


# Remarketing

## Multicanal:

Aumente o Alcance e  
Reconquiste Clientes



Marketing Campaign

 **TM Traffic**

## Sumário:

Introdução	01
Capítulo 1: Mergulhando no Mundo do Remarketing Multicanal	02
Capítulo 2: Desvendando os Canais de Remarketing: Vantagens, Desvantagens e Tecnologia	07
Capítulo 3: O Poder da Personalização no Remarketing Multicanal	23
Capítulo 4: Otimizando suas Campanhas de Remarketing Multicanal	25
Capítulo 4: Otimizando suas Campanhas de Remarketing Multicanal	27
Conclusão	30



## Introdução:

O remarketing tornou-se uma ferramenta crucial para o sucesso de e-commerces na era digital. Através dessa estratégia, você recaptura a atenção de clientes que já demonstraram interesse em seus produtos ou serviços, aumentando as chances de conversão e fidelização.

Este e-book te guiará por um universo de possibilidades para expandir o alcance do seu remarketing, explorando canais inovadores e estratégias eficazes para reconquistar clientes e impulsionar as vendas.



# Capítulo 1:

## Mergulhando no Mundo do Remarketing Multicanal

Neste capítulo, você entenderá a importância do remarketing multicanal e como essa estratégia pode transformar a jornada de seus clientes, desde a primeira visita até a compra definitiva.

### O poder do remarketing:

O remarketing multicanal se destaca por sua capacidade de recapturar clientes em diferentes etapas da jornada de compra, aumentando significativamente as chances de conversão. Imagine um cliente que visitou seu site, visualizou alguns produtos e adicionou-os ao carrinho, mas não finalizou a compra. Através do remarketing multicanal, você pode:

- Enviar um e-mail no mesmo dia da compra abandonada, lembrando-o dos produtos que ele visualizou e oferecendo um desconto especial.
- No dia seguinte, enviar um SMS curto e direto, informando que o produto ainda está disponível e convidando-o para finalizar a compra.
- No terceiro dia, entrar em contato com o cliente por WhatsApp, oferecendo ajuda para finalizar a compra ou sanar qualquer dúvida que ele possa ter.

Combinando esses canais de forma estratégica, você aumenta as chances de reconquistar esse cliente e convertê-lo em um comprador fiel.



## Canais para todos os gostos:

O remarketing multicanal oferece uma ampla gama de canais para alcançar seus clientes, permitindo que você personalize sua estratégia e maximize o impacto das suas campanhas. Explore as diversas opções disponíveis:

- Rede de Display do Google: Alcance global em milhões de websites e apps parceiros do Google.
- Redes Sociais: Conecte-se com seus clientes nas plataformas que eles mais usam, como Facebook, Instagram e LinkedIn.
- Email Marketing: Comunicação direta e personalizada com seus clientes.
- SMS Marketing: Imediatismo e altas taxas de abertura.
- WhatsApp Marketing: Comunicação direta e personalizada via WhatsApp Business API.
- Remarketing por Push: Alcance instantâneo em dispositivos móveis com notificações push.
- Remarketing de Vídeo: Utilize vídeos personalizados para atrair a atenção dos usuários e aumentar o engajamento.
- Remarketing de Áudio: Alcance seu público em plataformas de streaming de música e podcasts.
- Remarketing em Apps: Direcione seus anúncios para usuários que já utilizaram seu app ou realizaram compras in-app.
- Remarketing de Pesquisa: Exiba anúncios pagos nos resultados de pesquisa do Google para usuários que já pesquisaram por produtos ou serviços relacionados aos seus.



### **Personalização é a chave:**

O sucesso do remarketing multicanal depende da personalização das suas campanhas. Utilize as informações que você possui sobre seus clientes, como histórico de compras, interesses e comportamento de navegação, para criar anúncios relevantes e atraentes.

- **Segmente seus clientes:** Divida seu público em grupos com base em características comuns, como interesses, idade, localização e valor da compra.
- **Crie anúncios personalizados:** Utilize imagens, textos e ofertas relevantes para cada segmento de público.
- **Ajuste o tempo e a frequência dos seus anúncios:** Mostre seus anúncios aos clientes no momento certo e com a frequência ideal para não ser intrusivo.

