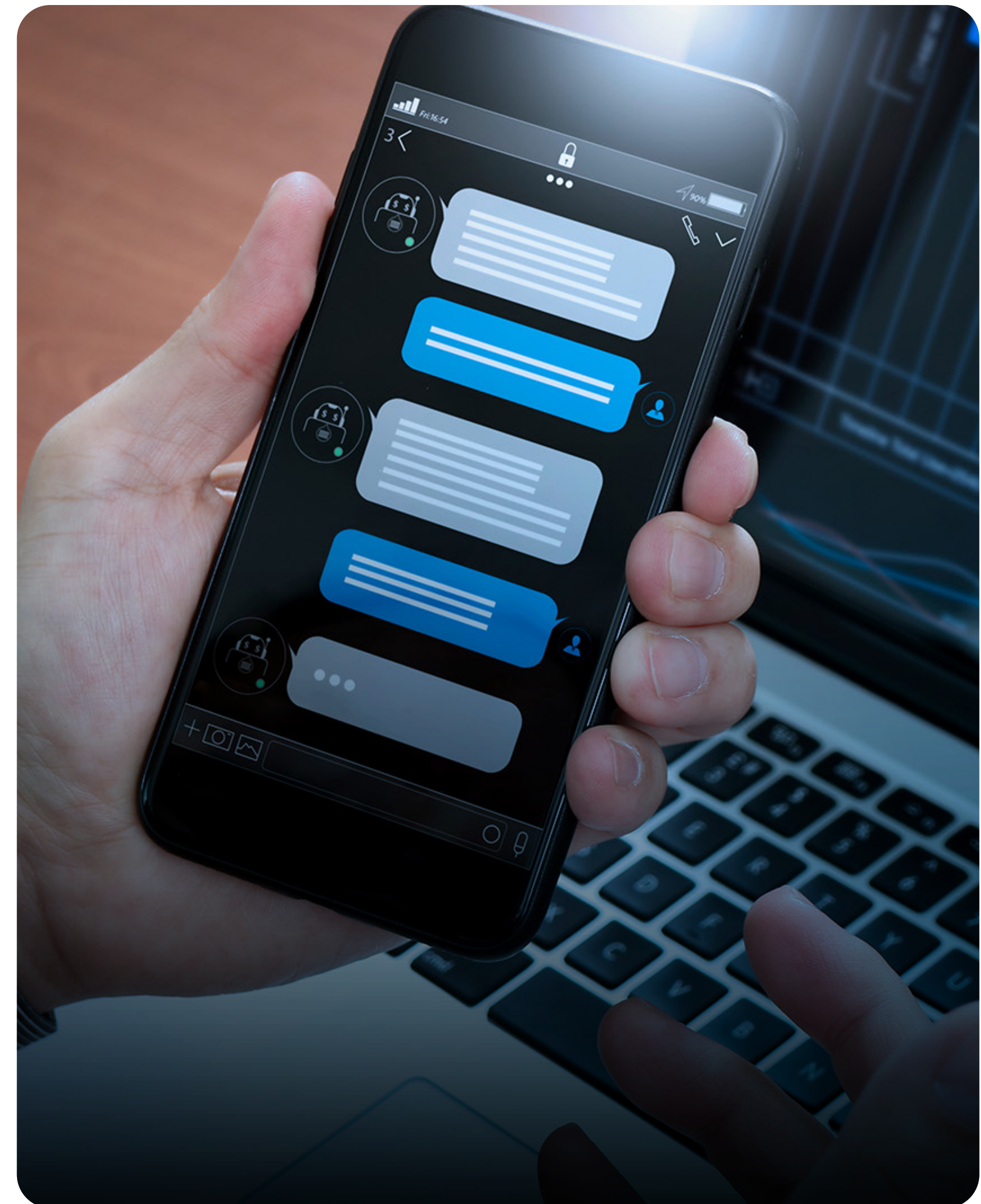
 ENIDUS®

O que é um chatbot?

Um chatbot é um software que simula conversas com usuários para fornecer suporte ou realizar tarefas automaticamente, via texto ou voz.

Incorporando a disponibilidade 24/7, permite acesso constante a serviços e suporte, melhorando a experiência do cliente com respostas rápidas e assistência a qualquer hora.

Chatbots e IA estão revolucionando o atendimento ao cliente, oferecendo respostas instantâneas e personalizadas 24/7.



Benefícios do uso de chatbots e atendimento automático



Exemplos de mercado do porque a agilidade é um dos maiores diferenciais competitivos do mercado

