

Campanha de Inbound Marketing

MBA em Marketing Digital
ISLA Santarém

Ricardo Godinho Aluno N.º a22110189

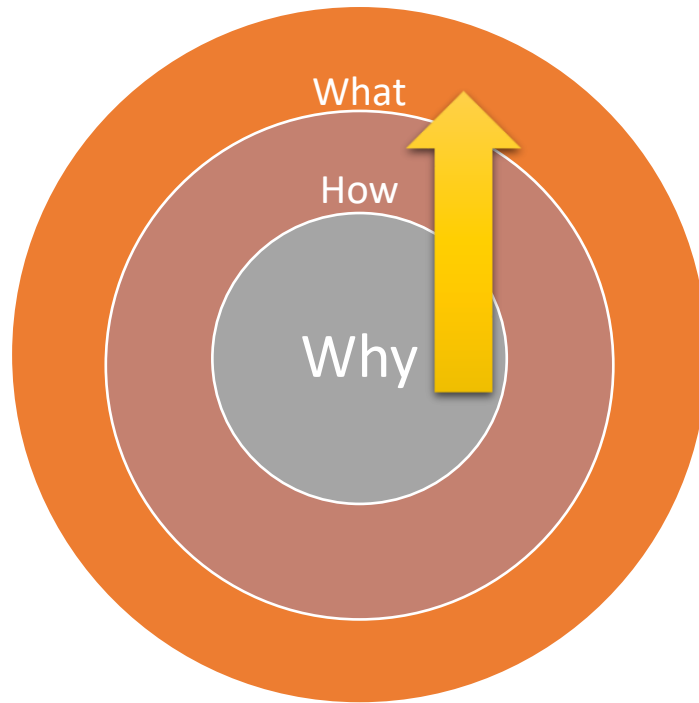


Elevator Pitch

A *Dinas's Babies* é o lugar para os nossos pequenos, onde pretende dar resposta às dúvidas dos pais, através de interação digital com todas as mães e pais que pretendem o melhor para os seus filhotes.

O modelo de negócios assenta numa loja virtual em ligação com o site (blog), com produtos para bebés (essencialmente roupa), de fabrico português com qualidade comprovada (fator de diferenciação). Outra forma de rendimento serão as visualizações através dos canais e redes sociais, bem como vendas cruzadas e benefícios através de parceiros de negócio.





