

E-BOOK 01

---

# O Marketing que vende

A integração do marketing  
digital com o mundo real

---



# Sumário

---



1. A EVOLUÇÃO DO MARKETING
2. MARKETING DE CONTEÚDO
3. COLOCANDO EM PRÁTICA

# UM A EVOLUÇÃO DO MARKETING

# 1. A EVOLUÇÃO DO MARKETING

---



O mundo está mudando, e com ele mudam também as empresas e as pessoas. Dessa forma não é de se impressionar que o marketing tenha que se **reinventar** para continuar sendo efetivo.

Na sua fase inicial, o **Marketing 1.0** tinha como foco exclusivo o produto. Era conhecido como o marketing de massa, em que as empresas simplesmente “difundiam” o seu produto e não faziam nenhum esforço para atender ou se adaptar aos desejos do cliente.

Na fase seguinte, a do **Marketing 2.0**, o foco deixou de estar no produto e passou a estar no consumidor, de modo a dar resposta às suas necessidades e desejos. Estávamos no final da década de 80 quando era normal ouvir a famosa frase “o cliente tem sempre razão”. A estratégia de então se concentrava em apresentar várias linhas de produtos com diferentes variações, de modo a torná-lo mais adaptável às necessidades do cliente.

# 1. A EVOLUÇÃO DO MARKETING

---



A versão do **Marketing 3.0** começou nos anos 2000 sincronizando com a “**visão, missão e valores**” das empresas. Foi a partir daí que as organizações passaram a não vender apenas produtos, mas sim **sensações** que os mesmos proporcionam àqueles que o compram. Foi neste período que começaram a pensar em **responsabilidade ambiental, social e humana**. Estratégia presente até hoje.

DOIS

# MARKETING DE CONTEÚDO

## 2. MARKETING DE CONTEÚDO



Muitas empresas têm investido no relacionamento com os clientes nas **mídias sociais** utilizando ferramentas para interagir com eles. Estar presente no mesmo ambiente on-line do seu público oferecendo conteúdo relevante é de **extrema importância**. Para **eleva o valor da marca, criar vínculos e confiança**, vale ressaltar que o seu conteúdo precisa estar **alinhado aos objetivos** de posicionamento e aos diferenciais competitivos da empresa. Converse, surpreenda, atenda, responda e agradeça. **Uma boa comunicação gera excelentes resultados!**

O Marketing atual é baseado em três pilares: **colaboração, cultura e espiritualidade**. A colaboração envolve as novas formas de **produção** de conteúdo e **relacionamento** das empresas com os consumidores, entre elas as **redes sociais**; a cultura preocupa-se em **promover a interligação** entre os consumidores e empresas; a espiritualidade (ou criação de caráter) identifica os consumidores como **seres humanos plenos**, ou seja, como pessoas dotadas de necessidades, sonhos, vontades, desejos e razão.

## 2. MARKETING DE CONTEÚDO

---



Uma estratégia que tem sido sucesso para as empresas é o uso do **Inbound Marketing**, este é conhecido por atrair clientes pela conquista por meio de conteúdo de alta qualidade. Uma das principais maneiras para as marcas **estabelecerem autoridade** e **ganharem confiança** dos consumidores é a criação de conteúdo que **agregue valor** e que **faça a diferença** no dia a dia das pessoas.

O **Inbound Marketing** permite que uma empresa **construa** progressivamente um **relacionamento** com seu público-alvo e dessa forma **conquiste a preferência** das pessoas.



## 2. MARKETING DE CONTEÚDO

---



Outro motivo para apostarmos fortemente no marketing de conteúdo como uma das principais tendências do marketing digital é o **custo** deste tipo de estratégia. As táticas de **Inbound Marketing** custam **60% menos** que as ações do marketing convencional.

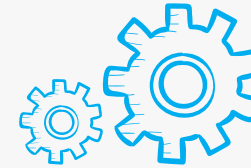
O marketing digital para pequenas e médias empresas não é mais uma opção e sim uma **imposição do mercado**.

