



*Casa da Tralha*  
Email Marketing

*Raquel Matos*

# Jornada de compra



Atrair

Converter

Fechar

*Envolvimento*

# Jornada de compra

## Atrair

**Suportes:** Landing Page – CTA “Quero Ajudar!” Com vídeo infográfico de explicação do projecto

+

Email de agradecimento

**Plataforma:** Site – Blog/ Facebook

**Título:** “Já pensaste naquilo que não usas.”

**Temáticas:** doação, carência, utilidade da segunda mão, ajuda social



**Objectivo:** ATRAIR VISITANTES (alertar as pessoas para as necessidades reais da comunidade envolvente e da quantidade de tralha que todos temos e que podemos “Destralhar”)

# Jornada de compra

## Converter

**Suportes:** Email – testemunhos

**Título:** “Lembraste daquele sofá que estava na garagem? Foi adoptado por uma nova família!”

**Temáticas:** mostrar a realidade, apresentar credibilidade do projecto e como se desenvolve



**Objectivo:** CONVERTER VISITANTES EM LEADS/DOADORES (despertar nas pessoas a vontade de limpeza e de partilha dos seus bens bem como a ajuda à comunidade envolvente)

# Jornada de compra

## Fechar

**Suportes:** Email – Reunião, conhecimento, apresentação

**Título:** “A Casa da Tralha explica-te o acontece lá dentro”

**Temáticas:** Dar a conhecer o projecto e as suas caras para transmitir confiança



**Objectivo:** ACOMPANHAR OS LEITORES (Responder à curiosidade que se gera e esclarecer dúvidas que possa interferir na decisão de cooperação)

## Jornada de compra

# Envolvimento

**Suportes:** Email - link de vídeo com testemunhos e acções (em forma de relatório)

**Título:** “Com a tua ajuda já chegamos a 5 famílias. Continuas connosco?”

**Temáticas:** Dados e resultados do projecto



**Objectivo:** CRIAR RELAÇÃO COM OS LEADS E GERAR OPORTUNIDADES (Estabelecer contacto com pessoas que tenham o que dar e que tenham alguma necessidade para dar continuidade ao processo)