

JORNADA DE COMPRA

Otimizando resultados no **Google**





Cê é fi de quem?

Da Maria do João Belo

Carlos Belo

mas também **Caju**

Product Owner @MRV

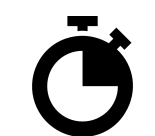
Especialista em Transformação Digital

Idealista @N Coisas Digitais



Ispia aqui

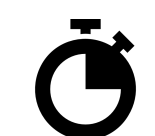
vamos tentar seguir isso

 **40min**

Introdução

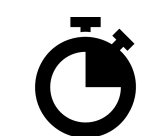
Jornada de Compra

O que é, onde vivem, o que fazem?

 **30min**

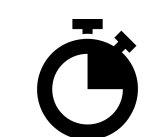
Dinâmica Jornada do Cliente

Bora colocar em prática?

 **60min**

Google

Vai ter falação

 **20min**

Me conte suas dores

Bora passar um cafezinho?

Qual sua expectativa hoje?



Estudo recente, que demorou 73 dias e interagiu com mais de **250 pontos de contato (pesquisas, exibições de vídeos e visualizações de página)** até comprar uma calça jeans.

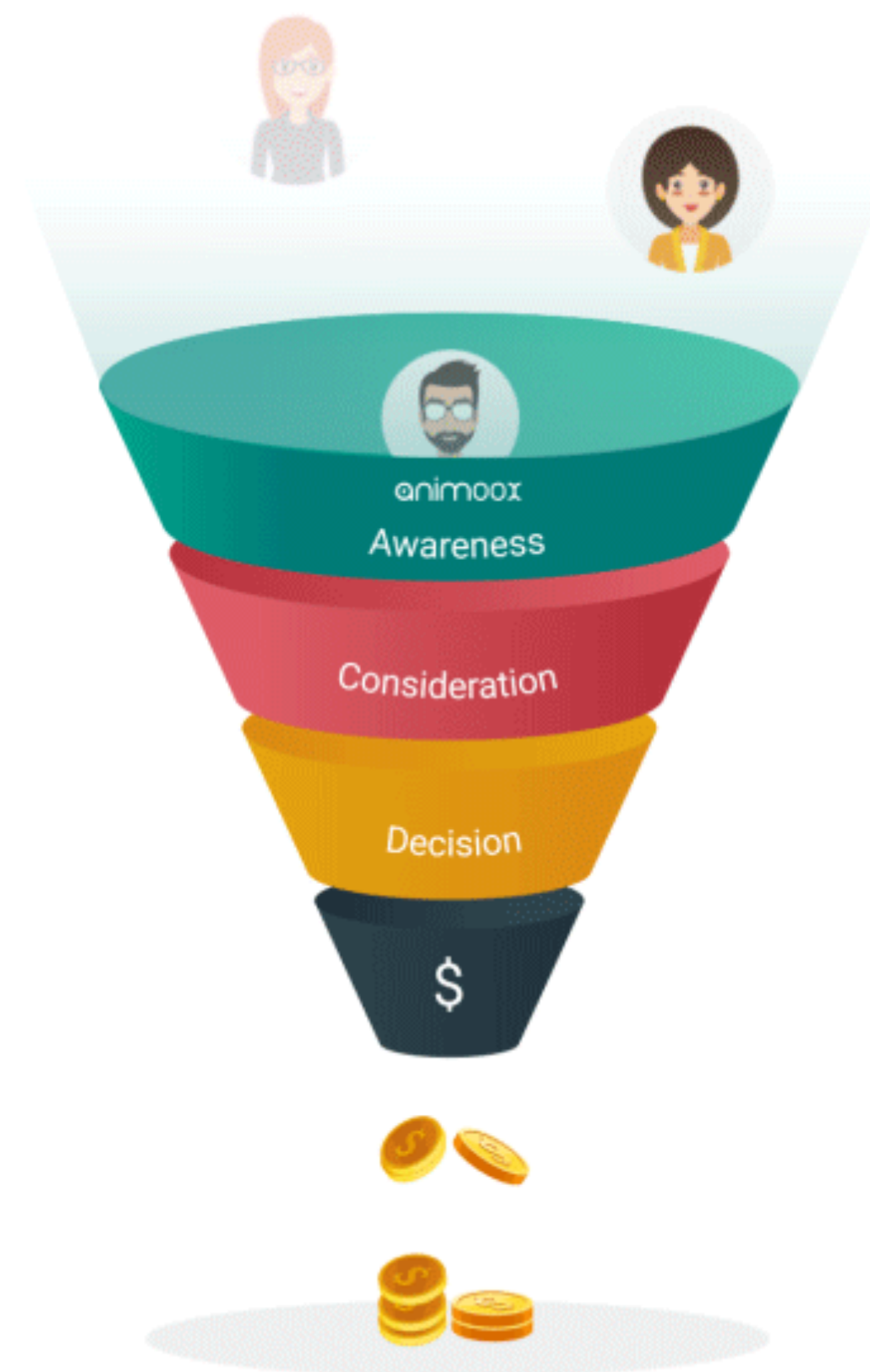
76% dos consumidores gostam de fazer descobertas inesperadas durante a jornada de compra, e **85% realizam uma ação relacionada ao produto** até 24 horas depois de descobri-lo, como ler avaliações, comparar preços ou efetuar a compra (às vezes, tudo isso de uma vez).

