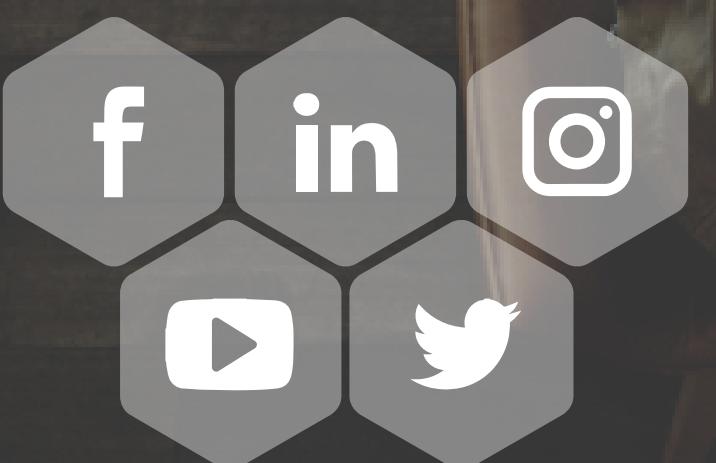




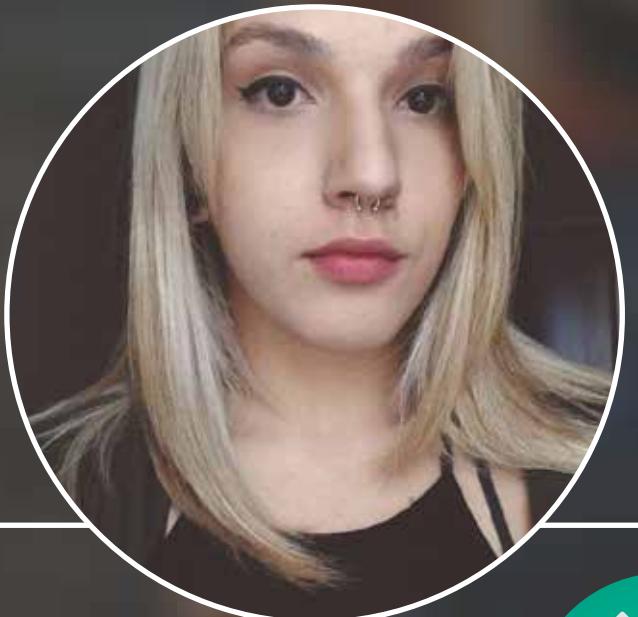
MARKETING DIGITAL

O GUIA DO NOVO EMPREENDEDOR



www.aberturasimples.com.br

Abertura
SIMPLES
.com.br



REDAÇÃO

Ana Oleski



www.linkedin.com/in/anacarolineoleski/



DESIGN

Aryel Sampaio



www.behance.net/aryels

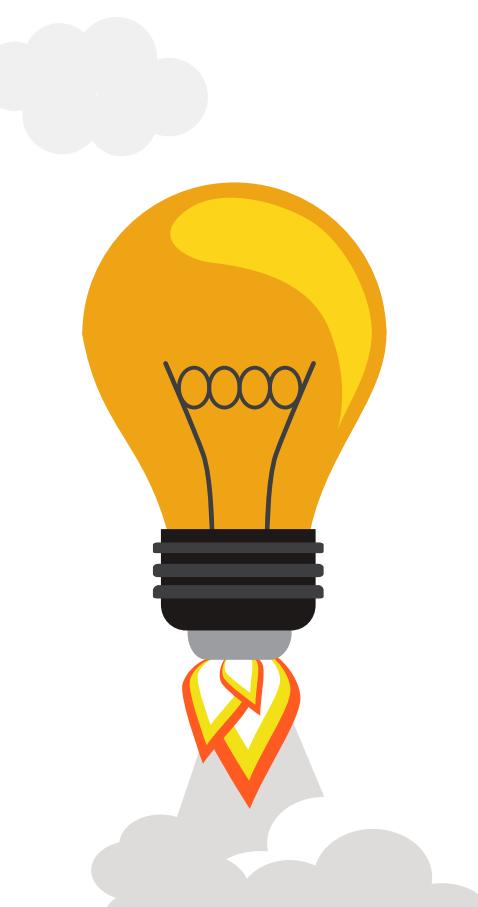


www.aberturasimples.com.br

Abertura
 SIMPLES
.com.br

Sumário

Introdução	2
O que é o Marketing Digital	2
Quais seus benefícios	3
Mensuração	3
Implementação digital	3
Segmentação	4
Custo-benefício	4
Construção de audiência	4
Atração gratuita	5
Resultado a longo prazo	5
8Ps do Marketing Digital	6
Marketing de Conteúdo	10
Criando Conteúdo	12
Marketing na Prática	14
Conclusão	25
Matérias	26
Conheça Abertura	27



Introdução

A internet está presente em nossa vida de tal forma que fica quase impossível pensar em viver sem ela. Fazemos todo o tipo de coisa por meio da internet, desde pesquisar produtos para comprar, até conseguir o telefone de uma determinada loja.