O *Why* do projeto

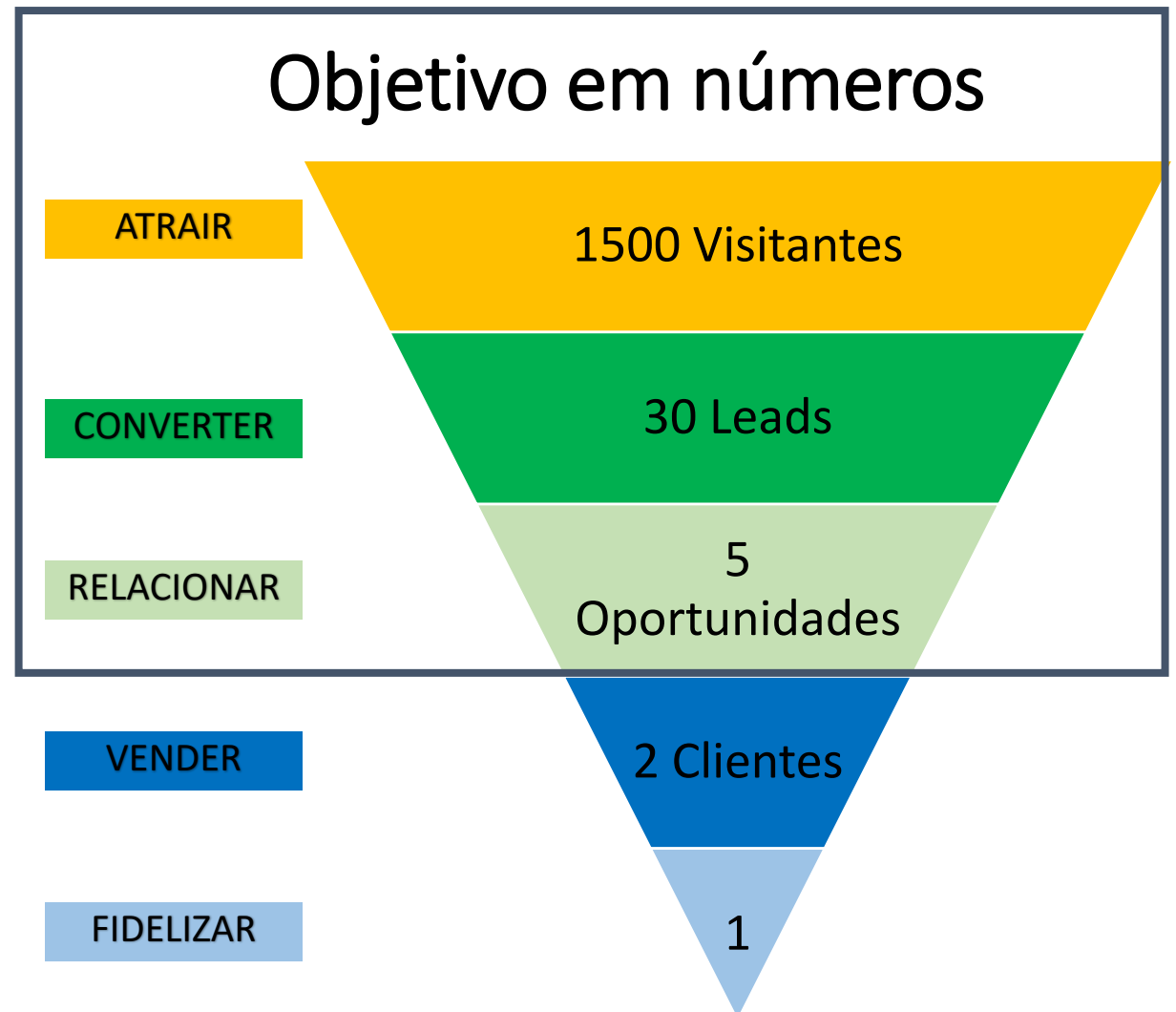
Na *Dinas's Babies*, as nossas roupas são de alta qualidade, produzidas em Portugal, **porque (why)** para nós é importante o bem-estar dos nossos bebés e o conforto dos seus papás e mamãs.

(How) Fazemos com base em modelos testados e submetidos a padrões de qualidade superior, por forma a obtermos os melhores resultados.

(What) Roupas com qualidade de referencia produzidas em Portugal.

Objetivo da Campanha de *Inbound Marketing*

- A **Dinas's Babies** irá efetuar a sua abertura oficial ao público no dia 2 de Maio de 2022, dia do Bebê, pelo que esta campanha se denomina de **Campanha de Abertura**. O **Objetivo** desta campanha centrar-se-á nas etapas de **Atrair**, **Converter** e **Relacionar**, no entanto poderão ocorrer, naturalmente vendas (**Vender**).





Definição de ICP

O ***Ideal Customer Profile (ICP)*** são todos os que **compram pelo menos uma vez por mês**, com um ***tiket* médio de 50 €**. Detêm um **profundo conhecimento** dos produtos, estando presente com alguma **frequência nos vários fóruns/conversas abertas** de comunidade promovidas pela *Dinas's Babies*. Sabe e **reconhece a importância que os nossos produtos têm na sua vida** e tem **presença constante nas nossas redes sociais, recomendando e partilhando** os nossos produtos. Surge com frequência, nas nossas apresentações de **casos de sucesso**. **Subscreve** as nossas **redes sociais** e a nossa **newsletter**.



Personas



Personas

Considere que, apesar de ter duas personas com frustrações diferentes mas dentro da mesma temática, para esta campanha de *Inbound Marketing*, a jornada do cliente e as ações em cada etapa são as mesmas. As temáticas, o conteúdo, bem como os canais de comunicação são dirigidos e adequados para ambas.



A Mãe Filipa

DADOS DEMOGRÁFICOS

35 anos, casada, licenciada e atualmente a exercer na sua área.

HÁBITOS

Efetua praticamente todas as suas compras pela via online. Pratica corrida regularmente. Gosta de viajar, as suas férias habitualmente são em destinos com praias. Uma vez por mês vai jantar/almoçar fora.

