performance

MATERIAL ESTRATÉGICO LOOM

MARKETING DIGITAL
ALÉM DO *tráfego pago.*

Como construir um ecossistema completo de marketing para e-commerce

LIVES · INFLUENCIADORES · CONTEÚDO ORGÂNICO · AÇÕES COMERCIAIS · CRM · PROVA SOCIAL · SEO

→

Olá!

Preparamos este material para compartilhar com você a forma como a LOOM enxerga performance de verdade.

O tráfego pago é um pilar fundamental da estratégia. É ele que acelera o alcance, leva o cliente certo até a loja e gera dados reais sobre o comportamento do seu público. Mas, sozinho, ele só amplifica. E amplificar o que ainda não está estruturado custa caro.

As marcas que mais crescem com a gente trabalham o ecossistema completo: conteúdo orgânico que constrói desejo, CRM que retém e fideliza, prova social que gera confiança e ações comerciais integradas entre os canais.

Este material mapeia esses pilares com ações práticas, aplicáveis ao seu negócio agora. É um guia para conversarmos sobre quais frentes fazem mais sentido ativar juntos.

Qualquer dúvida, estamos por aqui.

→

TRÁFEGO PAGO
AMPLIFICA.
o ecossistema sustenta.

LOOM

O ECOSSISTEMA COMPLETO

6 PILARES **ALÉM** DO *tráfego pago*

01

LIVES E IMPULSIONAMENTO

Transmissões ao vivo que viram anúncio em tempo real

02

INFLUENCIADORES

Nano, micro, macro e embaixadores da marca

03

CONTEÚDO ORGÂNICO

Formatos e mix editorial que constroem desejo

04

AÇÕES COMERCIAIS

Lançamentos e datas integrados entre os canais

05

CRM, E-MAIL E WHATSAPP

Réguas de automação, recompra e fidelização

06

PROVA SOCIAL E SEO

Avaliações, conteúdo de clientes e busca orgânica

→ **TRÁFEGO PAGO AMPLIFICA. O ECOSSISTEMA SUSTENTA.**

performance

PILAR 01

LIVES COM *impulsionamento*

A Meta permite impulsionar a live como anúncio e levar o ao vivo além dos seguidores, sem interromper a transmissão.

ANTES DA LIVE

- Teaser nos Stories de 3 a 5 dias antes
- Contagem regressiva ativada no Instagram
- Pré-cadastro (link na bio) para lembrete por e-mail ou WhatsApp
- Parceria com influenciador para aquecer
- Roteiro: produtos, preços e ofertas exclusivas

DURANTE A LIVE

- Botão "Impulsionar" para levar a live além dos seguidores
- Ofertas exclusivas e por tempo limitado
- CTA falado e na legenda: "link na bio para comprar"
- Responder comentários aumenta o alcance
- Produto fixado na tela com link direto

DEPOIS DA LIVE

- Cortes dos melhores momentos em Reels
- Replay impulsionado como anúncio
- E-mail e WhatsApp para a lista de interessados
- Cruzar pico de audiência com produto mostrado
- Remarketing para quem assistiu mais de 30 segundos

→

LOOM

INFLUENCIADORES: *alcance com contexto*

NANO

1K a 10K

Engajamento alto, audiência de nicho e confiança genuína. Bom para testar produto, ações regionais e gerar prova social.

CUSTO
Permuta ou cachê simbólico
KPI
Engajamento, UGC

MICRO

10K a 100K

O melhor equilíbrio entre custo e resultado para a maioria dos e-commerces. Audiência engajada e conversão real.

CUSTO
Cachê + comissão
KPI
Conversão, alcance

MACRO

100K a 1M

Impacto de marca e volume de alcance. Use em lançamentos e datas sazonais e negocie o direito de uso em anúncios.

CUSTO
Contrato fixo
KPI
Awareness, tráfego

MEGA

+1M

Celebridades e grandes nomes. Indicado para collabs, edições especiais e reposicionamento de marca.