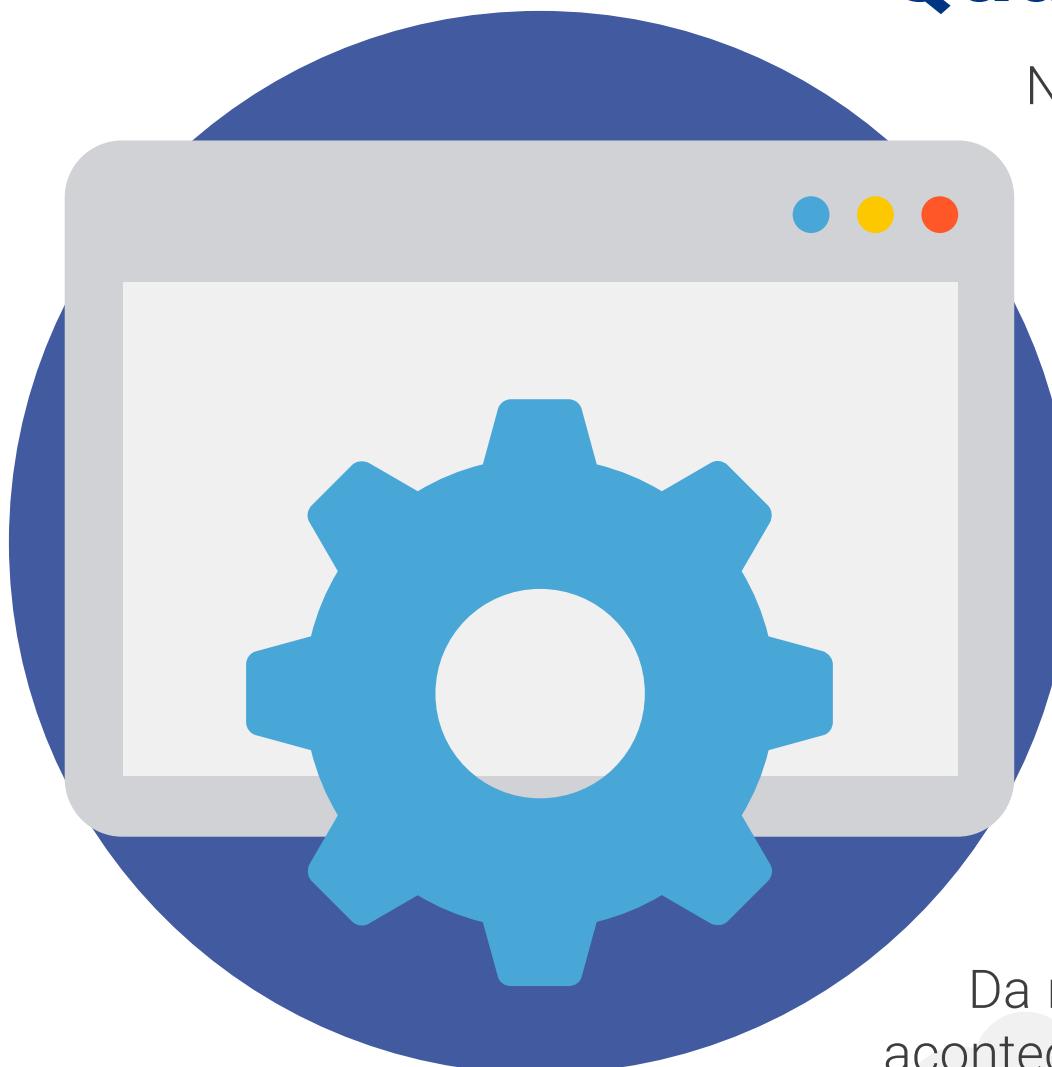
E muitas empresas já entenderam a importância de ter presença online. Por isso, o Marketing Digital chegou como uma oportunidade de atingir consumidores diretamente enquanto eles navegam em seus computadores, celulares, tablets...

O que é o marketing digital

Basicamente, o marketing digital adapta as estratégias do marketing para aplicá-las no ambiente virtual. E com isso, queremos dizer todas as estratégias aplicadas em blogs, redes sociais, aplicativos para smartphones, vídeos para o Youtube, emails...