### **Métricas para o sucesso:**

Acompanhar os resultados das suas campanhas de remarketing é crucial para identificar as melhores práticas e otimizar o desempenho. Utilize ferramentas de análise para monitorar métricas como:

- **Taxa de cliques (CTR):** Mede a porcentagem de usuários que clicaram em seus anúncios.
- **Taxa de conversão (CR):** Mede a porcentagem de usuários que clicaram em seus anúncios e realizaram uma compra.
- **Custo por aquisição (CPA):** Mede o custo médio para converter um usuário em cliente.
- **Retorno sobre investimento (ROI):** Mede o lucro gerado pelas suas campanhas de remarketing em relação ao investimento realizado.

# Capítulo 2:

## Mergulhando no Mundo do Remarketing Multicanal

Neste capítulo, você terá um guia completo sobre os principais canais de remarketing, explorando suas vantagens, desvantagens e as principais tecnologias utilizadas em cada um.

### 1. Rede de Display do Google:

**Alcance global:** Exiba seus anúncios em milhões de websites e apps parceiros do Google, alcançando um público amplo e diversificado.

**Segmentação precisa:** Utilize diversas opções de segmentação para direcionar seus anúncios para o público certo, como interesses, idade, localização, histórico de navegação e remarketing.

**Formatos de anúncios variados:** Crie anúncios em diversos formatos, como banners, vídeos e anúncios intersticiais, para chamar a atenção dos usuários.

### Vantagens

Amplo alcance e segmentação precisa.

Diversos formatos de anúncios.

Integração com outras ferramentas do Google Ads.

### Desvantagens

Pode ser um canal mais caro que outros, como email marketing.

Anúncios podem ser intrusivos se não forem segmentados corretamente.



Neste capítulo, você terá um guia completo sobre os principais canais de remarketing, explorando suas vantagens, desvantagens e as principais tecnologias utilizadas em cada um.

### Tecnologias:

**Google Ads:** Plataforma de publicidade online do Google que permite criar e gerenciar campanhas de remarketing na Rede de Display.



**Google Analytics:** Ferramenta de análise web que fornece dados sobre o comportamento dos usuários em seu site, permitindo que você segmente seus anúncios com base no histórico de navegação.



**Floodlight:** Ferramenta de rastreamento de conversões do Google Ads que permite que você monitore o desempenho de suas campanhas de remarketing.





## 2. Redes Sociais:

**Conexão com o seu público:** Conecte-se com seus clientes nas plataformas que eles mais usam, como Facebook, Instagram e LinkedIn, aumentando o engajamento e a fidelização.

**Anúncios personalizados:** Crie anúncios personalizados para cada plataforma, utilizando formatos e recursos específicos de cada rede social.

**Interação em tempo real:** Interaja com seus clientes em tempo real através de comentários, mensagens privadas e grupos, construindo um relacionamento mais próximo.

### Vantagens

Ampla alcance e segmentação precisa.

Anúncios personalizados para cada plataforma.

Interação em tempo real com os clientes.

### Desvantagens

Pode ser um canal mais caro que outros, como email marketing.

Algoritmos das redes sociais podem limitar o alcance dos seus anúncios.

### Tecnologias:

**Facebook Ads:** Plataforma de publicidade do Facebook que permite criar e gerenciar campanhas de remarketing no Facebook, Instagram e Audience Network.



Tecnologias:

**LinkedIn Ads:** Plataforma de publicidade do LinkedIn que permite criar e gerenciar campanhas de remarketing para profissionais.

**LinkedIn**  **ads**

**Twitter Ads:** Plataforma de publicidade do Twitter que permite criar e gerenciar campanhas de remarketing no Twitter.

 **Ads**

### 3. Email Marketing:

**Comunicação direta e personalizada:** Envie e-mails personalizados para seus clientes, informando-os sobre novos produtos, promoções e ofertas exclusivas.

