



# SPARK MARKETING

*por André Novais de Paula*



## **EBOOK** *com* **CHECKLIST**

Faz o teu Marketing brilhar com  
este método inovador!

# Índice

<b>Introdução .....</b>	<b>04</b>
<b>Strategy Building: como traçar uma Estratégias de Marketing robusta .....</b>	<b>06</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Checklist e dicas extras</li><li>• Prompts para o ChatGPT</li><li>• Ferramentas úteis</li></ul>	
<b>Produce Content: porque deves apostar numa Estratégias de Conteúdos .....</b>	<b>10</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Checklist e dicas extras</li><li>• Prompts para o ChatGPT</li><li>• Ferramentas úteis</li></ul>	
<b>Attract Leads: a importância de atrair os Leads com o perfil ideal .....</b>	<b>14</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Checklist e dicas extras</li><li>• Prompts para o ChatGPT</li><li>• Ferramentas úteis</li></ul>	
<b>Reel-in Customers: como transformar potenciais Clientes em Clientes reais .....</b>	<b>18</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Checklist e dicas extras</li><li>• Prompts para o ChatGPT</li><li>• Ferramentas úteis</li></ul>	
<b>Keep Clients: o que deves fazer para fidelizar os teus Clientes .....</b>	<b>22</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Checklist e dicas extras</li><li>• Prompts para o ChatGPT</li><li>• Ferramentas úteis</li></ul>	
<b>Conclusão .....</b>	<b>27</b>
<b>Testa os teus conhecimentos .....</b>	<b>28</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Experimenta o caça-palavras</li></ul>	



# Um pouco sobre mim

O meu nome é André Novais de Paula, sou CEO da Directimedia, uma Agência de Marketing Relacional e Digital e sou especialista em Marketing e Marketing Digital.

Sou Docente e Formador em diversas instituições prestigiadas e ao longo da minha carreira tenho ajudado milhares de pessoas a melhorar os seus conhecimentos em Marketing e a aumentar os resultados das suas Marcas e Negócios.

Além disso, sou também co-autor do livro “Marketing Digital para Empresas” e idealizador do **Método SPARK Marketing**.

Espero que este Ebook te ajude a desenhar Estratégias de Marketing brilhantes para os teus projectos.

Boa leitura!

*André*



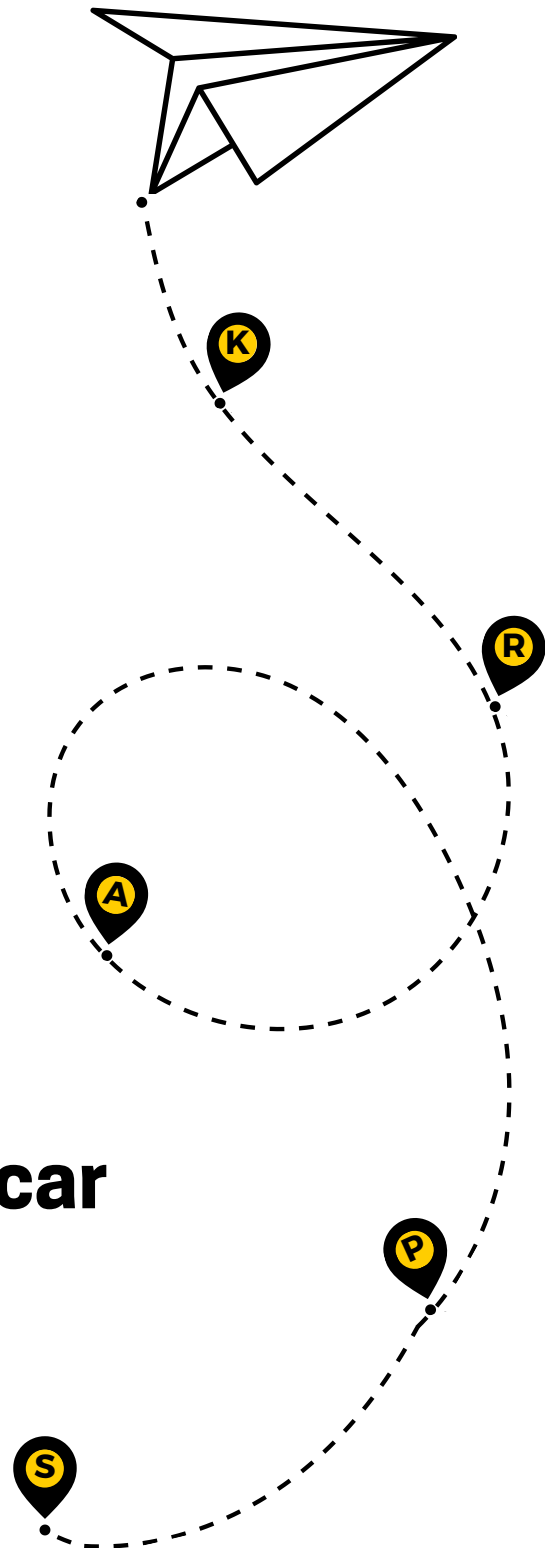
# Introdução

“Para pensar criativamente, devemos ser capazes de olhar de uma forma nova para o que normalmente tomamos como certo e garantido”, disse George Kneller. Particularmente, gosto de pensar que absolutamente tudo pode ser visto sob uma nova perspectiva — especialmente no que diz respeito ao Marketing.

A partir desta premissa, tive a ideia de sistematizar todo o meu conhecimento e os muitos anos de experiência na área, resultando na idealização e criação do **Método SPARK Marketing**.