O principal objetivo do marketing digital é conquistar e fidelizar seus clientes, fazendo com que não só eles comprem da sua empresa, como voltem a comprar, indiquem para os amigos e se tornem verdadeiros promotores da marca.





Quais seus benefícios

Não importa se você possui uma grande empresa ou se é um microempreendedor individual, realizar Marketing Digital possui a mesma força, e ajuda muito para a construção e consolidação de uma marca. Por meio dele é possível capturar leads mais qualificados, ou seja, aqueles que realmente demonstram interesse no seu serviço ou produto.

Mensuração

O Marketing Digital permite, como nenhuma outra mídia, medir os resultados de cada campanha. Dessa forma, qualquer empreendedor pode saber o que está funcionando e o que não, investindo assim no que dá mais retorno para ele.

Implementação rápida

Da mesma forma como a internet permite a facilidade e agilidade para informações, acontece com o marketing digital. Com a infinidade de ferramentas online (muitas delas gratuitas), qualquer um consegue implementar essas técnicas e estratégias em uma empresa, basta ter um pouco de tempo e força de vontade de estudar.

Segmentação

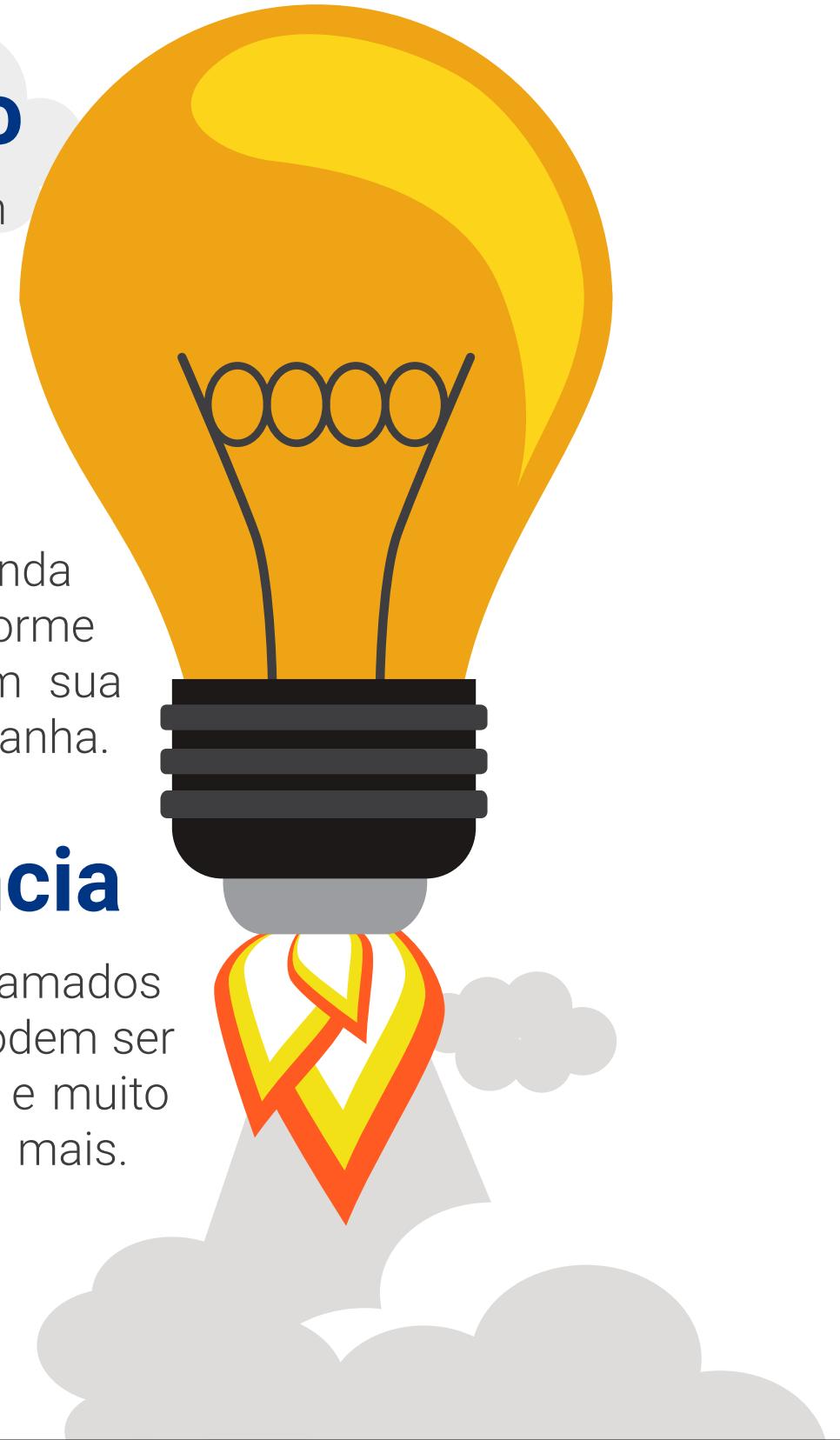
Diferente das mídias tradicionais, é possível selecionar pessoas específicas com quem você deseja se comunicar. O marketing digital permite filtrar o público por idade, cidade, interesses, hábitos e, dessa forma, criar campanhas mais eficientes.

