

Marketing Digital

para iniciantes



Marketing Digital

para iniciantes

Sumário

O que é marketing digital	03
Conceitos básicos	05
Como fazer uma estratégia para o seu negócio	10
Conheça alguns caminhos	13
Para saber mais	17

O que é **marketing digital**?



Marketing digital é o conjunto de ações ligadas à comunicação que empresas colocam em prática na internet e em meios online para divulgar produtos, trabalhar a marca, conquistar novos clientes e melhorar a rede de relacionamentos.

O marketing já existia antes do mundo se digitalizar e, com a chegada da internet, as práticas foram adaptadas para a nova realidade e ganharam novos espaços para conquistar os objetivos desejados.

Conceitos básicos



Os Ps do marketing

Este é um conceito básico que trata dos principais pontos de atenção na hora de pensar na estratégia de marketing do seu negócio. No início, eram quatro (produto, preço, praça e promoção), mas, com as mudanças da sociedade, hoje, muitas literaturas especializadas já consideram até oito Ps. Veja quais são e alguns pontos a considerar para cada um deles:

Produto

O que você oferta; quais as características; a demanda por este item no seu contexto e como ele é apresentado fisicamente (forma, cor, embalagem), caso seja tangível.

Preço

É variável entre preço fixo e lucro; deve ser atrativo para o seu público; é o único elemento da estratégia que gera rendimentos financeiros. Deve-se pensar em margem para desconto também.

Praça

Onde você vende; qual é a logística e a distribuição; como o produto ou serviço é entregue; por onde as pessoas compram; canais de distribuição e armazenamento.

Promoção

Como você oferta seus produtos e serviços; estratégias; formas de ser notado pelo seu público e canais de divulgação.

Pessoas

Conquistar clientes não só pelo produto, mas pelo que é sua marca. Pessoas estão no centro do processo de compra, porque são elas que decidem ou não fazer negócios com você.

Processos

Como o seu produto ou serviço é produzido; fluxo de trabalho; os métodos que você usa nesta jornada; equipe.

Posicionamento

Forma pela qual seu negócio interage com a comunidade; como a sua marca é vista no seu segmento; vender mais por menos ou vender menos por mais, por exemplo.

Performance

O desempenho da sua empresa em vendas; rentabilidade do negócio; determina o sucesso dos negócios ou não, avaliando se as pessoas estão vendo o seu produto e se as promoções têm dado certo.

Termos de marketing

É muito provável que, em algum momento, você lide com expressões bem características deste universo. A gente separou algumas para você aqui:

Anúncios

São peças usadas para divulgar ofertas sobre o seu negócio. Podem ser digitais (imagens para Facebook ou Instagram, banners em sites etc.) ou físicos (anúncio em revistas, jornais, outdoors etc). Você pode pagar para que este conteúdo esteja disponível em algum site ou rede social ou postar de forma orgânica, sem investir dinheiro na publicação.

Call to action

Em tradução literal, é "chamado para ação". Nada mais é do que uma expressão ou frase que diga a seu/sua cliente o que você espera dele(a), como "clique e saiba mais", "compre agora", "conheça mais aqui", "visite nossa loja" etc.

Funil de vendas

É a jornada do consumidor e determina em que fase ele está, se é na etapa de entendimento, em que ele tem um "problema", ou se já está buscando uma solução para aquela necessidade por meio de um produto ou serviço.

KPI

É a sigla em inglês para Key Performance Indicators, ou, em português, Indicadores Chave de Desempenho. Os KPIs são critérios que você usa para medir o seu sucesso dentro de uma estratégia, como cliques em um post, visualizações de um vídeo etc.

Post patrocinado

É um conteúdo que vira anúncio, pois você paga para ser impulsionado nas redes sociais, como Facebook ou Instagram. Você investe para que ele seja exibido a um número maior de pessoas.

Público-alvo

São as pessoas para as quais você quer ofertar e vender seus produtos e serviços. É com quem você deseja falar nas suas comunicações.

Como fazer uma **estratégia** para o seu negócio



Antes de colocar suas ações em prática, é importante definir pontos que vão nortear o seu trabalho para o começo da sua estratégia.



Qual é o seu objetivo?

Claro que, no fim do dia, a meta é vender mais, mas, para chegar a isso, é importante pensar no caminho. Vale definir objetivos de curto, médio e longo prazo. Aumentar o número de fãs na sua página? Ser referência na sua cidade dentro do segmento em que atua? Aumentar o volume de vendas? Ampliar o volume de contratações dos seus serviços?



Qual é o seu público?

Pense e pesquise sobre quais são as pessoas com quem deseja falar e defina como se comunicar com elas. Quais são as coisas que elas gostam ou não? Qual é o tom da conversa? O que procuram? Onde costumam ir? Tudo isso ajuda a entender a melhor forma de abordar o seu público.



Quais são os indicadores?

Escolha alguns critérios para medir se a sua estratégia está dando certo. Pode ser número de curtidas nas suas redes sociais, aumento de vendas ou de pedidos de orçamento, avaliação do produto ou serviço pelos clientes etc.



Qual é o seu caminho?

