

# Os 3 pilares de Trade Marketing Digital

Trade Marketing Digital é uma estratégia que visa conquistar o consumidor no ponto de venda online, ou seja, no e-commerce.

O Trade Marketing Digital pode ser compreendido em 3 pilares, de acordo com a execução das marcas no e-commerce:

## Jornada das Marcas no E-commerce

Em 3 fases



## Pilar 1: Conversão

### Sortimento

Sortimento é o **portfólio de produtos** de determinado fabricante que é comercializado em uma loja – seja física ou online.

Antes de montar o seu sortimento, **todo profissional de Trade Marketing Digital deve:**

1. Traçar os objetivos da indústria no e-commerce;
2. Entender o seu posicionamento atual no mundo digital;
3. Selecionar varejos chave para a marca;
4. Definir em quais casos o sortimento online é diferente do offline;
5. Separar os produtos em grupos de importância.

### Disponibilidade de estoque

A disponibilidade de estoque no e-commerce acontece quando o consumidor consegue comprar o produto numa loja online, ou seja, tem em estoque.

Porém, se aparece aquela mensagem “Avisar-me quando o produto chegar” ou algo similar, significa que a loja não tem o produto em estoque, pois o consumidor não consegue efetuar a compra.

### Preço

As indústrias precisam de uma estratégia de precificação muito bem alinhada para vender tanto no ambiente online quanto no offline.

**A oferta e a demanda levam em consideração qual o mercado você atua.** O preço do seu produto não interfere apenas no lucro, ele também dita a percepção do cliente em relação à sua marca.

### Conteúdo

O conteúdo digital é o que mostra todos os detalhes na página do produto para o consumidor não ter dúvida na hora da compra.

**Alguns modelos de conteúdo mais usados e conhecidos são:**

1. Títulos;
2. Fotos;
3. Descrição;
4. Vídeos;
5. Lâminas HTML;
6. Imagens hero;
7. Avaliações e comentários.

### Avaliações e comentários (Rating & Reviews)

As avaliações e comentários dos produtos fazem muita diferença na hora da decisão de compra online porque:

- ✓ É um conteúdo que o consumidor realmente acredita, pois é a opinião de outras pessoas;
- ✓ É gratuito;
- ✓ É único, ou seja, ajuda o produto a ser encontrado mais facilmente pelo Google.

## Pilar 2: Visibilidade

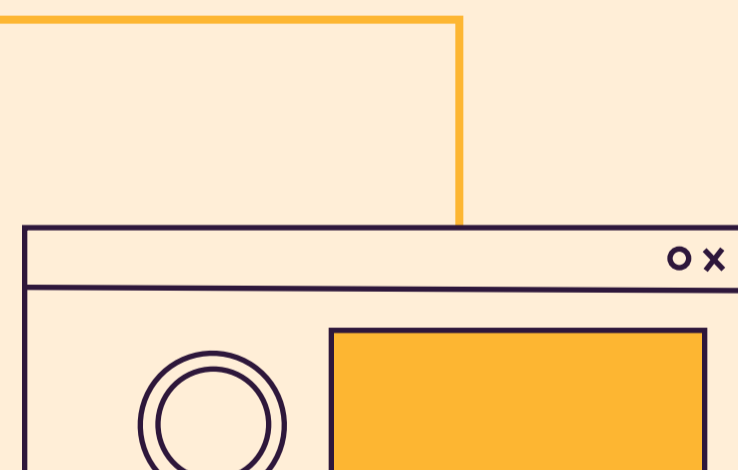
Você precisa garantir que a sua marca **se destaque** nos e-commerces para que o consumidor adquira seus produtos. Uma das maneiras mais eficazes de fazer isso é por meio dos banners nos sites.



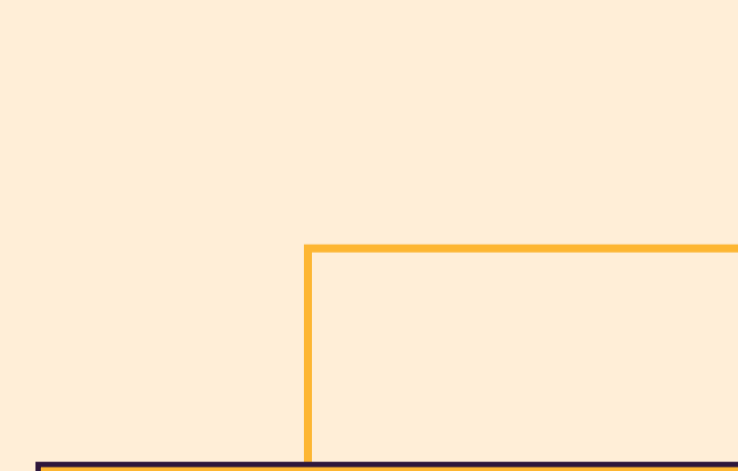
Nesse sentido, é importante criar estratégias com os varejistas e **monitorar a efetividade** das suas campanhas e comparar com seus concorrentes. Portanto, você precisa investir em **Share of Banner**.



Além disso, é fundamental que a sua marca acompanhe qual é o posicionamento dos seus produtos de acordo com as **palavras-chave** nas principais lojas online que você vende. É o que chamamos de **Share of Search**.



Por meio dessa funcionalidade, você ainda consegue **acompanhar a posição** dos concorrentes para traçar uma estratégia assertiva e descobrir o que pode diferenciar os seus produtos.



## Pilar 3: Tráfego

As páginas dos seus produtos nos e-commerces precisam ser facilmente encontradas pelos consumidores no Google e a experiência de compra deve ser de qualidade.

71%

71% dos consumidores no mundo já abandonaram uma compra por encontrar dificuldades técnicas para completar a transação. (Adyen)

Algumas ações são bem comuns nesse sentido:



**Campanhas nas redes sociais**



**Anúncios no Google**



**Direcionamento de tráfego do site da marca para varejos estratégicos**

Descubra como começar a traçar estratégias de Trade Marketing Digital para a sua marca!

Saiba mais