**Alto ROI:** O e-mail marketing é um dos canais de marketing com maior retorno sobre investimento (ROI), pois permite que você alcance um público altamente engajado com um custo relativamente baixo.

**Segmentação avançada:** Segmente seus clientes em listas com base em diversos critérios, como histórico de compras, interesses e comportamento de navegação, para enviar emails mais relevantes.

## Vantagens

Alto ROI.

Segmentação avançada.

Comunicação direta e personalizada.

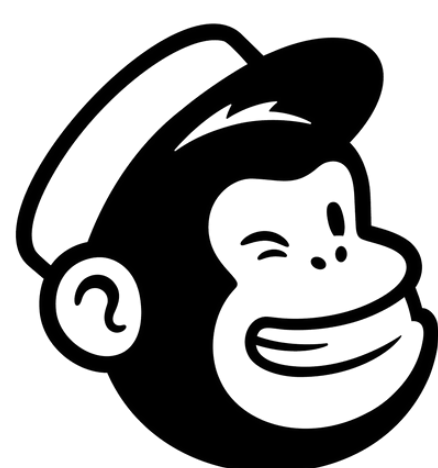
## Desvantagens

Pode ter baixa taxa de abertura e engajamento se não forem enviados e-mails relevantes e de qualidade.

É importante ter uma lista de emails de qualidade para que as suas campanhas sejam eficazes.

### Tecnologias:

**MailChimp:** Plataforma de email marketing gratuita que permite criar e enviar emails personalizados para seus clientes.



# mailchimp

Tecnologias:

**ActiveCampaign:** Plataforma de email marketing paga que oferece recursos mais avançados, como automação de marketing e segmentação dinâmica.

[ActiveCampaign >](#)

**ConvertKit:** Plataforma de email marketing focada na criação de emails de alta conversão.



#### 4. SMS Marketing:

**Imediatismo e altas taxas de abertura:** O SMS marketing tem taxas de abertura e leitura muito altas, pois as pessoas costumam ler mensagens de texto imediatamente.

**Ideal para mensagens curtas e urgentes:** O SMS marketing é ideal para enviar mensagens curtas e urgentes, como cupons de desconto, promoções relâmpago e lembretes de carrinhos abandonados.

**Comunicação direta e pessoal:** O SMS marketing permite que você se comunique diretamente com seus clientes de forma pessoal e instantânea.



## Vantagens

Imediatismo e altas taxas de abertura.

Ideal para mensagens curtas e urgentes.

Comunicação direta e pessoal.

### Tecnologias:

**SMS Gateway:** Plataforma que permite enviar e receber mensagens SMS em massa.



### Tecnologias:

**Plivo:** Plataforma de comunicação omnichannel que oferece SMS Gateway, entre outros recursos.



**Twilio:** Plataforma de comunicação em nuvem que oferece SMS Gateway, entre outros recursos.



## Desvantagens

Mensagens limitadas a 160 caracteres.

Pode ser um canal mais caro que o email marketing.

É importante ter o consentimento do cliente para enviar mensagens SMS.

## 5. WhatsApp Marketing:

**Comunicação direta e personalizada:** Utilize o WhatsApp Business API para enviar mensagens personalizadas para seus clientes, compartilhando produtos, promoções e ofertas exclusivas.

**Alto engajamento:** O WhatsApp é um dos aplicativos de mensagens mais populares do mundo, com alto índice de engajamento entre os usuários.

**Interação em tempo real:** Interaja com seus clientes em tempo real através de mensagens, chamadas de voz e videochamadas, construindo um relacionamento mais próximo.

### Vantagens

Alto engajamento.

Interação em tempo real.

Comunicação direta e personalizada.

### Desvantagens

Requer consentimento prévio do cliente para envio de mensagens.

É importante utilizar o WhatsApp Business API para evitar bloqueio da conta.

### Tecnologias:

**WhatsApp Business API:** Plataforma oficial do WhatsApp para empresas, que permite enviar e receber mensagens em massa, criar catálogos de produtos e configurar atendimento ao cliente.



