



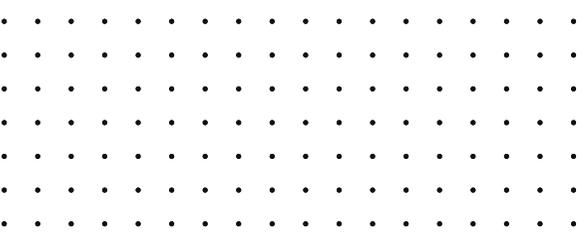
Sistema  
Sincropas  
Assopéas  
Assomotos

**Autor: Jorge Carvalho**

# 10 COISAS QUE TODO EMPRESÁRIO TEM QUE SABER

*ANTES DE INVESTIR  
EM MARKETING DIGITAL*

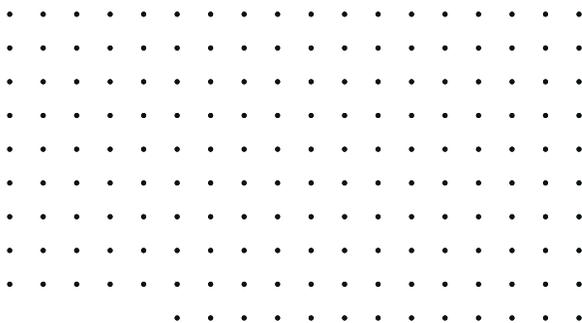




## Por Jorge Carvalho

Sócio fundador da GO! Brading e Design, Designer Gráfico (Estácio) com especialização em Branding (Facha/RJ), é o responsável pelos projetos de Branding, Design e Estratégia e já criou mais de 100 marcas. Atua no mercado há quase 3 décadas, com passagens por Agências de Publicidade, Departamentos de Marketing de grandes empresas e Escritórios de Design

---

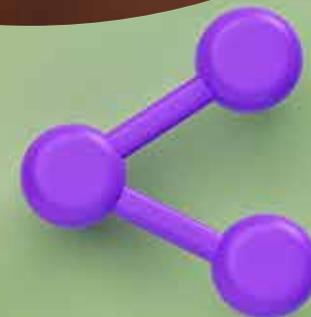
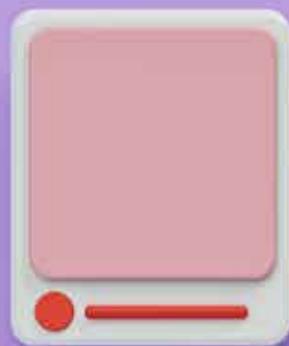


# INTRODUÇÃO

As redes sociais hoje são a forma mais forte de marketing existente. As campanhas e ações na internet surtem muito mais resultado do que as veiculadas offline. O motivo para isso é muito simples: todo mundo está online!

Entretanto, antes de investir no online, você precisa saber como o sistema funciona para entender exatamente como o seu dinheiro está sendo usado. Por isso, elaborei este e-book com algumas dicas para te ajudar nesse processo.

*Boa Leitura!*



# 01

## Primeiro o básico, esteja presente online

A primeira coisa que você precisa para estar online é um domínio, o “www” com o nome da sua loja, depois precisa de uma hospedagem, que é onde você vai criar as contas de e-mails que são fundamentais para suas ações. Com isso, marketing digital.

### Dica

**Domínio** é o seu endereço na internet, é por ele que as pessoas te encontram;

**Hospedagem** é o local onde armazenamos as suas informações, como se fosse o seu “ponto comercial” na internet;

**Site** é a sua “recepção” montada no seu ponto comercial, lá o seu cliente conhece você, pode ter algumas informações e a formas de entrar em contato;

**E-commerce** é a sua loja na internet, nele você expõe seus produtos, o cliente escolhe o que quer e compra direto na plataforma, sem precisar ir até a loja física.



# 02

## Marketing (Mkt) digital não é só post no Instagram

Para aumentar as vendas, não basta criar um perfil no Instagram ou no Facebook, sair postando e confiar que o conteúdo vai chegar aos seus clientes.

