

**UNIFEOB**

**Centro Universitário da Fundação de Ensino Octávio Bastos**

**ESCOLA DE NEGÓCIOS**

**ADMINISTRAÇÃO**

**GROWTH MARKETING E COMO APLICÁ-LO**

**PROJETO DE EXTENSÃO**

**SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP**

**SETEMBRO 2022**

**Tarcísio Pires**

**19001243**

**Igor Aquino**

**20001863**

## **Introdução sobre a metodologia e projeto criado.**

Se você está procurando maneiras de impulsionar o seu negócio, você pode querer considerar o Growth Marketing. O Growth Marketing é uma abordagem orientada por dados que se concentra na aquisição e retenção para alcançar um crescimento sustentável. Ao implementar algumas estratégias simples de crescimento, você pode levar sua empresa para o próximo nível que almeja.

Nesse Artigo escolhemos uma empresa chamada Wesley Fotografia onde vamos criar um plano de crescimento previsível orientado a dados, focando no aumento de faturamento no curto prazo e também no aumento da base de clientes fixos.

### **1. Breve Explicação sobre o que é Growth Marketing e como aplica-lo.**

#### **1.1 O que é Growth Marketing**

Há muitos benefícios em usar uma abordagem de Growth Marketing para o seu negócio. Talvez o benefício mais importante seja o fato de ser uma abordagem orientada por dados. Isso significa que você pode tomar decisões com base em dados concretos, em vez de suposições ou intuição. Além disso, o Growth Marketing se concentra na aquisição e retenção. Isso significa que você pode atrair novos clientes e mantê-los voltando para mais. Por fim, o growth marketing incentiva a experimentação e o teste. Isso significa que você pode experimentar novas ideias e ver o que funciona melhor para o seu negócio.

#### **1.2 Como você pode usar o Growth Marketing aplicando uma abordagem orientada a dados.**

Os dados são a base de qualquer boa estratégia de Growth Marketing. Ao entender quem são seus clientes-alvo e o que eles desejam, você pode criar campanhas direcionadas que ressoam com eles. Além disso, usar dados para rastrear seus resultados ajudará você a otimizar continuamente seus esforços para obter o máximo impacto.

#### **1.3 Foco na aquisição e retenção.**

Adquirir novos clientes é essencial para qualquer negócio, mas não basta focar apenas na quantidade. Também é importante focar na qualidade, certificando-se de que os clientes que você adquire sejam aqueles que permanecerão e continuarão fazendo negócios com você a longo prazo. É por isso que uma boa estratégia de Growth Marketing deve se concentrar igualmente na aquisição e na retenção.

## **1.4 Experimente e teste novas ideias.**

A melhor maneira de descobrir o que funciona é experimentar e testar novas ideias constantemente. Experimente diferentes abordagens e veja quais geram os melhores resultados. Em seguida, dobre esses esforços e continue testando para melhorar ainda mais seus resultados. Este processo de experimentação constante é como as empresas de sucesso alcançam um crescimento sustentado ao longo do tempo.

## **1.5 Priorize o valor da vida útil do cliente.**

Uma métrica-chave em qualquer estratégia de Growth Marketing é o valor da vida útil do cliente (CLV). Essa métrica representa o valor total da receita que um cliente gerará para sua empresa ao longo do relacionamento com você. Ao se concentrar no CLV, você pode garantir que está adquirindo clientes de alta qualidade que permanecerão e farão muitos negócios com você ao longo do tempo.

## **2. Empresa escolhida e aplicação do método**

### **2.1 Empresa escolhida**

A empresa escolhida para o projeto é Wesley Victor Fotografia, localizada em Poços de Caldas/MG. Hoje, o negócio não tem um processo de vendas definido, então iremos começar do zero. O mesmo já atendeu alguns clientes, e hoje conta com alguns trabalhos fixos, mas nada definitivo a longo prazo. Vamos aplicar toda estratégia e mentalidade de crescimento e desenvolver todo processo de vendas da empresa.

