

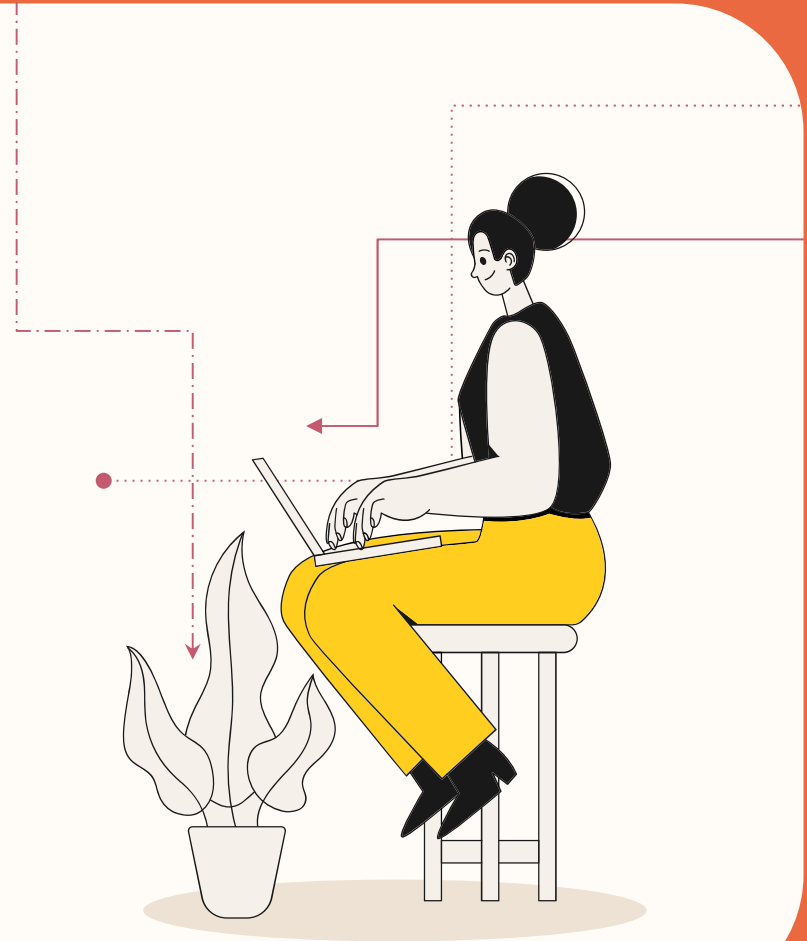
# EXPERIÊNCIA DO USUÁRIO

EXPERIÊNCIA DO USUÁRIO ENGAJAMENTO E  
INTERATIVIDADE



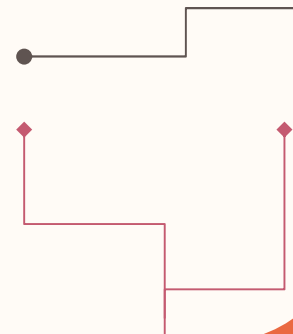
# OBJETIVO

Marketing de conteúdo, inbound e interatividade

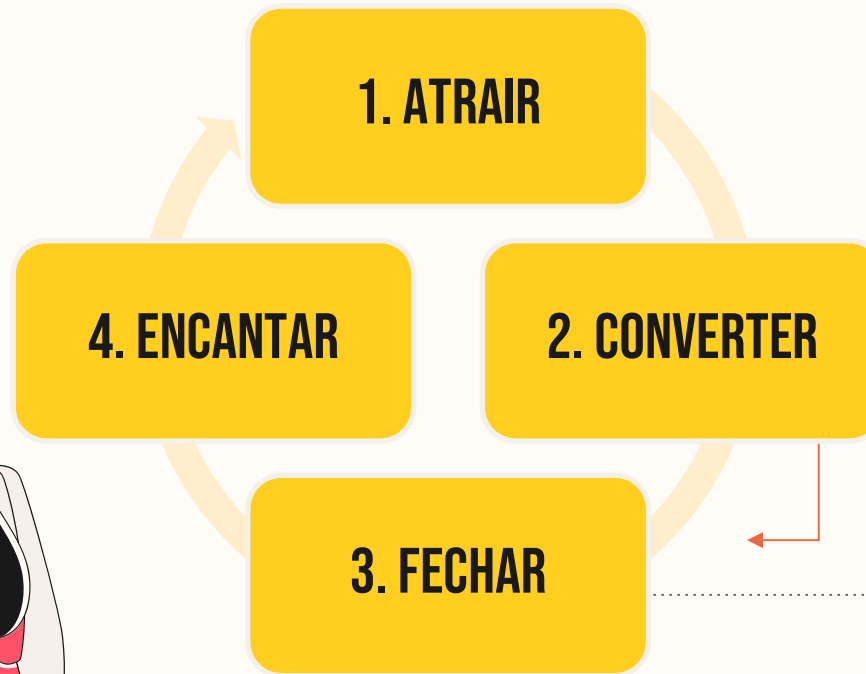


# ESTRATÉGIAS DE CONTEÚDO: PRÁTICA

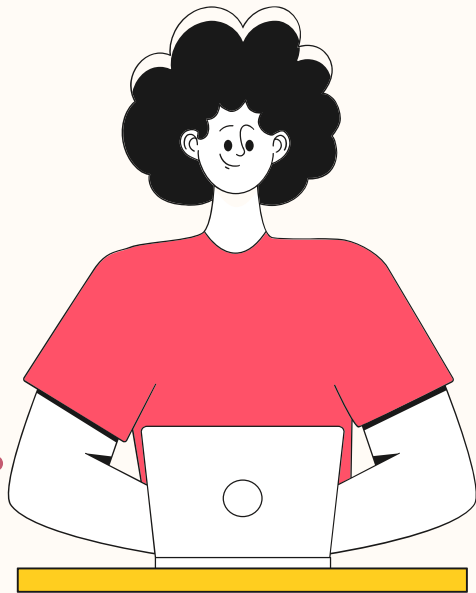
- As estratégias de conteúdo são **abordagens deliberadas** e planejadas para criar, distribuir e promover conteúdo relevante e valioso com o objetivo de atrair, engajar e reter um público-alvo específico. Isso inclui diversos tipos de conteúdo, como artigos de blog, vídeos, infográficos, e-books e podcasts.
- O foco principal das estratégias de conteúdo é **fornecer informações úteis, educativas ou inspiradoras que atendam às necessidades e interesses do público-alvo.** Isso não apenas aumenta o conhecimento da marca, mas também estabelece autoridade e confiança no mercado.



## ***INBOUND MARKETING: FASES***



## GAMEFICAÇÃO:



- A gameficação (ou gamificação) é a aplicação de elementos de jogos em contextos não relacionados a jogos para motivar e engajar os usuários em determinadas atividades. Isso inclui o uso de recompensas, desafios, pontuações e competições para estimular o comportamento desejado.



# INTERATIVIDADE:

- A interatividade refere-se à capacidade de envolver ativamente o público em uma experiência ou conteúdo, permitindo que os usuários participem ativamente e influenciem o resultado.
- Ambos os conceitos, gamificação e interatividade, têm uma relação estreita, pois a gamificação frequentemente utiliza elementos interativos para envolver os participantes, enquanto a interatividade pode ser gamificada ao incluir recompensas e desafios para tornar a experiência mais atraente e envolvente.



