

Marketing Digital: por que você precisa conhecer e incorporar essa prática em seu negócio

Marketing Digital é um conjunto de informações e ações que podem ser feitas em diversos meios digitais com o objetivo de promover empresas e produtos.

Parece simples, não é? Porém, você precisa entender a **importância dessas estratégias**. Sem elas, poucas empresas sobrevivem, com elas e de maneira bem feita, muitas empresas aumentam as vendas e o contato com seus clientes e futuros clientes.

Para compreender o quanto o marketing digital está presente nos negócios, podemos pensar: você percebe como, hoje em dia, a internet está incorporada à nossa vida? É quase impossível fazer qualquer coisa sem ela. Desde procurar o telefone de uma loja, conversar com alguém que está distante, de coisas complexas às coisas simples, quase tudo passa pela internet. É cada vez mais difícil ver as pessoas desconectadas de seus celulares, com a internet ao alcance dos dedos.

Se a nossa vida mudou com a internet, o processo de compra também. É muito comum realizarmos muitos tipos de buscas na internet. Nela pesquisamos os melhores preços (quando já sabemos o que queremos), buscamos informações sobre determinado produto ou serviço (quando ainda estamos estudando a possibilidade de compra),

ou descobrimos mais sobre um problema que temos (quando ainda não sabemos qual solução poderá nos ajudar). Tudo isso chamamos de Marketing Digital.

Esse mercado digital requer conhecimentos específicos; além disto, o consumidor ou a consumidora apresenta comportamentos diferentes ao comprar pela internet. Nos dias de hoje o Marketing Digital possibilitou que essas pessoas tenham um papel mais ativo, que possam pesquisar e entender mais sobre o produto ou serviço.

Você se lembra como fazíamos compras ou tínhamos informações sobre produtos e serviços? Tudo isso estava nas mãos das empresas. Ou seja: precisávamos ir até uma loja e conversar com um vendedor ou uma vendedora para termos as informações.

Uma curiosidade: você sabia que em números, 60% do processo de compra já foi realizado antes mesmo do consumidor entrar em contato com o vendedor? Ou seja, a venda por meio do **marketing digital realizou 60% desse processo**.

O Marketing Digital é uma **enorme oportunidade** para as empresas reforçarem sua marca e multiplicarem suas oportunidades de negócio, já que, cada vez mais, a internet vai fazer parte da vida das pessoas.

Marketing Digital: **por que você precisa conhecer e incorporar essa prática em seu negócio**

COMO FAZER MARKETING DIGITAL

O Marketing Digital possui uma enorme diversidade de conteúdos, estratégias e técnicas pontuais. Sendo assim, existem inúmeras formas de aplicá-lo.

Existem algumas táticas que se destacam por serem usadas pela grande maioria e normalmente trazem resultados positivos. São elas:

Marketing de Conteúdo



Email Marketing



Vamos falar brevemente sobre cada uma delas.

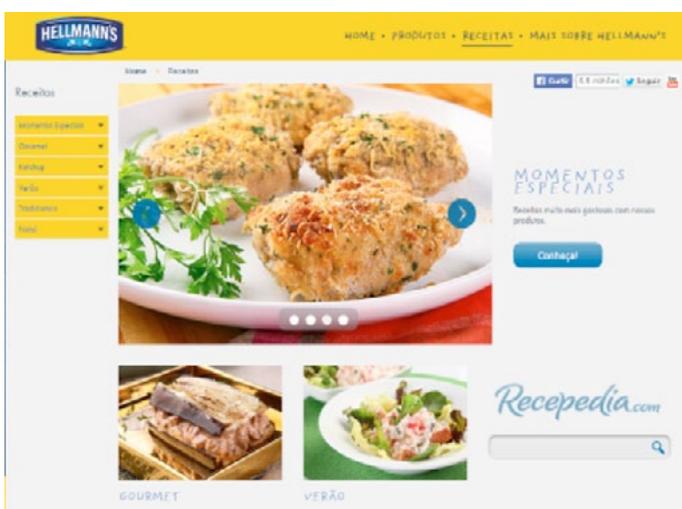
MARKETING DE CONTEÚDO

É uma estratégia focada na criação e distribuição de conteúdo relevante (como artigos, ebooks e posts nas redes sociais), sem promover explicitamente a marca. Com o Marketing de Conteúdo, a empresa ajuda seu público-alvo a resolver seus problemas e vira uma fonte de pesquisa/busca no assunto.

Para fazer um bom marketing de conteúdo você

precisa: definir o objetivo, conhecer e selecionar o público-alvo, definir o tipo de linguagem que será utilizada, identificar os canais e ferramentas que serão usados, integrar os canais e ferramentas utilizadas à marca, manter os canais abertos para receber feedback dos consumidores e sempre respondê-los.

