

CHECKLIST

Essencial da promoção

Agora é hora de garantir que a estratégia esteja adequada ao ambiente onde ela será executada.

Embora o resultado esperado possa ser o mesmo, cada canal possui características, desafios e expectativas diferentes por parte do consumidor. Antes de avançar para a execução, selecione o contexto da sua promoção e revise se sua estratégia está alinhada às particularidades desse ambiente de compra.

Estou planejando uma promoção:

Físico

Digital

Omnichannel

CHECKLIST

Físico



1. Visibilidade

A promoção possui destaque visual no ponto de venda?

A oferta está posicionada próxima ao momento da decisão de compra?

Foram considerados recursos como pontas de gôndola, ilhas, adesivos, wobblers ou materiais promocionais?

O consumidor consegue identificar rapidamente o benefício da promoção?

2. Experiência

A promoção estimula compra por impulso?

A oferta facilita a descoberta de novos produtos ou categorias?

Existe algum elemento de experimentação ou demonstração quando aplicável?

A jornada de compra facilita o acesso ao produto promocionado?

3. Consistência

Todos os materiais promocionais seguem o mesmo padrão visual?

As informações da promoção estão alinhadas em toda a loja?

O benefício comunicado corresponde ao benefício entregue ao consumidor?

A comunicação está adequada à identidade da marca ou rede?

4. Potencialização

A promoção está aproveitando o ambiente físico além do desconto?

Existe alguma estratégia de exposição diferenciada?

A ação gera tráfego ou aumenta permanência na loja?

O consumidor possui motivos para interagir com a promoção?

CHECKLIST Digital



1. Visibilidade

A promoção está presente nos principais pontos de navegação?

Foram utilizados banners, vitrines digitais, landing pages ou outros recursos de destaque?

Existe apoio de Retail Media ou mídia patrocinada?

O consumidor encontra facilmente a oferta durante sua jornada?

2. Experiência

A promoção gera conveniência para o consumidor?

O benefício é facilmente compreendido?

A jornada possui poucos atritos até a conversão?

A oferta está adequada ao comportamento de compra digital?

3. Consistência

A identidade visual está alinhada à campanha?

A comunicação mantém o mesmo tom de voz em todos os pontos de contato?

As regras da promoção estão claras?

O conteúdo promocional reforça a proposta da marca?

4. Potencialização

A promoção utiliza recursos de segmentação?

Existem ativações direcionadas para públicos específicos?

A campanha aproveita dados de navegação ou comportamento?

A estratégia utiliza o potencial de personalização do ambiente digital?



1. Visibilidade

O consumidor encontra a promoção nos diferentes canais envolvidos?

A comunicação da oferta está presente ao longo da jornada?

Existe continuidade da exposição entre físico e digital?

Os diferentes pontos de contato reforçam a mesma mensagem?

2. Experiência

A promoção facilita a transição entre canais?

O consumidor consegue iniciar e concluir sua jornada sem barreiras?

A oferta gera conveniência adicional por meio da integração?

A experiência é percebida como única, independentemente do canal?

3. Consistência

Preços, benefícios e regras estão alinhados?

A identidade visual é consistente entre os canais?

O consumidor recebe a mesma informação em todos os pontos de contato?

Não existem conflitos de comunicação entre os ambientes?

4. Potencialização

A promoção aproveita benefícios exclusivos da integração entre canais?

Existe incentivo para utilização complementar dos ambientes?

A estratégia cria oportunidades que não existiriam em um canal isolado?

A integração está sendo utilizada como diferencial competitivo?