

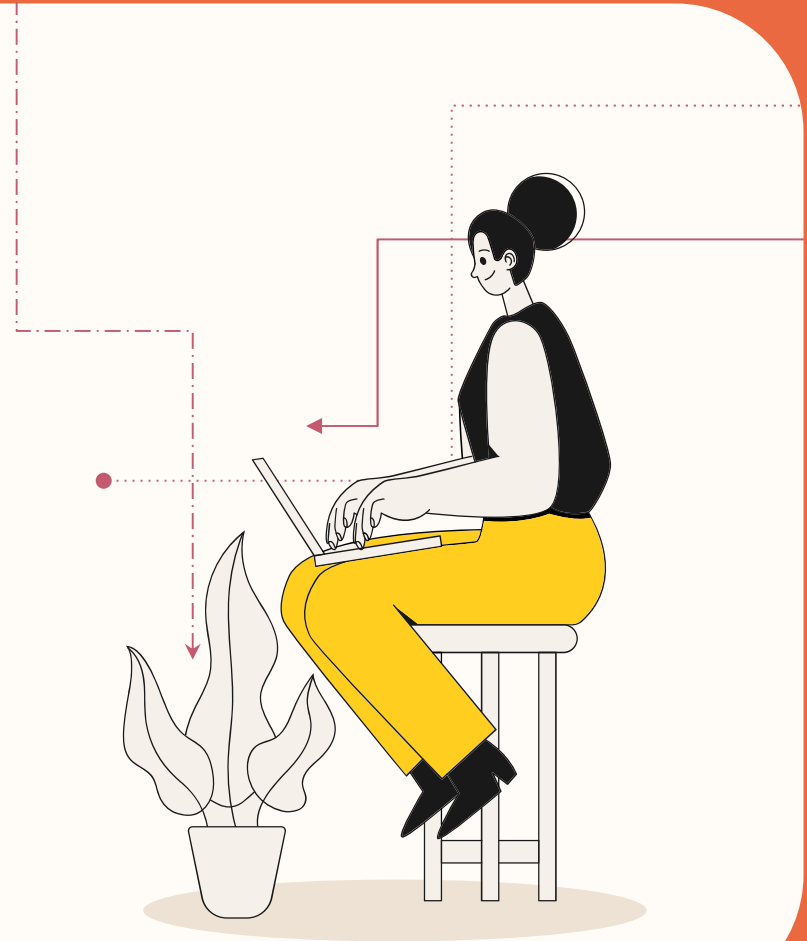
EXPERIÊNCIA DO USUÁRIO

EXPERIÊNCIA DO USUÁRIO ENGAJAMENTO E
INTERATIVIDADE



OBJETIVO

Perspectivas futuras da experiência do usuário (UX)



COMO AS NOVAS GERAÇÕES ESTÃO CONSUMINDO NA INTERNET?



QUAIS AS FERRAMENTAS DE MAIOR ENGAJAMENTO ENTRE MARCAS E CONSUMIDORES?

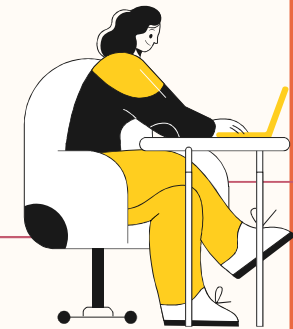
Redes Sociais: Plataformas que permitem que as marcas se conectem diretamente com seu público-alvo, compartilhando conteúdo relevante, interagindo com os seguidores e respondendo a comentários e mensagens. Por exemplo, a marca de roupas que utilizam o Instagram para compartilhar fotos de seus produtos em situações do dia a dia, além de interagir com os seguidores por meio de stories e comentários.

Marketing de Influenciadores: As marcas colaboram com influenciadores digitais que têm grande alcance e credibilidade em determinados nichos de mercado, permitindo-lhes promover produtos e serviços de forma autêntica para suas audiências. Por exemplo, a empresa de beleza que frequentemente colabora com influenciadoras de maquiagem para promover novos lançamentos de produtos, alcançando assim um público mais amplo e engajado.

Conteúdo Interativo: Elementos interativos, como enquetes, quizzes, pesquisas e vídeos interativos, envolvem os consumidores de forma ativa, incentivando-os a participar e compartilhar experiências com a marca. Por exemplo, streamings de vídeo que utilizam quizzes interativos em suas redes sociais para engajar os espectadores, permitindo que eles descubram qual personagem de uma série são mais parecidos, gerando assim conversas e compartilhamentos entre os fãs.