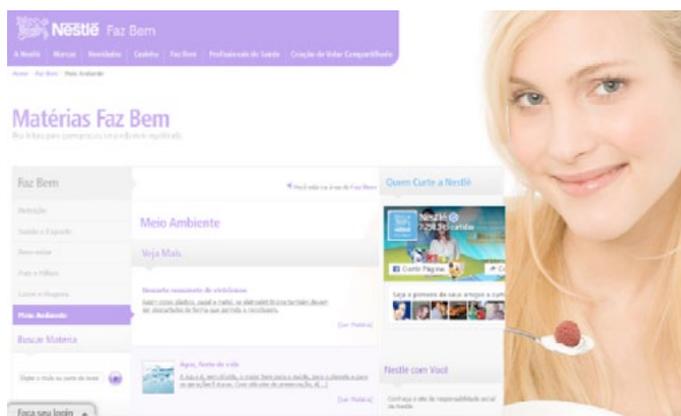
Exemplos de marketing digital:



A **Hellmann's** tem apostado em receitas rápidas que usam o produto. O site da marca tem uma seção específica com pratos que utilizam os produtos Hellmann's. Isso não garante que quem for tentar fazer a receita vai, necessariamente, usar a maionese da marca. Mas essa atitude **aproxima os clientes e se diferencia dos outros concorrentes**. É uma excelente ideia para quem vende produtos relacionados à alimentação.

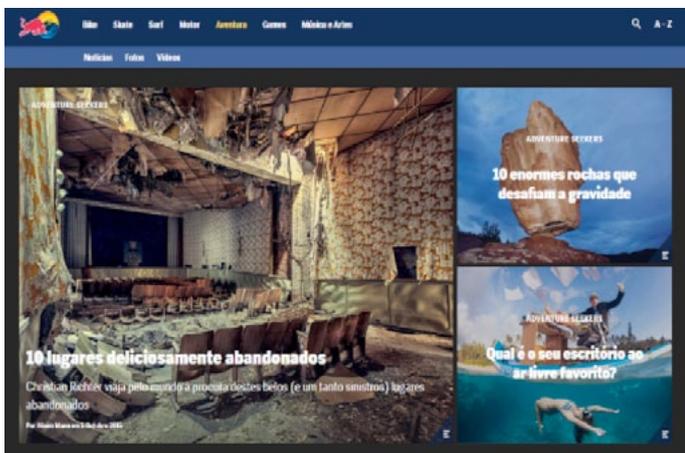
Marketing Digital: **por que você precisa conhecer e incorporar essa prática em seu negócio**

A **Nestlé** mantém na internet uma sessão de conteúdo voltado para a nutrição, o meio ambiente, o relacionamento familiar, lazer e viagens e o bem-estar. Esses conteúdos não estão diretamente ligados ao produto, ou às vendas, mas trata de assuntos relevantes na vida do consumidor e apresenta a responsabilidade social e preocupação da empresa com o público.



Os produtos da **Red Bull** são os energéticos. A marca percebeu que o estilo de vida do seu público envolve natureza, esportes radicais, arte e cultura. Por isso, o site deles está recheado de notícias e conteúdos divididos em seções skate, bike, surfe, motores, aventura, games, músicas e artes.

Esta é uma boa dica para quem acha que todo conteúdo tem de falar apenas do produto que vende ou está em um setor que tem dificuldades para produzir materiais falando da mercadoria em si.



Marketing Digital: **por que você precisa conhecer e incorporar essa prática em seu negócio**

E-MAIL MARKETING

É a utilização do e-mail em campanhas de marketing digital, com o objetivo de criar e manter o relacionamento com clientes, gerando mais resultados nas vendas e melhorando a retenção. Diferente do spam, o e-mail marketing visa chegar até os interessados na informação, serviço ou produto que se deseja oferecer. Uma característica da prática do e-mail marketing é que as campanhas geralmente oferecem uma opção de cancelamento de recebimento, o que claramente demonstra o respeito por seu público.

O e-mail é uma maneira de alcançar diretamente milhares de clientes potenciais a

um custo relativamente baixo em comparação com publicidade em sites, banners ou anúncios patrocinados em redes sociais. Existe a previsão de 310 bilhões de usuários de e-mails até 2021.

A partir do momento que a mensagem é aberta, ela ocupa boa parte da tela do dispositivo podendo estar adaptada para o smartphone, tablet ou notebook, ou seja, você pode ter toda a atenção do lead (contatos que demonstraram interesse por algum tipo de produto ou serviço). Os anúncios pop-up, formulários flutuantes ou outras propagandas na internet geralmente ficam no caminho do que um cliente potencial procura: o conteúdo.

Como fazer e-mail marketing?