Fonte: Google e Ipsos. 05/2020

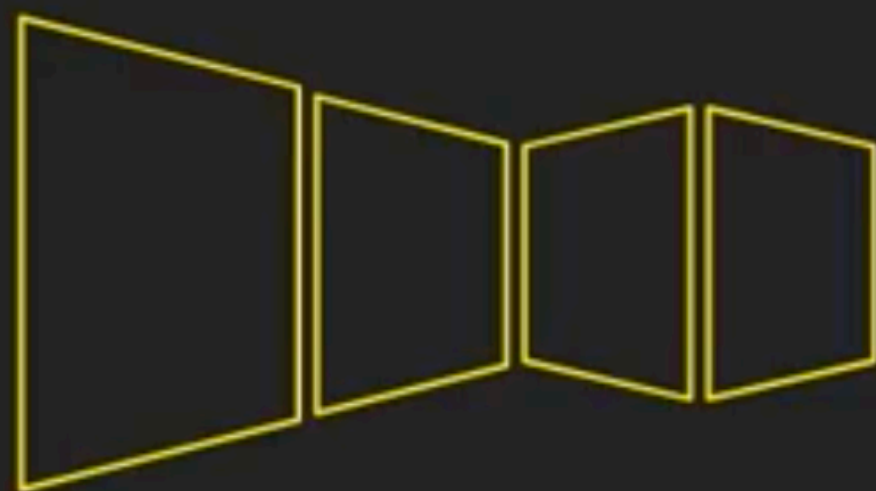
Só porque a **jornada do cliente é complexa**, não significa que proporcionar **experiências úteis também precisa ser**.

**Conectar as pessoas certas
no momento certo.**

Me conta, o que é o tal do tal do funil de vendas

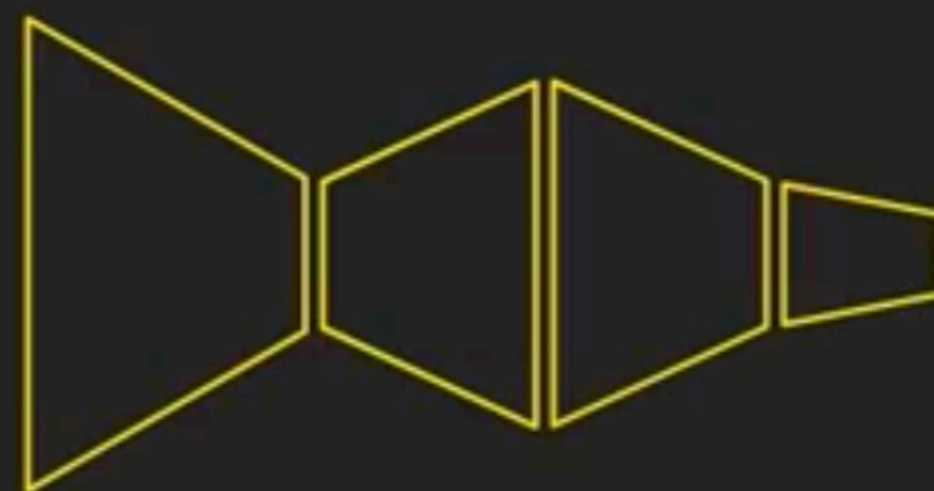


A1 A2 A3 A4 A5



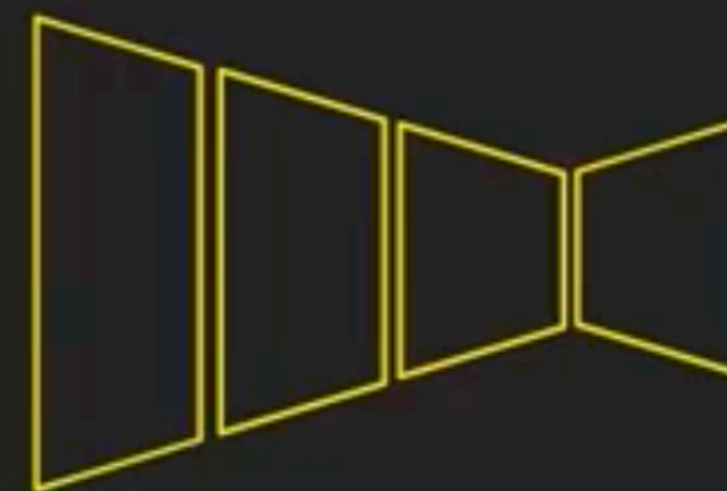
MAÇANETA DE PORTA

A1 A2 A3 A4 A5



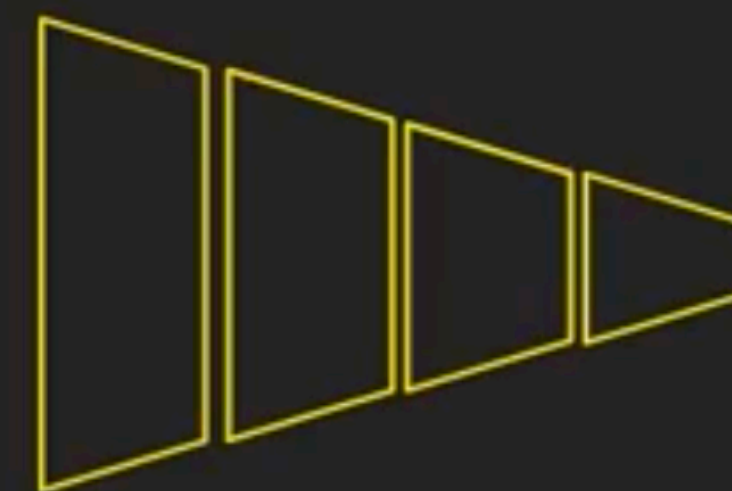
PEIXINHO DOURADO

A1 A2 A3 A4 A5



TROMPETE

A1 A2 A3 A4 A5



FUNIL

Comportamento do consumidor

- Possui expectativa e preferência;
- Possui pouco apego à marca.