## Tecnologias:

**Chatfuel:** Plataforma de chatbot para WhatsApp que permite automatizar o atendimento ao cliente e criar experiências personalizadas para seus clientes.

# chatfuel

**ManyChat:** Plataforma de chatbot para WhatsApp que oferece diversos recursos para automatizar o marketing e o atendimento ao cliente.



## 6. Remarketing por Push:

**Alcance instantâneo em dispositivos móveis:** Envie notificações push diretamente para os smartphones e tablets dos seus clientes, promovendo seus produtos e serviços de forma instantânea.

**Alto índice de abertura:** As notificações push têm alto índice de abertura, pois os usuários costumam visualizar as notificações que recebem em seus dispositivos.

**Segmentação precisa:** Segmente suas notificações push com base em diversos critérios, como interesses, localização, histórico de compras e comportamento no app, para enviar notificações mais relevantes.

### Vantagens

Alcance instantâneo.

Alto índice de abertura.

Segmentação precisa.

### Desvantagens

Pode ser um canal intrusivo se não for utilizado com cuidado.

É importante ter um aplicativo com um bom número de usuários ativos para que as suas notificações push sejam eficazes.

### Tecnologias:

**Firestore Cloud Messaging (FCM):** Plataforma do Google para enviar notificações push para aplicativos Android e iOS.







Tecnologias:

**Urban Airship:** Plataforma de engajamento de clientes que oferece recursos para enviar notificações push, além de outros recursos, como email marketing e SMS marketing.



**OneSignal:** Plataforma de notificações push que permite enviar notificações para diversos sistemas operacionais, como Android, iOS, Windows Phone e macOS.



## 7. Remarketing de Vídeo:

### Vantagens

Conteúdo atraente e envolvente.

Alcance em diversas plataformas.

Formatos de vídeo variados.

### Desvantagens

Pode ser um canal mais caro que outros, como remarketing na Rede de Display do Google.

A produção de vídeos de alta qualidade pode ser um processo complexo e dispendioso.

### Tecnologias:

**Google Ads:** Plataforma de publicidade online do Google que permite criar e gerenciar campanhas de remarketing de vídeo no YouTube e em outros sites parceiros.



# Google Ads

**YouTube Ads Manager:** Plataforma de gerenciamento de anúncios do YouTube que permite criar, gerenciar e otimizar campanhas de publicidade em vídeo.

 **YouTube** | Advertising

**Vimeo:** Plataforma de hospedagem de vídeos que oferece recursos para criar e publicar vídeos online, além de ferramentas para remarketing de vídeo.



## 8. Remarketing de Áudio:

**Alcance em plataformas de streaming:** Exiba seus anúncios em plataformas de streaming de música e podcasts, alcançando um público que está consumindo conteúdo de áudio.

**Segmentação por gênero musical e podcast:** Segmente seus anúncios por gênero musical e podcast para direcionar seus anúncios para o público certo.

**Formatos de anúncio variados:** Crie anúncios em diversos formatos, como anúncios em áudio, banners de áudio e anúncios intersticiais de áudio.

### Vantagens

Alcance em plataformas de streaming.

Segmentação por gênero musical e podcast.

Formatos de anúncio variados.

### Desvantagens

Pode ser um canal mais caro que outros, como remarketing na Rede de Display do Google.

A produção de anúncios em áudio de alta qualidade pode ser um processo complexo e dispendioso.

### Tecnologias:

**Google Ads:** Plataforma de publicidade online do Google que permite criar e gerenciar campanhas de remarketing de áudio no Spotify, Deezer e outras plataformas de streaming.



**Google Ads**

## 9. Remarketing em Apps:

**Alcance usuários que já utilizaram seu app:** Direcione seus anúncios para usuários que já baixaram e utilizaram seu app, aumentando o engajamento e a retenção de clientes.

**Segmentação por comportamento no app:** Segmente seus anúncios com base no comportamento dos usuários no app, como seções visitadas, ações realizadas e compras feitas.

**Formatos de anúncio variados:** Crie anúncios em diversos formatos, como banners in-app, anúncios em vídeo in-app e anúncios intersticiais in-app.

