

PALESTRANTE FELIPE MORAIS

felipe morais



POR QUE A SUA EMPRESA PRECISA DE MARKETING DIGITAL?

Mais de 120 milhões de pessoas acessam Internet mensalmente no Brasil

Em média, o Brasil é o 3o país que mais usa qualquer Rede Social

Brasil está entre os países mais conectados no mundo!

Brasileiro mexe 150 vezes, em média, por dia em seu Smartphone

Consumidor não quer mais do mesmo, quer falar e ser ouvido, quer interagir com as marcas

An aerial photograph of a city at sunset. The sun is low on the horizon, creating a golden glow over the city. A prominent skyscraper stands in the center, with its reflection visible in a body of water in the foreground. The sky is filled with soft, golden clouds.

COMO VOCÊ ENXERGA SUA EMPRESA DAQUI 5 ANOS?

A diferença entre onde você está hoje e onde você deseja estar é no que você fará para chegar lá.
O digital não é só mídia, é uma grande plataforma de marca que cria uma experiência para pessoas.
Fechar os olhos para o digital é fechar os olhos para a sua marca, assim como digital não é mídia



COMO CONSUMIDORES SE RELACIONAM COM A SUA MARCA?

Estudos de comportamento mostram que as pessoas não estão mais passivas com relação as iniciativas de mídia. Marcas, para entender mais o consumidor e saber como se comunicar, precisam entender mais a sua dinâmica. Pesquisas, interações, dados, análises fazem parte do novo movimento do marketing para entender pessoas cada vez mais complexas, mais atentas e mais difíceis de serem convencidas a fazer uma compra.



FELIPE MORAIS

- Publicitário, com pós graduação em planejamento.
- Possui especialização em planejamento pela MiamiAdSchool, em Redes Sociais pela FGV entre outras escolas
- Mais de 400 projetos digitais desenvolvidos desde 2001, quando iniciou na carreira de planejamento digital, com passagens por agências, cliente e veículos como: NeogamaBBH, Publicis, Ponto Frio, FTPIDigital entre outras
- Trabalhou para marcas como Mercedes-Benz, Panasonic, Pirelli, Sanofi, Coca-Cola, Vivo, Planet Girls, São Paulo FC, Michelin/Sascar, Bradesco, Caixa Economica, Chevrolet, Puma, Nestlé, Danone, HCor, Ades, Natura, Teva, Samsung, Claro, Rede/Itau, KissFM, Sakura Alimentos, JacMotors entre outras marcas
- Vencedor do prêmio Profissional Destaque de Planejamento Digital do Ano 2016 pela Associação Brasileira de Agências digitais
- Professor de MBAs de Marketing Digital na ESPM, FGV, USP, Senac e Univ Metodista de SP.
- Atualmente é sócio-diretor da FM CONSULTORIA



Palestrante desde 2008, onde já palestrou sobre marketing digital, comportamento de consumo, planejamento digital, Transformação Digital e Inovação em eventos e faculdades como:

- Palestras nos eventos presenciais do Digitalks
- Planejamento digital Comic Con (Convite da Vivo Empresas)
- Convenção Guiase Marketing Digital (Desde 2010 a 2018)
- Semana de comunicação FAAP (Ribeirão Preto)
- Semana de comunicação UNIP (São Paulo)
- Forum S2 Mercado de Seguros
- Serasa Experian
- Faculdade Unievangélica
- Semana comunicação Unitau
- HSMAl Evento para mercado de turismo
- Impacta Think
- Planejamento digital para Startups do InovaBra
- Planejamento digital Unimed (SP e Porto Alegre)
- Transformação Digital (Abradi Maringá)
- Planejamento digital Evento Home Angels
- Planejamento digital Convenção Grupo Evodia Perfumes
- Inovação em tempos digitais para Grupo de Mídia (SP e MS)
- Semana Comunicação ESAMC (Santos)
- Fórum Marketing Digital Impacta unidade Berrini
- Planejamento de Ecommerce "Forum Ecommerce Brasil" Navio 2015
- Debate sobre marketing digital na Escola Paulista de Direito
- Semana integradora de marketing Faculdade Anhanguera de Goiânia
- Comportamento de consumo nas Redes Sociais Social Media Week
- Palestra sobre Inovação e Marketing digital na Univ de Marília
- Palestra sobre Planejamento Digital para o time de marketing da Metlife
- Debate sobre marcas no evento BrandThinkers Cafeina Day
- Comportamento de consumo BrandThinkers/FNAC
- Planejamento Digital Abradi Campinas
- MegaPartners Guiase Marketing Digital
- Palestra sobre planejamento no Conselho Regional de Contabilidade / SP
- Palestra sobre Transformação Digital para time e clientes do Grupo DPG
- Digitalks online sobre Planejamento Digital
- Palestra sobre planejamento digital para time do Itaú / Accenture
- Palestra sobre planejamento digital para Faculdade Canção Nova
- Palestra online para alunos da Cogna/Kroton



PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DIGITAL

(Saraiva Uni)

Lançado em 2015, com 2ª edição em 2017 e 3ª edição em 2021

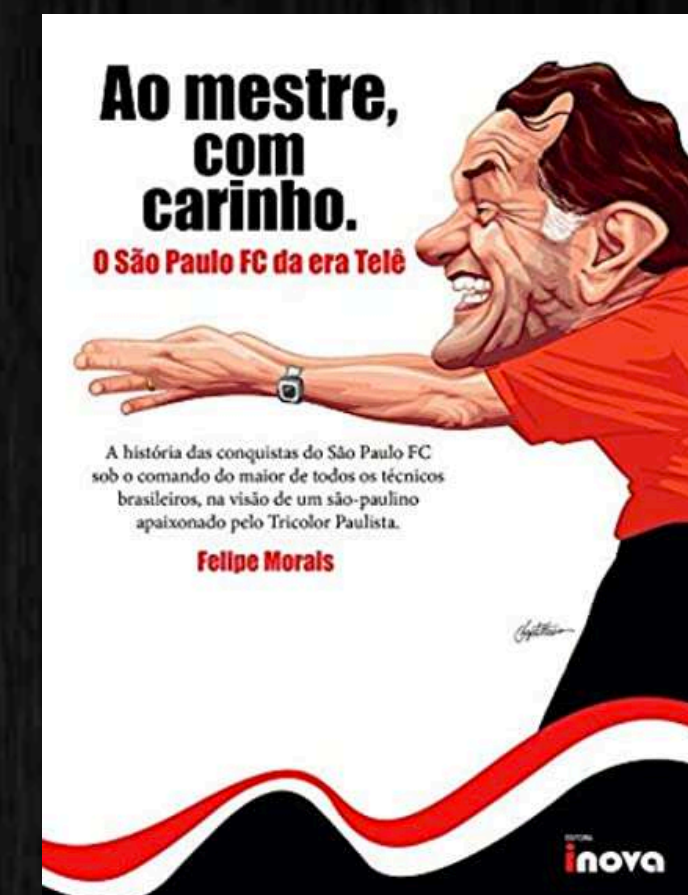
3º lugar no Prêmio Jabuti em 2016

AO MESTRE COM CARINHO, O SPFC DA ERA TELÊ

(Inova Editora)

Lançado em 2016

Produto oficial do São Paulo Futebol Clube



Livros publicados



PLANEJAMENTO DE MARCA NO AMBIENTE DIGITAL

(DVS Editora)

Lançado em 2020

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

(Saraiva Uni)

Lançado em 2020





Palestra no Stand da Vivo na ComicCon



Palestra para o time de Marketing da Serasa/Experian



Palestra para o mercado de Turismo



Palestra evento Guiase Marketing



Palestra no evento Marketing de Conteúdo / Rafael Rez



Palestra pela ESPM no SistemaS em Fortaleza



Palestra para Startups no InovaBra

ALGUMAS FOTOS DE PALESTRAS EM EVENTOS, EMPRESAS E FACULDADES



Clique na imagem para assistir uma palestra na íntegra



Felipe Morais, por Felipe Morais

Eterno **inquieto**, sempre **agitado**, nunca parado.
Incomodado com o mais do mesmo no mercado.
Inovar está em seu **pensamento** diário.



