Como combinamos crescimento e lucratividade?

- Crescimento
  - Como Conquistamos Clientes e Aumentamos Faturamento em Curto Prazo?
    - Como Conquistamos Mais Pessoas?
    - Como Aumentamos a Frequência de Compra?
    - Como Aumentamos o Valor Médio do Pedido?
    - Como Reduzimos Custo Operacional?
    - **Expansão de Mercado: Ano Mapa**
  - Como Conquistamos Mais Pessoas?
    - Expansão de Mercado
    - Aumento de Frequência
    - Expansão de Cobertura
    - Aumento de Ticket Médio
    - Aumento de Frequência Geral
    - Aumento de Ticket Geral
    - Mix
    - Expansão de Mix Geral Frequência
  - Como Aumentamos a Frequência de Compra?
    - Aumento de Frequência
    - Aumento de Ticket Médio
    - Aumento de Ticket
    - Aumento de Frequência
    - Aumento de Ticket Médio
    - Aumento de Frequência
    - Aumento de Ticket Médio
    - Aumento de Frequência
    - Aumento de Ticket Médio

FUNIL AMERICANO PARA E-COMMMERCE E NEGÓCIOS LOCAIS

1. Análise do Negócio

1.1. Checklist de Negócio

1.1.1. Fluxo do E-Commerce

1.1.1.1. O que acontece desde o momento da Entrada do Pedido até o Envio?

1.1.1.2. Quais mensagens são enviadas e acionadas?

1.1.1.3. O que acontece no Rastreio?

1.1.1.4. O que acontece na Entrega Confirmada?

1.1.1.5. Qual Fluxo Pós Compra?

1.1.1.6. Proposta de Otimização do Fluxo

1.1.2. Checklist Estrutura

1.1.2.1. Qualidade dos Banners

1.1.2.2. Estrutura Categorias

1.1.2.3. Organização de Vitrine Home

1.1.2.4. Disposição das Informações na Vitrine

1.1.2.5. Links Complementares Rodapé

1.1.2.6. Selos e Segurança

1.1.2.7. Filtros

1.1.2.8. Quantidade de Itens Categorias

1.1.3. Checklists PDP

1.1.3.1. Nomenclatura Estratégica

1.1.3.2. Organização de Itens

1.1.3.3. Botão em Cor Destaque

1.1.3.4. Calculadora de Frete

1.1.3.5. Descrição Completa

1.1.3.6. Tabela de Medidas

1.1.3.7. Explorar Diferenciais do Produto

1.1.3.8. Explorar Diferenciais da Loja

1.1.3.9. Comparar com o Mercado

1.1.3.10. Prova Social

1.1.3.11. Upsell e Crosssell Estratégico

1.1.3.12. Autoridade da Loja

1.1.3.13. Possível Downsell

1.1.3.14. Experimentos virtuais e fotos 360°.

1.1.3.15. Mostrar compras recentes, dados em tempo real

1.1.3.16. Lista de desejos/salve para mais tarde

1.1.3.17. Cupom Primeira Compra

1.1.3.18. 10 razões para comprar

1.1.3.19. Números da Loja

1.1.3.20. Explicação passo a passo do uso

1.1.3.21. "Usar com": itens semelhantes/complementares

1.1.3.22. Temporizadores de contagem regressiva com desconto

1.1.3.23. Fale com um especialista (com nome, imagem, número de telefone)

1.1.3.24. Imagens geradas pelo usuário

1.1.4. Chacklist de Canais

1.1.4.1. Quais Canais de Venda?

1.1.4.2. Qual % de cada Canal no Faturamento?

1.1.4.3. Qual Canal com maior Taxa de Conversão?

1.1.4.4. Quais Canais de Venda precisamos melhorar?

1.1.4.5. Quais Canais de Venda precisamos entrar?

1.1.4.6. Proposta de Otimização em Canais

1.1.5. Checklist de Atendimento

1.1.5.1. Quais Canais de Atendimento?

1.1.5.2. Qual Ferramenta de Atendimento?

1.1.5.3. Como está configurado a Primeira Camada de Atendimento?

1.1.5.4. Qual Tempo de Resposta Inicial Médio?

1.1.5.5. Qual Tempo Médio de Atendimento?

1.1.5.6. Qual Fluxo do Atendimento?