**Se bem aplicada, esta metodologia inovadora pode ajudar-te a alavancar os teus resultados!**

A boa notícia é que agora tens acesso a este conhecimento. Basta seguireś etapa a etapa e logo vais ver a tua Estratégia descolar **rumo “ao infinito... e além”!**





# O que significa SPARK?

Trata-se de um acrónimo que facilita a aprendizagem deste método inovador:

**S**<sub>1</sub>

**Strategy Building**

**P**<sub>3</sub>

**Produce Content**

**A**<sub>1</sub>

**Attract Leads**

**R**<sub>1</sub>

**Reel-in Customers**

**K**<sub>5</sub>

**Keep Clients**

# Strategy Building

## Começa por traçar uma Estratégia de Marketing robusta

Acredito ser fundamental desenvolver correctamente os Fundamentos de Marketing para quaisquer tipologias de Negócios ou sectores de actuação.

Não tenhas dúvidas: é sobre essa base estrutural que desenvolveremos a nossa actividade de Marketing e Comunicação.

Aliás, sem a definição dessa base, teremos muita dificuldade em conseguir implementar estratégias alinhadas que devolvam resultados positivos.

## Mas afinal, quais são esses Fundamentos de Marketing?

*Pesquisa e identificação das estratégias num mercado. Selecção das acções mais promissoras, além da decisão de como os recursos para o Marketing serão alocados para que a Marca alcance os seus objectivos.*



# O que fazer nesta etapa?

## Vê a seguir quais são os passos fundamentais para o sucesso da tua Estratégia de Marketing

### ☐ **Missão e Visão:**

Define o propósito e os valores fundamentais da empresa (Missão) e a orientação de longo prazo (Visão). Isto ajuda a orientar todas as actividades de Marketing

### ☐ **Diferenciação:**

Identifica e comunica os atributos únicos que distinguem os teus produtos ou serviços das Marcas concorrentes, destacando o valor exclusivo oferecido

### ☐ **Posicionamento:**

Determina como a Marca deseja ser percebida pelos consumidores. Destaca as vantagens competitivas e atende às necessidades do público-alvo

### ☐ **Análise SWOT e TOWS:**

A SWOT (Forças, Fraquezas, Oportunidades, Ameaças) avalia o ambiente interno e externo da Empresa, enquanto que a TOWS aplica essas análises para desenvolver as estratégias

### ☐ **Unique Selling Proposition (Proposta Única de Valor):**

Define uma proposta irresistível que destaca o valor exclusivo do produto ou serviço, incentivando a preferência à tua Marca em relação às concorrentes.

### ☐ **Público-alvo, Segmentos e Personas:**

Primeiro identifica e compreende o Público-alvo da empresa, subdividindo-o em Segmentos específicos. Já as Personas são representações fictícias de Clientes ideais

### ☐ **Customer Journey:**

Mapeia as interações do Cliente desde o primeiro contacto com a Marca até a pós-venda, compreendendo as etapas que um Cliente percorre

### ☐ **Identidade:**

Elementos visuais, como logotipo, paleta de cores, tipografia e outros elementos, que juntos compõem o Branding distintivo da Marca

### ☐ **Brand Persona:**

Atribui características humanas e personalidade à Marca. Isso ajuda a humanizar a Marca, tornando-a mais acessível e conectada emocionalmente com o Público-alvo

### ☐ **Brand Voice:**

Define a personalidade verbal da Marca, incluindo tom, linguagem e estilo de comunicação, garantindo consistência em todas as interações

### ☐ **Tone of Voice:**

Refere-se à variação do Tom usado pela Marca em diferentes contextos. Permite adaptar a comunicação para atender a diferentes públicos, canais e finalidades

### ☐ **Definição do Produto ou Serviço:**

Lista as características essenciais, funcionalidades e os problemas específicos que o produto ou serviço propõe-se a resolver

### ☐ **Características do Produto ou Serviço:**

Atributos que diferenciam o produto ou serviço no Mercado (especificações técnicas, design, desempenho e elementos que contribuam para a identidade única do produto)

### ☐ **Necessidades Resolvidas:**

Compreender e comunicar eficazmente como o produto atende às necessidades do Cliente. Isto será fundamental para o sucesso da Estratégia de Marketing

# Prompts para o ChatGPT

Começa por usar alguns desses comandos ao definir os elementos-chave da tua Estratégia

## Análise da Buyer Persona



“Imagina-te como um Profissional de Marketing e ajuda-me a analisar as buyer personas para entender as preferências, comportamentos e hábitos de consumo. [inserir informações da buyer persona]”.

## Análise da Concorrência



“Fornece insights sobre [inserir estratégia da concorrência] e identifica algumas oportunidades de posicionamento para diferenciar o meu produto no mercado [inserir informações sobre o produto].”

## Análise de Tendências



“Encontra as últimas tendências no [sector de actuação] e sugere algumas maneiras de incorporá-las na Estratégia de Marketing.”

## Análise SWOT ou TOWS



“Executa a Análise SWOT e, em seguida, a Análise TOWS para seleccionar as redes sociais mais adequadas para a minha Marca.”

## Plano de Gestão de Crises



“Ajuda a criar um Plano de Gestão de Crise, descrevendo as potenciais crises e quais devem ser as estratégias de resposta.”

Lembra-te de que  
deves sempre adaptar  
os comandos e incluir  
informações relevantes  
sobre a tua Marca!

### EXTRA TIPS:

[190 ChatGPT Prompts Marketers Should Use](#)

CLICK HERE

# Ferramentas úteis

Alguns recursos essenciais ao alinhar cada passo da tua estratégia



## ChatGPT

Uma das Ferramentas de IA mais conhecidas do mundo. Podes usar este recurso para obter insights, criar planos de acções e auxiliar em praticamente todas as etapas.