**PALESTRAS PARA SUA MARCA SE DESTACAR NO
MUNDO DIGITAL**

TEMAS PARA PALESTRAS:

- **Planejamento Estratégico Digital**
- **Transformação Digital**
- **Marketing digital para o varejo**
- **Inovação no tempo dos inovadores digitais**
- **Omnichannel**
- **Internet das coisas, Big Data e Inteligência Artificial**
- **Branding**
- **Comportamento do consumidor 3.0**
- **Arquétipo de marcas**
- **Propósito de marcas**



A top-down view of a wooden desk. In the upper right corner, a portion of a silver laptop is visible, showing keys like 'tab', 'caps lock', 'shift', 'fn', 'control', 'option', 'z', 'x', 'a', 's', 'd', 'q', 'w'. In the center, a pair of black-rimmed glasses lies horizontally. To the right of the glasses is a white ceramic coffee cup filled with dark coffee, with a yellow handle. In the upper center, a small green succulent plant is visible. The background is a dark wood-grain surface.

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DIGITAL

O QUE FAZER PARA A SUA MARCA SE DESTACAR NO MUNDO DOS NEGÓCIOS DIGITAIS

RESUMO

Entender o passo a passo do processo de planejamento de marketing e comunicação das marcas no universo digital, tendo como base a metodologia de sucesso da FM CONSULTORIA

BENEFÍCIOS

Trazer para o universo da marca, todo o processo para entender consumidor e como criar uma conexão de marca com esse consumidor cada vez mais completo e antenado, criando uma comunicação digital que faça sentido para ele, em todos os canais da marca, do site a Rede Social, do e-mail marketing ao mobile.

PÚBLICO-ALVO

Gestores de marketing, comunicação e marca das empresas. Pessoas que entendem que o universo digital não é mais uma tendência e que precisam saber como se destacar da concorrência usando esse canal

TÓPICOS PRINCIPAIS

- Percepções de mundo
- Definindo objetivo
- Mapeando concorrência
- Entendendo cabeça de consumidor
- Posicionamento de marca
- Pensamento estratégico
- Inovações digitais que vem por ai

Tempo palestra





TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

ENQUANTO O MERCADO ENTENDE, VOCÊ FAZ!

RESUMO

Transformação digital, revolução 4.0, novos consumidores, dados. Tudo isso é o que essa palestra apresenta. Esse tema está entre os mais comentados nas principais feiras como NRF e SXSW pelo mundo dos negócios e varejo, sendo um caminho sem volta para a vida das marcas

BENEFÍCIOS

Trazer para as empresas o pensamento, a partir da cultura da empresa, no caminho a ser seguido para essa revolução, nunca feita apenas com softwares, mas sim com planejamento, pensamento e direcionamento, mas acima de tudo, com a Alma Digital que a empresa precisa ter. A palestra mostrará os caminhos para chegar ao sucesso da empresa nesse sentido.

PÚBLICO-ALVO

Gestores de marketing, comunicação e marca das empresas. Pessoas que entendem que o universo digital não é mais uma tendência e que precisam saber como se destacar da concorrência usando esse canal

TÓPICOS PRINCIPAIS

- Conceituação da Transformação
- Open Innovation
- Era da conectividade
- Transformando empresas e pessoas
- Planejamento da Transformação Digital
- Mapa das 42 iniciativas

Tempo palestra



MARKETING DIGITAL PARA VAREJO

O PODER DA INTERAÇÃO, RELACIONAMENTO E CONHECIMENTOS PARA NEGÓCIOS DIGITAIS



RESUMO

Marketing digital não é ter um site, uma Rede Social, disparar alguns e-mails, fazer Google e ter uma ferramenta de automação. Isso é um pedaço, importante, mas um pedaço do marketing chamado mídia digital. O que se verá nessa palestra é como trabalhar marca, relacionamento, conhecimentos e inovação para se destacar de marcas no mundo online.