CUSTO
Alto investimento
KPI
Branding, PR

→ **AVALIE ENGAJAMENTO REAL, COERÊNCIA E CONTEXTO, NÃO SÓ O NÚMERO DE SEGUIDORES.**

CONTEÚDO ORGÂNICO: *formatos que convertem*

REELS

maior alcance orgânico

- Gancho visual forte nos primeiros 3 segundos
- Áudio em alta e legenda sempre ativada
- Produto em uso real, não só em estúdio
- CTA falado e na legenda
- Duração ideal de 15 a 30 segundos

CARROSSEL

mais salvamentos e retenção

- 1º slide feito para parar a rolagem
- Detalhes do produto: material, uso e diferenciais
- Comparativos e guias passo a passo
- Último slide com CTA e preço ou "ver na loja"
- Salvamento é sinal positivo ao algoritmo

STORIES

conexão e conversão direta

- Sequência de 3 a 5 stories com narrativa
- Enquetes e caixinhas de pergunta
- Bastidores da operação e chegada de produtos
- Contagem regressiva para lançamentos
- Link direto para o produto

MIX EDITORIAL: *a regra dos 4 territórios*

40% DESEJO

Venda o benefício antes do produto.

- Produto em uso no dia a dia do cliente
- Detalhes de material e acabamento
- Antes e depois, resultados visíveis
- Unboxing e experiência de entrega

25% AUTORIDADE

Sua marca é especialista. Mostre isso.

- Guias de como usar e como escolher
- Tendências da categoria comentadas
- Comparativos de qualidade e durabilidade
- Dicas de cuidado e manutenção

20% CONVERSÃO

Venda com contexto, não só com oferta.

- Post de produto com contexto de uso
- Lançamentos contados como história
- Kits e combinações (venda cruzada)
- Promoções e datas especiais com CTA direto

15% COMUNIDADE

Sua audiência é seu maior ativo.

- Repost de clientes usando o produto (UGC)
- Perguntas, votações e enquetes
- Depoimentos e cases reais
- Momentos humanos da marca e do time

→ CONSISTÊNCIA VALE MAIS QUE VIRALIZAÇÃO. DESEJO SE CONSTRÓI AOS POUCOS.

performance

PILAR 04

AÇÕES COMERCIAIS *integradas*

Quando site, redes sociais, CRM e loja física (se houver) falam a mesma língua.

LANÇAMENTOS

- Pré-venda de 48h para clientes cadastrados
- Série de teasers 7 dias antes
- Influenciadores publicando no mesmo dia
- E-mail com acesso 12h antes do público geral
- Live de lançamento

DATAS ESPECIAIS

- Campanha própria para cada data do calendário
- Kits de presente com embalagem especial
- Retirada na loja física para compra online, quando houver
- Stories: contagem regressiva e enquete "para você ou para presente?"
- CRM com lembrete de presente

QUEIMA E REATIVAÇÃO

- Acesso antecipado de 24h via WhatsApp e e-mail
- Curadoria para a liquidação não desvalorizar a marca
- Live de ofertas com produto e preço em tempo real
- Reativação de clientes sem compra há mais de 90 dias

→

LOOM

performance

PILAR 05

CRM, E-MAIL E *WhatsApp*

Reter custa menos do que adquirir. Estas réguas trabalham todos os dias, sem depender de mídia.

01 BOAS-VINDAS

E-mail logo após o cadastro: apresente a marca, os diferenciais e um benefício de primeira compra.

02 PÓS-COMPRA

Série de 3 mensagens: confirmação, orientação de uso do produto e convite para as redes.

03 CARRINHO ABANDONADO

Disparos em 1h, 24h e 72h. Reforce valor e benefícios antes de recorrer ao desconto.

04 ANIVERSÁRIO

Início do mês (antecipa o presente), dia do aniversário (cupom) e lembrete de expiração.

05 REATIVAÇÃO (90 DIAS)

Clientes sem compra há 90 dias recebem curadoria com base no histórico de compras.

06 RECOMPRA

Lembrete no ciclo natural do produto: reposição, novidade ou item complementar.

→ **WHATSAPP: PARA CLIENTES VIP E LANÇAMENTOS, NUNCA COMO DISPARO EM MASSA.**

PROVA SOCIAL: *o cliente vende por você*

COMO GERAR

01 CONVITE NA EMBALAGEM

Cartão pedindo "mostre como ficou" com o @ da marca. A entrega vira criação de conteúdo.

02 REPOST E DESTAQUE

Reposte stories de clientes e crie um destaque "Quem usa" nas redes e no site.

