



INSPIRAÇÕES

DIA DO CONSUMIDOR - 15.03



O PROPÓSITO

da Marketing Viewer

INSPIRAR AS PESSOAS E AS **MARCAS** POR MEIO DO **CONHECIMENTO** DIRECIONADO PARA **A ESTRATÉGIA DE BRANDING.**

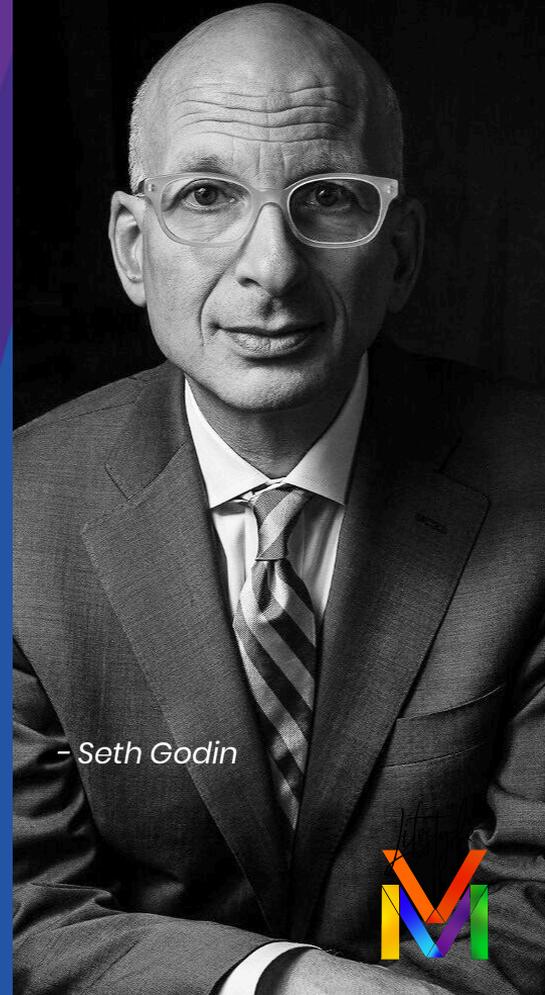
CONHECIMENTO

substantivo feminino

1. Ação de entender por meio da inteligência, da razão ou da experiência.
2. [Por Extensão] Ação de dominar uma ciência, uma arte, um método, um procedimento.



Marketing não é mais sobre
as coisas que você faz,
**mas sobre as histórias
que você conta.**



- Seth Godin



5 DICAS PARA UMA ESTRATÉGIA 360°

#3

CRIE UMA IDE E UM STORYTELLING

Contar histórias é a prática de comunicar informações, ideias ou mensagens através do uso de narrativas ou histórias. É uma técnica poderosa que envolve o público, cria empatia e ajuda a transmitir uma mensagem de maneira memorável e envolvente. Identifique sua narrativa central. Antes de começar a contar uma história, saiba qual é a mensagem ou ponto principal que deseja transmitir. Isso ajudará a manter a história focada e significativa.

#1

COMPREENDA SEU PÚBLICO-ALVO:

Pesquise e **analise o seu público-alvo, identificando suas necessidades, interesses e comportamentos**. Isso ajudará a adaptar sua estratégia para atender às expectativas dos consumidores que você deseja alcançar.

#4

CRIE CONTEÚDO RELEVANTE

Desenvolva **conteúdo que seja relevante** e que ressoe com o seu público-alvo. Destaque a importância dos consumidores para a sua marca.

#2

DEFINA SEUS OBJETIVOS:

Estabeleça metas claras e mensuráveis para a campanha: pode incluir o aumento das vendas e a conscientização da marca.

#5

UTILIZE MÚLTIPLOS CANAIS

Aproveite as várias plataformas de marketing disponíveis, como redes sociais, e-mail marketing, publicidade online e offline, para ampliar sua mensagem e alcançar um público mais amplo. Adapte sua estratégia de acordo com os canais que são mais eficazes para o seu público-alvo.



COMUNICAÇÃO 360

O objetivo do marketing 360 graus é passar uma mensagem consistente, articulando todos os pontos de contato com a persona. Ao abrir um diálogo com o cliente, cria aproximação com ele, valorizando a marca e potencializando os resultados.