O foco desse projeto é tanto desenvolver um processo de vendas online, conseguindo atrair o máximo de pessoas que não o conhece, quanto desenvolver um plano de retenção para pessoas que já o conhece e já compraram dele.

No serviço vendido pelo mesmo, ele consegue um lucro de até 90% em cima do valor cobrado, pois o cliente arca com as despesas adicionais, aumentando o faturamento do negócio.

### **2.2 Aplicação do Método**

Primeiramente, como Wesley ainda não tem processos de atendimentos definidos, nós desenhamos todo caminho desde a entrada do cliente até o fechamento da venda ou entrada na base para re-marketing caso não tenha comprado. Com isso, desenhamos todo o DrawFlow a baixo com o intuito de ver todas as lacunas no atendimento e ideias para melhorias e fortalecimento da conversão, focando exclusivamente na geração de dados e inteligência para o negócio.

## **(Imagem DrawFlow)**

Após a definição do processo de atendimento, desenhamos todo Playbook (Livro de Jogada) que serve como um checklist com todos os passos que vamos tomar para a aplicação do projeto, com data e hora para entrega, focando em resolver o mais rápido possível as

necessidades e chegar o mais rápido possível no resultado final, que é aumentar o faturamento e quantidade de clientes. Esse Playbook foi desenvolvido pela nossa empresa Creative Alpha, criada no final de 2019, em um Projeto de P.I., que hoje conta com mais de 120 clientes em todo Brasil e Europa.



Conforme a imagem acima, iremos realizar a fase de implementação do processo em até 12 semanas, focando em validar o processo de vendas da empresa e também geração dados, como público-alvo, poder de compra, alcance e métricas importantes para o projeto.

## 2.2.1 Fase de Implementação

Na primeira e segunda semana de projeto é onde focamos configurar todas fontes de tráfego para a geração de demanda no negócio, levando todos os dados gerados a um CRM escolhido pelo cliente ou fornecido pela nossa equipe.

Essa é uma das partes mais importantes do projeto onde, colhemos todas informações do cliente, alinhamos todas nossas expectativas os lembrando que é um serviço onde ambas as partes precisam fazer suas obrigações, e definimos a estratégia inicial a ser seguida.

### 2.2.2 Aplicação da Estratégia

A partir do final da segunda semana/início da terceira é onde vamos iniciar toda estratégia de tráfego, focando na geração de demanda de novos clientes para o negócio. Nosso foco aqui é fazer uma campanha de Tráfego Rápido, focando atingir todos os clientes que já tem interesse no serviço prestado. Com isso vamos utilizar a rede social Google, onde as pessoas procuram diretamente uma solução para a sua dor ou angustia, ou seja, se uma pessoa precisa de um fotografo, nós vamos estar lá.

Nessa etapa vamos procurar oferecer dois tipos de serviço:

- Um ensaio de 2 horas, onde o cliente irá escolher todos os aspectos e elementos trabalhados nesse momento.
- Um Pacote mensal de acompanhamento onde Wesley ou algum parceiro irá acompanhar seu cliente em uma rotina ou ação específica em 4 dias escolhidos pelo cliente no mês.

Para pessoas que já se tornaram clientes, vamos começar enviar mensagens oferecendo dias vagos na agenda, o fornecendo pesquisas para mais dicas de serviços que podemos oferecer, servindo como uma pesquisa para o desenvolvimento de novos projetos.

### **3. Resultados Esperados**

#### **3.1 Novos Clientes**

Nesse Step do projeto, nosso objetivo nos primeiros 2 meses é trazer 10 novos clientes no mês para o ensaio mais 1 cliente ao mês na assessoria mensal para a validação do serviço.

### **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

Growth Marketing: o que é e como sua empresa pode se beneficiar disso? Disponível em:<<https://rockcontent.com/br/blog/o-que-e-growth-marketing/>>. Acesso em: 23 set. 2022.

O que é Growth Marketing e por que ele é tão inovador? Disponível em: <<https://www.dinamize.com.br/blog/growth-marketing/>>. Acesso em: 24 set. 2022.