- Realiza avaliação longa e minuciosa antes de comprar;
- Envolve muitos interessados.

- Mostra-se altamente envolvido na decisão de compra;
- Confia na qualidade da marca.

- Planeja a compra quase sempre
- Confia na experiência real, não em alegações

Quando você quer ou precisa comprar algo,
como funciona seu processo?

Jornada do Cliente!



Micro-Momentos



momento EU QUERO SABER

79%

dos usuários online no Brasil dizem que estão procurando mais informações agora, comparado há alguns anos.²

69%

dos usuários brasileiros de smartphones pegam o telefone no meio de uma conversa para saber mais informações sobre algo que foi dito.³



momento EU QUERO IR

82%

dos usuários de smartphones no Brasil utilizam um mecanismo de pesquisa quando procuram uma empresa local, próxima de onde estão.⁴

55%

foi o crescimento nas pesquisas de "próximo a mim" no último ano.⁵



momento EU QUERO FAZER

+2Milhões

de horas de conteúdo de "como fazer" foram assistidos no primeiro semestre de 2015 no Brasil. Metade desse conteúdo foi visto em smartphones ou tablets.⁶

94%

dos usuários de smartphones os utilizaram para ter ideias enquanto realizam uma tarefa.⁷



momento EU QUERO COMPRAR

80%

dos usuários de smartphones usam seu telefone para influenciar a sua decisão de compra enquanto estão em uma loja.⁸

33%

dos consumidores informam ter feito uma compra online na sua cozinha, outros 28% em seu carro.⁹

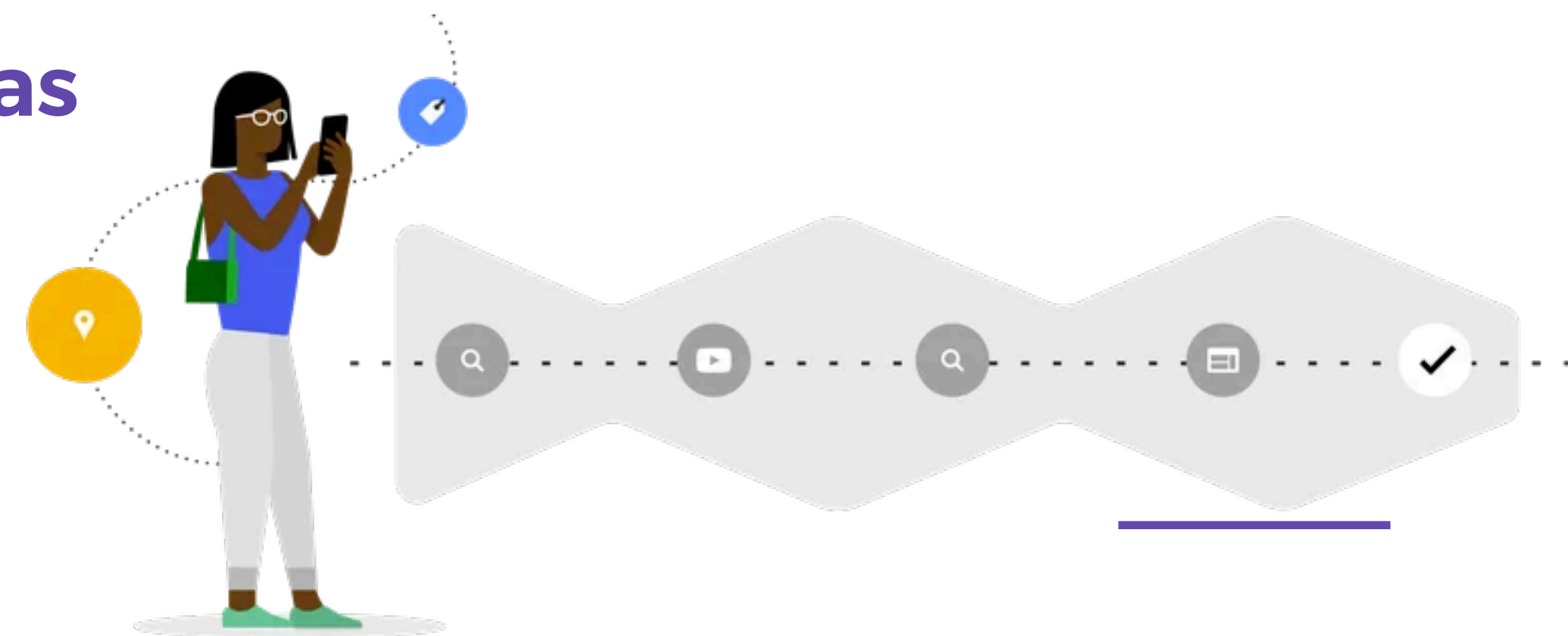
Allan Thygesen. Google, 2019

Nenhuma jornada é igual à outra, e que, na verdade, a maioria delas não se parece nada com um funil.

As marcas de sucesso de amanhã serão aquelas capazes de **atender a essas demandas**, de entender e **conectar-se** com seus clientes, **exatamente onde eles estão**, nesses micro-momentos.

Think With Google, 2017

Pessoas preferem se relacionar com marcas que sejam relevantes, úteis e pessoais.





Etapas Jornada do Cliente

Perguntas

Título
30 caracteres

Descrição

Título
30 caracteres

Descrição

Palavras Chave

ASSIMILAÇÃO

eu sei

ATRAÇÃO
eu gosto

ARGUIÇÃO
estou convencido

AÇÃO
estou comprando

APOLOGIA
eu recomendo

1. Como o cliente se torna consciente da necessidade do produto ou serviço?

2. Quais são os principais pontos de dor ou necessidades que a empresa pode abordar na mensagem de marketing para gerar interesse do cliente em potencial?

1. Como “despertar” no meu cliente para que s dê conta que ele precise da minha solução?

2. Quais são as principais características e/ou benefícios que meu produto/serviço oferece?

1. Como posso me destacar em relação a concorrência?

2. Quais as principais informações que os clientes buscam nesta fase?

1. Como você pode incentivar o cliente a fechar uma compra?

2. Como a empresa pode tornar o processo de compra/contratação mais simples e fácil possível?

1. Como posso me destacar em relação a concorrência?

2. Quais as principais informações que os clientes buscam nesta fase?



 Todas

 Imagens

 Shopping

 Mapas

30:00

E aí? Me conta, o que aprendeu?

"Não se cria uma **experiência** centrada no **cliente** sem envolvê-lo em **várias fases do processo**."

Karla Cruz, Research Manager - Didi/99

10:00

Vamos falar de coisa boa?



Google

restaurantes em são paulo

Todas Maps Imagens Notícias Shopping Mais Configurações Ferramentas

Aproximadamente 186.000.000 resultados (0,74 segundos)

Restaurantes italianos em SP | Bar de vinhos e sorveteria | eataly.com.br
Anúncio www.eataly.com.br/restaurantes/sao-paulo ▼ (11) 3279-3300
São 6 restaurantes temáticos para você se sentir na Itália. Descubra o menu aqui!
La Risotteria · Trattoria Itália · Mare Pesce & Vino · Pasta & Pizza · Bistecca
📍 1489 - Avenida Presidente Juscelino Kubitschek, São Paulo - SP

Paella é no La Paella | Espanhol, de frutos do mar
Anúncio www.lapaellaexpress.com/ ▼ (11) 2893-4180
Restaurante de tapas e paellas, com delivery e eventos!
📍 Rua Antônio de Macedo Soares, 1369, São Paulo - SP

O Google Ads é apenas um meio (ferramenta) para você alcançar um objetivo.

**Me conta aí, o que
você sabe?**

Google Ads, já fez tráfego pago,
leads, palavras chaves, . . .
nunca vi só ouço falar



Derek, Meu Deus



- Palavras Chaves;
- Impressões;
- Cliques (CPC);
- Conversões;
- Metas;
- Objetivo;
- Integrações.



5

Conselhos para iniciantes

1. Não subestime a concorrência
 2. Google Ads não é Marketing Digital
 3. Conheça seu público alvo
 4. Conheça o seu produto e/ou serviços
 5. Fique atento ao seu mercado
-

Antes de iniciar uma campanha ...

Inicie com básico

1. Defina um orçamento;
 2. Local de exibição;
 3. Horários;
 4. Defina seu produto/serviço em poucas palavras;
 5. Escolha um objetivo.
-