**FREE (com opção de plano pago)**

## Digital First AI

Recomenda as melhores tácticas de Marketing com base nas respostas sobre o Negócio. Também permite visualizar estratégias de grandes Marcas e Marketers experientes.

**PREMIUM (com opção de free trial)**



## ContextMinds

Esta ferramenta ajuda a obter ideias e pesquisar tópicos para desenvolver conteúdo optimizado para SEO que fará da tua Marca uma autoridade na sua área.

**FREE (com opções de plano pago)**

## Boardmix

Esta é uma ferramenta online colaborativa que integra whiteboard, mapa mental, fluxograma e outros recursos para aumentar a eficiência do trabalho de análise.

**FREE (com opções de plano pago)**



## Xtensio

Plataforma de estratégia e comunicação que permite às equipas criar, colaborar, partilhar e apresentar conteúdos com facilidade (óptima opção para criar Buyer Personas).

**FREE (com opções de plano pago)**

\*Nota: esta lista poderá conter alguns links de afiliados!



# Produce Content

## Porque apostar numa Estratégia de Conteúdos

A produção e distribuição de conteúdo é uma etapa vital para este método. É aqui que preparamos os conteúdos que farão com que a nossa Marca seja encontrada pelos nossos Potenciais Clientes.

### Além disso, é aqui que a relevância começa a ser aplicada na Estratégia!

Ou seja, os Conteúdos precisam de estar perfeitamente alinhados às necessidades desses Potenciais Clientes. Caso contrário, atrairemos pessoas que não têm o perfil de Cliente ideal para o nosso Negócio e, pior ainda, não estaremos a servir às necessidades dessas pessoas.

Produção de conteúdos, como artigos, vídeos, imagens e outros formatos, com o objectivo de atrair a Buyer Persona através da partilha de informações relevantes para despertar interesse e envolvimento.



# O que fazer nesta etapa?

## Vê a seguir quais são os elementos fundamentais de uma Estratégia de Conteúdos robusta

### Mapear Ecossistema Digital:

- ☐ Inicia a estratégia com o mapeamento do ambiente digital onde a tua Marca já está presente (Site, Blog, redes sociais, etc)
- ☐ Realiza pesquisa e análise para identificar as plataformas online relevantes e com potencial a ser explorado pela tua Marca
- ☐ Entende onde o teu público-alvo está presente e como interage online (este passo será crucial para a entrega eficaz do conteúdo)

### Definir Estratégia de Conteúdos:

- ☐ Estabelece objectivos claros para os conteúdos e alinha esses objectivos com os valores da tua Marca (aposta em Objectivos SMARTe OKRs)
- ☐ Determina a intenção por trás de cada conteúdo (informar, educar, entreter, inspirar ou alcançar outros propósitos)
- ☐ Define o Tom e a Voz a serem utilizados para garantir consistência em todos os canais de comunicação

### Criar Calendário de Conteúdos:

- ☐ Desenvolve um plano estruturado que defina quando, onde e como os conteúdos serão distribuídos
- ☐ Inclui datas, horários, formatos de conteúdo, temas e canais específicos para a distribuição dos teus conteúdos
- ☐ Considera a sazonalidade e eventos relevantes (o calendário proporciona organização e consistência na entrega das mensagens)

### Distribuir os Conteúdos:

- ☐ Executa o processo de partilhar os conteúdos nos canais identificados durante o mapeamento do Ecossistema Digital
- ☐ Utiliza as plataformas adequadas para alcançar o teu público-alvo e adapta os conteúdos conforme as características de cada canal
- ☐ Monitoriza a eficácia da distribuição dos teus conteúdos e ajusta as estratégias conforme necessário

**Estas etapas são essenciais para criar uma Estratégia de Conteúdo eficaz que ajuda a atrair, envolver e converter a Buyer Persona em Clientes reais.**



# Prompts para o ChatGPT

Começa por usar alguns desses comandos ao definir os elementos-chave da tua Estratégia

## Preparar um Briefing



“Cria um briefing completo para a criação de um conteúdo otimizado para os motores de busca que entregue uma boa experiência para os utilizadores, com a keyword principal sendo [kw principal], o título [inserir o título].”

## Pesquisa de Palavras-chave



“Gera uma lista de [X] palavras-chave sobre [tópico]. Ordena as palavras-chave conforme as etapas do funil de vendas [ToFu, MoFu e Bofu].”

## Produção de Artigo



“Escreve um artigo sobre [tópico], com a palavra-chave principal sendo [kw principal]. Fala sobre [pontos a abordar]. O texto deve ter linguagem clara e [escolher o tom]. O conteúdo deve ter no mínimo [X] caracteres.”

## Conteúdos para redes sociais



“Lista [X] ideias para posts nas Redes Sociais que sejam educacionais, informativos ou entretenimento para o nicho [indicar nicho].”

## Plano de Gestão de Crises



“Como posso diversificar o meu conteúdo para atingir diferentes tipos de público nas redes sociais? Lista algumas dicas úteis.”

*Não te esqueças de verificar se os resultados apresentados pela ferramenta estão mesmo correctos!*

### EXTRA TIPS:

[Guia de prompts de Inteligência Artificial para Produção de Conteúdo](#)

**CLICK HERE**

# Ferramentas úteis

Alguns recursos essenciais ao alinhar cada passo da tua estratégia



## Canva

Ferramenta online de design gráfico. Podes usá-la para criar conteúdos visuais para posts em redes sociais, apresentações, posters, vídeos, logotipos e muito mais.

**FREE** (com opção de plano pago)

## Midjourney

Plataforma generativa alimentada por Inteligência Artificial que permite aos utilizadores gerar conteúdos visuais exclusivos, com a ajuda de pequenos comandos de texto.