BENEFÍCIOS

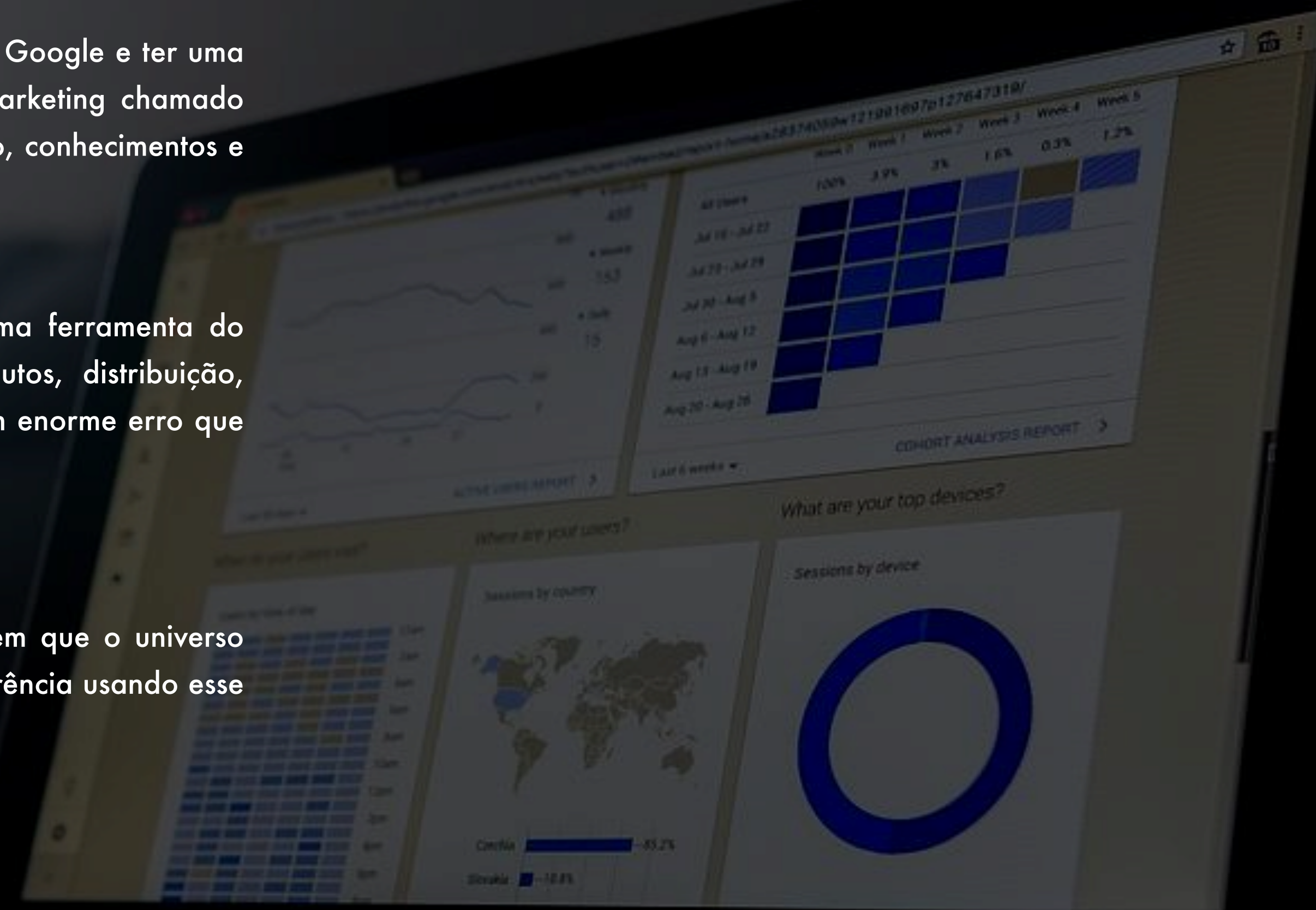
Trazer para as empresas o pensamento de construção. O marketing digital é uma ferramenta do marketing que gera desejo e resolve problemas das pessoas através de produtos, distribuição, campanhas e preços competitivos. Resumir o marketing apenas a comunicação é um enorme erro que a miopia de marketing traz para o sucesso, ou fracasso, de marcas.

