

ESTUDO DE CASO:

- ANÚNCIOS (PÚBLICO + CRIATIVOS)
 - **Público** que tem Engajamento com perfil e Semelhantes do perfil
 - **Test 01**: Segmentar apenas abaixo de 50 anos
 - **Criativo** comunica uma peça de roupa
 - **Test 01**: Preço [De - Por] ou Cupom promocional
 - **Texto** comunica sobre o Conceito da peça associada à marca;
 - **Test 01**: Texto falando mais sobre a qualidade da peça em relação a “dor” ou “problema” que resolve. Ex: Feito em algodão x, exclusivo com peças únicas, tamanho único, feito com pétalas de flores, feito de linho, etc...
 - **Test 02**: Preço [De - Por] ou Cupom promocional
 - **Link** direciona para a categoria
 - **Test 01**: Direcionar para o produto específico
- WEBSITE:
 - **Ajuste 01**: Descrever melhor sobre o produto no site, com as características específicas, tabela de tamanho, composição da peça;
 - **Ajuste 02**: Vídeo em cada produto;
 - **Ajuste 03**: Banner para cada página de categoria
 - **Ajuste 03**: Página de Quem Somos, falando sobre a história e conceito da marca.
- OFERTA:
 - **Preço** pode ser uma objeção principal:
 - **Test 01**: preço DE - POR
 - **Test 02**: Cupom promocional. Ex: 10% Off primeira compra (Banner)

O que a pessoa pode pensar ao visualizar ao **criativo**?

- “Eu quero/preciso de uma peça assim” (em falta / esse eu não tenho)
- “Eu quero/preciso de uma roupa de melhor qualidade” (em falta / **qualidade**)
- “Quero esse item exclusivo” (**exclusividade**)
- “Que bonita, quanto custa?” (**preço**)

JORNADA DE COMPRA:

