

Natalia Zuca
ESPECIALISTA DA VTEX



EMENTA

Plano de Marketing Digital

SOBRE NATALIA ZUCA

Ganhadora do Globant Awards na categoria Executiva Inspiradora do Brasil em 2021 e do Prêmio Mulheres no Ecommerce na categoria Liderança em 2023. Mestrado em Marketing Digital e Negócios por Internet (UBA), Programa Executivo em Liderança (Harvard University), Programa Executivo em Marketing (Ohio University), Bacharel em Administração (UFOP). Atualmente, Strategic Director na Global Authority Unit (GAU) da VTEX.



Algo muito importante aqui é alinhar que tanto você, como as pessoas que trabalham com você, os seus fornecedores e as suas agências, todos devem estar com a mesma estratégia.



Me encontre nas redes sociais:



@nataliazuca

TRILHA DO ESTUDO

AULA 01 - BUYER PERSONA

O Buyer Persona é o primeiro passo dentro de uma estratégia bem feita de Marketing Digital. Se você nunca ouviu falar desse termo, assista essa aula e fique inteirado de como dar esse passo para que a sua empresa decole no digital.

ESTRUTURA DA AULA

- O que é Buyer Persona
- Processo de criação
- Informações necessárias

AULA 02 - BUYER JOURNEY

Você tem clareza de como funciona a jornada do seu consumidor? Existem 6 etapas que vão do momento que um lead conhece a sua marca até a compra. E nessa aula você irá entender quais canais são mais assertivos para cada uma dessas etapas.

ESTRUTURA DA AULA

- Consciência
- Consideração
- Decisão
- Checkout
- Envios e entregas
- Pós-venda

AULA 03 - VOZ DE MARCA

Existem 3 aspectos da sua marca que te darão o norte necessário para todo o restante da trajetória que a sua empresa fará no Marketing digital. Ficou curioso? Assista essa aula para entender melhor do que se trata!

ESTRUTURA DA AULA

- Tom escolhido
- Linguagem a ser utilizada
- Objetivo da marca

TRILHA DO ESTUDO

AULA 04 - STORYTELLING PARA NEGÓCIOS

Você sabia que a estrutura de storytelling não é utilizada apenas para roteiros de filmes, mas também para comunicação de marcas? Se você não sabe nem do que trata, abra essa aula e aprenda o caminho a percorrer até o fechamento de uma venda de sucesso.

ESTRUTURA DA AULA

- Protagonista
- Problema
- Guia

AULA 05 - CONTEÚDO DA MARCA

Um bom conteúdo requer estratégia e a utilização de algumas ferramentas que irão te ajudar a ter uma melhor entrega ao seu público. Talvez você esteja andando em círculos até aqui e esse conteúdo vai te fazer virar o jogo.

ESTRUTURA DA AULA

- Conteúdo aspiracional
- Conteúdo educacional
- Trello

AULA 06 - CONCORRÊNCIA

Existem ferramentas hoje em dia que podem te ajudar a ter ideias e melhores análises do mercado e da sua concorrência. Você já aplica essas ferramentas em seu negócio ou não faz ideia de quais elas são? Se você quer se posicionar da melhor maneira dentro do digital, descubra o segredo nessa aula.

ESTRUTURA DA AULA

- Concorrência
- Similar web
- Biblioteca Meta

TRILHA DO ESTUDO

AULA 07 - ANÁLISE SWOT

Conheça os 4 critérios que serão fundamentais para você ter uma visão muito mais estratégica do seu negócio e tomar decisões mais assertivas em sua empresa.

ESTRUTURA DA AULA

- Pontos fortes
- Pontos fracos
- Oportunidades
- Ameaças

AULA 08 - PLANOS DE MÍDIAS PAGAS

Um plano de mídias pagas é algo que pode te ajudar muito em ter constância no digital. Porém, você precisa ter uma estratégia clara e definida, caso contrário esse passo é completamente sem fundamento. Entenda esses aspectos nessa aula.

ESTRUTURA DA AULA

- Objetivo definido
- Definição de público
- Canais a serem utilizados

AULA 09 - FORECAST

Chegamos na última etapa para fecharmos os passos de termos um plano de marketing digital realmente eficiente. Aqui nós vamos entender definir quais canais, objetivos e verbas termos para algumas ações, e vamos entender como acompanhá-las.

ESTRUTURA DA AULA

- Demonstração da planilha de apoio
- Considerações finais



Conquistar um novo cliente é muito mais caro do que fazer com que aquele seu cliente compre de novo.

Natalia Zuca