**PREMIUM** (com opção de free trial)



## NeuronWriter

Ajuda a pesquisar artigos no teu nicho rapidamente, para poderes ter ideias de conteúdo e obter vantagem sobre a concorrência, pois compreende a intenção do utilizador.

**PREMIUM** (sem opção de free trial)

## InVideo

Gera guiões, cria cenas, adiciona dobragens e faz ajustes no vídeo. Ideal para criadores de conteúdo e Marketers que precisam criar conteúdo de vídeo com facilidade.

**FREE** (com opções de plano pago)



## Publer

Excelente ferramenta para a gestão de Redes Sociais que permite colaborar, agendar e analisar as publicações em diversas plataformas simultaneamente.

**FREE** (com opções de plano pago)

\*Nota: esta lista poderá conter alguns links de afiliados!

# Attract Leads

## A importância de atrair os Clientes com o perfil ideal

A razão de termos uma estratégia de criação e distribuição dos conteúdos que criamos é para podermos angariar Leads Qualificados, que serão obviamente atraídos por esses mesmos Conteúdos.

Estes Leads irão alimentar a nossa Máquina de Marketing, que será sempre focada na conversão. Para isso, basta seguiremos os passos que vais encontrar na checklist designada para esta etapa.

**Esses passos serão cruciais para a atracção de Leads e para o crescimento da tua base de dados de Potenciais Clientes!**

Desenvolvimento de estratégias para atrair e capturar os Potenciais Clientes. Esta etapa envolve a angariação de Leads, seja por meio de formulários, landing pages ou outras acções igualmente relevantes de Inbound Marketing.





# O que fazer nesta etapa?

**Vê a seguir o que deves fazer para a tua Estratégia de Angariação de Leads ser bem-sucedida**

## **Funis de Vendas:**

***Representam o processo que os Potenciais Clientes percorrem, desde a tomada de consciência da Marca ou Produto até a conversão. Cada estágio requer conteúdo específico para orientar o Cliente ao longo do caminho.***

- ☐ Identifica e define claramente as etapas do Funil de Vendas
- ☐ Desenvolve conteúdo específico para cada uma das etapas
- ☐ Implementa recursos de automação para acompanhar e nutrir Leads
- ☐ Estabelece métricas para avaliar o desempenho em cada estágio
- ☐ Adapta o “funil de conteúdos” com base nos dados e feedback dos Clientes

## **Geração de Tráfego:**

***Refere-se às táticas usadas para atrair visitantes qualificados para o Site, Ecommerce ou Landing Page. Estratégias eficazes geram tráfego relevante, o que resulta em mais conversões de visitantes em Leads.***

- ☐ Identifica canais de Marketing eficazes (SEO, Redes Sociais, PPC, etc)
- ☐ Optimiza os conteúdos para os Motores de Busca (Search Engine Marketing)
- ☐ Desenvolve campanhas de Social Ads direccionadas a cada Buyer Persona
- ☐ Utiliza publicidade paga de forma estratégica nas plataformas pertinentes
- ☐ Monitoriza e analisa as métricas de tráfego para uma optimização contínua

## **Mecânicas de Angariação:**

***Trata-se da jornada percorrida pelos Potenciais Clientes, desde a tomada de consciência da Marca ou Produto até a conversão, sendo que cada etapa requer conteúdo específico.***

- ☐ Cria ofertas irresistíveis para captar o interesse
- ☐ Implementa formulários de subscrição de maneira estratégica (UX e UI)
- ☐ Oferece conteúdo exclusivo em troca de informações de contacto
- ☐ Garante clareza nas informações solicitadas nos formulários
- ☐ Assegura conformidade com regulamentações de privacidade (RGPD)

**Ao seguir estes passos, a Estratégia de Angariação de Leads pode ser mais eficaz e eficiente, desde a atracção inicial do tráfego qualificado até a conversão e a obtenção das informações de contacto essenciais para futuras interacções e optimização da Estratégia de Marketing.**



# Prompts para o ChatGPT

Começa por usar alguns desses comandos ao definir os elementos-chave da tua Estratégia

## Angariação de Leads



“Preciso de algumas estratégias para a angariação de Leads que me ajudem a atrair [inserir descrição da Buyer Persona] e incentivem a realizar [a acção desejada].”

## Aposta nas Redes Sociais



“Apresenta-me algumas ideias de como utilizar as Redes Sociais para angariar mais Leads e construir relacionamentos com [inserir descrição da Buyer Persona].”

## Como Usar o Email Marketing



“Dá-me ideias para campanhas de email que impulsionem a angariação de Leads e que ajudem a impactar [inserir descrição da Buyer Persona] com a minha mensagem.”

## Optimização do Orçamento



“Lista práticas recomendadas para executar campanhas de angariação de Leads por meio de canais pagos e otimizar o orçamento de modo a obter resultados máximos.”

## Atrair Leads Qualificados



“Dá-me ideias criativas para envolver [inserir descrição da Buyer Persona] com Marketing de Conteúdo e gerar Leads de alta qualidade.”

Esses prompts vão ajudar-te a lidar com eficiência e melhorar os teus resultados na angariação de leads!

