

# Trilha de Emails iReposição - Otimizada com Ações e Gatilhos

**Objetivo:** Apresentar o iReposição e seus benefícios para a base de clientes, gerar leads e aumentar a conversão.

**Público-alvo:** Clientes da base de dados.

**Tom da comunicação:** Formal.

## Fase 1: Apresentação e Benefícios

- **Email 1:**

- **Assunto:** Apresentamos o iReposição: a solução completa para reposição de produtos em lojas.
- **Conteúdo:** Apresentação do iReposição e seus principais benefícios (com foco nos desafios que seus clientes enfrentam, como a falta de produtos no salão de vendas e a lentidão na reposição).
- **CTA:** Baixar o guia prático em PDF sobre o iReposição.

- **Ação:** Cliente baixa o guia prático em PDF.

- **Gatilho:** Download do material.

- **Email 2:**

- **Assunto:** Guia Prático do iReposição: domine o sistema e otimize a reposição da sua loja!
- **Conteúdo:** Agradecimento pelo download do guia, breve resumo dos principais tópicos abordados e dicas de como usar o guia para otimizar a gestão de estoque.
- **CTA:** Agendar uma demonstração gratuita do iReposição.

## Fase 2: Consideração e Decisão

- **Ação:** Cliente agenda uma demonstração gratuita do iReposição.
- **Gatilho:** Preenchimento do formulário de agendamento.
- **Email 3:**
  - **Assunto:** Sua demonstração gratuita do iReposição está agendada!
  - **Conteúdo:** Confirmação do agendamento da demonstração, informações sobre a data e hora da demonstração e breve resumo do que será apresentado.
  - **CTA:** Adicionar o evento à agenda do cliente.
- **Ação:** Cliente participa da demonstração do iReposição.
- **Gatilho:** Participação na demonstração.
- **Email 4:**
  - **Assunto:** Agradecemos sua participação na demonstração do iReposição!
  - **Conteúdo:** Agradecimento pela participação na demonstração, link para a gravação da demonstração (caso disponível) e oferta de um desconto especial para contratação do iReposição.
  - **CTA:** Contratar o iReposição com desconto especial.
- **Ação:** Cliente não agenda uma demonstração após o download do guia.
- **Gatilho:** Inatividade do cliente
- **Email 5 (após 7 dias do Email 2):**
  - **Assunto:** Ainda não agendou sua demonstração gratuita do iReposição?
  - **Conteúdo:** Reforçar os benefícios do iReposição e como ele pode ajudar a resolver os desafios de reposição de produtos, com foco em um benefício específico que seja mais relevante para o cliente (com base no seu perfil e comportamento no site).
  - **CTA:** Agendar uma demonstração gratuita do iReposição.
- **Ação:** Cliente não agenda uma demonstração após o Email 5.
- **Gatilho:** Inatividade do cliente.
- **Email 6 (após 7 dias do Email 5):**
  - **Assunto:** Última chance para agendar sua demonstração gratuita do iReposição!
  - **Conteúdo:** Reforçar a oferta da demonstração gratuita e criar um senso de urgência, informando que essa é a última oportunidade de conhecer o sistema com condições especiais.
  - **CTA:** Agendar uma demonstração gratuita do iReposição.

### Fase 3: Pós-venda

- **Ação:** Cliente contrata o iReposição.
- **Gatilho:** Compra do produto.

- **Email 7:**

- **Assunto:** Boas-vindas ao iReposição!
- **Conteúdo:** Agradecimento pela contratação do iReposição, informações sobre os próximos passos para implementação do sistema e acesso ao suporte técnico.
- **CTA:** Acessar a página de suporte do iReposição.

- **Ação:** Cliente utiliza o iReposição por 30 dias.

- **Gatilho:** Tempo de uso do produto.

- **Email 8:**

- **Assunto:** Como está sendo sua experiência com o iReposição?
  - **Conteúdo:** Solicitar feedback sobre a experiência do cliente com o iReposição, com um questionário de satisfação ou um convite para uma pesquisa.
  - **CTA:** Responder ao questionário ou participar da pesquisa.
- 

## **Estratégias de Dias para Envio:**

- Os emails da Fase 1 podem ser enviados em dias e horários que você já sabe que geram mais aberturas e cliques, com base nos seus dados.
- Os emails da Fase 2 podem ser enviados em dias e horários específicos, de acordo com o agendamento da demonstração e o comportamento do cliente.
- Os emails da Fase 3 podem ser enviados em datas comemorativas ou em datas relevantes para o cliente (ex: aniversário da empresa, data de renovação do contrato, etc.).

## **Taxas de Abertura:**

- **Média do mercado:** A taxa de abertura média para emails de marketing B2B varia entre 15% e 25%. No entanto, essa taxa pode variar bastante de acordo com o setor, o público-alvo e a qualidade da sua lista de emails.
- **Fatores que influenciam a taxa de abertura:** O assunto do email é um dos principais fatores que influenciam a taxa de abertura. Outros fatores importantes são o nome do remetente, o dia e horário de envio e a relevância do conteúdo para o público-alvo.
- **Dicas para aumentar a taxa de abertura:** Use assuntos curtos, chamativos e personalizados, que gerem curiosidade e relevância para o cliente. Segmente sua lista de emails para enviar emails mais direcionados e relevantes para cada grupo de clientes. Teste diferentes dias e horários de envio para descobrir qual o melhor momento para alcançar seu público.

## **Melhores Dias e Horários para Envio:**

- **Terça-feira:** Geralmente, a terça-feira é considerada o melhor dia para enviar emails de marketing B2B, com as maiores taxas de abertura e cliques.
  - **Manhã:** O período da manhã, entre 9h e 12h, também costuma ter boas taxas de abertura e cliques.
  - **Teste A/B:** Faça testes A/B com diferentes dias e horários de envio para descobrir qual o melhor momento para alcançar seu público.
- 

Revisão #: contagem de revisões

Criado: duração de tempo por usuário

Atualizado: duração de tempo por usuário