

DEVO INVESTIR EM MARKETING DIGITAL?



“Vejo as Pessoas divulgando seus produtos e serviços na internet! Será que eles tem mesmo o resultado que dizem ter? E se tem quanto tempo demora para que eu veja o retorno disto? Acho melhor divulgar nos meios tradicionais, é a melhor opção até que eu tenha condições melhores para investir em publicidade digital!”

Será Mesmo? O que eu faço agora?

▼ **PARA QUEM É ESTE E-BOOK!**

PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS

PESSOAS COM PROJETOS DE VIDA

MENTES EMPREENDEDORAS

 /marketingefrol

 @marketingefrol

 www.efrol.com.br

Sumário

DEVO INVESTIR EM MARKETING DIGITAL?	3
<i>PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS</i>	3
A INFLUÊNCIA DA INTERNET	4
NOVOS TEMPOS: NOVA FORMA DE TRABALHAR O MARKETING	4
INVISTA EM PARCERIAS.....	5
FIDELIZE SEUS CLIENTES: FAÇA COM QUE ELES O INDIQUE	6
NÃO MEÇA ESFORÇOS EM PARTICIPAR DE EVENTOS	7
CRIE AÇÕES PROMOCIONAIS E TENHA BOM ATENDIMENTO!	7
MARKETING DIRETO.....	8



DEVO INVESTIR EM MARKETING DIGITAL?

PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS



Você acredita que o marketing digital deve esperar você empreendedor, melhorar suas condições financeiras para investir em mídias digitais? Bom! Se disseste que sim: você pode estar perdendo uma grande oportunidade de alavancar seu empreendimento e conseguir

se destacar no mercado, além do mais para vender mais é preciso aparecer!

Sendo assim, se sua empresa for de pequena ou médio porte, é fundamental para o desenvolvimento constante, que você defina uma estratégia de marketing capaz de dar visibilidade e agregar valor à sua marca, isto se torna essencial para gerar bons resultados financeiros e crescer.

Nós sabemos que em tempos de orçamentos pequenos e cobranças grandes, escolher qual caminho seguir nem sempre é tarefa fácil: são tantas as possibilidades que é normal ficarmos confusos e com dúvidas.



Porem antes de partirmos para a prática, é necessário compreender que, ao contrário do que muitos pensam, uma boa estratégia de marketing vai muito mais além do que técnicas aleatórias aplicadas. Ou seja, para que as ações realmente gerem o resultado esperado, é preciso que elas estejam verdadeiramente alinhadas com o plano de negócio da sua empresa. Devemos levar em consideração os leads, suas vontades e desejos, além de entender as potencialidades e fraquezas do seu empreendimento e é claro que não devemos esquecer de buscar entender o perfil dos seus concorrentes, para mais tarde tomar ações cabíveis em seu negócio.



Bom! Agora que já sabe um pouco mais sobre este assunto, vamos partir para prática, conhecer algumas estratégias de marketing para pequenas e médias empresas. E aí, preparado para alavancar o seu negócio?

A INFLUÊNCIA DA INTERNET

Você já deve ter comprado algum produto na internet ou algum amigo já deve ter te perguntado se você conhece um produto ou marca, tudo isso simplesmente em busca pelo produto ou serviço desejado, o fato é que o processo de compra do consumidor está cada vez mais influenciado pelas divulgações nas redes sociais.



Então, é justamente por conta disto que construir uma presença online se torna tão importante e fundamental para quem quer evoluir! Usando as estratégias certas nas redes sociais sua empresa pode ser encontrada mais facilmente. Estude: "SEO", isto pode aproximar a sua marca do seu cliente ou, até mesmo, pode vender por meio de uma plataforma e-commerce. Devemos ressaltar que o primeiro passo para a construção de uma presença online é entender o cliente, os seus hábitos, então, definir o posicionamento do seu negócio!

NOVOS TEMPOS: NOVA FORMA DE TRABALHAR O MARKETING

De acordo com as pesquisas realizadas, os meios tradicionais de fazer marketing tem perdido espaço para uma nova conjuntura, ou seja, aquela velha forma de fazer propagandas onde as empresas tentavam vender o produto de forma explícita, não estão tendo mais o resultado esperado, é claro que alguns seguimentos



precisam expor seus produtos, mas o que estou querendo dizer aqui é que para a maioria dos seguimentos, hoje não se faz mais necessário expor seus produtos de forma a gritar que você o tem para venda! Você precisa aprender a envolver seu público, não deve passar a impressão de ser algo forçado, o cliente tem de tomar as suas próprias decisões, acreditando que ele fez a melhor escolha, consegue compreender o que eu digo? Então, é por isto que surgiu o *inbound marketing*, baseado na produção de conteúdo de qualidade para atrair e educar o cliente.

Para ficar mais claro vamos usar um exemplo hipotético, quando um potencial consumidor pesquisa sobre: “Qual estilo de roupa está na moda?”, ele acaba encontrando várias postagens explicativa de uma determinada marca de roupas, etc... Consegue compreender que ao invés de apresentar a sua nova coleção, o que essa marca fez foi dar dicas de moda e, assim, conquistar a confiança do cliente. Percebe que seja qual for o segmento de atuação do seu empreendimento, esta técnica certamente ajudará você a ganhar credibilidade, atrair mais visitantes e aumentar as suas vendas, é claro, você pode adicionar mais coisa nesta sua captura de clientes, como por exemplo usar e-mail marketing para captar potenciais leads, entre outras coisas que pode aprimorar seu empreendimento.