Por se tratar de um assunto muito abrangente existem inúmeras formas de aplicar Marketing Digital, porém, apesar do grande número de possibilidades de aplicações, existem estratégias e técnicas que se destacam por serem usadas pela maioria dos empreendedores e por, geralmente, trazerem resultados positivos. São elas:

**Marketing de Conteúdo:** é todo conteúdo feito para educar, informar ou entreter um futuro cliente. A ideia consiste em informar as pessoas para fazer com que elas não só respeitem a sua marca e a tenham como referência, mas também com que se tornem clientes de sua empresa.

**E-mail Marketing:** Envio direto de uma mensagem comercial, tipicamente a um grupo específico de pessoas, através de um e-mail. Por definição, cada e-mail enviado a um potencial ou atual cliente pode ser considerado e-mail marketing. Geralmente, seu conteúdo, é composto por promoções, ofertas de negócios, solicitação vendas ou doações. Seu propósito é construir lealdade, confiança ou branding (divulgação de marca).

**Redes Sociais:** Atualmente, existem diversas vantagens que estimulam as empresas a estarem presentes nas mídias sociais. A primeira e principal delas, é o número altíssimo de usuários presentes nas mídias sociais. Somente no Facebook, por exemplo, existem aproximadamente 1,6 bilhão de usuários, e a possibilidade de você encontrar os seus clientes e potenciais clientes dentre esses usuários é muito alta.

**Otimização de Conversão – CRO:** Chamamos dessa forma todo esforço para aumentar as taxas de conversão para determinado objetivo. Um exemplo cotidiano é, no caso se uma loja física de produtos, a existência de uma relação entre o número de pessoas que entram na loja e o número de pessoas que compra algo. Esta relação pode ser encarada como uma taxa de conversão, no caso, dos visitantes que realizam uma compra.

Na prática, o que precisamos é que o Lead faça uma série de ações, que, conjuntamente, vão ser indicadores de que determinada pessoa está próxima do momento de adquirir o seu produto.

**Marketing de Busca ou SEO:** O objetivo principal é fazer com que o site seja privilegiado e apareça com prioridade nos resultados de relacionado aos seus produtos no Google.

# 03

## Não dê tanta importância ao número de curtidas e seguidores

O algoritmo do Instagram tem o objetivo de manter o maior número de usuários online pelo maior tempo possível, para isso ele analisa as preferências de cada usuário e mostra os conteúdos mais relevantes e, claro, anúncios.

Portanto, gerar engajamento orgânico é essencial. Porém, investir em anúncios é uma ótima forma de aumentar o alcance da sua empresa no Instagram.

Ao planejar as campanhas de Instagram Ads você pode definir o público-alvo pensando no perfil que mais condiz com a marca e com seus objetivos. Sejam eles: mais conversão, seguidores, tráfego para o site, venda de produto, dentre outros.

### Dica

Não caia em promessas de compra de seguidores, é cilada! Isso pode acabar na exclusão da sua conta.