FRUSTRAÇÕES

É mãe pela primeira vez, e a inexperiência como tal é a sua principal frustração. Temas como amamentação, saúde do bebé, conforto e bem-estar do bebé são algumas das suas dúvidas.

DESAFIOS

Nesta fase da sua vida, pretende absorver o máximo de conhecimento sobre temas à volta do cuidado e bem-estar bebé.

OBJECTIVOS

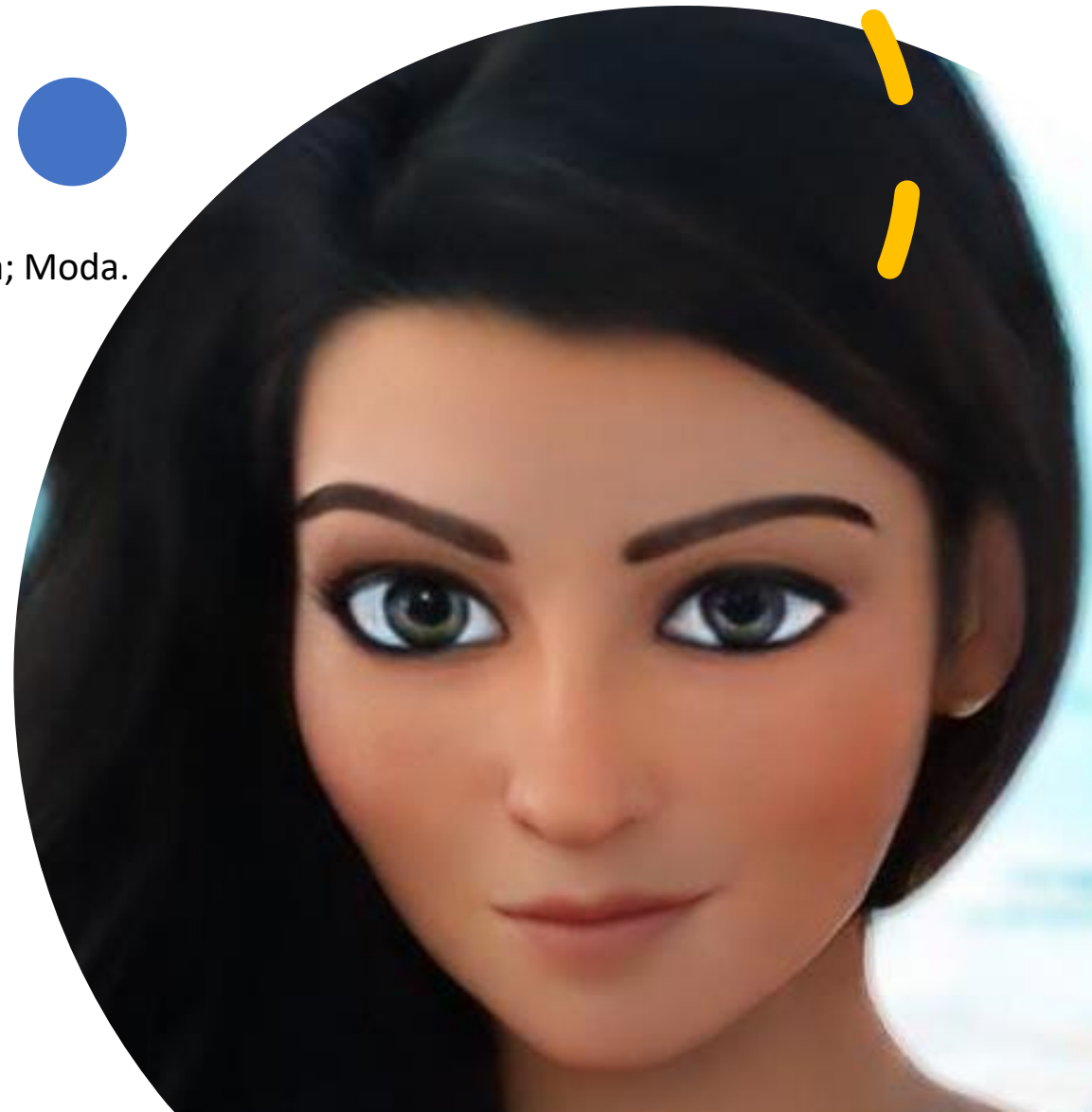
Dar o melhor conforto e bem-estar ao seu bebé.