### Vantagens

Alcance usuários que já utilizaram seu app.

Segmentação por comportamento no app.

Formatos de anúncio variados.

### Desvantagens

Pode ser um canal mais caro que outros, como remarketing na Rede de Display do Google.

É importante ter um aplicativo com um bom número de usuários ativos para que as suas campanhas de remarketing em app sejam eficazes.

### Tecnologias:

**Google Ads:** Plataforma de publicidade online do Google que permite criar e gerenciar campanhas de remarketing em app.



# Google Ads



## Tecnologias:

**Facebook Ads:** Plataforma de publicidade do Facebook que permite criar e gerenciar campanhas de remarketing em app para aplicativos iOS e Android.



**AppLovin:** Plataforma de monetização de aplicativos que oferece recursos para criar e gerenciar campanhas de remarketing em app.



## 10. Remarketing de Pesquisa:

### Vantagens

Alcance usuários com alta intenção de compra.

Segmentação por palavras-chave.

Anúncios personalizados.

### Desvantagens

Pode ser um canal mais caro que outros, como remarketing na Rede de Display do Google.

É importante ter uma boa campanha de SEO para que seus produtos ou serviços apareçam nos primeiros resultados de pesquisa.

### Tecnologias:

**Google Ads:** Plataforma de publicidade online do Google que permite criar e gerenciar campanhas de remarketing de pesquisa.