360° Ecossistema de Marketing





DIA DO CONSUMIDOR

15 DE MARÇO

O Dia Mundial dos Direitos do Consumidor foi comemorado, pela primeira vez, em 15 de março de 1983.

Entretanto, a iniciativa data dos anos 1960, quando o então presidente dos EUA, John Kennedy, fez um discurso ressaltando os direitos que o consumidor tem, como o direito à segurança, à informação, à escolha e o de ser ouvido.

Após o discurso, vários países começaram a voltar sua atenção para a importância da proteção ao consumidor, e assim, foi escolhida uma data para marcar esse fato.





GUIDELINES

#1

INSIGHTS

#2

BRAND EXPERIENCE

#3

NEWS

#4

VITRINES



#1 INSIGHTS



#TENDÊNCIAS DE MERCADO

2023 - OpinionBox

<https://blog.opinionbox.com/tendencias-do-varejo/>

77% dos compradores anseiam e esperam pela personalização ao receber seus pedidos.

70% dos consumidores **apreciam a integração entre lojas físicas e online (Omnichannel).**

48% das pessoas já realizaram alguma compra pelo Instagram (Social commerce:).

Experiências sensoriais em lojas é o ponto que atrai os consumidores ao ambiente de compra físicas e os incentivam a consumirem mais.



#1

TRAGA PERSONALIZAÇÃO AOS SEUS PRODUTOS

INSIGHTS

Os consumidores esperam uma experiência personalizada e de qualidade. Uma forma de fazer isso é criar produtos com customizações ou criar ofertas exclusivas e recomendações de produtos específicos para o perfil do consumidor.



#2 INTEGRE SEUS CANAIS DE VENDA EM UMA ÚNICA EXPERIÊNCIA

INSIGHTS

O consumidor espera uma experiência integrada entre os diferentes canais de vendas. A estratégia do omnichannel pode ser utilizada para promover tal integração e trazer mais praticidade na hora da compra.



#3 UTILIZE A REALIDADE AUMENTADA PARA GERAR INTERESSE

INSIGHTS

A realidade aumentada permite que os consumidores tenham uma experiência mais imersiva e interativa durante suas compras. 66% dos compradores se sentem mais confiantes e interessados em realizar compras em sites que oferecem visualização com RA.

Uma maneira prática de utilizar essa estratégia são os filtros das redes sociais.



#2 BRAND EXPERIENCE



CAFÉ DA MANHÃ

BRUNCH

SPECIAL LUNCH

HAPPY HOUR

Oferecer uma experiência aos seus consumidores através de um special lunch, celebrando com eles o Dia do Consumidor, é uma excelente maneira de demonstrar carinho e criar uma conexão emocional.

Além de uma deliciosa experiência gastronômica, você pode incluir atividades interativas, talks, special gifts e até mesmo descontos exclusivos para tornar o evento ainda mais memorável.

Essa abordagem não apenas promove um senso de pertencimento e fidelidade à marca, mas também cria uma atmosfera positiva que pode gerar buzz positivo e reforçar a reputação da marca no mercado.