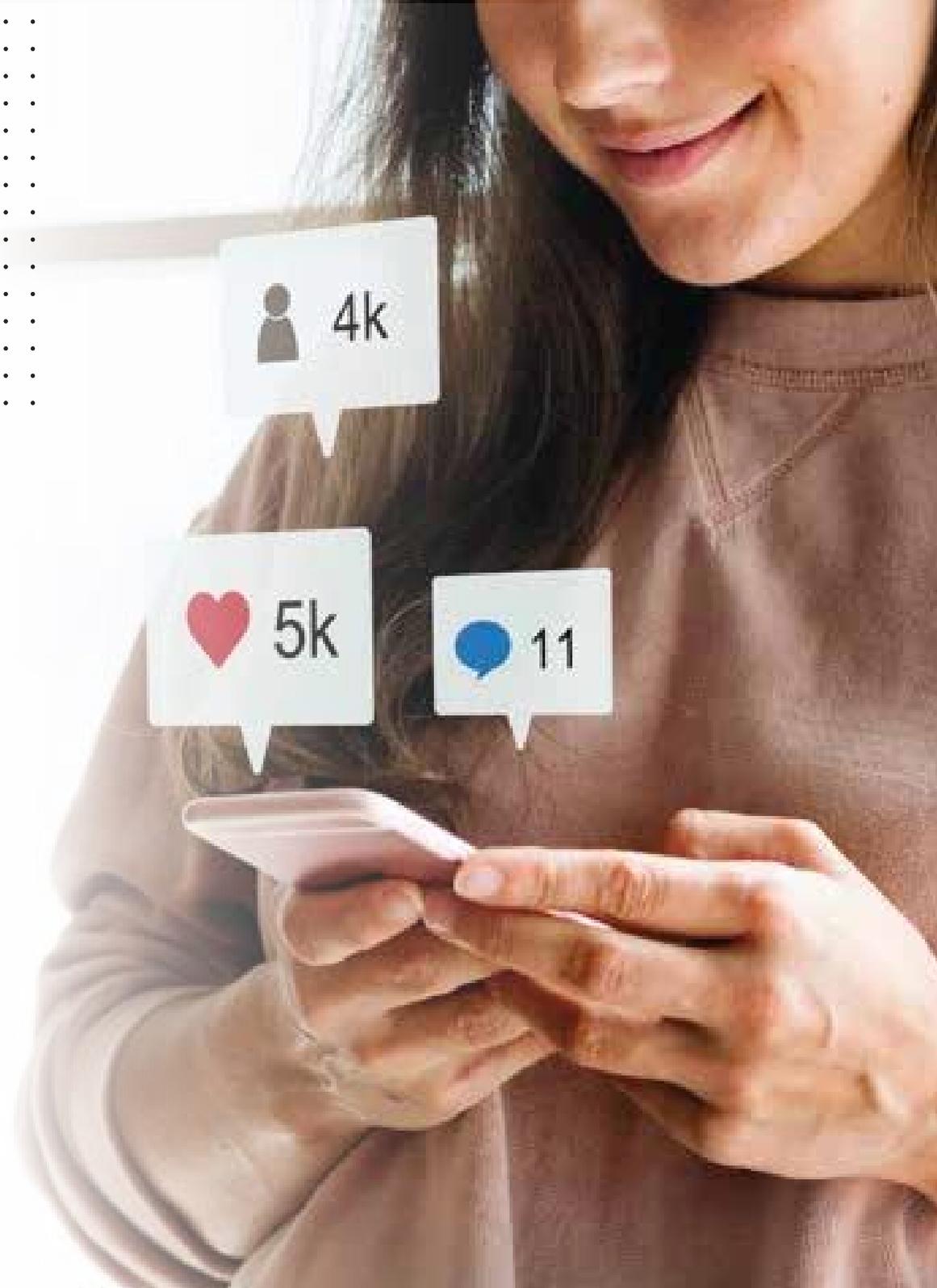


# 04

## Planeje-se

São inúmeros os motivos, o principal é que vai permitir otimizar custos e economizar tempo na tomada de decisões. Porém, o planejamento de Marketing Digital deve ter como foco a competitividade e a eficiência do produto em todas as fases da campanha, da criação ao pós-venda.

Para isso, você precisa definir de forma clara todos os objetivos e metas a serem alcançadas, e, claro, definir um orçamento;



# 05

## **Não pense em quanto você vai gastar e, sim, quanto vai investir**

Dá para dizer que o investir em Marketing Digital é uma espécie de investimento para gerar lucros na internet. Para investir é importante saber para que vai servir seu orçamento, e isso vai além de saber que ele vai para anúncios, produção de conteúdo, SEO e outros veículos de atração de clientes. Você precisa saber o que você quer com seu orçamento de Marketing Digital, saber aonde você quer chegar.