1.1.5.7. Quais Perguntas mais Comuns?

1.1.5.8. Qual horário com mais Fluxo de Atendimento?

1.1.5.9. Proposta de Otimização em Atendimento

1.1.6. Checklist de Formas de Pagamento

1.1.6.1. Quais Formas de Pagamento?

1.1.6.2. Quais Intermediadores de Pagamento?

1.1.6.3. Quais Condições de Pagamento?

1.1.6.4. Qual % das Formas de Pagamento?

1.1.6.5. Qual Incentivo para o Pagamento á Vista?

1.1.6.6. Qual % de Parcelamento Escolhido?

1.1.6.7. Qual estratégia para Recuperar Pagamentos Abandonados?

1.1.6.8. Proposta de Otimização em Formas de Pagamento

1.1.7. Checklist de Logística

1.1.7.1. Quais Formas de Envio?

1.1.7.2. Quais são as Empresas Parceiras?

1.1.7.3. Quais Condições de Logística?

1.1.7.4. Qual % das Formas de Envio escolhidas?

1.1.7.5. Quais Custo Médio de Envio por Região?

1.1.7.6. Qual Prazo Médio por Região?

1.1.7.7. Como é nossa Embalagem?

1.1.7.8. O que enviamos além do Pedido?

1.1.7.9. Proposta de Otimização Logística

1.1.8. Checklist de Produto

1.1.8.1. Qual Principal Categoria?

1.1.8.2. Qual Principal Produto?

1.1.8.3. Quais Produtos Curva A?

1.1.8.4. Quais Diferenciais dos Produtos Curva A?

1.1.8.5. Quais Produtos mais Lucrativos?

1.1.8.6. Qual % de Faturamento dos 5 Principais Produtos?

1.1.8.7. Qual Produto Isca?

1.1.8.8. Qual é a Esteira de Produtos?

1.1.8.9. Qual o Ticket Médio?

1.1.8.10. Qual o Preço Médio?

1.1.8.11. Proposta de Otimização em Produtos

1.1.9. Checklist de Ferramentas

1.1.9.1. Quais Ferramentas temos Ativas?

1.1.9.2. Quais deveríamos tirar?

1.1.9.3. Quais deveríamos contratar?

1.1.9.4. Mapa de Ferramentas x Funções

1.1.9.5. Apresentar a Caixa de Ferramentas

1.1.10. Checklist de Recursos Plataforma

1.1.10.1. Quais Principais Recursos da Plataforma?

1.1.10.2. Quais Recursos estamos usando?

1.1.10.3. Quais Recursos precisamos?

1.1.10.4. Proposta da Plano de Recursos

1.1.11. Checklist de Pós Venda

1.1.11.1. O que fazemos no Pós Venda?

1.1.11.2. O que poderíamos fazer no Pós Venda?

1.1.11.3. Proposta da Plano de Pós Venda

1.1.12. Checklist de Público

1.1.12.1. Já implantou Pesquisas?

1.1.12.2. O que sabe sobre o Público?

1.1.12.3. Quais são os Interesses dele?

1.1.12.4. Qual Faixa Etária Geral deles?

1.1.12.5. O que faz eles Comprarem?

1.1.12.6. Quais Objeções eles tem?

1.1.12.7. Proposta do Plano de Pesquisas

1.1.13. RaioX de Concorrentes

1.1.13.1. Análise de Fluxo

1.1.13.2. Análise de Sessões, Ticket e Faturamento

1.1.13.3. Checklist Estrutura

1.1.13.4. Checklist PDP

1.1.13.5. Análise de Canais

1.1.13.6. Análise de Atendimento

1.1.13.7. Análise de Formas de Pagamentos

1.1.13.8. Análise de Estratégias Logísticas

1.1.13.9. Análise de Estratégias Produtos

1.1.13.10. Análise de Ferramentas

1.1.13.11. Análise de Recursos Plataforma

1.1.13.12. Análise de Pós Venda

1.1.13.13. Raio X Concorrente

2. Entendimento das Métricas

2.1. % de CAC

2.1.1. Qual % o custo de Mídia deve representar para novos clientes?

2.1.1.1. Ticket R$ 260,00 - 5% = R$ 13,00 CAC

2.2. Qual o CAC?

2.2.1. Fórmula

2.2.1.1. Prazo Últimos 6 Meses

2.2.1.2. Valor Investido / Clientes NOVOS

2.2.1.2.1. Ex: R$ 13.000,00 / 250 Clientes Novos = R$ 52,00 CAC

2.2.2. Framework

2.2.2.1. .