PÚBLICO-ALVO

Gestores de marketing, comunicação e marca das empresas. Pessoas que entendem que o universo digital não é mais uma tendência e que precisam saber como se destacar da concorrência usando esse canal

TÓPICOS PRINCIPAIS

- Branding Digital
- Planejamento de marketing
- Estudo de pessoas
- Ferramentas e plataformas de comunicação
- Plano tático para marcas
- Processo de inovação
- Metodologias de ações digitais
- Medindo resultados



Tempo palestra



INOVAÇÃO NO TEMPO DOS INOVADORES DIGITAIS

INOVAR É PRECISO, MAS SABER COMO SER INOVADOR É URGENTE

RESUMO

Inovação é algo que precisa estar no DNA de todas as marcas, porém, inovar não é criar o novo Netflix, Uber ou Nubank. Inovar é fazer algo diferente, que traga resultados diferentes. Inovar é preciso, mas ter a mente inovadora é mais interessante e necessário para o sucesso das marcas

BENEFÍCIOS

Não basta querer inovar, de iniciativas, o mundo está cheio. A palestra mostrará as marcas como o processo de inovação é importante, com metodologias, pensamentos e estudos. Mostrará que não basta ler uma tendência, é preciso saber como colocar em prática de acordo com o DNA da marca, momento do público e recursos internos. Inovar é investir.

PÚBLICO-ALVO

Gestores de marketing, comunicação e marca das empresas. Pessoas que entendem que o universo digital não é mais uma tendência e que precisam saber como se destacar da concorrência usando esse canal

TÓPICOS PRINCIPAIS

- O que é inovação?
- Por que Netflix é inovadora?
- Inovador é o que o mercado espera
- Processo de inovação
- Estudos de tendências
- Aplicando tendência na marca

Tempo palestra





OMNICHANNEL

COMO UNIR MUNDOS ONLINE E OFFLINE NO NOVO VAREJO

RESUMO

Integração de canais é um assunto dos mais comentados nas últimas feiras mundiais de varejo. O Brasil ainda está engatinhando nesse mercado, mesmo com tecnologia, investimento e pessoas competentes para entregar. Os mundos on e off não mais existem separadamente. O cliente já percebeu. E marcas?

BENEFÍCIOS

Apresentar cases de sucesso, metodologias de planejamento, estudos que comprovam a eficácia da estratégia no varejo no mundo inteiro e o que pode ser aplicado no Brasil. Marcas vão entender que esse é um caminho sem volta, que é uma das mais importantes ferramentas dentro do guarda-chuva chamado Transformação Digital

PÚBLICO-ALVO

Gestores de marketing, comunicação e marca das empresas. Pessoas que entendem que o universo digital não é mais uma tendência e que precisam saber como se destacar da concorrência usando esse canal

TÓPICOS PRINCIPAIS

- O que é Omnichannel?
- Cases pelo mundo
- Entendendo tendências
- Resultados de empresas
- Como fazer?
- O que fazer?
- Como fazer?

Tempo palestra



The background features a vibrant blue and teal digital environment. A smartphone is positioned in the upper right, displaying a large blue arrow and some code. In the center, there are several 3D cubes filled with binary code (0s and 1s). Below these, various icons representing smart devices like a washing machine, a car, and a printer are connected by glowing lines and nodes, suggesting an interconnected IoT network. The overall aesthetic is high-tech and data-driven.

INTERNET DAS COISAS, BIG DATA, INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

COMO AS MARCAS PRECISAM SE ENVOLVER NESSE CENÁRIO?

RESUMO

O mundo está convergindo para o digital. Pessoas deixam rastros o tempo inteiro no universo online e com isso as marcas podem saber mais das pessoas para trazer comunicações mais relevantes. O digital ampliou muito o leque de canais de mídia e com isso, a dispersão está cada vez maior.