Custo-benefício

Com todas as vantagens oferecidas pelo Marketing Digital, o investimento se mostra ainda mais vantajoso. É possível começar com pouco e ir aumentando os investimentos conforme os resultados. Por exemplo, começar com R\$10 ou R\$20 por dia, de acordo com sua campanha.

Construção de audiência

Fazer o Marketing Digital bem feito permite a construção de uma base de contatos, os chamados leads, que mais para frente podem se tornar um ativo importante para sua empresa. Podem ser eles assinantes do seu blog, seguidores do Twitter, e-mails cadastrados em formulários, e muito mais.





Atração gratuita

Além dos investimentos, que são muito baixos comparados com outras mídias, é possível atrair potenciais clientes de forma gratuita e crescente para seu site e redes sociais. Basta criar um bom relacionamento com seus clientes, e logo eles estarão compartilhando seu conteúdo com todos os amigos.

Resultado a longo prazo

Seus conteúdos poderão ser acessados anos depois de serem publicados, e até mesmo gerar conversões e vendas. Não importa quando seu conteúdo foi criado, o que importa para o cliente é ter suas necessidades atendidas.



8Ps DO MARKETING DIGITAL

O GUIA DO NOVO EMPREENDEDOR



8Ps do Marketing Digital

Existem alguns passos para começar a fazer Marketing Digital em sua empresa.

Explicaremos a seguir cada um, e como você pode implementá-lo da melhor forma em seu negócio:

1 PESQUISA

Ter um bom entendimento do seu público-alvo e do mercado é essencial para entender suas oportunidades de divulgação, e também qual o tipo de conteúdo que você deverá abordar. Algumas ferramentas podem te ajudar muito a fazer essa pesquisa, revelando informações demográficas e até comportamentais das pessoas que estão acessando seu site.

2 PLANEJAMENTO

Uma estratégia de Marketing Digital pode englobar em si várias estratégias e ações diferentes. Ao mesmo tempo que você utiliza as redes sociais, também pode utilizar estratégias de SEO e mídia paga. Para não acabar se perdendo, desenvolva um bom planejamento e um plano de ação, para poder medir os resultados, e otimizar a promoção.

3 PRODUÇÃO

A produção de conteúdo é uma das melhores estratégias do Marketing Digital. Independente do canal que você decidir utilizar, seja texto ou vídeo, é essencial produzir conteúdo que seja útil e relevante para seu público. Isso irá aumentar a sua visibilidade online e entregar valor para seus consumidores ou possíveis clientes.



8Ps do Marketing Digital

4 PUBLICAÇÃO

Com o conteúdo relevante feito, é hora de publicá-lo nos canais certos. Se você optar por textos, poste-os no seu site; se a aposta for em vídeos, utilize o Youtube ou o Vimeo como suas plataformas. E não se esqueça, sempre otimize o seu conteúdo para SEO, pois isso garante um melhor posicionamento nos motores de busca como o Google, consequentemente aumentando a visibilidade da sua marca.

5 PROMOÇÃO

Assim que o seu conteúdo for publicado, será necessário também promovê-lo para atingir o máximo de pessoas possível. Utilize as informações coletadas na fase de pesquisa para não perder tempo e recursos promovendo seu conteúdo onde seu público não está.

DICA: Invista em mídia patrocinada, mas não promova qualquer conteúdo, e nem faça ações muito agressivas. No marketing digital, é necessário criar um relacionamento saudável e duradouro com o cliente.

6 PROPAGAÇÃO

Conteúdo criado, publicado e promovido. Agora, ele deve chegar para o maior número de pessoas possível, e é seu trabalho fazer com que ele seja compartilhado cada vez mais. Se seus clientes gostarem do conteúdo, a chance de eles compartilharem é ainda maior, mas você também pode fazer um esforço para chegar até as pessoas certas. Além das redes sociais, você pode compartilhar seu conteúdo em fóruns e blogs.