Estamos quase lá

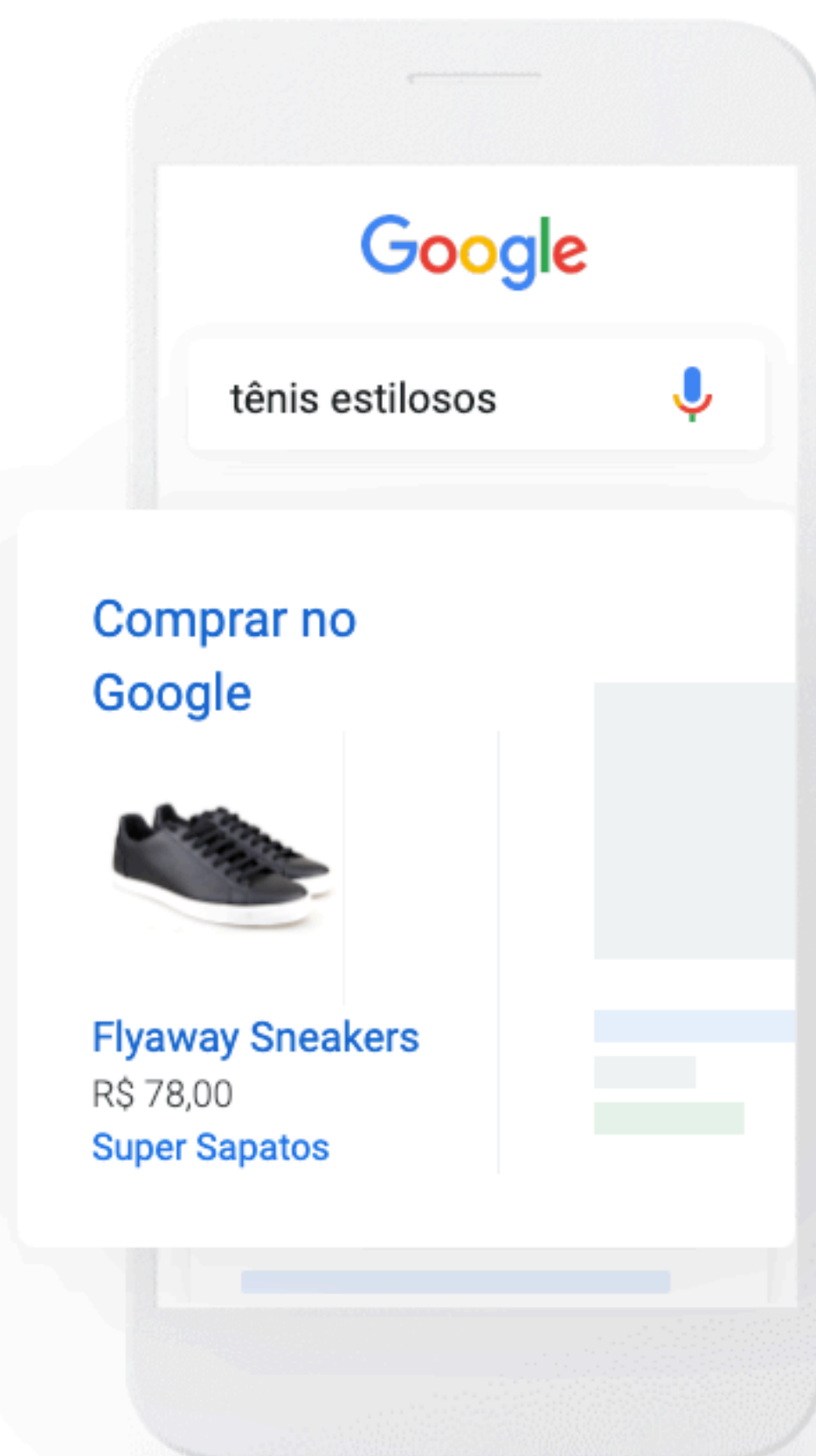
Organização do Ads

CONTA

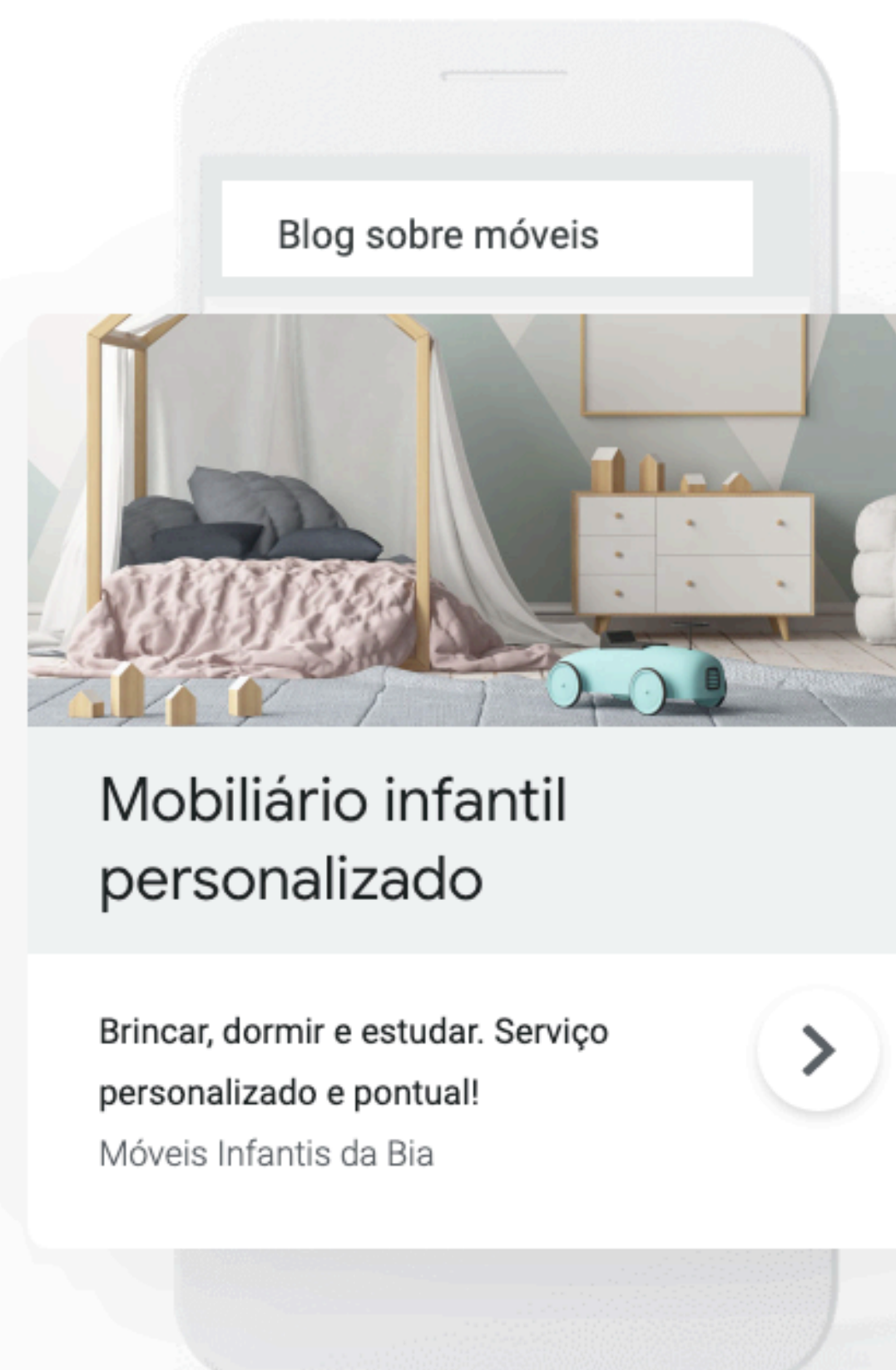
- Campanha
 - Grupo de Anúncios
 - Anúncios



