



# KIT DE DE CONSULTORIA EM MARKETING DIGITAL



# KIT DE CONSULTORIA EM MARKETING DIGITAL

Seja bem-vindo(a) ao Kit de **Consultoria em Marketing Digital**. Nesse kit você encontrará as ferramentas necessárias aliada as melhores metodologias de marketing e vendas para escalar uma empresa.

A consultoria é dividida em 3 PARTES. Na **primeira parte** vamos fazer uma análise 360° do marketing da empresa, analisando o marketing através de 4 pilares: Posicionamento, Estratégia, Estrutura e Escala.

Na **segunda parte** vamos integrar o marketing da empresa com o setor de vendas e de sucesso do cliente, através da metodologia Flywheel.

E na **terceira parte** faremos o preenchimento das metas e acompanhamento das métricas de marketing, vendas e sucesso do cliente utilizando a ferramenta KPI (Key Performance Indicator).

# 1ª PARTE

## AVALIAÇÃO 360°

### 4 ETAPAS DO MARKETING



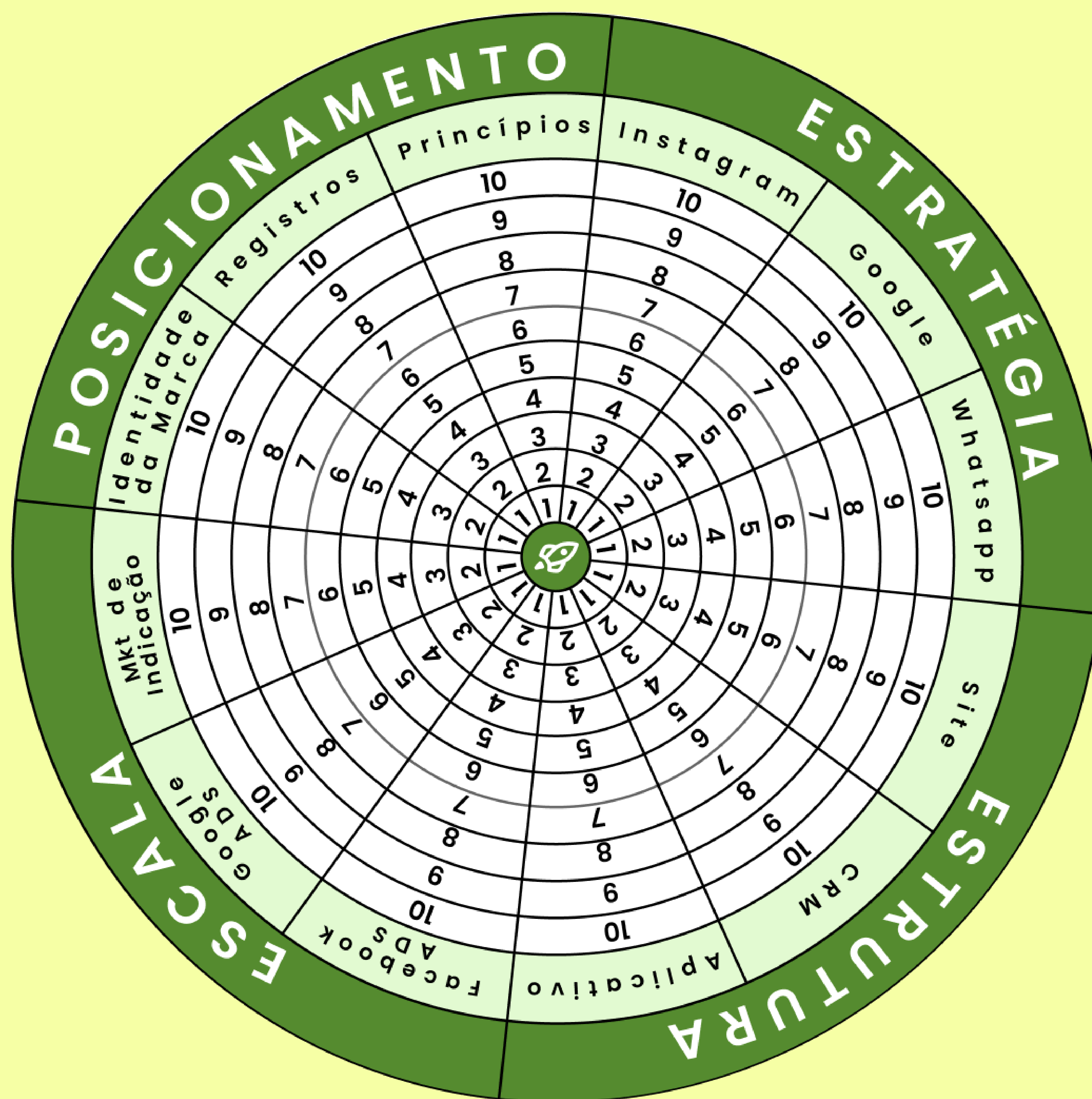
Aqui nós temos a pirâmide do **Marketing Digital**, onde dividimos o Marketing em 4 etapas, começando pelo posicionamento e finalizando na escala. Na lateral estão 3 pilares de cada etapa que são essenciais nas pequenas e médias empresas.