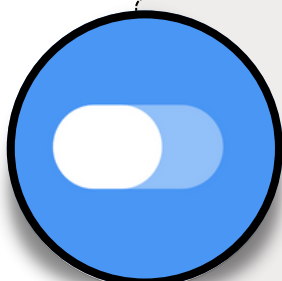
### EXTRA TIPS:

[50 ChatGPT Prompts to Support Your Customer Experience Lifecycle](#)

**CLICK HERE**

# Ferramentas úteis

Alguns recursos essenciais ao alinhar cada passo da tua estratégia



## Switchy.io

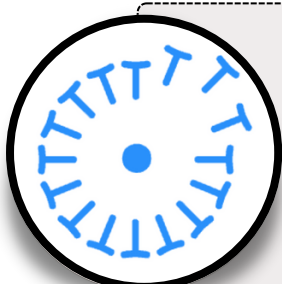
Com esta ferramenta é possível encurtar, personalizar e rastrear links para aumentar o envolvimento nas Redes Sociais, além de criar links avançados para a Bio.

**PREMIUM (sem opção de free trial)**

## Swipe Pages

Um construtor de Landing Pages que ajuda a criar e publicar páginas extremamente rápidas, totalmente responsivas e orientadas para gerar conversões, tudo isso em minutos.

**PREMIUM (com opção de free trial)**



## Interacty

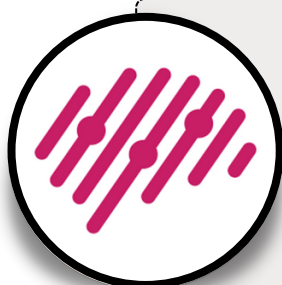
Esta ferramenta auxilia na estratégia de Marketing de Conteúdos gamificado de modo a impulsionar os níveis de envolvimento e captura de mais Leads.

**PREMIUM (sem opção de free trial)**

## UpViral

Plataforma de Referral Marketing que permite fazer campanhas, tais como sorteios, recompensas e listas que as pessoas vão querer partilhar com os seus pares.

**PREMIUM (com opção de free trial)**



## Adsc Cook

Ajuda a escalar as campanhas de anúncios no Facebook, permitindo criar centenas de variações de anúncios em poucos segundos, com imensa facilidade.

**PREMIUM (com opção de free trial)**

\*Nota: esta lista poderá conter alguns links de afiliados!

# Reel-in Customers

## Como transformar potenciais Clientes em Clientes reais

Se na etapa anterior conseguimos angariar os Leads, nesta etapa o foco estará voltado única e exclusivamente em transformar esses Leads em Clientes reais com o maior sucesso possível.

**É nesta etapa que colhemos os resultados de todo o esforço realizado nas etapas anteriores.**

Para isso, teremos de ser determinados nas nossas acções para conseguirmos converter a grande maioria dos Leads angariados. Como?! Basta seguiremos os passos indicados na próxima checklist!

Definição de todas as tácticas para transformar Leads em Clientes reais. Isto implica nutrir os Leads angariados com informações e abordagens de Vendas adequadas para convencê-los a avançar nas etapas da Jornada de Compra.



# O que fazer nesta etapa?

## Vê a seguir o que deves fazer para transformar os teus potenciais Clientes em Clientes reais

### Lead Scoring (Pontuação de Leads):

- ☐ Implementa um sistema de pontuação para avaliar o comportamento e as interações dos Leads com a tua Marca
- ☐ Atribui pontos com base em acções relevantes, como visitas ao Site, download de recursos, interacção nas redes sociais, etc
- ☐ Identifica critérios que indiquem o nível de interesse e prontidão para finalizar a conversão
- ☐ Utiliza ferramentas de automação para acompanhar automaticamente as pontuações e actualizá-las em tempo real

### Lead Nurturing (Nutrição de Leads):

- ☐ Desenvolve uma estratégia de conteúdo personalizado e relevante para cada estágio do ciclo de compra
- ☐ Usa emails, newsletters, webinars e outros canais para entregar conteúdo que agrega valor (estabelece um cronograma que respeite o ritmo dos Leads)
- ☐ Segmenta os Leads com base em comportamentos e preferências, adaptando a abordagem de nutrição para cada grupo
- ☐ Monitoriza as interações dos Leads com o conteúdo para ajustar continuamente a estratégia de nutrição e maximizar a sua eficácia

### Conversão:

- ☐ Cria Calls-to-action (CTAs) claras e persuasivas para cada um dos conteúdos, incentivando os Leads a tomar medidas específicas
- ☐ Oferece incentivos adicionais, como descontos exclusivos ou recursos gratuitos, para impulsionar a decisão de conversão
- ☐ Certifica-te de que os processos de conversão, como a finalização de compras ou a inscrição em serviços, sejam simples e intuitivos
- ☐ Utiliza ferramentas de rastreio para entender o comportamento dos Leads durante todo o processo de conversão
- ☐ Implementa Testes A/B para otimizar continuamente as Landing Pages, os formulários e outros elementos envolvidos na conversão

**Ao seguires esta checklist, vais construir uma estrutura sólida para uma Estratégia de Marketing bem-sucedida, desde a identificação de Leads Qualificados até a conversão efectiva desses Leads em Clientes.**





# Prompts para o ChatGPT

Começa por usar alguns desses comandos ao definir os elementos-chave da tua Estratégia

## Critérios de Pontuação



“Descreve os comportamentos e interações específicas que indicarão um interesse mais elevado por parte dos Leads. Quais ações devem receber mais pontos e porquê?”

## Dados para Pontuação Precisa



“Como integrar dados de diferentes canais (site, redes sociais, emails) para uma visão abrangente do comportamento do lead?”

## Segmentação Efectiva de Leads



“Quais critérios de segmentação usar para agrupar Leads com base em preferências e comportamentos semelhantes?”