8Ps do Marketing Digital

7 PERSONALIZAÇÃO

Se você conhece bem o seu público-alvo, então você deve imaginar que ele possui uma linguagem própria, necessidades, desejos, etc. No início, é muito provável que você ainda não tenha clareza de qual a melhor forma de se comunicar com esse público, porém será necessário entendê-lo perfeitamente para personalizar os seus conteúdos ao ponto de essas pessoas se identificarem com a sua marca.

8 PRECISÃO

Por fim, uma das maiores vantagens do marketing digital: a possibilidade de mensuração. Como já explicamos, com o marketing digital é possível acompanhar e mensurar os resultados de cada ação. Por isso, é possível entender e analisar com precisão o perfil das pessoas que estão interagindo com a sua marca e, a partir disso, criar cada vez mais conteúdo relevante e precioso.





MARKETING DE CONTEÚDO

O GUIA DO NOVO EMPREENDEDOR



Marketing de Conteúdo

Marketing de Conteúdo é todo o tipo de conteúdo (vídeos, textos em blogs, etc) feito para educar, informar ou entreter o potencial cliente. Esse modelo se baseia na criação e compartilhamento de conteúdo relevante para um determinado público-alvo, assim se comunica diretamente com o potencial cliente, gerando uma relação de confiança.

O objetivo do marketing de conteúdo é educar as pessoas para que no futuro elas se lembrem da sua marca, respeitando e tendo-a como uma referência, para em seguida se tornarem clientes. Ele engloba uma série de estratégias para atrair os potenciais clientes para o

site de uma empresa de forma voluntária e, diferente do marketing tradicional, ou também chamado marketing outbound, faz com que o cliente vá atrás da empresa, e não o contrário.

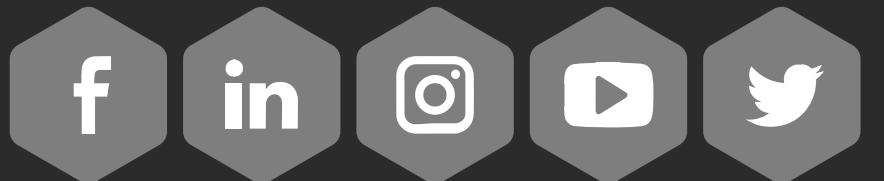
Mas, de qualquer forma, esse conteúdo não pode ser qualquer conteúdo: ele deve atender as dificuldades e problemas da sua persona, respondendo com uma solução que crie valor para seu produto ou serviço, e ainda assim de forma sutil. Ninguém quer saber de uma empresa que apenas fala de si mesma, sobre seus produtos ou serviços, e não dá nenhuma informação realmente relevante e interessante.



CRIANDO CONTEÚDO

O GUIA DO NOVO EMPREENDEDOR

www.aberturasimples.com.br



Criando conteúdo

Existem 4 passos para começar a criar o conteúdo para seu site, blog, Facebook ou outro canal:

1 MANTENHA-SE ATUALIZADO

Leia blogs, revistas, fale com clientes, ou o próprio time para coletar o máximo de informações possível.

2 ANOTAR AS IDEIAS

Utilize um caderno ou evernote sempre que uma nova ideia surgir para não perder um bom conteúdo.

3 TER UMA AGENDA

Fale com seus clientes pelo menos uma vez por mês e tenha uma rotina de estudos para identificar seus problemas.

4 PRODUZA

Comece a escrever o quanto antes, e quanto mais escrever, mais fácil ficará.

A escrita para web deve ser a mais dinâmica possível, possibilitando a leitura em vários formatos, seja no computador ou no celular. A maioria das pessoas não são tão pacientes para ler textos corridos, sobrecarregados de parágrafos. Por isso, existem alguns elementos interativos e de distribuição que podem ajudar na leitura dos seus conteúdos. E são eles:

- **Imagens**
- **Cabeçalhos**
- **Negrito, itálico**
- **Listas**
- **Parágrafos curtos**

Além disso, sempre que estiver escrevendo algum conteúdo para o seu blog, fique atento à otimização em SEO do seu conteúdo, pois isso irá influenciar diretamente em como as pessoas encontrarão sua marca nos mecanismos de busca.





MARKETING DIGITAL NA PRÁTICA

O GUIA DO NOVO EMPREENDEDOR

Utilizando o Marketing Digital na Prática

O marketing digital, assim como o tradicional, possui diversos canais, formatos e ferramentas que podem ser utilizados em suas ações. Confira:

Blog

Os blogs são as principais fontes de conteúdo de uma empresa. Por meio dele, é possível estabelecer contato com o público, se tornar autoridade no mercado e transformar os seus visitantes em possíveis clientes.

