

o que você precisa entender - passo 1

marketing: o marketing e o marketing digital são a mesma coisa e não tem uma fórmula mágica do sucesso, mas existem caminhos que se você seguir, você tem chance de ter muito mais resultados bons

necessidades: é preciso identificar as necessidades do público alvo, depois criar um produto que cause desejo para essa pessoa comprar esse produto e que seja possível do seu público alvo adquiri-lo, cada produto precisa atender às necessidades abaixo:

- fisiológicas: respiração, alimento, água, sexo, descanso
- segurança: física, profissional, moral, financeira
- sociais: amizade, família, intimidade
- autoestima: confiança, êxito, respeito
- auto-realização: moralidade, criatividade

miopia de marketing: nunca fale que seu produto é o melhor, isso afasta os clientes

produto vs serviço vs experiência: as pessoas podem comprar um produto, como uma maquiagem, podem comprar um serviço, como alguém ir na sua casa e consertar a sua luz e como experiência como uma viagem

valor e satisfação: o seu produto precisa ter um valor, precisa ser bom e deixar os clientes satisfeitos, se o cliente compra algo que ele vê que é de qualidade, que vale a pena e que deixa ele satisfeito, ele vai querer comprar mais e mais, vender é mais fácil do que manter uma relação com o cliente e o cliente continuar comprando

troca: exemplo: uma pessoa está com vontade de comer pizza, ela pode fazer sua própria pizza: autoprodução, pedir para a irmã fazer a pizza senão você vai contar para a mãe: coerção, ela pode pedir por favor para a irmã como se estivesse desesperada: súplica, você pedir para alguém fazer a pizza, em troca você vai lavar a louça: troca, o marketing trabalha muito com trocas, mas nem sempre isso precisa ser com dinheiro, existem propagandas que mostram que cigarro faz mal, se você para de fumar você vai ganhar mais anos de vida, outro exemplo são aplicativos de inglês, quanto mais você evolui, mais pontos você ganha, isso traz satisfação para a pessoa

relacionamentos: existem pessoas que criam um relacionamento muito forte por uma marca, exemplo: tem o mesmo produto, mas quer comprar de uma cor diferente só porque ama a marca, isso é o que as marcas querem buscar, então pessoas que tem uma paixão muito forte por uma marca, podem ainda indicar para amigos e conseguir mais clientes

mercado: nunca tente agradar todo mundo, você precisa definir o público que você quer atrair, exemplo: o guanabara do cursoemvideo faz vídeos de programação, se ele quer agradar todo mundo e começa a fazer vídeos de decoração, o público de programação não vai acompanhar os vídeos e ele pode perder inscritos, ou seja, você precisa saber qual é o seu público e produzir coisas para esse tipo de público, e não querer agradar todo mundo, pois quem tenta agradar todo mundo, acaba não agradando ninguém, esse público tem necessidades e desejos, muitas vezes você vai precisar se adaptar ao seu mercado, exemplo: na Índia não pode comer carne de boi, então o mcdonald's teve que criar um lanche bem parecido com o big mac, mas que não tem carne bovina e sim carne de frango

concorrentes: mesmo seguindo todos esses passos, não é garantido que dê certo, porque você tem concorrentes, que ainda pode estar fazendo as mesmas estratégias que você, então é preciso elaborar uma estratégia em meio tudo isso

elaborar estratégia - passo 2

1- defina seus objetivos

2- qual será o seu mercado alvo?

3- quais são os recursos que você vai precisar para começar essa jornada?

4- estude o ambiente: veja coisas que você pode se favorecer e coisas que você pode se prejudicar

macro: tudo que pode afetar sua vida e você não pode mudar, exemplo: tem várias ofertas de sites para wordpress (não que seja ruim), no futuro vai faltar desenvolvedores

micro: você pode interferir, exemplo: se você não gostar de um cliente, é só trocar, se o cliente estiver com um problema, você resolve o problema, você pode definir um valor para a ferramenta que atualiza os plugins

ambiente interno: regras de funcionamento interno, como utilizar um plugin de atualização para cada usuário, manter contato com o cliente para caso tenha algum problema ele vir e falar comigo

matriz swot: strengths (forças), weakness (fraquezas), opportunities (oportunidades) e threats (ameaças)

em forças você vai colocar o que te destaca dos outros, em fraquezas você vai colocar os pontos fracos, todo produto tem pontos fracos, em oportunidades você vai colocar quais são as oportunidades que você tem para fazer esse projeto dar certo, em ameaças você vai colocar quais são as ameaças que podem impedir do seu projeto de ir pra frente