Um exemplo de objetivo a ser traçado é o crescimento de sua audiência em X% em 6 meses. Isso significa que você vai concentrar seus investimentos em ferramentas que irão atrair pessoas que ainda não sabem que você existe, como, por exemplo, o Google Adwords.

Mas, acima de tudo, respeite o momento da sua empresa. Na hora de traçar os objetivos é preciso ser realista, pois, apesar dos objetivos traçarem o orçamento, é preciso que o número final esteja de acordo com a realidade da empresa.

### ***Não tenho muito dinheiro para investir***

Essa é uma justificativa bem comum, mas, na maioria das vezes, inválida.

É possível fazer muita coisa relevante em Marketing Digital a preços irrisórios: um domínio, um blog ou uma conta em mídias sociais são exemplos de investimentos com valores ínfimos.

**Dica**

# 06

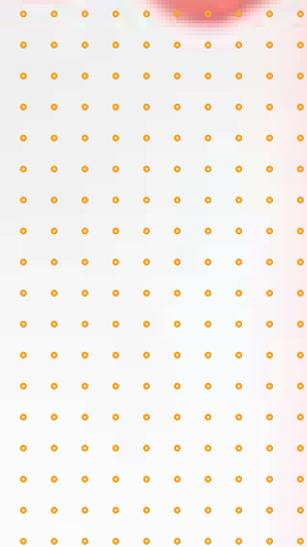
## Deixe na mão de quem sabe

Delegar o seu Marketing Digital a qualquer um pode se tornar o seu pior pesadelo, pois uma postagem equivocada ou estratégia mal elaborada pode não só evaporar todo seu investimento, como também destruir a sua imagem.

Contratar uma agência ou um consultor é garantia de qualidade, e experiência e expertise, gerando, assim, um melhor custo-benefício. Além disso, são agregadores de conhecimento, tecnologia e especialistas te deixando com mais tempo para gerir o seu negócio.

**Portanto, nada de contratar o sobrinho,  
ou fazer um cursinho rápido**

**e sair bancando  
uma de marqueteiro.**



# 07

## Tenha paciência

O marketing digital requer tempo e continuidade. Por isso, você deve ter paciência, e não querer que os resultados apareçam da noite para o dia. Claro que não é regra, mas na maioria das vezes leva um tempo para seus números progredirem.

Diferente de outras ferramentas e técnicas, o Marketing Digital se mostra, na maioria das vezes, como um investimento de médio e longo prazo. A compreensão e a paciência em esperar algum retorno são fundamentais para a coleta de resultados positivos.



A princípio, existem três tipos de ações que podem ser desenvolvidas pelo marketing digital:

**Ações de curto prazo** – Criações de sites eficientes, com uso básico de SEO, produção de conteúdo e adaptação para plataformas mobile. Os sites começam a oferecer retorno de 1 a 6 meses;

**Ações de médio prazo** – Campanhas com links patrocinados aumentam o tráfego do site e podem gerar algum retorno entre 6 e 12 meses;

**Ações de longo prazo** – Qualquer estratégia de marketing digital requer acompanhamento e continuidade para trazer resultados realmente satisfatórios. Por isso, ações como SEO, Marketing de Conteúdo e nutrição de leads levam entre 12 e 24 meses para gerarem retorno.

Como você pode perceber, nenhuma das estratégias traz uma resposta imediata. Por isso, a paciência é a melhor virtude que um gestor pode ter ao apostar em Marketing Digital.

# 08

## Marketing Digital não é garantia de venda

Com certeza você já esbarrou com alguém querendo vender fórmulas prontas para melhorar suas vendas com o “Marketing Digital” do seu negócio. É só fazer uma campanha de links patrocinados, mostrar um print com o seu site no “topo do Google”, receber mil curtidas numa postagem e tudo certo. Mas no final, você não vendeu nada a mais, frustrante, né?

Com certeza você já esbarrou com alguém querendo vender fórmulas prontas para melhorar suas vendas com o “Marketing Digital” do seu negócio. É só fazer uma campanha de links patrocinados, mostrar um print com o seu site no “topo do Google”, receber mil curtidas numa postagem e tudo certo. Mas no final, você não vendeu nada a mais, frustrante, né?