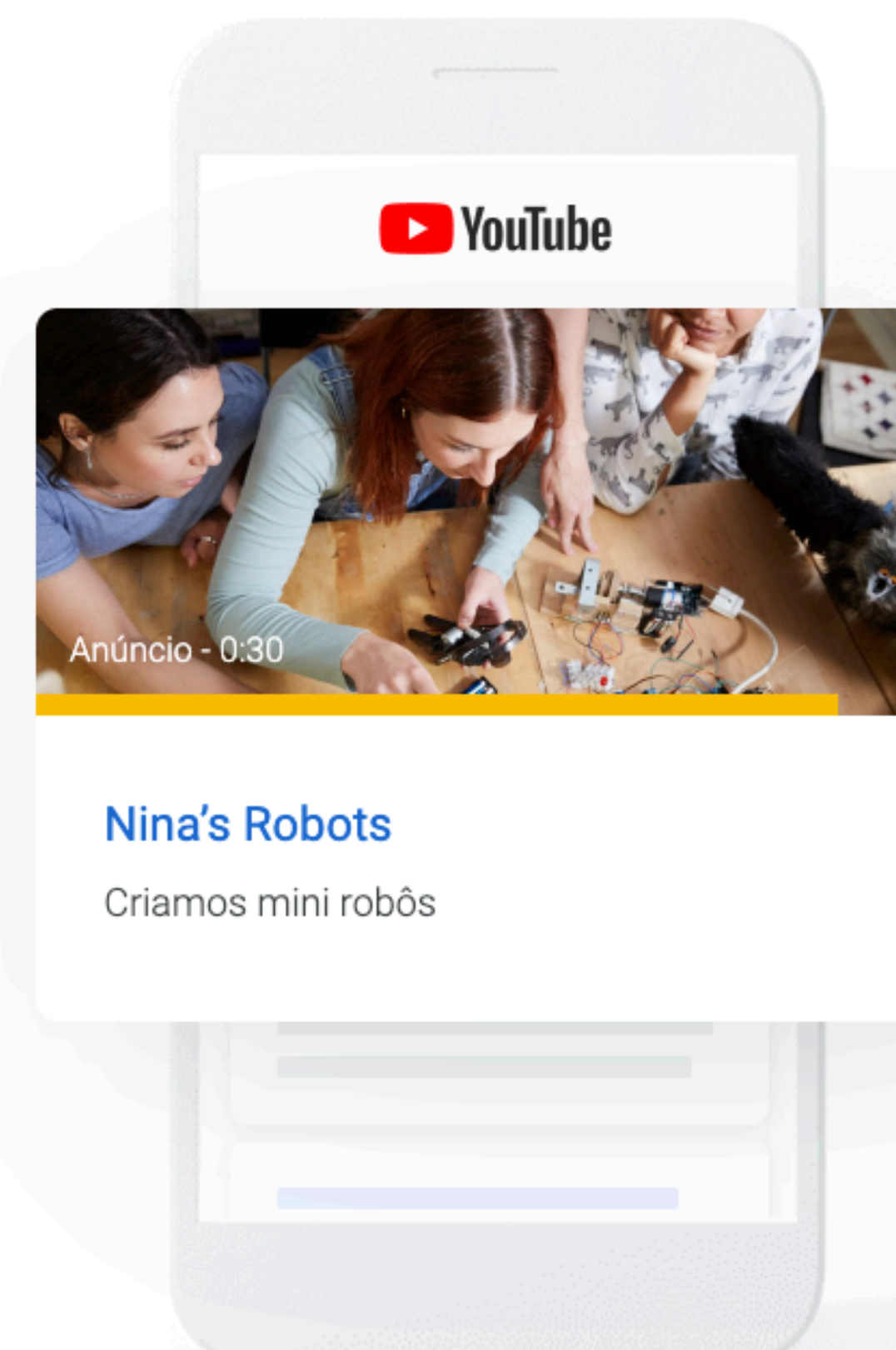
Rede de Pesquisa



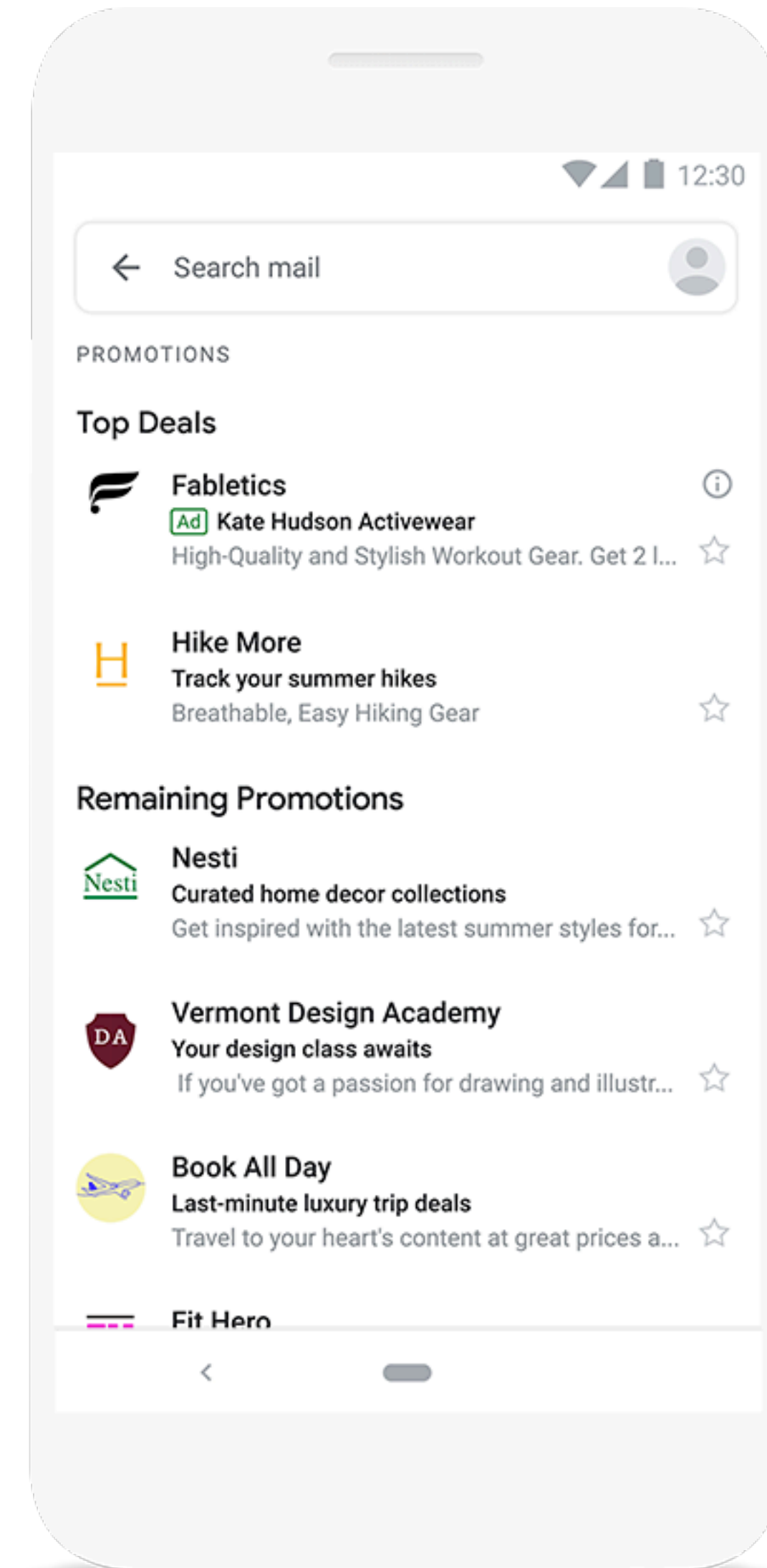
