






# Framework de Gestão de E-commerce

|  | Nome   | Empresa   | Data  | Versão   |
|--|--|---|---|--|
| <b>Ativação</b> <br>Defina as ações para cada uma das origens de tráfego, alinhadas com a marca e com a característica de cada origem: Direto, Busca Orgânica, Referência, Tráfego Pago e Redes Sociais | <b>Aquisição</b> <br>Defina os mecanismos que utilizará para tornar os usuários mais próximos da marca para uma comunicação mais direcionada. | <b>Engajamento</b> <br>Defina como engajará seu cliente através de conteúdo relevante e direcionado, facilitando a compreensão dos atributos de produto e marca. | <b>Conversão</b> <br>Defina as táticas para converter os usuários engajados em clientes, diminuindo as barreiras de compra, identificando usuários com intenção de compra e recuperando transações não concluídas. | <b>Retenção</b> <br>Defina as ações para fomentar a recompra e incentivar o cliente a gastar mais ao longo do tempo, diluindo o custo de aquisição e aumentando o LTV do cliente. |
| <b>Gratuito</b>  | <b>Troca</b>   | <b>Primeira compra</b>  | <b>Autoridade</b>   | <b>Experiência</b>   |
| <b>Pago</b>  | <b>Cookie</b>  | <b>Todos os usuários</b>  | <b>Barreiras de compra</b>  | <b>Interesse</b>   |
| <b>Relacionamento</b>  | <b>Interesse</b>   | <b>Próxima compra</b>   | <b>Incentivos</b>   | <b>Ciclo de Vida</b>   |