## OFERTA: FERRAMENTAS

**Códigos de Desconto:** Plataformas de e-commerce como Shopify, WooCommerce e Magento oferecem recursos para gerar códigos de desconto exclusivos para clientes.

**Programas de Fidelidade:** Sistemas como o LoyaltyLion, Smile.io e Punchh permitem criar programas de fidelidade personalizados, onde os clientes ganham pontos ou recompensas por suas compras.

**Conteúdo Exclusivo:** Plataformas de membership como Patreon, Memberful e MemberPress permitem criar áreas de conteúdo exclusivo para assinantes, oferecendo acesso a podcasts, artigos, vídeos e cursos premium.

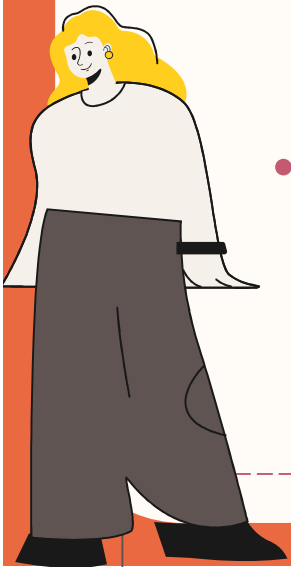
**Brindes e Amostras Grátis:** Empresas podem oferecer brindes físicos ou amostras grátis de produtos como parte de promoções ou eventos de lançamento.

**Ofertas de Lançamento:** Ferramentas de automação de marketing como Mailchimp, ActiveCampaign e ConvertKit permitem enviar campanhas de e-mail automatizadas com ofertas exclusivas para novos clientes ou assinantes.



# PERSONA: SEGMENTAÇÃO

- A Persona que, no contexto do marketing, refere-se a um perfil semifictício que representa o cliente ideal de uma empresa.
- Ela é criada com base em dados demográficos, comportamentais, psicográficos e outras informações relevantes sobre o público-alvo. Segmentar significa dividir esse público em grupos menores com características e necessidades semelhantes, a fim de direcionar mensagens e ofertas específicas para cada segmento.
- Para segmentar, é importante analisar dados como idade, gênero, localização geográfica, interesses, comportamentos de compra e preferências de comunicação.



# PERSONA: SEGMENTAÇÃO - FERRAMENTAS



- HubSpot.
- Google Analytics.
- SurveyMonkey.
- Hotjar.
- Social Mention.
- Facebook Audience Insights.
- SEMrush.