2.3. Qual o LTV?

2.3.1. Fórmula

2.3.1.1. Prazo Últimos 6 Meses

2.3.1.2. Quantidade de Pedidos mesmo Cliente x Ticket Médio

2.3.1.2.1. Ex: 4 Pedidos x R$ 260,00 = R$ 1,040,00

2.3.1.2.2. % de CAC

2.3.1.2.2.1. R$ 1.040,00 - 5% = R$ 52,00

2.3.2. Framework

2.3.2.1. .

2.4. Conceito

2.4.1. 1

3. Definição dos Produtos x Esteira

3.1. Exemplo Posto de Combustível EUA

3.1.1. 3 Tipos de Gasolina

3.1.2. Quer Lavagem?

3.1.3. Café Grátis

3.2. Definições do Produto Isca

3.2.1. Alta Conversão (Geralmente Baixa Margem)

3.2.2. Curva A ou Descobre no Mercado

3.2.3. Estabiliza a Venda Diária

3.2.4. Ajuda na Inteligência das Campanhas

3.2.5. Mantem uma Média positiva na Taxa de Conversão

3.3. Definições da Esteira

3.3.1. Tem Complementariedade de Compra

3.3.2. Custa pelo menos 25% ou mais do Isca

3.3.3. Upsell ou Crossell

3.3.4. Quem comprou, comprou também....

4. Criação das Estratégias

4.1. Growth

4.1.1. Análise em cima do Checklist de Negócio

4.2. Campanhas

4.2.1. Públicos Frios

4.2.1.1. Aquisição para Produto Isca

4.2.1.1.1. 80%

4.2.1.2. Aquisição para Esteira

4.2.1.2.1. 20%

4.2.2. Públicos Quentes

4.2.2.1. Aquisição para Esteira

4.2.2.1.1. 80%

4.2.2.2. Aquisição para Produto Isca

4.2.2.2.1. 20%

4.3. Afiliados

4.3.1. .