REDES SOCIAIS QUE UTILIZA



INTERESSES

Viagens; Cozinha e pastelaria; Moda.



O Pai Ricardo

DADOS DEMOGRÁFICOS

31 anos, casado, licenciado e atualmente a exercer na sua área.

HÁBITOS

Detesta perder tempo em compras, optando pela via online na sua maioria. Gosta de se encontrar em boa forma física e para isso pratica vários desportos. Mensalmente tem um jantar com os amigos.

INTERESSES

Viagens; culinária; aplicações e sistemas que simplifiquem a vida; aeromodelismo e desporto.

FRUSTRAÇÕES

É pai pela primeira vez, e a inexperiência como tal é a sua principal frustração. Temas relacionados com a saúde e bem-estar dos bebés, roupas para bebés e gestão do tempo entre os cuidados com o bebé e o seu tempo pessoal são as suas preocupações recentes.

DESAFIOS

Ser o melhor pai e partilhar as tarefas relacionadas com o seu bebé, com a mãe.

OBJECTIVOS

Dar o melhor conforto e bem-estar ao seu bebé e à mãe.

REDES SOCIAIS QUE UTILIZA



Definição da Jornada do Cliente

Descoberta e Aprendizado

➤ Temáticas

- ✓ Vamos ser pais, e agora?;
- ✓ Como devo vestir o meu bebé;
- ✓ A saúde do meu bebé;
- ✓ Como mudar uma fralda.

➤ Tipologia de conteúdo

- ✓ Artigos no Blog;
- ✓ eBook;
- ✓ Newsletter.

➤ Canais de Comunicação

- ✓ Blog (website);
- ✓ Redes sociais.

Reconhecimento do Problema

➤ Temáticas

- ✓ Lista de Maternidade;
- ✓ Bodys e babygrows, Lda;
- ✓ Rastreio auditivo;
- ✓ Teste do pezinho.

➤ Tipologia de conteúdo

- ✓ Artigos no Blog;
- ✓ eBook e Newsletter;
- ✓ Webinar;

➤ Canais de Comunicação

- ✓ Blog (website);
- ✓ Redes sociais;
- ✓ Zoom e/ou Teams;
- ✓ Landing pages;
- ✓ CTA.

Consideração da Solução

➤ Temáticas

- ✓ Tipos de listas de maternidade;
- ✓ Os nossos novos babygrow;
- ✓ Clinica ABC – A nossa parceira.

➤ Tipologia de conteúdo

- ✓ Artigos no Blog;
- ✓ eBook e Newsletter ;
- ✓ Casos de Sucesso;
- ✓ Webinar/Conversas abertas.

➤ Canais de Comunicação

- ✓ Redes sociais;
- ✓ E-mail marketing;
- ✓ Apresentações.

Decisão de Compra

➤ Temáticas

- ✓ Kits de maternidade;
- ✓ Os nossos bebés modelos;
- ✓ Portefólio de modelos usando os nossos produtos.

➤ Tipologia de conteúdo

- ✓ Artigos no Blog;
- ✓ eBook e Newsletter ;
- ✓ Casos de Sucesso;

➤ Canais de Comunicação

- ✓ Redes sociais;
- ✓ Loja Online;
- ✓ Chat online.

Identificar as ações para cada fase da Campanha de *Inbound Marketing*

Blog com artigos otimizados em SEO, usando as palavras chave de cada persona, bem como indo ao encontro das suas dores. # nas redes sociais de acordo com as temáticas identificadas.

ATRAIR

Visitantes

Em cada artigo existirá possibilidade de “quero saber mais” (CTA) e *landing page* com formulários simples e *thank you pages*. A possibilidade de subscrição da *Newsletter* e/ou *eBooks*.

CONVERTER

Leads

E-mail *Marketing* com sugestões de artigos personalizados, blog, *newsletter*, convites para participar em *webinar* e sessões de conversas abertas. Apresentações de casos de sucesso e demonstrações de produtos. Implementação de chat online.