## Análise da Nutrição de Leads

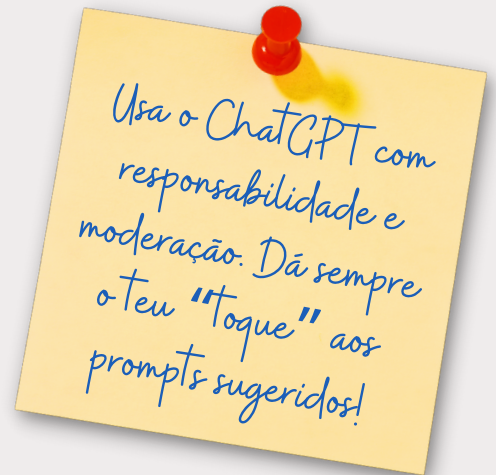


“Indica as métricas essenciais que devo acompanhar para avaliar a eficácia da minha estratégia de Nutrição de Leads.”

## Processo de Conversão Simples



“Lista os passos essenciais para finalizar uma compra ou concluir uma acção de conversão desejada e quais medidas devem ser implementadas para lidar com possíveis objecções ou hesitações dos Leads durante o processo de conversão?”



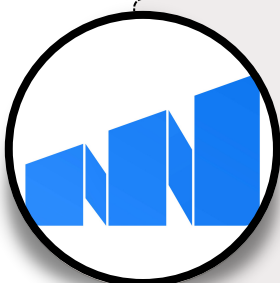
### EXTRA TIPS:

[60+ Best ChatGPT Prompts for Sales and Marketing \(And How to Use Them\)](#)

**CLICK HERE**

# Ferramentas úteis

Alguns recursos essenciais ao alinhar cada passo da tua estratégia



## Plerdy

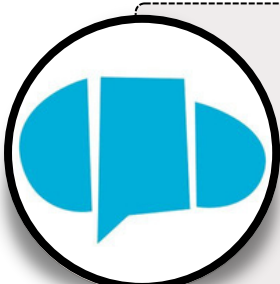
Ferramenta poderosa que ajuda a aumentar e otimizar o desempenho de sites, analisando o comportamento do utilizador e identificando possíveis obstáculos.

**FREE (com opção de plano pago)**

## TruConversion

Aplicação analítica completa para ajudar a identificar e corrigir pontos problemáticos de conversão, descobrindo o PORQUÊ do comportamento dos visitantes/utilizadores.

**PREMIUM (com opção de free trial)**



## E-Goi

Serviço de Email Marketing e Automação, com óptimos recursos para criar e enviar newsletters, campanhas de Email, mensagens de SMS e VOZ, Push ou Web Push.

**FREE (com opções de plano pago)**

## EmailWritr

Facilita a criação de emails únicos ilimitados e sequências de follow-up, seja qual for o sector de actuação, após o utilizador responder a algumas perguntas específicas.

**PREMIUM (sem opção de free trial)**



## Partnero

Plataforma para gestão de parcerias que ajuda as empresas a aumentar a receita de forma sustentável com programas de parceria personalizados.

**PREMIUM (com opção de free trial)**

\*Nota: esta lista poderá conter alguns links de afiliados!

# Keep Clients

## O que deves fazer para Fidelizar os teus Clientes

Esta é a última peça do puzzle e refere-se à Fidelização. Muito se fala sobre a angariação de novos Clientes e pouco sobre a Fidelização dos já existentes.

### **Spoiler Alert: custa muito menos manter um Cliente do que conquistar um novo!**

Nesta etapa, o nosso objectivo principal é garantir a satisfação do Cliente em todas as etapas da sua Jornada de Compra (isto inclui o atendimento no pós-venda), mas buscando também manter:

- ✓ **Uma frequência superior de compra**
- ✓ **Compras médias de maior valor**

Uso de acções para a Fidelização dos Clientes actuais, de modo a resultar em relacionamentos duradouros. Poderá incluir Programas de Fidelização, suporte pré e pós-venda, acções para encorajar novas compras, entre outras tácticas.



# O que fazer nesta etapa?

## Vê a seguir acções práticas para poderes criar a tua estratégia para Fidelizar mais Clientes

- ☐ Identifica diferentes segmentos de Clientes com base em características como comportamento de compra, preferências e demografia
- ☐ Realiza pesquisas regulares para entender as expectativas, necessidades e preferências dos teus Clientes
- ☐ Estabelece canais de feedback eficazes para incentivar a comunicação aberta entre o teu Cliente e a Marca
- ☐ Utiliza ferramentas analíticas para analisar dados de transações, histórico de compras e interações anteriores
- ☐ Identifica padrões de comportamento para prever futuras necessidades dos teus Clientes
- ☐ Implementa um Programa de Fidelização com recompensas progressivas com base na frequência de compra
- ☐ Envia ofertas personalizadas com base no histórico de compras e preferências do teu Cliente
- ☐ Oferece descontos exclusivos em datas importantes e significativas para o Cliente (aniversários, datas relevantes para um nicho específico, etc)
- ☐ Concede acesso antecipado a novos Produtos ou Serviços apenas para membros fiéis (reforça a ideia de que fazem parte de um clube exclusivo)
- ☐ Garante respostas rápidas a perguntas e preocupações dos Clientes por meio de canais como chat ao vivo, email e telefone
- ☐ Antecipa potenciais problemas relativamente à Marca, Produto ou Serviço e apresenta soluções de forma pró-activa
- ☐ Certifica-te de que há consistência nas interações do Cliente em todos os canais de comunicação da Marca, tanto online quanto offline
- ☐ Integra sistemas para que a informação do Cliente seja acessível em todos os pontos de contacto (aposta numa boa ferramenta de CRM)
- ☐ Monitoriza continuamente a eficácia da estratégia de fidelização através de métricas como NPS (Net Promoter Score) e Taxa de Retenção
- ☐ Realiza ajustes na tua estratégia sempre que necessário com base nos feedbacks dos Clientes e nas mudanças no Mercado

**LEMBRA-TE: esta checklist pode servir como um guia inicial, mas será fundamental que a adapte às características específicas da tua Marca e do teu Público-alvo. Estes passos ajudam a manter os Clientes satisfeitos, aumentar a frequência de compra e incentivar compras de maior valor.**



# Prompts para o ChatGPT

Começa por usar alguns desses comandos ao definir os elementos-chave da tua Estratégia

## Retenção e Fidelização



“Preciso de estratégias para melhorar a retenção e a fidelização dos nossos Clientes [inserir informações sobre o tipo de Cliente].”