TRÊS

# COLOCANDO EM PRÁTICA

### 3. COLOCANDO EM PRÁTICA

---

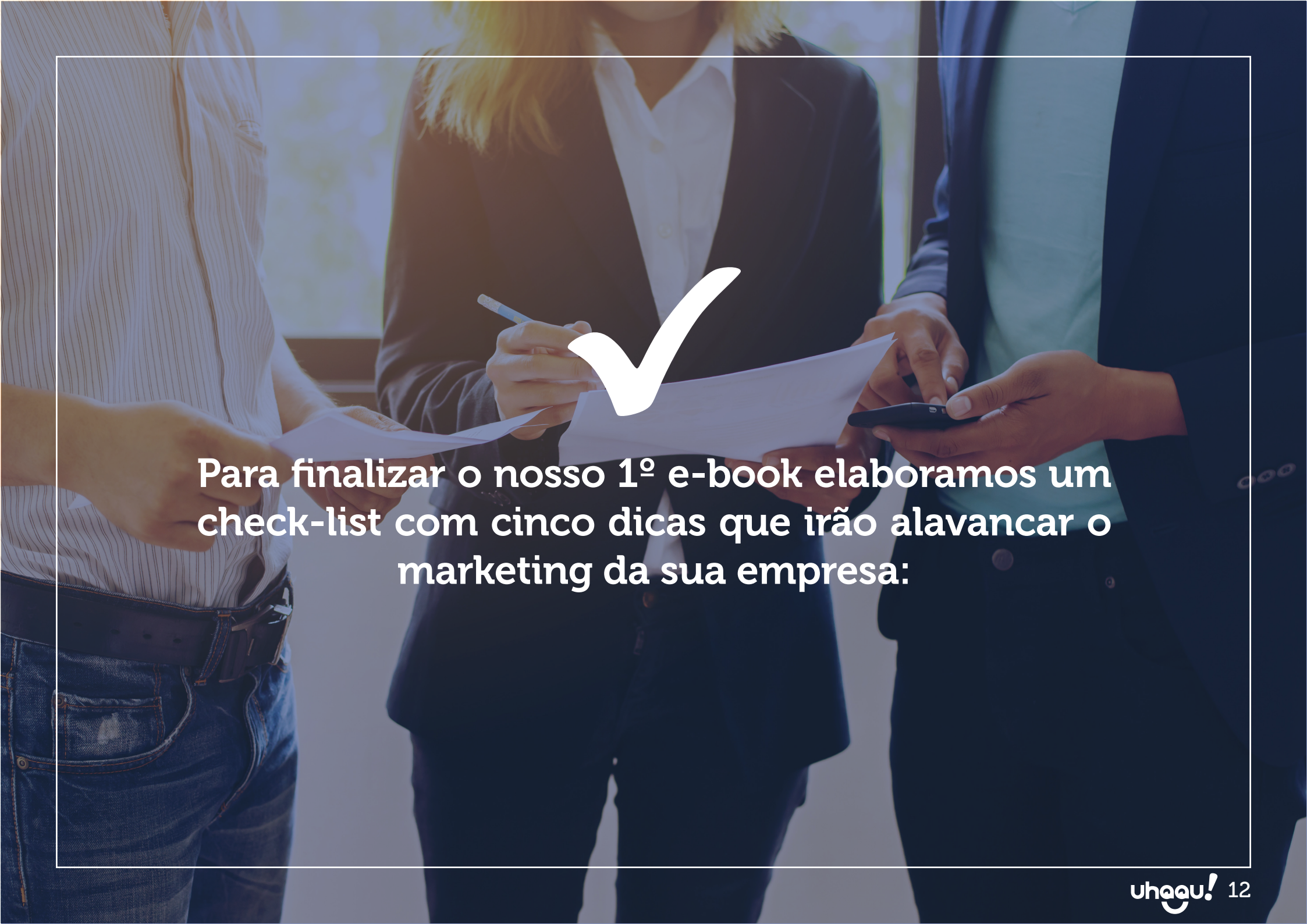


Sabemos que para quem está iniciando suas estratégias em **Marketing Digital**, são infinitas as possibilidades e não é uma tarefa fácil saber por onde começar implementar as ações.

Com o objetivo de ajudar a guiar pequenas e médias empresas que estão começando a investir em sua presença digital, a **Agência Uhaau** oferece **soluções inteligentes e diferenciadas** que farão total diferença no caminho rumo ao sucesso!

Nossa metodologia busca resultados em **curto prazo**, para dar **fôlego** à empresa e **assegurar** a continuidade enquanto são realizadas as ações de longo prazo.

Nossa equipe é **especializada** em buscar a cada dia **números maiores de conversões** criando **afinidade** e **identidade** do possível cliente com a marca, isto agiliza o seu processo de **crescimento e fidelização** no mercado. Tal trabalho é feito com a ajuda do **marketing de conteúdo** onde desenvolvemos **artigos, vídeos, postagens com imagens** geralmente mais informativas que comerciais para alimentarem suas **redes sociais e captar mais seguidores**.



**Para finalizar o nosso 1º e-book elaboramos um check-list com cinco dicas que irão alavancar o marketing da sua empresa:**

# SEGMENTAÇÃO



---

Em tempos modernos qual é o primeiro lugar onde você busca um serviço ou produto? Imagino que sua resposta seja internet. Esteja onde as pessoas estão procurando sua marca e ofereça conteúdo relevante a seu cliente, assim o caminho até a venda se tornará bem mais curto.



# INTELIGÊNCIA DA INFORMAÇÃO

---



Existe uma diversidade de ferramentas que conseguem mensurar dados coletados na internet e se transformam em fontes de informação extremamente importantes para tomada de decisão dos gestores. Imagine você mapear o que o seu público está dizendo sobre o seu negócio, onde seus clientes estão e quais as marcas mais admiradas por eles. Além disso, você consegue identificar os defensores da sua marca, e ninguém melhor que você, empresário, para reconhecer o poder da indicação.

# BAIXO INVESTIMENTO

---



Uma excelente opção para o seu provedor é terceirizar este setor. Uma agência de marketing especializada pode fazer tanto a parte de comunicação digital, como todas as outras, por um orçamento bem abaixo se comparado ao que você gastaria para montar um setor dentro da sua empresa.

# MENSURE RESULTADOS

---



Alguma vez você conseguiu mensurar as visualizações do seu outdoor, ou mesmo quantas pessoas de fato entraram no seu site após lerem um folder da sua empresa? Bem provável que não. Porém na internet os resultados são palpáveis, conseguimos enxergar as conversões e contabilizar as vendas conforme o canal de comunicação veiculado.



# SEJA CRIATIVO E INOVE

---



Seja diferente, a internet está cheia de pop-ups, não seja uma publicidade invasiva. Estude seu cliente e trabalhe sua comunicação com conteúdos que chamem a atenção. Reinvente todos os dias, e não tenha medo de falhar, afinal a internet é dinâmica e você também deve ser!

[www.uhaau.com.br](http://www.uhaau.com.br)

---

A G Ê N C I A  
**uhaau!**