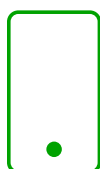
Agora é hora de definir os meios para fazer este trabalho. Quais são as redes sociais em que vai estar? Terá divulgação por e-mail ou WhatsApp? É o momento de pensar no que vai colocar em prática e onde. Quando refletir sobre os caminhos a serem adotados, avalie sua capacidade operacional, para não deixar seus/suas clientes sem a devida atenção e um bom atendimento.

Este é um caminho básico para você começar a sua estratégia de um jeito mais organizado. Para o detalhamento deste processo, pesquise pelo termo marketing digital e encontre uma série de conteúdos que podem ajudá-lo a se aprofundar mais. Na última sessão deste e-book, você também encontra sugestões para saber mais sobre o assunto.

Conheça alguns **caminhos**



Aqui, você encontra algumas formas de colocar o seu trabalho com marketing digital em prática:



Redes sociais

É interessante estar onde o seu público está e, nas redes sociais, você tem um canal direto com clientes e potenciais consumidores(as). Você pode trabalhar a imagem do seu negócio ao mesmo tempo em que faz ofertas de produtos e serviços.

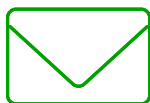
Temos um e-book exclusivo sobre este tema disponível para você: acesse o site **www.sicredi.com.br/economialocal** e confira.



Blog

Este é um espaço onde você pode explorar mais profundamente alguns temas, com textos mais longos, que podem ser acompanhados de vídeos, imagens, áudios etc. Ele dá a oportunidade de divulgar e falar mais sobre o conteúdo da sua área de atuação, explorando ao máximo informações e temas que sejam de interesse do seu público.

Avalie se faz sentido para o seu tipo de negócio e pesquise por opções gratuitas para criar o seu blog.



E-mail marketing

Sempre que tiver novidades ou quiser reforçar produtos e promoções, vale enviar um e-mail para a sua lista de clientes. Não esqueça de mandar a mensagem com os endereços em cópia oculta, para não expor o e-mail de ninguém. Também é um jeito de manter sua marca sempre no radar do seu público, mas cuidado com a frequência, ok? Se for muito alta, as pessoas tendem a descartar sua comunicação. Busque por ferramentas que ajudem a enviar os e-mails com maior eficiência e profissionalismo à sua base de clientes. Isso ajudará a mensurar os seus resultados e trará mais dados sobre o que seus/suas clientes querem.



Listas de transmissão no WhatsApp

Se você trabalha com venda de produtos, pode criar uma lista de transmissão com clientes para divulgar suas promoções. Ela é basicamente uma relação dos seus contatos e todos vão receber a mesma mensagem – sem necessariamente estarem no mesmo grupo.

Isso também vale para serviços: por exemplo, se dá aulas de ioga, pode compartilhar informações sobre o assunto aos interessados ou, se vende pães, pode contar sempre que tiver opções com desconto. Porém, cuidado com a criação de grupos e não abuse da frequência de mensagens, pois nem todo mundo gosta de participar deles – e você pode acabar com um grupo vazio assim que criá-lo.

Veja nossos e-books sobre redes sociais e conteúdo para melhorar a sua estratégia no site Eu Coopero com a Economia Local: **www.sicredi.com.br/economialocal**.

Dica: Já ouviu falar em benchmarking?

Esta é a expressão usada na área de marketing para fazer uma avaliação do que o mercado e os concorrentes têm feito. Levante os nomes de algumas empresas que são referência no seu segmento e pesquise de que forma elas estão trabalhando nos meios digitais. Isso pode render ideias do que fazer para o seu negócio, ao ver práticas que dão ou não certo e definir um modelo para você atuar.

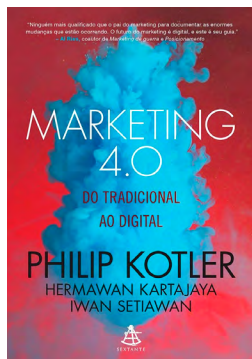
Você no Google!

O **Google Meu Negócio** é um jeito simples e gratuito de aumentar a exposição da sua empresa no buscador mais popular do mundo. Procure pelo termo no próprio Google e faça a sua conta: você vai poder criar uma ficha com informações do seu negócio e ser facilmente encontrado por clientes nas buscas no Google e no Google Maps, além de ajudar a gerar interações de clientes locais.

Para saber **mais**



Quer se aprofundar ainda mais neste tema? Separamos algumas sugestões para você:



Para ler...

Marketing 4.0 – Do Tradicional ao Digital, de Philip Kotler

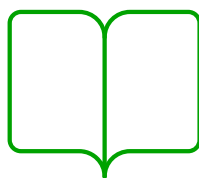
Kotler é considerado o pai do marketing e, neste título, ele aborda o cenário online do conceito.



Para estudar...

Marketing Digital para o Empreendedor, no Sebrae (grátis)

Versão gratuita de um curso básico sobre o tema, que você pode fazer online. Acesse por <https://bit.ly/2YBqtIH> ou entre no site do Sebrae e digite o nome do curso.



Veja também nossos outros e-books disponíveis em sicredi.com.br/economialocal