Através da **análise 360°** vamos pontuar cada pilar da empresa através da **Roda do Marketing Digital** que abrange todos estes pilares. Lembrando que deve ser feita uma análise criteriosa e profunda em cada pilar.

# 1ª PARTE

## AVALIAÇÃO 360°

RODA DO MARKETING DIGITAL



Aqui nós temos a **avaliação 360°** onde você vai preencher os pilares de 0 a 10 de acordo com a nota da sua empresa. Essa análise deve ocorrer mensalmente ou pelo menos **a cada 60 dias** para que a empresa possa **evoluir** em todos os aspectos no seu marketing.

# 1ª ETAPA

## AVALIAÇÃO 360°

RODA DO MARKETING DIGITAL

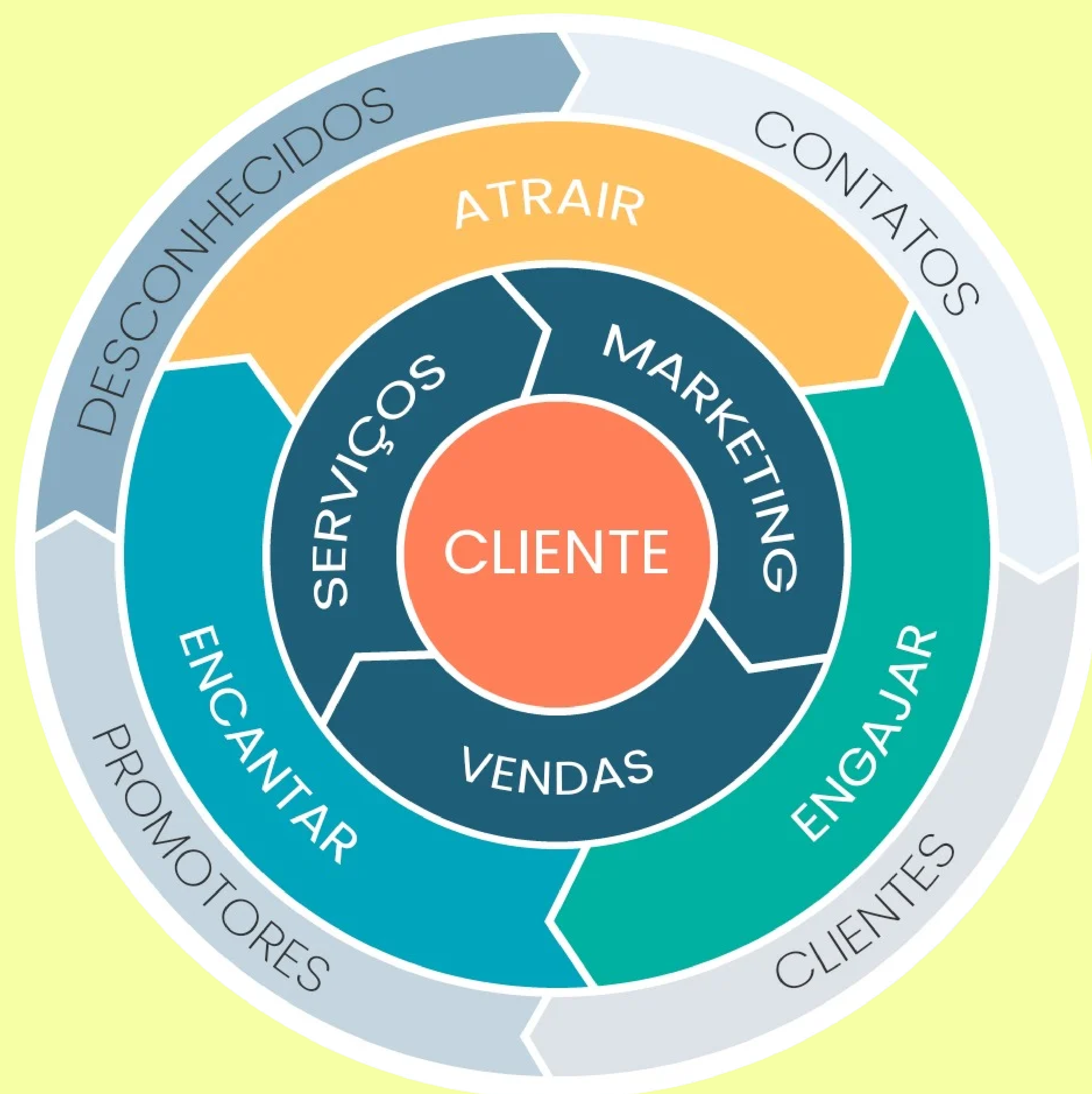


EXEMPLO

## 2ª PARTE

# INTEGRAÇÃO MODELO FLYWHEEL

MARKETING, VENDAS E SUCESSO DO CLIENTE



**O modelo Flywheel divide a empresa em 3 setores: Marketing, Vendas e Sucesso do Cliente.**

**Função do Setor de Marketing:** Posicionar a empresa no mercado, desenvolver estratégias de atração, desenvolver a estrutura tecnológica e gerar escala no alcance da marca.

**Função do Setor de Vendas:** Engajar os leads e motivar a compra, fechando contratos.

**Função do Setor de Sucesso do Cliente:** Garantir que os clientes atuais estejam satisfeitos e que se tornem promotores da empresa.

1ª ETAPA

INTEGRAÇÃO MODELO FLYWHEEL

SETOR DE MARKETING

| SETOR DE MARKETING |          |       |         |       |       |         |
|--------------------|----------|-------|---------|-------|-------|---------|
| O QUÊ?             | POR QUE? | ONDE? | QUANDO? | QUEM? | COMO? | QUANTO? |
|                    |          |       |         |       |       |         |
|                    |          |       |         |       |       |         |
|                    |          |       |         |       |       |         |
|                    |          |       |         |       |       |         |

2ª ETAPA

INTEGRAÇÃO MODELO FLYWHEEL

SETOR DE VENDAS

| SETOR DE VENDAS |          |       |         |       |       |         |
|-----------------|----------|-------|---------|-------|-------|---------|
| O QUÊ?          | POR QUE? | ONDE? | QUANDO? | QUEM? | COMO? | QUANTO? |
|                 |          |       |         |       |       |         |
|                 |          |       |         |       |       |         |
|                 |          |       |         |       |       |         |