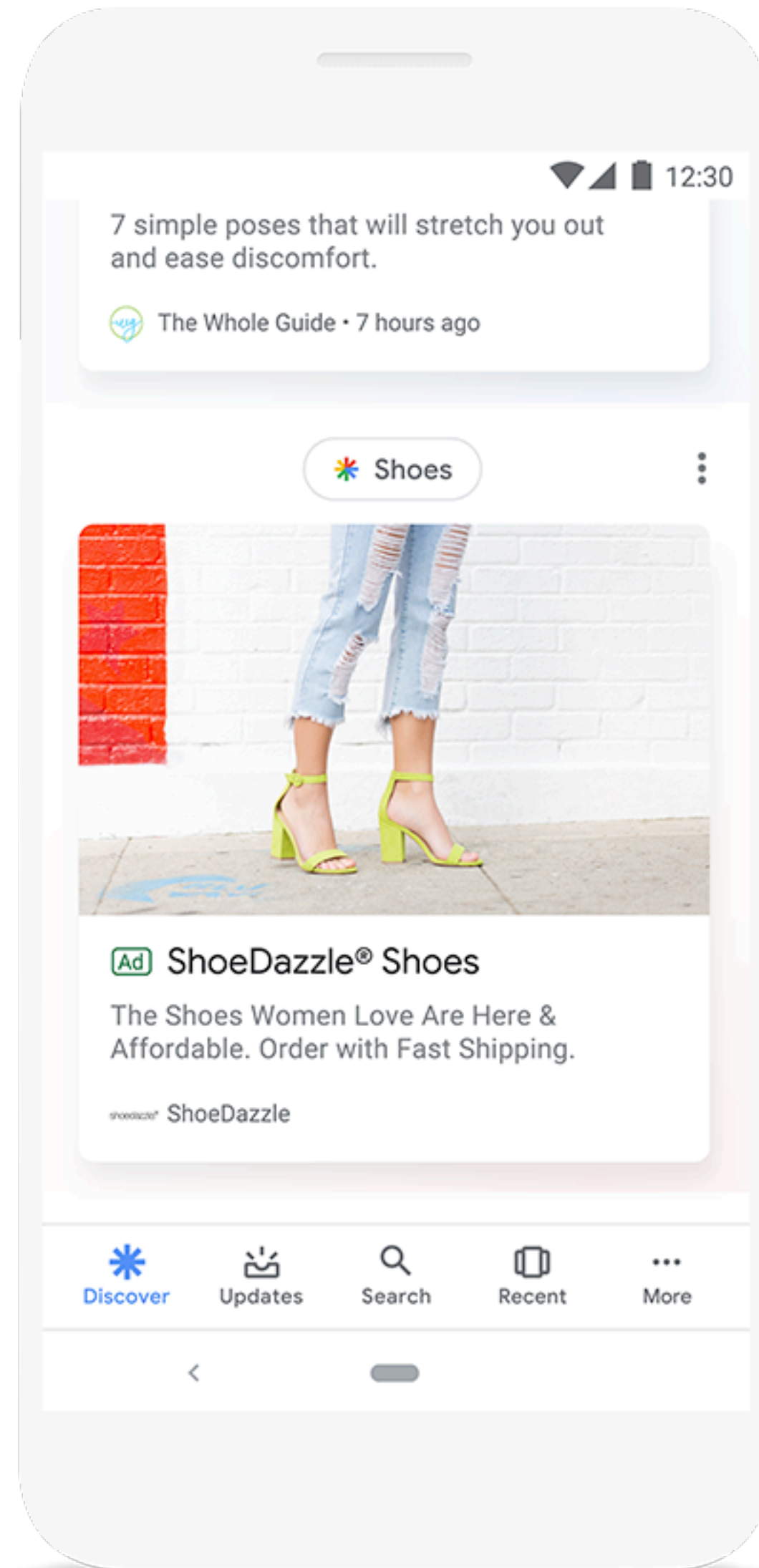
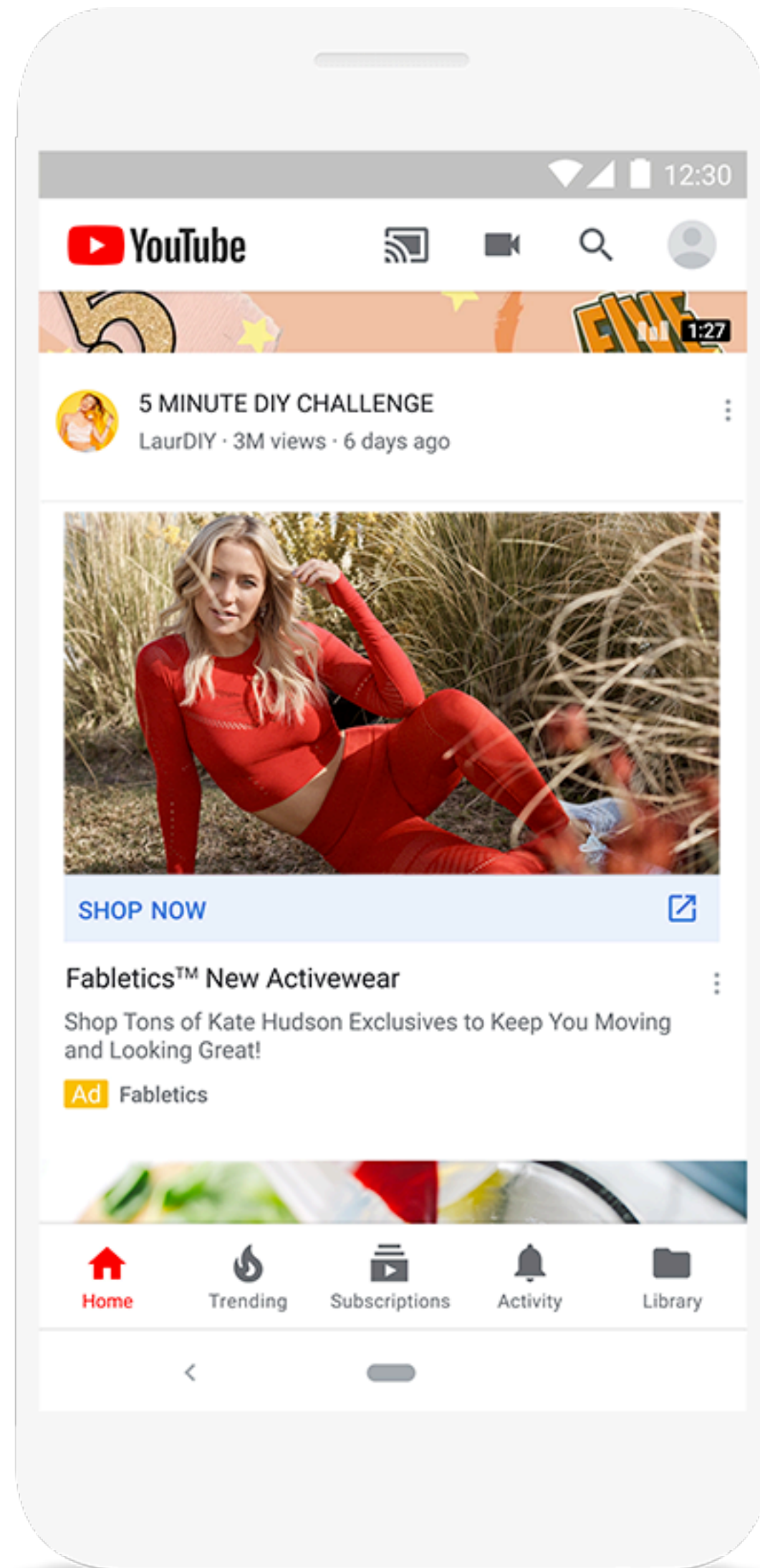
Shopping



Rede de Display



Vídeo



Discovery

Dúvidas?



Obrigado!