amazon



mercado
livre

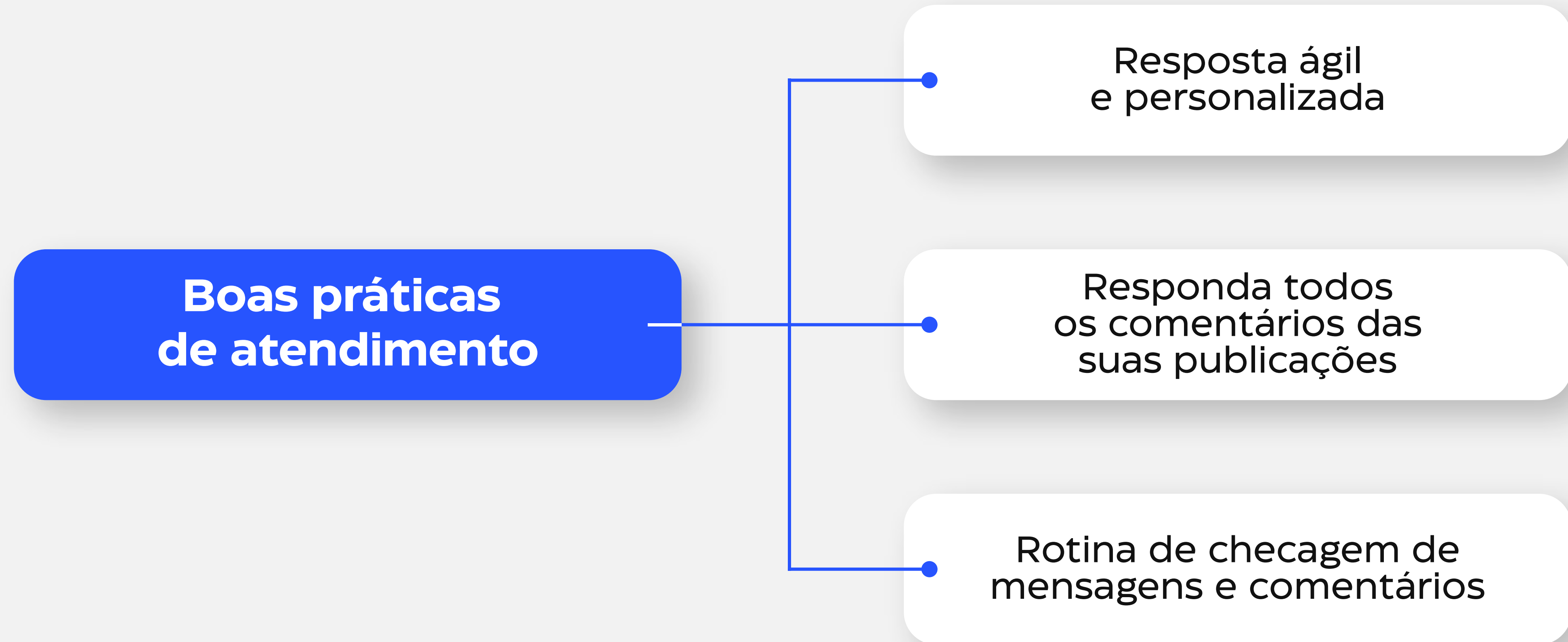
O que podemos aprender sobre atendimento com a eficiência logística de Amazon e Mercado Livre?

Comportamento do consumidor digital

Personalização do Atendimento e boas práticas

 **ENIDUS**

Personalização do Atendimento e boas práticas



Personalização do Atendimento e boas práticas

Técnicas e ferramentas para personalizar o atendimento ao cliente

Desenvolva um bom pitch de vendas para o seu time

Tenha um bom processo de atendimento

Padronizado sim, personalizado também!

Simplefique o caminho do cliente

Fluidez é fundamental:

Priorize a facilidade e a conveniência no atendimento ao cliente.

Responda aos clientes no mesmo canal em que iniciaram o contato, mantendo a jornada simples e direta.

Evite barreiras desnecessárias:

Pedir ao cliente para mudar de plataforma ou fornecer informações adicionais apenas para ser atendido cria obstáculos e pode prejudicar a experiência.

Por exemplo, solicitar que um cliente, que chegou via Facebook/Instagram, salve o número e contate por WhatsApp é um passo adicional que pode desencorajar a continuação do diálogo.

**Use uma linguagem
fácil de entender.**

Use uma linguagem fácil de entender

Compare estes dois exemplos de pitch de vendas.

01

Na perspectiva de ganhos de mercado, usando uma abordagem de marketing de atração e conteúdo, seus indicadores financeiros apontarão uma margem de lucro ascendente.

Use uma linguagem fácil de entender

Compare estes dois exemplos de pitch de vendas.

02

Se o senhor criar um blog com conteúdo interessante, pode atrair muitos clientes interessados em seu produto e aumentar suas vendas.

Comportamento do consumidor digital

Dever de casa



Dever de casa

**Reflitam sobre a eficiência
do seu atendimento.**

Dever de casa

Perguntem-se:

**Como está a velocidade
do nosso atendimento?**

Dever de casa

Perguntem-se:

**Estamos respondendo a todas
as mensagens de forma ágil?**

Dever de casa

Perguntem-se:

Conseguimos responder a todas as dúvidas e interações dos nossos clientes nas plataformas digitais?

Dever de casa

Perguntem-se VERDADEIRAMENTE:

Você consegue mensurar em sua empresa indicadores como:

ROI

ROAS

CAC

Dever de casa

**Leve essa discussão para
sua equipe e empresa.**

Vamos juntos identificar oportunidades de melhoria e acelerar nossa resposta ao cliente, seguindo o exemplo de líderes de mercado.



Obrigado.

nidusmarketing.com.br