03 PÓS-VENDA ATIVO

Depois da entrega, peça avaliação do produto e da experiência, de preferência com foto.

ONDE EXIBIR

PÁGINA DE PRODUTO

Avaliações em cada produto. Meta: 10 por SKU.

INSTAGRAM

Destaques de clientes e feedbacks sempre atualizados.

GOOGLE

Avaliações no Perfil da Empresa reforçam SEO local e credibilidade.

ANÚNCIOS

Depoimentos e UGC reais como criativo, com autorização do cliente.

performance

PILAR 06 · B

SEO E *busca orgânica*

Visibilidade gratuita e intencional: o tráfego que continua chegando.

SEO DE PRODUTO

- Nome com palavras-chave: "Garrafa Térmica Inox 500 ml Preta"
- Descrição que responde dúvidas: material, uso, medidas e cuidados
- Texto alternativo nas fotos com nome e variação
- URL amigável: /garrafa-termica-inox, não /prod1234
- Avaliações com texto viram conteúdo indexável

BLOG DA MARCA

- Artigos com intenção de compra: "como escolher..."
- Guias sazonais com link interno para categorias
- Comparativos e novidades com link para produtos
- Conteúdo perene que responde dúvidas frequentes
- 1 artigo por semana já constrói autoridade

GOOGLE E BUSCA VISUAL

- Perfil da Empresa no Google, para quem tem loja física
- Dados estruturados de produto: preço, estoque, avaliação
- Merchant Center com feed otimizado para listagens gratuitas
- Pinterest como busca visual indexada pelo Google

→ **SEO LEVA DE 3 A 6 MESES PARA MATURAR, MAS NÃO COBRA POR CLIQUE.**

LOOM

performance

PLANEJAMENTO ANUAL

CALENDÁRIO DO *varejo digital*

JAN
Liquidação de início de ano
Planejamento anual

FEV
Volta às aulas
Carnaval

MAR
Dia do Consumidor (15/3)
Dia da Mulher (8/3)

ABR
Páscoa
Preparação do Dia das Mães

MAI
DIA DAS MÃES
Kits de presente
Campanha CRM para VIPs

JUN
DIA DOS NAMORADOS
Festas juninas (nicho)
Revisão do semestre

JUL
Liquidação de meio de ano
Férias e Dia dos Avós (26/7)

AGO
DIA DOS PAIS
Lançamentos de estação

SET
Dia do Cliente (15/9)
Novidades de primavera

OUT
Dia das Crianças (12/10)
Aquecimento da Black Friday

NOV
BLACK FRIDAY
Cyber Monday
Início das vendas de Natal

DEZ
NATAL
Presentes de última hora
Réveillon e liquidação

→ **PLANEJE CADA DATA COM 45 DIAS DE ANTECEDÊNCIA.**

LOOM

POR ONDE COMEÇAR

MATRIZ DE **PRIORIDADE** *e impacto*

AÇÃO	ESFORÇO	IMPACTO	PRAZO	OBSERVAÇÃO
CRM: pós-compra e carrinho abandonado	●○○	●●●	Imediato	*Ganho rápido, configure já*
Reels de produto (conteúdo orgânico)	●○○	●●●	Imediato	*Consistência vale mais que volume*
Microinfluenciadores (2 a 3 por mês)	●●○	●●●	1 mês	*Melhor custo-benefício*
UGC: cartão na embalagem + hashtag	●○○	●●○	Imediato	*Custo quase zero*
Lives com impulsionamento	●●○	●●●	2 semanas	*Recurso nativo da Meta*
SEO de produto (descrições e alt text)	●●○	●●○	1 a 2 meses	*Cresce com o tempo*
Blog e conteúdo perene	●●●	●●○	3 a 6 meses	*Ativo de longo prazo*
Ações sazonais integradas	●●●	●●●	Por data	*Planejar com 45 dias*

●●● alto ●●○ médio ●○○ baixo

→

PRÓXIMO PASSO

O ECOSSISTEMA ESTÁ **MAPEADO.**

Qual pilar sua marca ativa primeiro?

→

Metodologia LOOM

Estratégia · Tráfego · CRM · Dados

loomcommerce.com.br

LOOM