RELACIONAR

Oportunidades

Equipa de vendas fará o acompanhamento. Ajuda online em chat próprio e verificação e análise de carrinhos abandonados, produtos mais e menos vendido.

VENDER

Cientes

E-mail marketing com acompanhamento de datas relevantes dos nossos clientes, agradecimentos, inquéritos de satisfação, envio de amostras de produtos, presentes e descontos para o Top 20.

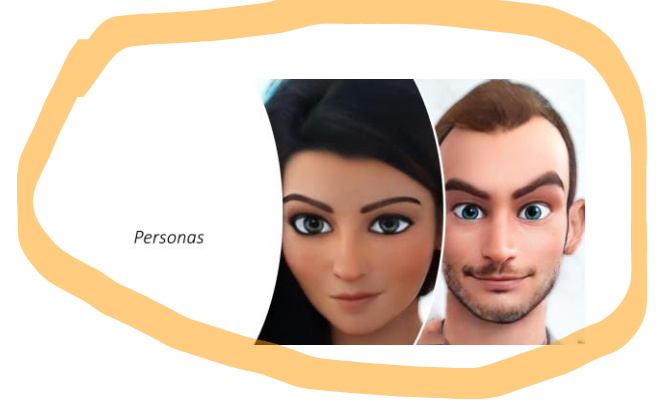
FIDELIZAR

Fidelizar

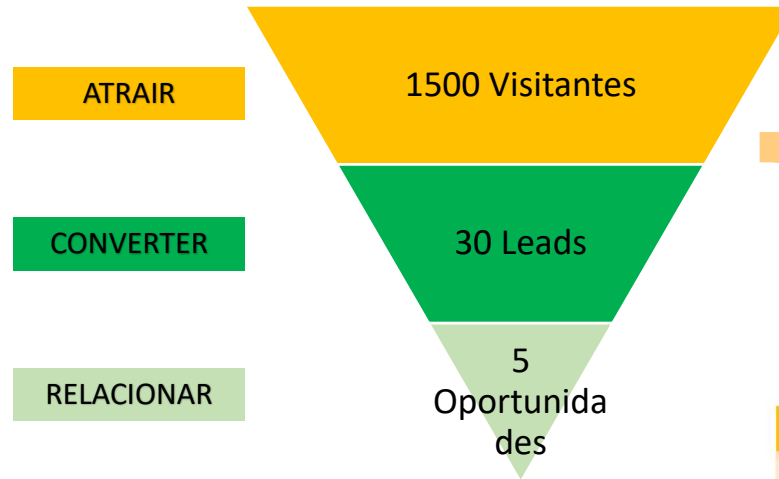
Exemplo de plano de Comunicação

	01 Maio (Dia da Mãe)	02 Maio (Dia do Bebê)	03 Maio	04 Maio	05 Maio
Plataforma Digital	Facebook e Instagram	Instagram	Direto no Instagram	Tik Tok	Zoom
Formato do Conteúdo			Webinar – com acesso a algumas perguntas através do chat 	Vídeo curto para Tik Tok 	Aula online na plataforma Zoom 
Conteúdo	Compilação de sessão fotográfica de mãe c/ bebê, em vídeo (demonstração de carinho e cumplicidade)	Imagem de pais com bebê (demonstração de carinho mimoso, copy no topo)	Na rubrica A saúde dos nossos bebês – vamos falar de surdez infantil. Uma conversa com o Dr. Bruno, especialista em otorrinolaringologista pediátrica.	Vídeo de como mudar a fralda em 20 segundos.	Na rubrica A saúde dos nossos bebês – vamos falar de 1ºs socorros a bebês. Uma aula com a Enfermeira Maria.
Copy	Ser Mãe é...	Já mimou o seu bebê hoje?	À conversa com o Dr. Bruno – A surdez infantil.	Mudar uma fralda em 20 segundos?	Se o seu bebê se engasgar, sabe o que fazer?
Hashtags	#mae #sermae #diadamae	#mimar #bebe #diadobebe	#asaudedosnossosbebes #surdez #surdezinfantil	#mudarfralda #fralda #rabinhoseco	#bebe #asaudedosnossosbebes #primeirosocorros #engasgamento
Horário	11h30	12h30	21h30	19h00	21H30