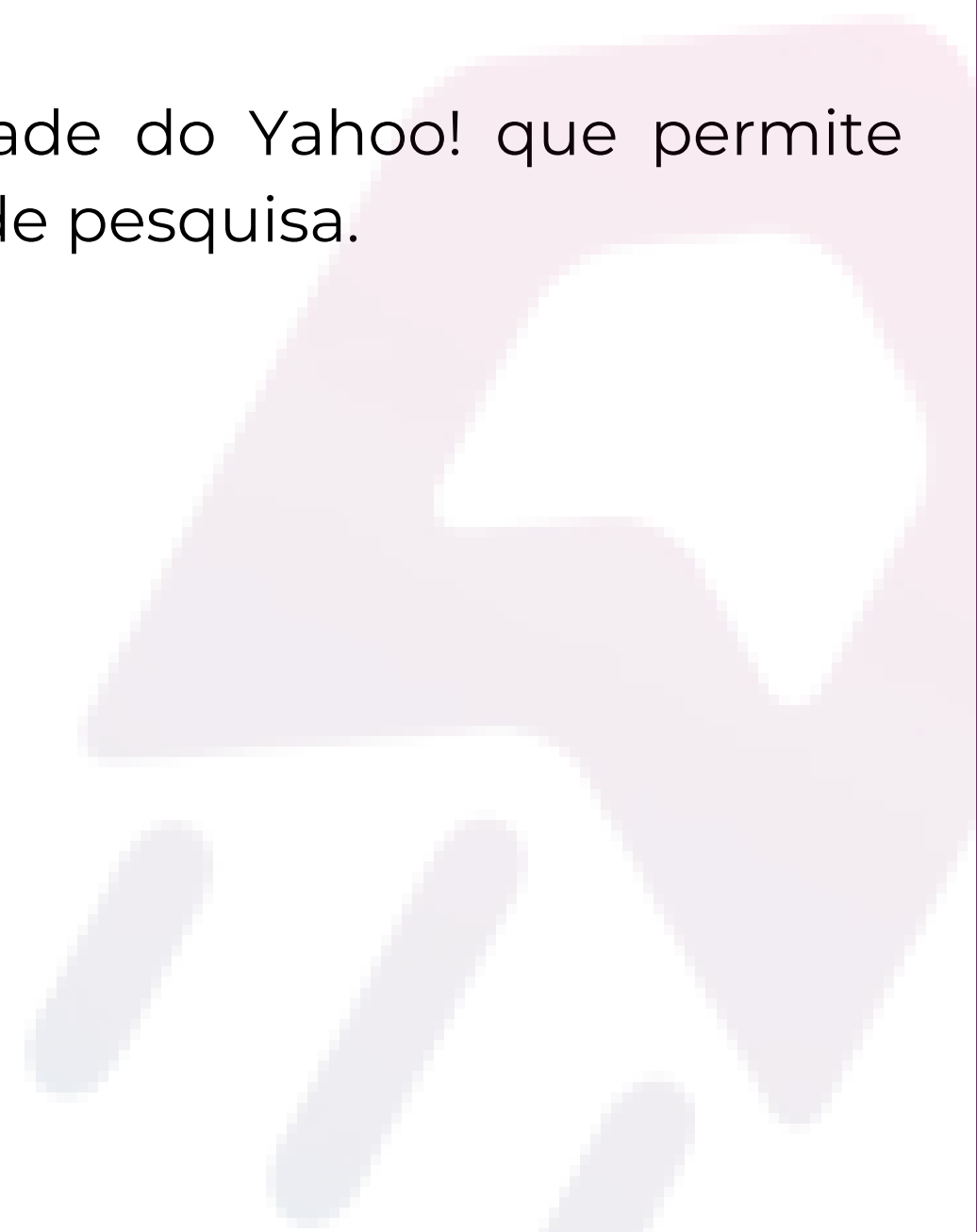
## Google Ads

**Bing Ads:** Plataforma de publicidade do Bing que permite criar e gerenciar campanhas de remarketing de pesquisa.



## Bing ads

**Yahoo! Advertising:** Plataforma de publicidade do Yahoo! que permite criar e gerenciar campanhas de remarketing de pesquisa.





## Capítulo 3:

# O Poder da Personalização no Remarketing Multicanal

Neste capítulo, você entenderá a importância da personalização nas campanhas de remarketing multicanal e aprenderá como criar anúncios relevantes e atraentes para seus clientes.

### **A chave para o sucesso:**

A personalização é a chave para o sucesso do remarketing multicanal. Ao utilizar as informações que você possui sobre seus clientes, como histórico de compras, interesses e comportamento de navegação, você pode criar anúncios personalizados que realmente ressoem com eles.

### **Personalizando sua estratégia:**

**Segmente seus clientes:** Divida seu público em grupos com base em características comuns, como interesses, idade, localização e valor da compra.

**Crie anúncios personalizados:** Utilize imagens, textos e ofertas relevantes para cada segmento de público.

**Ajuste o tempo e a frequência dos seus anúncios:** Mostre seus anúncios aos clientes no momento certo e com a frequência ideal para não ser intrusivo.

## Ferramentas para te ajudar:

**Google Analytics:** Ferramenta de análise web que fornece dados sobre o comportamento dos usuários em seu site, permitindo que você segmente seus anúncios com base no histórico de navegação.

**CRM (Customer Relationship Management):** Sistema de gerenciamento de relacionamento com o cliente que armazena informações sobre seus clientes, como nome, email, endereço e histórico de compras, permitindo que você personalize seus anúncios com base em essas informações.

**Plataformas de publicidade online:** A maioria das plataformas de publicidade online, como Google Ads e Facebook Ads, oferece recursos de segmentação e personalização que podem te ajudar a criar anúncios personalizados para seus clientes.

## Exemplos de personalização:

Para um cliente que visualizou um produto específico em seu site, você pode enviar um email com um desconto especial para esse produto.

Para um cliente que já comprou em sua loja online, você pode enviar um banner em um site parceiro com produtos relacionados à sua compra anterior.

Para um cliente que abandonou o carrinho de compras, você pode enviar uma mensagem SMS com um lembrete do carrinho e um código de desconto.





## Capítulo 4:

# Otimizando suas Campanhas de Remarketing Multicanal

Neste capítulo, você aprenderá como otimizar suas campanhas de remarketing multicanal para alcançar melhores resultados.

### **Métricas para o sucesso:**

Acompanhar os resultados das suas campanhas de remarketing é crucial para identificar as melhores práticas e otimizar o desempenho. Utilize ferramentas de análise para monitorar métricas como:

Taxa de cliques (CTR): Mede a porcentagem de usuários que clicaram em seus anúncios.