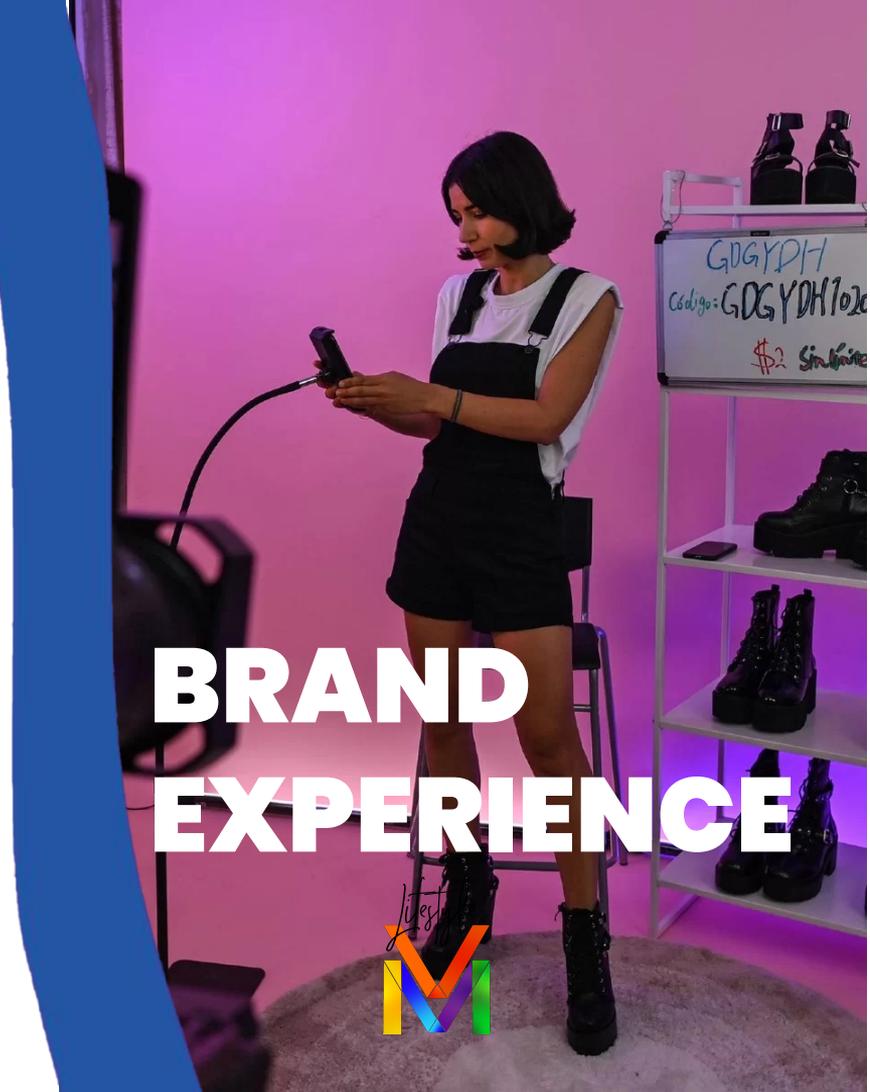
Criar experiências únicas através de receitas e drinks especiais para celebrar o Dia do Consumidor.

BRAND EXPERIENCE



Idealizar uma live shop com temas alinhados aos interesses dos consumidores, incluindo a participação de convidados especiais, e oferecendo sorteios de mimos exclusivos para tornar a experiência ainda mais envolvente.

**BRAND
EXPERIENCE**



#3 NEWS





#1

APROVEITE A DATA PARA REALIZAR
UM LANÇAMENTO

#2

TRAGA OFERTAS EXCLUSIVAS PARA
SEUS CONSUMIDORES

#3

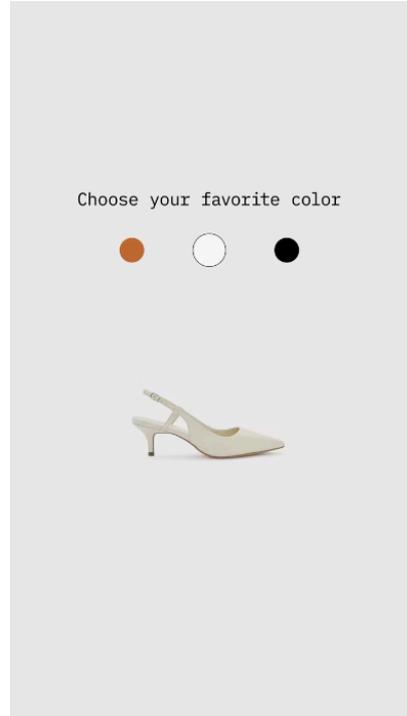
DESENVOLVA KITS/COMBOS
PARA ESSA DATA

#4

OFEREÇA UM SPECIAL GIFT PARA AS
COMPRAS NA SEMANA DO CONSUMIDOR



#EXEMPLOS



<https://pin.it/2UatETOiy>



<https://pin.it/1xK5vzvPZ>



#4 VITRINES





#1

FOQUE NA RELAÇÃO ENTRE O
CONSUMIDOR E A MARCA

#2

TRAGA UM VM CRIATIVO PARA OS
PRODUTOS EXPOSTOS

#3

UTILIZA ADESIVOS, LAMBE LAMBE
ÀS AÇÕES QUE ESTÃO PROMOVENDO

#4

APRESENTE PROPOSTAS DE INTERAÇÃO
COM OS CONSUMIDORES



#EXEMPLOS VISUAIS



O Marketing é a estratégia que reduz os esforços de venda, **construindo marcas com significado e identificação** com os clientes, possibilitando vendas com fluidez.

-Vera Muller





MARKETING
VIEWER