Resumo da Campanha de Abertura



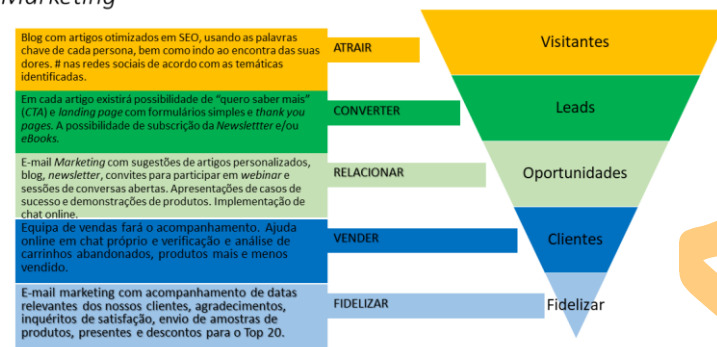
Objetivo da Campanha de Inbound Marketing



Definição da Jornada do Cliente

Descoberta e Aprendizado	Reconhecimento do Problema	Consideração da Solução	Decisão de Compra
<p>➤ Temáticas</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Vamos ser pais, e agora?; ✓ Como devo vestir o meu bebê; ✓ A saúde do meu bebê; ✓ Como mudar uma fralda. <p>➤ Tipologia de conteúdo</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Artigos no Blog; ✓ eBook; ✓ Newsletter. <p>➤ Canais de Comunicação</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Blog (website); ✓ Redes sociais. 	<p>➤ Temáticas</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Lista de Maternidade; ✓ Bodys e babygrows, Lda; ✓ Rastreio auditivo; ✓ Teste do pezinho. <p>➤ Tipologia de conteúdo</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Artigos no Blog; ✓ eBook e Newsletter; ✓ Webinar; <p>➤ Canais de Comunicação</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Blog (website); ✓ Redes sociais; ✓ Zoom e/ou Teams; ✓ Landing pages; ✓ CTA. 	<p>➤ Temáticas</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Tipos de listas de maternidade; ✓ Os nossos novos babygrow; ✓ Clínica ABC – A nossa parceira. <p>➤ Tipologia de conteúdo</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Artigos no Blog; ✓ eBook e Newsletter ; ✓ Casos de Sucesso; ✓ Webinar/Conversas abertas. <p>➤ Canais de Comunicação</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Redes sociais; ✓ E-mail marketing; ✓ Apresentações. 	<p>➤ Temáticas</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Kits de maternidade; ✓ Os nossos bebês modelos; ✓ Portfólio de modelos usando os nossos produtos. <p>➤ Tipologia de conteúdo</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Artigos no Blog; ✓ eBook e Newsletter ; ✓ Casos de Sucesso; <p>➤ Canais de Comunicação</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Redes sociais; ✓ Loja Online; ✓ Chat online.

Identificar as ações para cada fase da Campanha de Inbound Marketing



Análise da Campanha

- ATRAIR**
Blog com artigos otimizados em SEO, usando as palavras chave de cada persona, bem como indo ao encontro das suas dores. # nas redes sociais de acordo com as temáticas identificadas.
- CONVERTER**
Em cada artigo existirá possibilidade de "quero saber mais" (CTA) e landing page com formulários simples e thank you pages. A possibilidade de subscrição da Newsletter e/ou eBooks.
- RELACIONAR**
E-mail Marketing com sugestões de artigos personalizados, blog, newsletter, convites para participar em webinar e sessões de conversas abertas. Apresentações de casos de sucesso e demonstrações de produtos. Implementação de chat online.
- VENDER**
Equipa de vendas fará o acompanhamento. Ajuda online em chat próprio e verificação e análise de carrinhos abandonados, produtos mais e menos vendidos.
- FIDELIZAR**
E-mail marketing com acompanhamento de datas relevantes dos nossos clientes, agradecimentos, inquéritos de satisfação, envio de amostras de produtos, presentes e descontos para o Top 20.

Dina's Babies

Um lugar para os nossos pequenos



Campanha de Inbound
Marketing

MBA em Marketing Digital
ISLA Santarém

Ricardo Godinho Aluno N.º a22110189