4.3.1.1. https://fidelizarmais.co/afiliados/

5. Laboratório e Escala

5.1. Pesquisa de Público

5.1.1. PESQUISA DE PÚBLICO PARA E-COMMERCE E NEGÓCIOS LOCAIS

5.1.1.1. PORQUE DEVO SABER QUEM É MEU PÚBLICO?

5.1.1.1.1. Melhorar a Comunicação

5.1.1.1.2. Definir melhor os Produtos

5.1.1.1.3. Definir melhor as Ofertas

5.1.1.1.4. Definir Precificação

5.1.1.1.5. Entender as Objeções

5.1.1.1.6. Fazer melhores Criativos

5.1.1.1.7. Trabalhar melhor o Layout do Site

5.1.1.1.8. Trabalhar melhor a Página do Produto

5.1.1.2. QUAIS OS TIPOS DE PESQUISA?

5.1.1.2.1. Pesquisa de Interesses

5.1.1.2.1.1. O que ele mais gosta?

5.1.1.2.2. Pesquisa Comercial

5.1.1.2.2.1. O que faz ele comprar?

5.1.1.2.3. Pesquisa de Jornada

5.1.1.2.3.1. Como ele toma decisão de compra?

5.1.1.2.4. Pesquisa Completa

5.1.1.2.4.1. Todas Acima

5.1.1.3. O QUE DEVO SABER DO PÚBLICO?

5.1.1.3.1. Dados Demográficos e Geográficos

5.1.1.3.1.1. Qual seu Nome?

5.1.1.3.1.2. Qual sua Idade?

5.1.1.3.1.3. Qual sua Cidade?

5.1.1.3.1.4. Qual seu Estado?

5.1.1.3.1.5. Estado Civil

5.1.1.3.1.6. Tem Filhos?

5.1.1.3.2. Interesses

5.1.1.3.2.1. O que mais gosta de ver nas Redes Sociais?

5.1.1.3.2.2. Quais são seus Hobbies?

5.1.1.3.2.3. Quais influenciadores mais gosta de acompanhar?

5.1.1.3.2.4. O que faz você parar de seguir um perfil?

5.1.1.3.3. Mercado

5.1.1.3.3.1. Qual segmento mais te interessa em compras online?

5.1.1.3.3.2. Quais lojas conhece do segmento?

5.1.1.3.3.3. Quais marcas mais gosta?

5.1.1.3.3.4. Quais as lojas mais gosta de acompanhar ou visitar?

5.1.1.3.3.5. Como nos conheceu?

5.1.1.3.3.6. Qual produto em nosso site mais gostou? Porque?

5.1.1.3.3.7. Porque não compraria um produto nosso?

5.1.1.3.4. Comercial

5.1.1.3.4.1. O que impede de você comprar algo na internet?

5.1.1.3.4.2. Quanto tempo em média leva para decidir uma compra?

5.1.1.3.4.3. Quais fatores de decisão leva em consideração para comprar online?

5.1.1.3.4.4. Qual ação comercial faz você decidir comprar?

5.1.1.4. O QUE DEVO PERGUNTAR?

5.1.1.4.1. Mercado

5.1.1.4.2. Seguidores

5.1.1.4.2.1. Quanto tempo nos segue?

5.1.1.4.2.2. Como conheceu nosso perfil?

5.1.1.4.2.3. O que mais gosta de ver em nosso perfil?

5.1.1.4.2.4. Quais outras lojas segue do mesmo segmento?

5.1.1.4.2.5. Já participou de alguma live nossa?

5.1.1.4.2.6. Já conhece nosso site?

5.1.1.4.2.7. Já comprou da nossa loja?

5.1.1.4.2.8. Se sim, o que mais motivou a compra?

5.1.1.4.2.9. Se não, o que impediu de comprar em nossa loja?

5.1.1.4.3. Abandono Site

5.1.1.4.3.1. Quais pontos positivos do nosso site?

5.1.1.4.3.2. Quais pontos negativos do nosso site?

5.1.1.4.3.3. Qual produto mais gostou?

5.1.1.4.3.4. O que achou do preço?

5.1.1.4.3.5. O que achou do frete?

5.1.1.4.3.6. O que fez você sair do site e não fechar a compra?

5.1.1.4.3.7. O que te motivaria voltar e concretizar a compra?

5.1.1.4.4. Compradores

5.1.1.4.4.1. Quais pontos positivos do nosso site?

5.1.1.4.4.2. Quais pontos negativos do nosso site?

5.1.1.4.4.3. Qual produto mais gostou?

5.1.1.4.4.4. O que achou do preço?