## Aumentar o Engagement



“Lista algumas estratégias criativas para envolver os nossos Clientes [tipo de Cliente] e garantir que permaneçam fiéis à Marca.”

## Experiência Personalizada



“Estou à procura de maneiras para criar uma experiência personalizada que incentive os Clientes [tipo de Cliente] a voltar e comprar mais Produtos ou Serviços.”

## Feedback e Avaliações

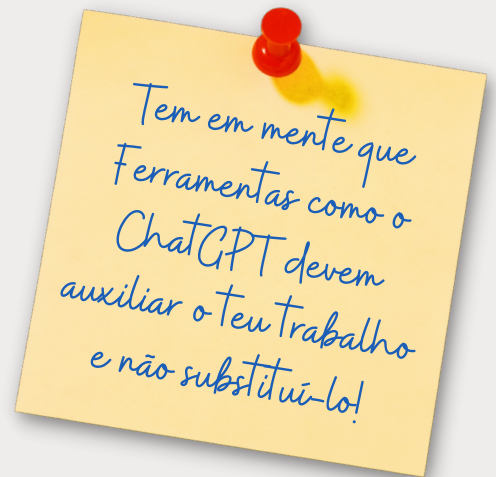


“Quero usar o feedback e as avaliações dos Clientes para aumentar os níveis de retenção e fidelização dos Clientes [tipo de Cliente]. Apresenta dicas e acções práticas.”

## Programa de Recompensas



“Preciso de ideias sobre como desenvolver um programa de recompensas eficaz que incentive os Clientes a permanecerem fiéis à nossa Marca. Indique [X] ideias com uma breve apresentação sobre cada uma delas.”



### EXTRA TIPS:

[195 ChatGPT Prompts \(& How to Write Your Own\)](#)

**CLICK HERE**



# Ferramentas úteis

Alguns recursos essenciais ao alinhar cada passo da tua estratégia



## HubSpot

Plataforma de CRM com todo o software, integrações e recursos necessários para conectar Marketing, Vendas, Gestão de Conteúdos e Atendimento ao Cliente.

**PREMIUM (com opção de free trial)**

## Kangaroo

Esta é uma plataforma completa de Marketing de Fidelidade e envolvimento do Cliente com aquisição automatizada por meio de um poderoso módulo de referência.

**PREMIUM (sem opção de free trial)**



## Smile.io

Ajuda a potencializar programas de fidelidade, indicações e recompensas que ajudam a aumentar as vendas e compras repetidas, economizar em custos de aquisição.

**FREE (com opções de plano pago)**

## RD Station

Ferramenta para automação em Marketing e Vendas que promete realizar melhores campanhas de nutrição de Leads e gerar oportunidades de negócios qualificadas.

**PREMIUM (com opção de free trial)**




## Zendesk

Esta opção para gerir o suporte ao Cliente oferece uma enorme variedade de ferramentas, incluindo helpdesk, Email Marketing, chat ao vivo, vendas e muito mais.

**PREMIUM (com opção de free trial)**

\*Nota: esta lista poderá conter alguns links de afiliados!



**“The aim of  
Marketing is to  
know and  
understand the  
customer so well  
the product or  
service fits him  
and sells itself.”**

*— Peter Drucker*

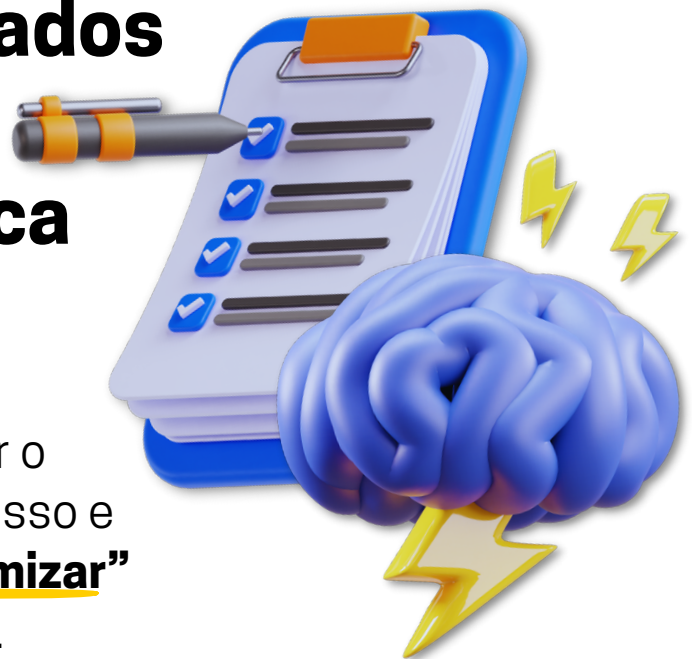
# Conclusão

Esta metodologia é eficiente e eficaz por ser composta por passos elementares que permitem que o **Marketing esteja a trabalhar para nós ao invés de nós estarmos a trabalhar para o Marketing.**

De uma coisa podes ter certeza: se aplicado correctamente, o **Método SPARK Marketing** ajudará a multiplicar a baseline das acções e tácticas para níveis superiores, diminuindo significativamente a dependência de campanhas pontuais.