Chatbots e Atendimento ao Cliente Online: Os chatbots são programas de inteligência artificial que simulam conversas com os clientes, fornecendo assistência imediata e personalizada 24 horas por dia, 7 dias por semana, melhorando a experiência do usuário. Por exemplo, a empresa de varejo online que usa chatbots em seu site para ajudar os clientes a encontrar produtos, responder a perguntas frequentes e fornecer suporte técnico.

Email Marketing Personalizado: O email marketing permite que as marcas enviem mensagens personalizadas e relevantes para os clientes, com base em seus interesses, comportamentos de compra e histórico de interações. Por exemplo, a empresa de viagens, que envia emails personalizados com ofertas exclusivas para destinos que os clientes pesquisaram recentemente, incentivando-os a fazer uma reserva.

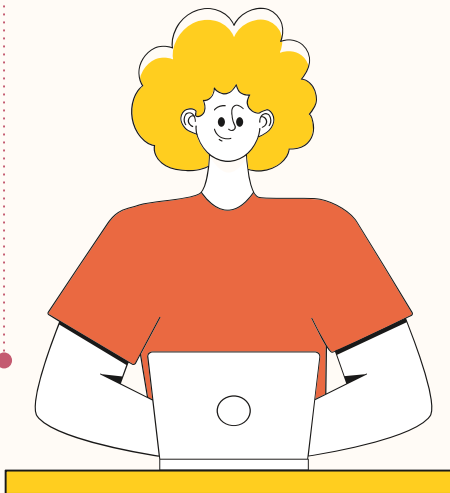


COMO AS EMPRESAS ESTÃO REPENSANDO SEU POSICIONAMENTO DE MÍDIA PARA HUMANIZAR MARCAS NO DIGITAL:

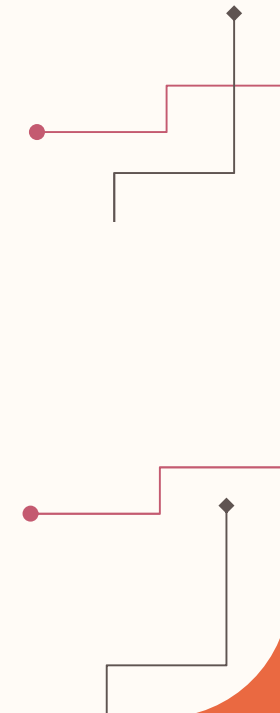
- As empresas estão cada vez mais conscientes da importância de humanizar suas marcas no ambiente digital para estabelecer conexões mais autênticas e significativas com seu público-alvo.
- Elas estão repensando seus posicionamentos de mídia e adotando estratégias que priorizam o engajamento genuíno e a comunicação transparente. Uma abordagem essencial nesse processo é a criação de conteúdo relevante, emocionalmente impactante e que ressoe com os valores e aspirações dos consumidores.




COMO AS EMPRESAS ESTÃO REPENSANDO SEU POSICIONAMENTO DE MÍDIA PARA HUMANIZAR MARCAS NO DIGITAL:



- **Estratégias Interativas:** Adoção de métodos participativos como concursos, enquetes e P&Rs ao vivo para fomentar o engajamento dos consumidores.
- **Benefícios da Humanização:** Construção de relacionamentos sólidos e autênticos, fortalecendo identidade e reputação da marca.
- **Impacto nos Resultados:** Cultivo de lealdade e confiança, resultando em aumento das vendas, maior participação no mercado e reconhecimento ampliado da marca.
- **Adaptação às Novas Gerações:** Utilização de redes sociais e marketing de influenciadores para conectar-se autenticamente com consumidores digitais conscientes.





UMA EMPRESA DE ALIMENTAÇÃO SAUDÁVEL HUMANIZOU SUA COMUNICAÇÃO DIGITAL AO LANÇAR UMA CAMPANHA ONLINE, INCENTIVANDO O COMPARTILHAMENTO DE RECEITAS E EXPERIÊNCIAS PESSOAIS, E PROMOVEDO INTERAÇÕES SIGNIFICATIVAS ATRAVÉS DE ENQUETES E Q&AS AO VIVO, FORTALECENDO LAÇOS COM SEU PÚBLICO.