

O QUE É INOVAÇÃO EM MARKETING?



É comum que empresas apresentem períodos de vendas baixas, em que são feitas as seguintes perguntas:

- De que maneira posso inovar para ampliar minha base de clientes?
- Como é possível fidelizar meus clientes?
- Como aumentar as vendas com os atuais clientes (ticket médio)?

A resposta para estas demandas está na inovação em marketing!

INOVAÇÃO EM MARKETING

Uma das estratégias de atuação na inovação em marketing é o relacionamento com o cliente e atendimento de suas necessidades.



INOVAÇÃO PARA AUMENTAR BASE DE CLIENTES

Para que a empresa consiga sucesso no mercado e suas demandas atuais, é preciso ajustar o marketing, os serviços e os produtos para o relacionamento com o cliente.

Para isso, é necessário:

Inovar em ideias disruptivas

Entender e acompanhar a jornada de compra

Monitorar e avaliar os resultados.

Entregar, testar e avaliar feedbacks dos clientes

INOVAR PARA FIDELIZAR

Fidelizar sua base de clientes é tão importante quanto prospectar novos clientes. Para isso, +

conhecer o comportamento e inovar na forma de atender as suas necessidade, é uma boa estratégia de fidelização.



DEFINIÇÃO E SEGMENTAÇÃO DE PERSONAS

Para pensar de forma mais organizada sobre os esforços de conquistar e fidelizar seus clientes, é relevante dividi-los de acordo com potencial de compra e hábitos de consumo.



SURPREENDA EXPECTATIVAS...

A plena satisfação dos clientes é um dos maiores objetivos do marketing inovador. Entregar mais do que o prometido, surpreendendo positivamente o consumidor, é a chave para ampliar a carteira de clientes através de indicações e relatos de satisfação.



UMA EXPERIÊNCIA COMPLETA!

Encante o cliente com bom atendimento

Valorize o contato pós-venda

Simplifique e agilize vendas

Antecipe prazos de entrega

Ofereça suporte de qualidade e colete feedbacks

ACOMPANHAMENTO DE MÉTRICAS

Estratégias de marketing inovadoras não podem se resumir a números. Contudo, o acompanhamento sistemático de métricas é fundamental.

Veja algumas métricas importantes:

Tempo de permanência em site

Taxa de cliques em links

Taxa de rejeição em conteúdos e-mail marketing

Ticket médio

Lucro operacional

Custo por lead

Custo por venda

Churn: cliente que deixam a base

MARKETING QUE NÃO INOVA:

Não traçar objetivo ou um planejamento viável

Não fazer uso de ferramentas e informações para a tomada de decisão, ficando no achismo.

Não acompanhar a jornada de compras do cliente.

FIQUE DE OLHO NAS NOVAS FERRAMENTAS PARA INOVAR NO MARKETING!

Redes sociais

SEO Search Engine Optimization

SEM Search Engine Marketing

Apps de força de vendas

Inteligência Artificial e bots