**Estaremos a gerar actividade e resultados 365 dias por ano, de forma automática e ‘handsfree’!**

Não te esqueças que implementar o **SPARK Marketing** é o primeiro passo e que deves **“Medir, Testar e Optimizar”** a tua Estratégia constantemente.



# Testa os teus conhecimentos

**Caça-Palavras: encontra abaixo as cinco etapas do Método SPARK Marketing.**

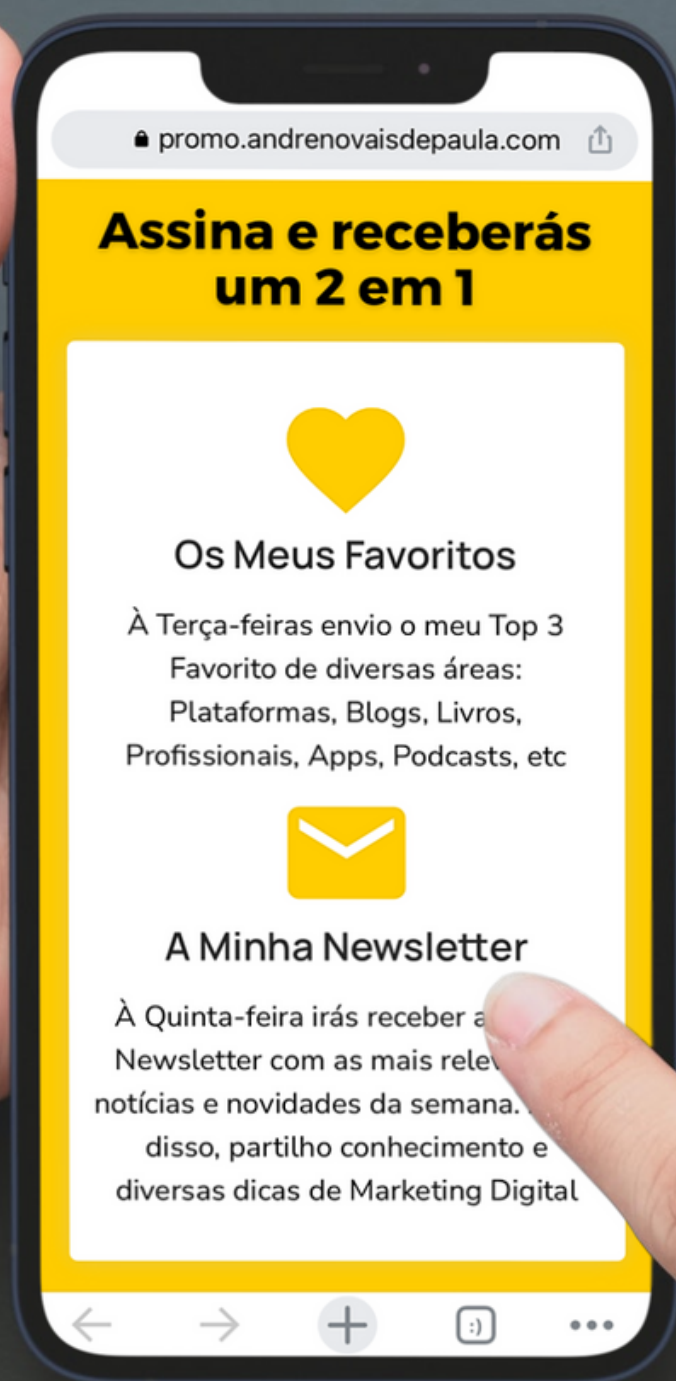
W S F J M S F H M D S E A R C A  
S E A K J M O N R M A R K S T N  
A T T R A C T L E A D S V T A V  
O A R P Ç B L D E Q A H B R Q A  
M P G J U V N S I A Y P E A C M  
N Z K H P C B A N R N A C T R J  
B X L Ç R X V Q C J A N X E A H  
V F O U O Z A A U H N V I G N I  
C E M J D L N N S Ç V A L Y V H  
X H A A U J V V T U A M E B A L  
Z L S Q C H A A O J M E K U M A  
L M X R E Ç M M M M A R M I W N  
H S O T C O N T E N T T L L G B  
S G X A I J M N R O C N A D N V  
A K J Y D K D V S A D V N I T I  
H J H N A T I A C V X L V N B C  
D I Ç R A J S M E D I A A G R K  
K E E P C L I E N T S P M S Q I  
Z M J V H S G V K B Ç K P S W Q

**Algumas dicas úteis para ajudar-te a lembrar quais são:**

1. Etapa que implica pesquisa e identificação das estratégias ideais para uma Marca.
2. Etapa que tem como objectivo atrair a Buyer Persona através da partilha de conteúdos relevantes e oportunos.
3. Etapa que envolve a criação de formulários, landing pages e outras acções de Inbound Marketing.
4. Etapa que visa nutrir os Leads angariados com informações e abordagens de Vendas adequadas.
5. Etapa que pode incluir os vários Programas de Fidelização, suporte pré e pós-venda, etc.

*1. Strategy Building / 2. Produce Content / 3. Attract Leads / 4. Reel-in Customers / 5. Keep Clients*

# Já assinaste a minha Newsletter?



*Aponta a  
câmara do teu  
telemóvel para  
o QR Code ou  
clica aqui!*





**Segue-me nas Redes Sociais**



[andrenovaisdepaula.com](http://andrenovaisdepaula.com) 

© Copyright 2024 – NDP CORP., LDA.  
Todos os direitos reservados.  
André Novais de Paula