Uma das principais vantagens do blog é que ele é completamente personalizável, por isso você pode controlá-lo e deixá-lo com a cara da sua empresa. Além disso, os investimentos são bem poucos comparados com o retorno recebido.



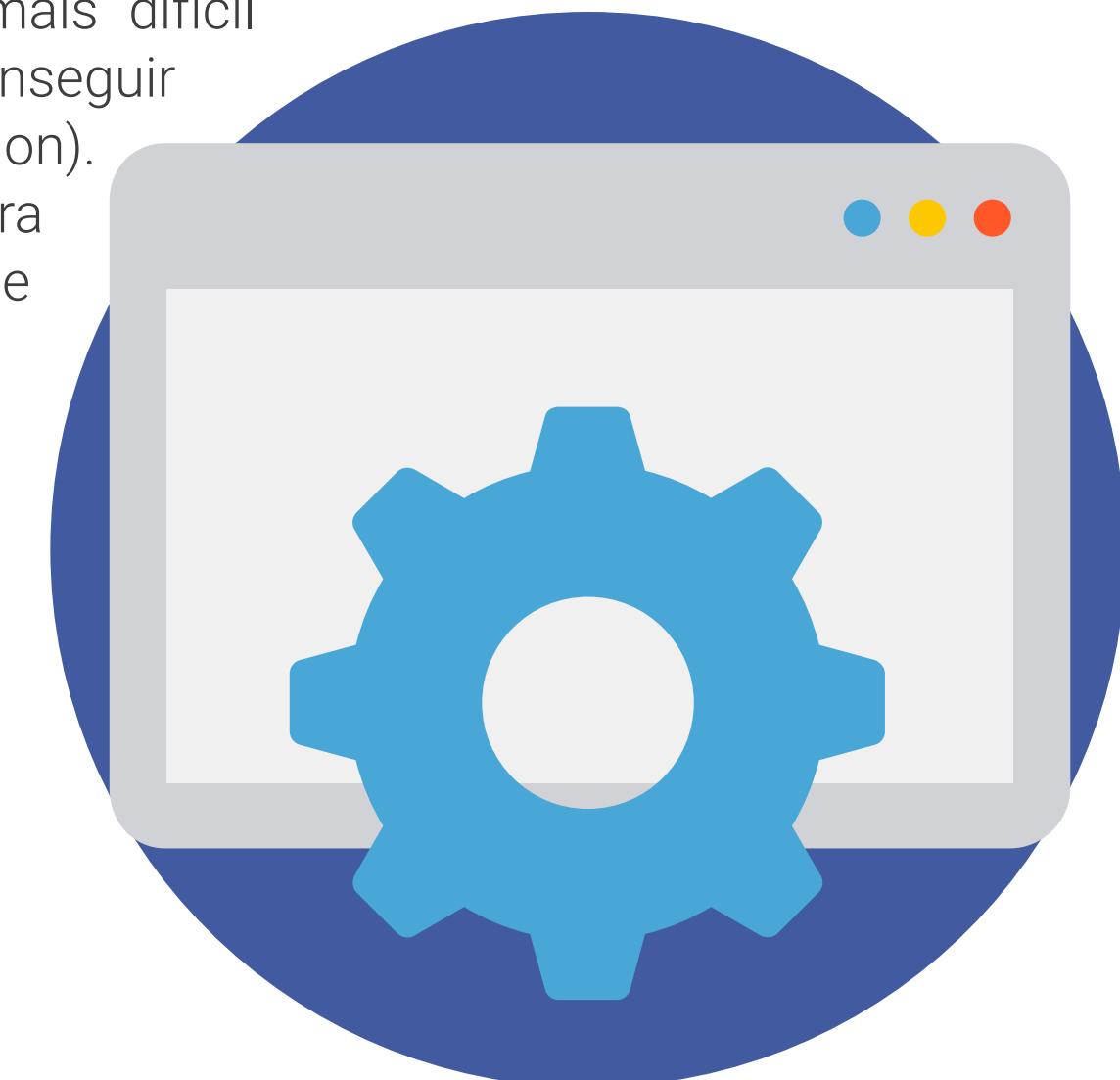
Utilizando o Marketing Digital na Prática

SEO

Com a grande concorrência de sites presentes na internet, fica cada vez mais difícil conseguir se destacar nos mecanismos de busca. Porém, uma boa forma de conseguir aumentar a exposição nos resultados de busca é o SEO (Search Engine Optimization). Esse conjunto de táticas e estratégias, se bem trabalhado, otimiza o seu site para que o usuário tenha a melhor experiência possível ao acessá-lo e ainda faz com que ele fique melhor ranqueado no Google, por exemplo.