INVISTA EM PARCERIAS

Use o poder de parcerias de forma estratégica a favor do seu negócio, pense que a união faz a força! O que eu quero dizer com isso? Imagine que você fez uma parceria com várias outras empresa que pode ser ou não do mesmo ramo em que você atua, essa parceria tem um único objetivo há princípio: reduzir os custos, essa estratégia de marketing pode multiplicar





consideravelmente o alcance da ação e, por conseguinte, os resultados obtidos. É o que acontece com a produção de eventos ou de editoriais realizados em conjunto por marcas de diferentes segmentos. Ao se reunir empresas de sapatos, roupas e acessórios em um único ensaio, por exemplo, você consegue benefícios como:

- ✓ Rateio dos custos,
- ✓ Visto que a estrutura necessária será a mesma para todas as empresas;
- ✓ Aumento na visibilidade da sua marca, tendo em vista que sua empresa pode estar ao “lado” de empresas renomadas!
- ✓ Aumento da conversão uma vez que o público estará visitando outros estandes também poderá se interessar pelo seu produto.

Neste momento você perceberá qual público está demonstrando real interesse pelos seus produtos/serviços anunciados. Percebe a importância de construir uma parceria com outras empresas visionárias como a sua?

FIDELIZE SEUS CLIENTES: FAÇA COM QUE ELES O INDIQUE



Você sabia que conquistar um novo cliente custa cinco vezes mais do que manter um antigo? Isso mesmo! E é justamente por esse motivo que investir em programas de fidelidade pode ser uma excelente estratégia de marketing. Os programas de fidelidade têm de

fazer com que seus clientes continuem a comprar de você não só porque seu produto é bom, mas também porque ele obtém resultados que o agrada e o deixa feliz. Outra estratégia que não deve ser ignorada diz respeito às indicações. Enquanto a propaganda tradicional provoca uma leve desconfiança por parte do cliente, a indicação de um amigo ou conhecido tende a ser muito mais valorizada e aceita. Assim, por que não usar isso a favor da sua marca e associar descontos e bonificações às indicações realizadas pelos atuais clientes?



NÃO MEÇA ESFORÇOS EM PARTICIPAR DE EVENTOS

Você sabia que a participação em eventos é uma excelente estratégia de marketing para as empresas que desejam aparecer mais? Fazer networking e gerar bons negócios pode ser uma excelente estratégia para alavancar seu empreendimento e quem sabe até encontrar algum investidor anjo para investir em sua Startup! Ao participar de eventos, você tem a oportunidade de distribuir informações e fazer ações promocionais para um público que, em geral, tende a demonstrar muito mais interesse pelos seus produtos ou serviços (afinal, aquelas pessoas saíram de casa só para conhecer as novidades do mercado) concorda?



Devemos aqui lembrar que, nem só os eventos maiores são interessantes. A depender do seu segmento de atuação, associar a sua marca a um evento pequeno também pode ser um excelente investimento. É o que acontece, por exemplo, com as confecções de roupas que aproveitam feiras e pequenos festivais para expor e vender os seus produtos e relacionar a marca a um momento cool.

CRIE AÇÕES PROMOCIONAIS E TENHA BOM ATENDIMENTO!



Manter promoções ativas constantemente dentro de uma empresa pode ser uma das melhores estratégias para se manter no mercado e se destacar, pois, muitas pessoas decidem o que vão comprar quando já estão dentro da loja. E o que isso significa? Que investir em ações no ponto de venda é uma excelente forma de gerar bons resultados e atrair potenciais clientes!

resultados e atrair potenciais clientes!



No entanto, atrair potenciais clientes não necessariamente os fideliza a voltar e comprar novamente. Para isto é necessário que haja uma sincronia de resultados entre os colaboradores da empresa. Devemos Procura entender o que o cliente espera do atendimento, nós devemos concentrar nossas energia no bem estar do cliente e tornar a experiência de compra o mais prazerosa possível (sem esquecer, é claro, de focar na conversão). Abuse de ações de merchandising, como o uso de displays e expositores diferenciados, elimine os erros no atendimento e promova ações promocionais, tais como degustações, distribuição de brindes e realização de jogos (Brincadeiras).

MARKETING DIRETO

Basicamente, o marketing direto consiste em atingir o seu potencial consumidor com uma mensagem devidamente personalizada e segmentada, sem que, para tanto, seja necessário recorrer ao uso dos meios de terceiros. É o que acontece, por exemplo, quando um banco envia um cartão digital no e-mail do seu cliente parabenizando-o pelo seu aniversário



e oferecendo X% de desconto em algum tipo de serviço que o cliente possa vir a utilizar. Além de ser uma ferramenta de relacionamento, o marketing direto é muito bom para gerar Retorno (vendas) e tem entre as suas vantagens o fato de ser mensurável (você tem como saber qual cliente foi até a empresa e efetuou a compra, empréstimo, etc.). Outro excelente uso que pode ser atribuído ao marketing direto diz respeito ao pós-venda, fator crucial para toda empresa que deseja encantar o cliente e crescer.

Gostou das nossas dicas sobre estratégia de marketing? Então, [curta nossa página no Facebook](#) e fique por dentro do nosso conteúdo!