5.1.1.4.4.5. O que achou do frete?

5.1.1.4.4.6. O que fez comprar de nós?

5.1.1.4.4.7. O que faria você comprar novamente?

5.1.1.4.4.8. O que faria você indicar nosso site para conhecidos?

5.1.1.5. COMO EU POSSO REALIZAR AS PESQUISAS?

5.1.1.5.1. Mercado

5.1.1.5.2. Seguidores

5.1.1.5.2.1. Análise de Perfil de Seguidores

5.1.1.5.2.2. Ação Massiva Direct para Seguidores

5.1.1.5.2.3. Anúncios para Seguidores

5.1.1.5.3. Abandono Site

5.1.1.5.3.1. Anúncios para Abandono de Site

5.1.1.5.3.2. E-Mail para Abandono de Site

5.1.1.5.4. Compradores

5.1.1.5.4.1. Anúncio para Compradores

5.1.1.5.4.2. E-Mail para Compradores

5.1.1.5.4.3. Whatsapp para Compradores

5.1.1.5.4.4. QR Code no Unboxing

5.1.1.5.5. Anúncios

5.1.1.5.5.1. Comentários

5.1.1.5.6. RFM

5.1.1.5.6.1. RFM

5.1.1.6. QUAIS INCENTIVOS FUNCIONAM?

5.1.1.6.1. Mercado

5.1.1.6.1.1. Sorteio entre os Entrevistados

5.1.1.6.1.2. Desconto na Primeira Compra

5.1.1.6.2. Seguidores

5.1.1.6.2.1. Sorteio entre os Entrevistados

5.1.1.6.2.2. Desconto na Primeira Compra

5.1.1.6.2.3. Cashback

5.1.1.6.3. Abandono Site

5.1.1.6.3.1. Sorteio entre os Entrevistados

5.1.1.6.3.2. Desconto na Primeira Compra

5.1.1.6.3.3. Cashback

5.1.1.6.3.4. Brinde na Primeira Compra

5.1.1.6.4. Compradores

5.1.1.6.4.1. Cashback

5.1.1.6.4.2. Sorteio entre os Entrevistados

5.1.1.6.4.3. Brinde na Próxima Compra

5.2. Laboratório de Criativos

5.2.1. LABORATÓRIO DE CRIATIVOS

5.2.1.1. DORES

5.2.1.1.1. COMPRIMENTO DO JEANS

5.2.1.1.2. DOR X

5.2.1.1.3. DOR X

5.2.1.1.4. DOR X

5.2.1.2. SOLUÇÕES

5.2.1.2.1. ATÉ 4 OPCOES DE COMPRIMENTO

5.2.1.2.2. SOLUCÃO X

5.2.1.2.3. SOLUCÃO X

5.2.1.2.4. SOLUCÃO X

5.2.1.3. BENEFÍCIOS

5.2.1.3.1. TROCA GRÁTIS

5.2.1.3.2. BENEFICIO X

5.2.1.3.3. BENEFICIO X

5.2.1.3.4. BENEFICIO X

5.2.1.4. COMBINAÇÕES

5.2.1.4.1. DOR 1 + SOLUÇÃO 1 + BENEFÍCIO 1

5.2.1.4.2. DOR 2 + SOLUÇÃO 1 + BENEFÍCIO 1

5.2.1.4.3. DOR 3 + SOLUÇÃO 1 + BENEFÍCIO 1

5.2.1.4.4. DOR 4 + SOLUÇÃO 1 + BENEFÍCIO 1

5.2.1.4.5. DOR 1 + SOLUÇÃO 2 + BENEFÍCIO 1

5.2.1.4.6. DOR 1 + SOLUÇÃO 3 + BENEFÍCIO 1

5.2.1.4.7. DOR 1 + SOLUÇÃO 4 + BENEFÍCIO 1

5.2.1.5. FORMATOS

5.2.1.5.1. VÍDEO

5.2.1.5.1.1. FEED

5.2.1.5.1.2. STORIES

5.2.1.5.2. FEED

5.2.1.5.2.1. CARROSSEL

5.2.1.6. ESTRUTURA RECOMENDADA

5.2.1.6.1. ABO

5.2.1.6.1.1. PUBLICO 1

5.2.1.6.1.1.1. COMBINAÇÃO 1

5.2.1.6.1.1.2. COMBINAÇÃO 2

5.2.1.6.1.1.3. COMBINAÇÃO 3

5.2.1.6.1.2. PUBLICO 2

5.2.1.6.1.2.1. COMBINAÇÃO 1

5.2.1.6.1.2.2. COMBINAÇÃO 2

5.2.1.6.1.2.3. COMBINAÇÃO 3

5.2.1.6.1.3. PUBLICO 3

5.2.1.6.1.3.1. COMBINAÇÃO 1

5.2.1.6.1.3.2. COMBINAÇÃO 2

5.2.1.6.1.3.3. COMBINAÇÃO 3

5.2.1.6.2. DEPOIS DE VALIDADO

5.2.1.6.2.1. ABO OU CBO

5.2.1.6.2.1.1. PUBLICO MELHOR

5.2.1.6.2.1.1.1. COMBINAÇÃO MELHOR

5.2.1.6.2.1.1.1.1. 3X VERBA

5.3. Criação de Comunidade

5.3.1. E-Comm

5.3.1.1. Grupos x APP

5.3.2. Negócios Locais

5.3.2.1. Cursos Locais

5.3.2.1.1. https://www.instagram.com/p/Ci_bMS9sOZP/

5.3.2.1.2. SubCelebridades

5.3.2.1.2.1. https://www.instagram.com/p/ChI-8v9sI0S/

5.3.2.1.3. Celebridades

5.3.2.1.3.1. 1

5.3.2.2. Grupos x APP