|                 |          |       |         |       |       |         |

3ª ETAPA

INTEGRAÇÃO MODELO FLYWHEEL

SETOR DE PÓS-VENDA

| SETOR DE SUCESSO DO CLIENTE |          |       |         |       |       |         |
|-----------------------------|----------|-------|---------|-------|-------|---------|
| O QUÊ?                      | POR QUE? | ONDE? | QUANDO? | QUEM? | COMO? | QUANTO? |
|                             |          |       |         |       |       |         |
|                             |          |       |         |       |       |         |
|                             |          |       |         |       |       |         |
|                             |          |       |         |       |       |         |

## 3ª PARTE

# AVALIAÇÃO DAS MÉTRICAS

KPI (KEY PERFORMANCE INDICATOR)



**Agora é hora de selecionar as principais métricas chaves e acompanhar a evolução delas.**

As métricas devem ser realmente relevantes e devem ter impacto no **faturamento da empresa** seja de forma direta ou indireta. Tome cuidado com métricas de vaidade, que são métricas que podem enganar.

3ª PARTE

AVALIAÇÃO DAS MÉTRICAS

KPI (KEY PERFORMANCE INDICATOR)

DATA INICIAL: \_\_\_\_\_

DATA FINAL: \_\_\_\_\_

| SETOR DE SUCESSO DO CLIENTE |       |      |           |                |
|-----------------------------|-------|------|-----------|----------------|
| MÉTRICA                     | SETOR | META | RESULTADO | COMPARAÇÃO (%) |
|                             |       |      |           |                |
|                             |       |      |           |                |
|                             |       |      |           |                |
|                             |       |      |           |                |



# KIT DE DE CONSULTORIA EM **MARKETING DIGITAL**

**Agora é hora de botar a mão na massa e fazer esse processo na sua empresa.**

Lembre-se de fazer sempre com o apoio de um **especialista capacitado** para que você possa ter as melhores análises e resultados na sua empresa.

Nós da **Frog Digital** somos especialistas em consultoria em Marketing e Vendas para empresas e já ajudamos centenas de empresas a terem um processo de **marketing e vendas** estruturado.

**Conte conosco para assessorar a sua empresa!**