A principal base de um bom SEO é o conteúdo de qualidade, mas alguns outros itens podem ajudar na otimização do seu site, e são eles:

- **Palavras-chave**
- **Título (máximo 55 caracteres)**
- **Meta description (máximo 150 caracteres)**
- **Formatação correta**
- **Imagens**
- **Links internos e inbound links**



Utilizando o Marketing Digital na Prática

Redes Sociais

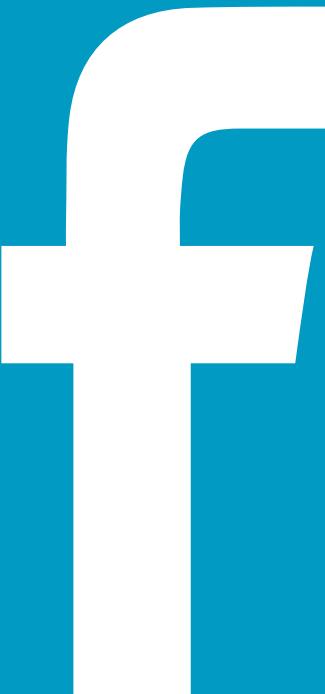
As redes sociais mais utilizadas hoje em dia são o Twitter, Instagram e Facebook, e muitas empresas já começaram a entender isso e apostar nessas redes para se aproximar de seus clientes. E mesmo que cada uma possua formatos diferentes, o objetivo deve ser sempre o mesmo para as marcas: comunicar-se com o público para aumentar o engajamento e promover seu conteúdo para ganhar autoridade no assunto.

DICAS:

- 1. Tenha sempre um plano e cronograma de postagens.**
- 2. Faça um mix de conteúdos próprios e de terceiros para mostrar que você entende do assunto.**
- 3. Entenda os diferentes formatos de cada rede.**
- 4. Dialogue com as pessoas, responda suas perguntas, e incentive as interações.**



Utilizando o Marketing Digital na Prática



Facebook

Hoje em dia, o Brasil é o segundo país com mais usuários nessa rede social. A maior parte da população passa uma boa parte do seu dia navegando e interagindo, e algumas empresas já começaram a notar isso e mostrar sua marca por meio de Fan Pages, com o objetivo de estreitar a relação com seus consumidores.

DICAS:

- 1. Crie uma fanpage e não um perfil para a empresa.**
- 2. Crie uma identidade para a página, com foto de capa e perfil.**
- 3. Preencha todas as informações de contato de sua empresa.**
- 4. Pense no conteúdo, na linguagem que será utilizada e na frequência de postagens.**
- 5. Crie os mais diversos conteúdos (imagens, enquetes, vídeos)**
- 6. Utilize também a mídia paga para atingir mais pessoas.**

Utilizando o Marketing Digital na Prática

Twitter

Possui um formato unilateral, servindo para distribuição de conteúdo, e não conversão, porém sua grande vantagem é que todos os seguidores vêem os tweets. É famoso por ter um limite de 140 caracteres, e requer um pouco de esforço de atualização pois é algo temporal (as pessoas vêm na hora, e se não for de interesse delas, passará despercebido).

DICAS:

- 1. Utilize um nome curto e fácil, sem pontuação, facilmente associado a sua empresa.**
- 2. Boa imagem de capa e perfil.**
- 3. Linguagem menos formal.**
- 4. Use hashtag "#".**
- 5. Mencione outros usuários com "@".**
- 6. Use retweet.**
- 7. Poste várias vezes ao dia.**



Utilizando o Marketing Digital na Prática



Google Plus

Essa rede não é muito utilizada, porém ajuda muito com os ranqueamentos na busca do Google.

DICAS:

1. Preencha todas as informações da sua página, principalmente o contato, pois será fundamental quando alguém pesquisar por sua empresa.
2. Coloque um botão do Google+ no seu blog.
3. Consiga reviews, pois irá subir ainda mais sua posição no mecanismo de busca.

Utilizando o Marketing Digital na Prática



Linked In

O foco do LinkedIn é mais profissional, por isso possui uma audiência limitada e qualificada. Seu público é muito mais profissional, e sua linguagem técnica e formal.