UVP: proposta única de valor, para ajudar a criar sua UVP: em qual mercado você vai competir? o que define o seu produto? qual é a percepção do público? quais são os concorrentes? quais são as possibilidades de posicionamento? por que o cliente deveria comprar a sua marca e não a do seu concorrente? **importante:** vou criar a UVP quando eu começar a trabalhar e tiver bastantes ambições, é importante que o que você colocar seja verdade em relação ao o que você quer mostrar

exemplo de UVP: apple: think different

bmw: a melhor máquina de dirigir

programa de marketing - passo 3

os 4P's do marketing: nem sempre é melhor abaixar o preço para vender mais, é necessário você ter um diferencial que faça o cliente querer o seu produto do que o outro

- produto: o que você tem a oferecer para as pessoas

perguntas a se fazer do produto:

1- como, quando e onde será utilizado?

2- quais serão as necessidades satisfeitas?

3- como o meu produto se diferencia dos outros?

- preço: eu vou oferecer o meu produto, o que eu quero receber em troca?

quanto custa o seu produto?

qual é a percepção que seu cliente tem sobre você?

- praça: onde o cliente vai me achar?

como ter acesso a esses locais?

- promoção: como você vai promover o seu produto?

qual é a melhor abordagem?

relacionamento com o cliente - passo 4

consumidor estranho: não vai voltar a comprar com você

consumidor marisco: ele é fiel a você, mas dá lucratividade baixa

consumidor melhor amigo: ele é fiel e dá muita lucratividade

dicas para se dar bem com o seu cliente:

- forneça uma boa experiência, fale a verdade sobre o seu produto e não crie uma ilusão do seu produto, precisa fazer isso para o cliente não se sentir enganado

- fale com o seu cliente de acordo com o perfil dele, como ele se comporta, você vai falar diferente para um jovem e para uma pessoa mais velha

- emoções vendem bem, faça o seu cliente se sentir bem, nostalgia é uma coisa que vende muito, uma emoção boa vende muito

obs: assim você vai capturar um bom valor para o cliente e o cliente vai sair satisfeito

dicas de marketing

- tente ajudar as pessoas a resolverem os problemas delas

- outbound marketing: marketing antigo, inbound marketing: marketing mais atual (sites, responsividade, blog, redes sociais), o marketing atual tem mais benefícios

- público alvo: homens/mulheres, idade, região, persona: mais específico, comportamento, hábitos

- newsletter: é uma forma do usuário continuar recebendo conteúdos do seu site, ele vai colocar o e-mail dele e vai receber conteúdos

- case de sucesso: é uma forma das empresas pegarem as experiências de sucesso de seus clientes e transformam em uma história

- outras formas legais são review, tutorial (entre em contato com uma pessoa digital influencer e envie o seu produto) perguntas e resposta, e-books, FAQ, wiki e blog post

- é legal fazer infográficos, existem empresas que investem em memes (mas depende da sua empresa, porque se você fizer muitos memes vai parecer que a sua empresa é palhaça, é mais voltada para as redes sociais), vídeo e podcast é uma boa também, sms e whatsapp são polêmicos, é bom enviar sabendo que a pessoa quer ver as coisas que você envia, games e aplicativos funcionam como recompensa, o usuário faz algo e ele ganha algo como recompensa como o uber eats faz

- tenha um objetivo definido

- estratégia: não queira resultados imediatos, o processo demora

- tenha um site: existem coisas que só o site sabe fazer, exemplo: a rede social acaba, você acaba, na rede social se uma pessoa ver seu post e sem querer escorregar a página ela dificilmente vai achar sua página de novo

- conteúdo interessante: produzir coisas que interesse o seu público alvo, pesquise isso em sites que mostram as coisas mais pesquisadas de determinado assunto, não engane o seu público

- adaptação de conteúdo: de acordo com cada rede social ou site é diferente o modo de apresentação de conteúdo, exemplo: instagram: fotos, facebook: vídeos, etc, cada rede social é diferente uma da outra

- indexação: quem não é visto não é lembrado, indexe seu conteúdo

- divulgue para o nicho: não vá nas páginas de outras pessoas e peça para te seguirem, isso é muito chato, não peça para ninguém te seguir, porque isso é spam

- acompanhe a sua métrica: google analytics, google search console, eles ajudam a saber se sua estratégia está certa, se você está ganhando os resultados que você deseja

- automação de marketing: mautic

- prepare-se: prepare-se para atingir seus objetivos, estude, treine bastante antes de colocar mão na massa