Taxa de conversão (CR): Mede a porcentagem de usuários que clicaram em seus anúncios e realizaram uma compra.

Custo por aquisição (CPA): Mede o custo médio para converter um usuário em cliente.

Retorno sobre investimento (ROI): Mede o lucro gerado pelas suas campanhas de remarketing em relação ao investimento realizado.



### **Dicas para otimização:**

Teste diferentes canais: Experimente diferentes canais de remarketing para ver quais funcionam melhor para o seu público.

Ajuste seus anúncios: Utilize as informações das métricas para ajustar seus anúncios e melhorar o desempenho.

Segmente seu público: Segmente seu público em grupos menores para criar anúncios mais relevantes para cada grupo.

Utilize listas de remarketing: Utilize listas de remarketing para direcionar seus anúncios para usuários que já interagiram com seu site ou sua marca.

Monitorar seus resultados: Monitore seus resultados regularmente e faça ajustes conforme necessário.



## Capítulo 5:

# Estudos de Caso e Exemplos de Sucesso

Neste capítulo, você encontrará estudos de caso e exemplos de empresas que utilizaram o remarketing multicanal com sucesso para aumentar as vendas, fidelizar clientes e impulsionar o crescimento de seus negócios.

### **1. Loja de roupas online aumenta as vendas em 30% com remarketing multicanal:**

Uma loja de roupas online implementou uma estratégia de remarketing multicanal que incluía email marketing, anúncios na Rede de Display do Google e remarketing em redes sociais. A empresa segmentou seu público em diferentes grupos com base em interesses, histórico de compras e comportamento de navegação, e criou anúncios personalizados para cada grupo. Como resultado, a empresa aumentou suas vendas em 30% e reduziu seu custo por aquisição (CPA) em 20%.



## **2. Empresa de viagens aumenta a fidelização de clientes com remarketing de email:**

Uma empresa de viagens utilizou o remarketing de email para enviar emails personalizados para seus clientes com base em seus destinos de viagem anteriores. Os emails incluíam ofertas especiais, dicas de viagem e informações sobre novos destinos. Como resultado, a empresa aumentou sua taxa de abertura de emails em 50% e aumentou sua taxa de conversão em 25%.

## **3. Aplicativo de delivery aumenta o número de pedidos com remarketing em app:**

Um aplicativo de delivery implementou uma estratégia de remarketing em app que incluía banners in-app, anúncios em vídeo in-app e anúncios intersticiais in-app. A empresa segmentou seu público em diferentes grupos com base em localização, histórico de pedidos e preferências alimentares, e criou anúncios personalizados para cada grupo. Como resultado, a empresa aumentou o número de pedidos em 40% e aumentou o valor médio do pedido em 15%.

Esses são apenas alguns exemplos de como o remarketing multicanal pode ser usado para alcançar resultados surpreendentes. Ao implementar uma estratégia de remarketing multicanal bem planejada, você pode aumentar as vendas, fidelizar clientes e impulsionar o crescimento do seu negócio.





## Conclusão

O remarketing multicanal é uma ferramenta poderosa que pode ser usada para alcançar clientes em diferentes canais e etapas da jornada de compra. Ao utilizar as informações que você possui sobre seus clientes e as ferramentas e tecnologias disponíveis, você pode criar campanhas de remarketing personalizadas e eficazes que aumentam as chances de conversão e fidelização.

Comece hoje mesmo a implementar o remarketing multicanal em seu negócio e veja os resultados!

### **Lembre-se:**

O remarketing multicanal é uma estratégia complexa que requer planejamento, execução e monitoramento cuidadosos.

É importante utilizar as ferramentas e tecnologias certas para criar campanhas de remarketing eficazes.

O sucesso do remarketing multicanal depende da personalização das suas campanhas e da utilização de métricas para acompanhar os resultados.

Este e-book te forneceu um guia completo para o remarketing multicanal. Utilize as informações e dicas deste e-book para criar campanhas de remarketing de sucesso que impulsionem o crescimento do seu negócio.



 **TM Traffic**