# 09

## Prepare seu time de vendas

Nunca olhe o treinamento como um gasto de tempo ou desperdício de dinheiro. Muitas vezes, o que parece óbvio para você não é para os profissionais envolvidos na linha de frente, ou seja, aqueles que irão lidar com o dia a dia com o seu consumidor final.

Sua equipe de vendas precisa estar completamente em sinergia com o seu plano de marketing para garantir que a promoção dos serviços ou produtos possa ser efetiva.

Ou seja, não adianta o marketing atrair milhares de possíveis clientes se a equipe de vendas não estiver bem treinada e informada para atendê-los, pois eles vão chegar até ela e desistir de fazer a compra. Além disso, é importante lembrar que ela também deve estar preparada para atender a demanda que será enviada pelo marketing.

O contrário também é verdadeiro. Não adianta de nada ter uma equipe de vendas bem preparada, treinada, motivada e pronta para vender seus serviços e produtos da melhor forma, se a sua equipe de marketing não consegue gerar leads para que o comercial possa vender.



# 10

## Não esqueça do mais importante, o cliente

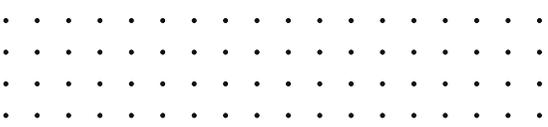
A forma de consumo e o consumidor vêm mudando muito nos últimos tempos. Você já parou para pensar se a sua empresa está acompanhando essa evolução?

Já não basta somente criar seu produto e fazer uma propaganda para vendê-lo ou fidelizar seus clientes! Os consumidores, antes de efetivar qualquer compra, em especial as que requerem maior investimento, costumam pesquisar bastante para encontrar o melhor negócio.

Esse novo comportamento traz diversas questões que a empresa precisa lidar para poder crescer, vender e até mesmo expandir seu negócio.

- **Não deixe o cliente sem resposta no direct do Instagram e no WhatsApp;**
- **Seja claro nas informações, escreva um conteúdo fácil de ser entendido;**
- **Tenha um discurso alinhado, o que o cliente ler na sua postagem deve ser idêntico ao que ele vai ouvir do vendedor;**
- **Seja objetivo, tratar de assuntos que não tem a ver com o seu segmento atrairá pessoas que não estão interessadas no seu negócio. Por isso, priorize temas ligados à sua área.**
- **Ajude a tirar dúvidas;**
- **Acompanhe o que é dito sobre seu negócio;**
- **Não ignore as reclamações e não deixe nada sem resolução.**

Por isso,  
fique atento  
aos detalhes  
como:



## CONCLUSÃO

---

A realidade em que vivemos torna as pessoas cada vez mais conectadas, o Marketing Digital é a melhor forma de alcançar e fidelizar os clientes em potencial através da web.

Com estas 10 dicas de Marketing Digital, é possível posicionar bem a sua empresa e atrair clientes em potencial.

É importante ter em mente que o Marketing Digital está em constante evolução, portanto procure estar sempre acompanhando as novidades do setor.



**Se quiser se aprofundar mais sobre o assunto,  
leia o conteúdo abaixo:**

**e-book MARKETING DIGITAL PARA SETOR AUTOMOTIVO**

<https://www.ssa-ce.com.br/bookstore/#popupebook?link-ebook=https://www.ssa-ce.com.br/wp-content/uploads/2020/12/EBOOK-MKT-DIGITAL-PARA-AUTO.pdf>

**Guia Definitivo de Marketing Digital**

<https://d335luupugsy2.cloudfront.net/cms%2Ffiles%2F2%2F1602618850guia-definitivo-marketing-digital.pdf>

**e-book Marketing digital para iniciantes**

<https://rockcontent.com/br/blog/marketing-digital-para-iniciantes/>