BENEFÍCIOS

Internet das Coisas, Big Data e Inteligência Artificial são conceitos dos mais importantes dentro do guarda-chuva da Transformação Digital. São estratégias de negócios que as marcas precisam usar para conquistar o consumidor. Ferramentas e plataformas de marcas que não apenas se conectam ao consumidor mas entendem muito mais sobre seus desejos e anseios. Marcas que sabem usar, conseguem mais atenção, interação e relacionamento, ou seja, vendas!

PÚBLICO-ALVO

Gestores de marketing, comunicação e marca das empresas. Pessoas que entendem que o universo digital não é mais uma tendência e que precisam saber como se destacar da concorrência usando esse canal

TÓPICOS PRINCIPAIS

- Internet das Coisas e seus benefícios
- Cases de sucesso
- Por que ter BigData na empresa?
- Cases de sucesso
- Inteligência Artificial e consumo
- Cases de sucesso
- Como planejar essas estratégias?
- O que e como fazer?
- O que esperar?

Tempo palestra



felipe morais

Branding

PLANEJAMENTO DE MARCA

COMO TRABALHAR A MARCA NO AMBIENTE DIGITAL GERANDO NEGÓCIOS

RESUMO

Marcas fortes vendem mais. Isso é fato! Porém, nenhuma marca nasceu forte, ela se torna forte e se mantém forte através de metodologias, pesquisas e ações que gerem resultados efetivos. Uma marca nunca para de ser construída, quando para, é porque ela não existe mais.

BENEFÍCIOS

Palestra vai mostrar a metodologia da FM CONSULTORIA que estuda mais de 70 pontos de uma marca, cenário, público, mercado e tendências que possam posicionar a marca na mente das pessoas. Uma marca só é forte quando tem um posicionamento que reflete o que ela realmente faz de bom na vida das pessoas. Fortalecer, Posicionar e se Comunicar são os 3 pilares que qualquer marca precisa fazer bem. E todos os dias!

PÚBLICO-ALVO

Gestores de marketing, comunicação e marca das empresas. Pessoas que entendem que o universo digital não é mais uma tendência e que precisam saber como se destacar da concorrência usando esse canal

TÓPICOS PRINCIPAIS

- Importancia do Branding
- Processo de imersão na empresa
- Analise de comunicação da concorrência
- Voz das ruas: O que e como pesquisar
- Metodologia de posicionamento de marca
- Criando a mensagem
- Brand Digital Persona
- Tom de voz da marca no universo digital

Branding

Tempo palestra



felipe morais

COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR 3.0

CADA VEZ MAIS COMPLEXO, ANTENADO E COM MENOS PODER DE ATENÇÃO NAS MENSAGENS PUBLICITÁRIAS

RESUMO

O ponto mais importante dentro do processo de marketing, como um todo, é entender o que se passa na cabeça das pessoas. Em um de seus últimos livros, Kotler, diz que marcas que não sabem segmentar ou quem é seu público perdem dinheiro, negócios e relacionamentos

BENEFÍCIOS

Entender o comportamento das pessoas não é fazer uma pesquisa online a cada 2 meses no Facebook ou estudar diariamente o Google Analytics. As pessoas precisam ser entendidas como seres humanos e não como números. Pessoas são carentes e querem atenção das marcas, o universo digital é a plataforma para essa interação. No digital, quem só quer vender, não vende. Quem quer se relacionar, vende, mais, melhor e investindo menos.

PÚBLICO-ALVO

Gestores de marketing, comunicação e marca das empresas. Pessoas que entendem que o universo digital não é mais uma tendência e que precisam saber como se destacar da concorrência usando esse canal

TÓPICOS PRINCIPAIS

- Critérios de segmentação
- Criação de personas
- Jornada de consumo
- Arquétipos das marcas
- Mapa de empatia
- Emoção de compra
- 5 Perfis de compra e como se comunicar com cada um deles
- Por que as pessoas compram?
- O papel da Internet no processo de compra física



Tempo palestra



felipe morais

ARQUÉTIPOS DE MARCAS

COMO MARCAS PODEROSAS CONTAM HISTÓRIAS MÍTICAS E FASCINANTES PARA ENGAJAR

RESUMO

Carl Gustav Jung, quando criou os arquétipos, acreditava que cada pessoa tem a sua personalidade e ao criar persona de marca usar o arquétipo é fundamental. Há um inconsciente coletivo, que é a camada mais profunda da psique, é constituído pelos materiais que foram herdados e é nele que residem os traços funcionais que seriam comuns a todos os seres humanos.