Responda as perguntas abaixo antes de enviar um e-mail marketing:



Quem é o público? Cuidados que você deve ter com ele;



Defina os seus objetivos de comunicação;



O que enviar? Datas especiais e eventos temático são boas sugestões para envios;



Quando? Qual é o tipo de vínculo que você quer criar com o cliente? Com qual frequência deve enviar e-mail marketing?;



Configurações de domínios e remetentes – a cada dia que passa, os provedores de email criam mais validações e mecanismos para filtrar conteúdo inútil (e às vezes perigoso) e impedir que eles cheguem na caixa de entrada;



Calcule o preço de tudo o que você precisa para fazer uma boa comunicação. Estude as métricas e detalhes sobre ROI (sigla em inglês para Retorno Sobre o Investimento. Esta é uma métrica usada para saber quanto a empresa ganhou com investimentos, principalmente na área de Marketing).

Marketing Digital: por que você precisa conhecer e incorporar essa prática em seu negócio

Exemplo de e-mail marketing:



O marketing digital tem um mapa visual chamado **funil de vendas** que apresenta os níveis de interação e conversão em vendas. Claro que tudo isso dependerá de sua forma de atrair e manter clientes. É uma representação da jornada que o cliente faz até fechar a compra. É

formado por um conjunto de etapas e gatilhos facilitando a tomada de decisão.

Esse processo consiste em acompanhar o seu cliente a partir do momento em que ele toma conhecimento que precisa resolver um problema e a sua empresa está pronta para atender.

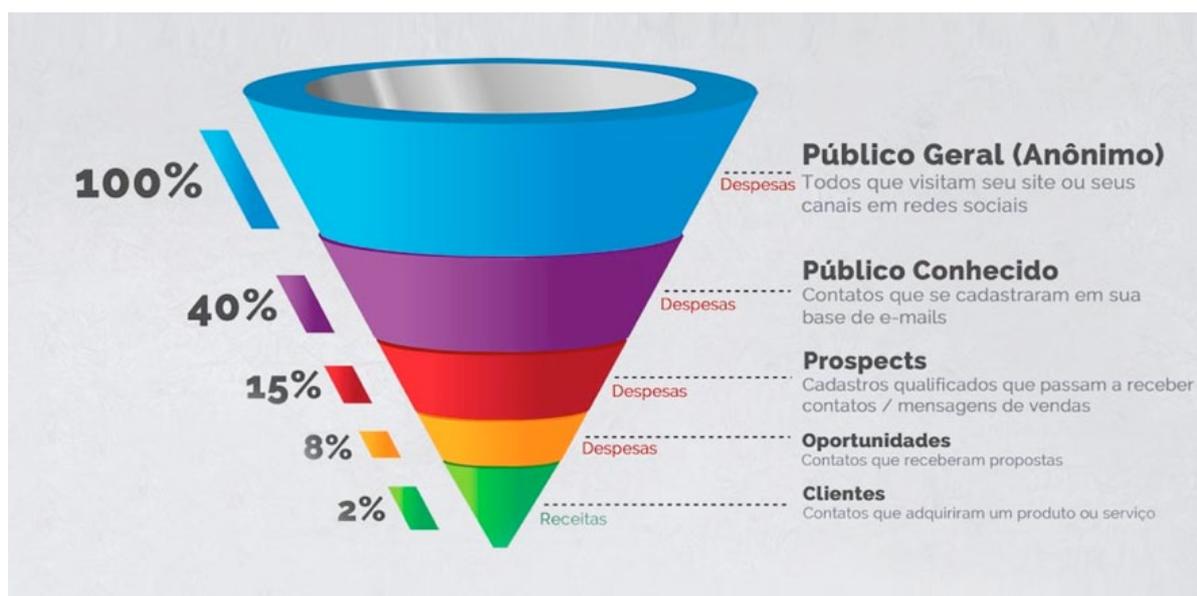


Imagem: <https://www.wsitebrasil.com.br/blog/post/empreendedorismo/o-que-e-funil-de-vendas/37>

Marketing Digital: **por que você precisa conhecer e incorporar essa prática em seu negócio**



Imagem: <https://www.contadoragora.com/funil-de-vendas-a-importancia-para-contadores/>

Com todas as informações apresentadas neste texto, fica a mensagem de que é importante escolher as redes de maior valor para a empresa. Para conquistar bons resultados em mídias sociais é essencial saber escolher quais canais são os mais indicados para o seu negócio, de acordo com o público que é preciso impactar.

Pode não ser produtivo tentar estar em todos os lugares, e isso nem sempre garante bons resultados. Saber escolher os

melhores canais é não se deixar guiar pela rede do momento, mas sim em manter um contato próximo com os clientes. Converse com eles para entender melhor quais redes estão usando de fato. Depois, faça o cadastro e reserve o nome de sua empresa nas mais importantes. Lembre-se também que é interessante ter algum volume. Por isso, recomenda-se muito estar nas principais: facebook, instagram, LinkedIn, Google+, Youtube, etc.

Fonte: <http://ecommerce.uol.com.br/impulso-digital/temas/redes-sociais-e-seo/5-exemplos-de-marketing-de-conteudo-que-fazem-a-diferenca.html#rmcl>