DICAS:

1. Tenha uma boa página, com informações claras e imagens mais "limpas"
2. Coloque um botão do Google+ no seu blog.
3. Compartilhe conteúdo do blog.
4. Participe de grupos de discussão ou crie o seu próprio



Utilizando o Marketing Digital na Prática



Youtube

O conteúdo audiovisual é o mais fácil de consumir, e não é tão difícil de se produzir quanto muitos pensam. Uma das principais vantagens de usar o Youtube é que os vídeos criam emoções nas pessoas, humanizando sua mensagem, além de gerar uma boa reputação se for feito da maneira correta.

DICAS:

- 1. Evite projetos complexos, faça da maneira que você conseguir**
- 2. Seu vídeo deve ser metade imagem, metade som.**
- 3. Vídeos muito longos acabam cansando as pessoas, por isso fique atento ao tempo ideal para passar uma mensagem clara.**
- 4. FAÇA, não pense tanto antes de começar.**

Utilizando o Marketing Digital na Prática



E-mail

Muitas pessoas tendem a pensar que o email marketing já está ultrapassado, mas não apostar nele pode ser um grande erro, pois ele é um canal de contato direto com as pessoas que assinaram sua newsletter e tem interesse em seus conteúdos. E nesse caso, se você comprou uma lista de contatos, saiba que isso é uma péssima prática, pois as pessoas se sentirão extremamente desconfortáveis de receber emails de alguém que elas não permitiram, e ficarão com uma imagem negativa de sua empresa.

Assim como o blog, o conteúdo do email deve ser muito bem pensado. Será necessário analisar o que estará no título e no corpo do email, selecionar as pessoas certas a enviar, qual o melhor modelo.

Utilizando o Marketing Digital na Prática

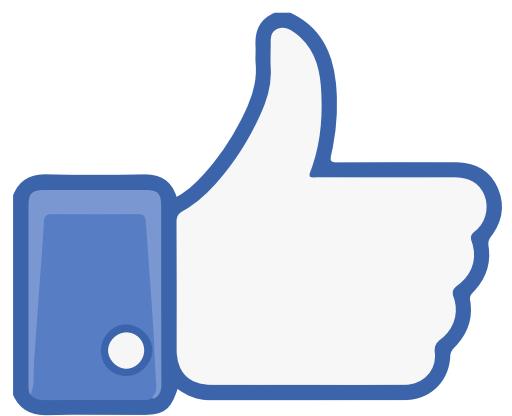


E-mail

Algumas dicas para fazer e-mail marketing:

1. **NUNCA compre uma lista - pessoas vão ficar incomodadas**
2. **Utilizar uma plataforma própria - menos marcação como spam, estatísticas, automação.**
3. **Segmente os leads - maior taxa de abertura e conteúdo mais eficiente**
4. **Varie - entre conteúdo, promoção ou ambos**
5. **NÃO enviar email só com imagem - alta chance de ser spam, criar html**
6. **Cuidado com a frequência - incomodar as pessoas e chance de virar spam**
7. **Avalie o estilo - dependendo do email, as vezes só texto funciona**
8. **Analizar - taxa de abertura, cliques, rejeição, cancelamento**
9. **Faça testes - mais imagem? mais texto? mudar o título?**

O **Marketing Digital** é um pouco complexo, e exige estudos e acompanhamento para que os investimentos deem retorno. Porém, é um espaço que só tende a crescer, e muitas empresas estão migrando do offline para o online. Se sua empresa ainda não está investindo nesse modelo, talvez seja a hora de começar a considerar, pois os resultados podem te surpreender.



Gostou do conteúdo? Saiba mais sobre Marketing Digital abaixo



EMPRESAS NO FACEBOOK: CONFIRA OS PRINCIPAIS ERROS

Muitas empresas já perceberam que o Facebook é uma ótima ferramenta de vendas! Confira os 8 erros mais comuns das empresas no Facebook e como evitá-los!

[QUERO LER AGORA](#)


6 TECNOLOGIAS PARA PMES REVOLUCIONÁRIAS

Confira as principais tendências em tecnologias para PMEs que prometem mudar e ampliar a produtividade (e competitividade) dos negócios no futuro!

[QUERO LER AGORA](#)


6 BLOGS E SITES PARA EMPREENDEDORES ACOMPANHAREM

Confira essa lista de seis blogs e sites para empreendedores que são perfeitos para acompanhar e pegar dicas para tornar o seu negócio em um sucesso!

[QUERO LER AGORA](#)



**Temos mais de 50
unidades em todo Brasil**

Somos especializados em abertura
de empresa e oferecemos todos os
serviços para o sucesso de novos
empreendedores.

CONHEÇA NOSSO PORTAL