BENEFÍCIOS

As grandes marcas se posicionam fortemente com arquétipos e isso faz com que a comunicação ganhe não apenas um padrão, mas que impacte diretamente no sub consciente do consumidor, o local mais importante para as tomadas de decisões. Com essa palestra, as marcas poderão entender toda a metodologia de pesquisa para criar a estratégia e as narrativas a serem usadas na comunicação.

PÚBLICO-ALVO

Gestores de marketing, comunicação e marca das empresas. Pessoas que entendem que o universo digital não é mais uma tendência e que precisam saber como se destacar da concorrência usando esse canal

TÓPICOS PRINCIPAIS

- Conceito Arquétipos
- Os 12 arquétipos
- Cases de sucesso
- Como as marcas usam arquétipo
- Metodologia de pesquisa
- Achando o arquétipo da sua marca
- Aplicando no posicionamento de marca
- Como criar a narrativa de marca
- Onde e como aplicar o arquétipo na sua comunicação

Tempo palestra



felipe morais



PROPÓSITO DE MARCAS

COMO DESCOBRIR O PROPÓSITO QUE ESTÁ NO CORAÇÃO DA SUA EMPRESA

RESUMO

Marcas não criam propósitos, elas descobrem o que já está na sua alma, no seu coração e na forma com a qual ela constrói a sua história junto aos colaboradores, diretoria e principalmente consumidores. Propósito é um conceito que rege a marca em todos os pontos e aumenta seu valor de mercado, pois o consumidor reconhece que a marca com propósito é uma marca que visa o bem

BENEFÍCIOS

Uma pesquisa da Troiano Branding mostrou que as empresas com maiores valores de mercado na Bolsa de Valores de São Paulo eram empresas com propósito claro e reconhecido pelo consumidor. Propósito não é uma frase bonita na parede, é um componente importante de marca que o mercado reconhece e valoriza, logo, é algo que ajuda a aumentar as vendas da empresa.

PÚBLICO-ALVO

Gestores de marketing, comunicação e marca das empresas. Pessoas que entendem que o universo digital não é mais uma tendência e que precisam saber como se destacar da concorrência usando esse canal

TÓPICOS PRINCIPAIS

- Conceito do propósito
- O que o mercado diz
- Pesquisa Troiano Branding na Bolsa de Valores
- Por que escavar o propósito?
- Metodologia para descobrir propósito
- Resultados que a marca terá
- Como divulgar o propósito
- Case: Riachuelo / Troiano Branding
- Case: Chiesi / FM CONSULTORIA

Tempo palestra



A man with short dark hair and a light beard, wearing a grey t-shirt, is shown from the chest up. He is looking upwards and to the right with a thoughtful expression, his right hand resting on his chin. The background is a plain, light-colored wall.

MAS POR QUE CONTRATAR UMA PALESTRA?

Palestras são uma forma de atualizar os times das empresas. Profissionais como Felipe Moraes, que estão no mercado, sempre atrás de novidades para as marcas que trabalha, agregam conhecimento para as empresas.

Não apenas seus estudos, mas sua experiência e seu modo de "como fazer" é o que trazem para o universo das empresas uma reflexão e discussão sobre os rumos que a marca está indo para o universo online.

O objetivo das palestras não são ensinar as marcas a trabalhar, mas trazer dados, cases, pensamentos, análises e com isso provocar a reflexão de mundo, comunicação e principalmente de consumidores, ou melhor, de pessoas!



Obrigado

felipe morais

www.felipemorais.com

11 9 7039-5550

felipe@felipemorais.com