



BRANDS

by MULTIDADOS.COM

A ESTRATÉGIA

Os canais de comunicação são ferramentas usadas pelas marcas para comunicarem com o seu público alvo e permitem acompanhar todo o processo de venda e obter feedbacks essenciais.

O consumidor é o mais importante neste processo e numa altura onde os canais de comunicação se multiplicam e a informação retida é cada vez mais reduzida, surge o desafio maior para as marcas de procurarem e criarem novas formas de comunicação diferenciadas, mas, ao mesmo, tempo adequadas ao seu público.

De modo a potenciar cada vez mais a proximidade entre os consumidores e as marcas, a multidados.com criou três planos inBRANDS, os quais aproximarão, de modos diferentes, as marcas ao seu público alvo e também potenciais clientes. Estes planos permitirão a experiência, o engagement com a marca e a partilha de experiência de consumo, assim como a avaliação de fatores chave e essenciais para as marcas se posicionarem no mercado.

Florbela Borges – Managing Director

florbela.borges@multidados.com

96 1548436

Helena Lencastre – CEO

helena.lencastre@multidados.com

96 1548435

multidados.com ➤

A multidados.com está presente no mercado nacional e internacional desde 1998, tendo desde então desenvolvido todo o tipo de projetos nas mais diversas áreas, coordenando equipas para trabalho de campo telefónico, presencial e online.

A multidados.com assegura que todas as atividades conducentes ao fornecimento do serviço são realizadas em condições controladas, verificadas de forma sistemática e planeada quanto aos seus resultados, de forma a proporcionar a satisfação dos requisitos requeridos.

ASSOCIAÇÕES | CREDENCIAÇÕES | CERTIFICAÇÕES



ESOMAR



JUNTOS PARA
PLANEAR O
FUTURO

+500mil

possibilidades de fazer chegar a sua marca ao seu público alvo



painel.multidados.com



PLANEAMENTO
ESTUDO
IMPLEMENTAÇÃO
RESULTADOS
ESTRATÉGIA



OS DADOS

80%

Portugueses estão inscritos na
redes sociais

- INE -



58%

Dos portugueses dizem-se
influenciados pelas reviews dos
produtos



76%

Dos consumidores testam o
produto antes de fazer compras
definitivas



68%

Dos consumidores valorizam os
programas de fidelização que lhes
proporcionem descontos

- NIELSON -

Marketing de Experiências

Criar Experiências

Uma das possibilidades mais exploradas nas estratégias de marketing de experiência é a criação de campanhas e comunicação fora dos espaços habituais, mas o objetivo é ser o mais natural e multilateral possível.

Fidelização

Quanto mais contato com diferentes estratégias da marca o consumidor tiver, maior são as hipóteses da marca se tornar a prioridade na hora da escolha/compra.

Identificação

Quando a imagem da marca é apresentada fora do cenário habitual, o reconhecimento é superior, gerando uma sensação de presença para além dos momentos de compra ou consumo em si.

Feedback

Ações que alinhem as expectativas do cliente com a oferta são fundamentais para o total aproveitamento do investimento da marca em marketing de experiência.

MARKETING RELACIONAL

Marketing relacional diz respeito às relações.

Mais que efetuar uma venda, a chave para o sucesso de qualquer marca está em construir relacionamentos e fidelizar os seus clientes, até que este se sentam verdadeiros embaixadores da sua marca.

Para conseguir atingir o objetivo principal, as marcas devem oferecer vantagens aos seus clientes e também aos seus potenciais clientes, visando sua fidelização. A ideia é atingir os objetivos do cliente e sua satisfação total com a marca.



A aplicação de estratégias dentro do Marketing Relacional, trazem para as marcas, para além de resultados instantâneos, resultados e ligações permanentes.

**PROXIMIDADE
COM OS
CLIENTES**

**OTIMIZAÇÃO
FUNIL DE
VENDAS**

**MELHORAR O
POSICIONAMENTO**

**ENGAGEMENT
& AWARENESS**





COMUNICAÇÃO ONLINE

1

Local

Estar onde os clientes estão

2

Direto

Troca de informação direta com o consumidor ou potencial consumidor

3

Custo

É muito menos dispendioso que as campanhas tradicionais

4

Métricas

A avaliação é muito mais precisa e mensurável



Os Planos*

Todos os planos são anuais

BASIC

- ✓ Marca oferece vouchers dos seus produtos/serviços a consumidores devidamente segmentados
- ✓ Produto atribuído em diferentes formas: resgate através da plataforma multidados.com, envio a grupo segmentado ou atribuição por resposta a questionário dedicado ou tema.

SABER MAIS >

REGULAR

- ✓ Marca oferece produtos ou vouchers dos seus produtos/serviços a consumidores devidamente segmentados
- ✓ Produto atribuído diretamente a um perfil de utilizadores pré-definido
- ✓ Produto é avaliado pelo utilizador através das suas redes sociais

SABER MAIS >

PLUS

- ✓ Marca oferece produtos ou vouchers dos seus produtos/serviços a consumidores devidamente segmentados
- ✓ Produto atribuído diretamente a um perfil de utilizadores pré-definido
- ✓ Produto é avaliado pelo utilizador através das suas redes sociais
- ✓ A multidados.com realizará um estudo de avaliação do produto

SABER MAIS >



MULTIDADOS

THE RESEARCH AGENCY

multidados@multidados.com