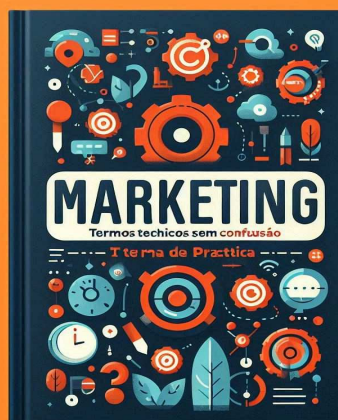
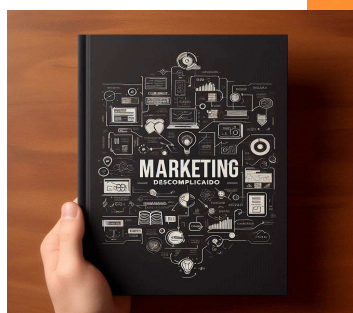


Marketing na Prática:

Termos Técnicos sem confusão



Daniel Magalhães | Janeiro/2025

Introdução

Descomplicando...

Se você trabalha ou se interessa por Marketing, já deve ter percebido como algumas palavras são usadas de forma errada no dia a dia.

Parece detalhe, mas acertar nos termos faz toda a diferença – você ganha credibilidade e evita mal-entendidos.

Vamos **descomplicar** juntos?



Capítulo 1

Propaganda & Marketing

São a mesma coisa?



Propaganda & Marketing

São a mesma coisa?



Esse é clássico! Muitas pessoas acham que propaganda e marketing são a mesma coisa, mas não são.

- **Propaganda:** refere-se à divulgação de mensagens para promover uma marca, produto ou ideia. Geralmente, está ligada à publicidade paga, como comerciais de TV, banners na internet e outdoors.
- **Marketing:** é muito mais amplo! Trata-se de todas as estratégias e ações para criar valor e atender às necessidades do consumidor. Inclui pesquisa de mercado, branding, vendas, e sim, propaganda é uma parte dele.

Pense assim: toda propaganda é marketing, mas nem todo marketing é propaganda.

Capítulo 2

Inbound & Outbound Marketing

Simples de entender



Inbound & Outbound Marketing

Simples de entender



Aqui a confusão é técnica, mas é simples de entender:

- **Inbound Marketing:** também chamado de marketing de atração, é focado em atrair o público de forma natural. Isso inclui criar conteúdo relevante (blogs, eBooks, vídeos) que faz as pessoas chegarem até você. É mais sutil e baseado em relações.
- **Outbound Marketing:** é o marketing "tradicional". Você vai atrás do consumidor com estratégias diretas, como anúncios de TV, chamadas frias e e-mails promocionais não solicitados. É mais "empurrado".

A ideia não é escolher um ou outro, mas usar cada um no contexto certo.

Capítulo 3

Promoção & Liquidação

Uma confusão comum



Promoção & Liquidação

Uma confusão comum



Se você já ouviu alguém dizer que vai "fazer uma promoção" para se referir a descontos em produtos, não está sozinho. Mas, no universo do marketing, "promoção" tem um significado bem mais amplo do que simplesmente baixar preços.

- **Promoção (nos 4Ps do Marketing):** A promoção é um dos 4Ps do marketing (Produto, Preço, Praça e Promoção). Ela se refere a todas as ações de comunicação utilizadas para divulgar um produto ou serviço e engajar o público. Isso inclui propaganda, campanhas nas redes sociais, e-mails promocionais, eventos e até mesmo parcerias estratégicas. A ideia aqui é chamar a atenção e gerar interesse, não necessariamente dar descontos.

- **Liquidação (no varejo):** Por outro lado, liquidação é um termo usado no varejo para indicar uma redução significativa nos preços, geralmente para acabar com estoques antigos ou atrair mais vendas em um curto período. Ações de "tudo pela metade do preço" ou "queima de estoque" são exemplos clássicos de liquidação.

Então, da próxima vez que ouvir "**promoção**", lembre-se de que pode ser muito mais do que um desconto relâmpago!

Capítulo 4

Marketing Digital & Redes Sociais



Marketing Digital & Redes Sociais

Uma outra confusão



- **Marketing Digital:** é um conjunto de estratégias que utiliza canais digitais para atingir seus objetivos.
- **Redes Sociais:** são apenas uma dessas ferramentas, junto com e-mail marketing, SEO, blogs, entre outros.

Capítulo 5

SEO & SEM



SEO & SEM



Bastante parecidos

- **SEO:** “**S**earch **E**ngine **O**ptimization” é a otimização para buscadores, ou seja, as técnicas para melhorar o posicionamento orgânico do seu site no Google.
- **SEM:** “**S**earch **E**ngine **M**arketing” é o conjunto de estratégias pagas para aparecer nos buscadores, como os famosos links patrocinados.

Capítulo 6

Cliente & Lead

Quem é quem nessa história?



Cliente & Lead

Quem é quem?



Outro erro bem comum é usar "cliente" e "lead" como se fossem sinônimos. Eles podem até estar conectados, mas representam etapas bem diferentes no funil de vendas.

- **Lead:** Um lead é uma pessoa ou empresa que demonstrou algum tipo de interesse no que você oferece, mas ainda não realizou uma compra. Pode ser alguém que preencheu um formulário no seu site, baixou um material gratuito (como este eBook!) ou entrou em contato para pedir mais informações. O lead é uma oportunidade de venda, mas não é garantido que vai virar cliente.

- **Cliente:** Já o cliente é aquele que efetivamente realizou uma compra ou contratou um serviço. Ele é o objetivo final das suas estratégias de marketing e vendas. Mais do que isso, um cliente satisfeito pode se tornar um promotor da sua marca, recomendando você para outras pessoas.

Resumindo: todo cliente um dia foi um lead, mas nem todo lead vai virar cliente. Saber essa diferença é essencial para criar estratégias de marketing mais eficientes.

Capítulo 7

Profissional de Marketing & Publicitário & Designer Gráfico



Profissional de Marketing & Publicitário & Designer Gráfico



Essas três profissões muitas vezes se misturam na cabeça das pessoas, mas têm diferenças claras:

- **Profissional de Marketing:** é o estrategista. Planeja como a marca vai atingir o público, que canais usar, como medir resultados, e muito mais. É o "cérebro" por trás das ações.
- **Publicitário:** geralmente é ligado à criação de campanhas. Trabalha com ideias criativas para vender produtos ou marcas, principalmente por meio de mídias pagas.
- **Designer Gráfico:** é o especialista visual. Cuida da parte gráfica, como logotipos, identidade visual e layouts, para que a comunicação seja atraente.

Esses três profissionais trabalham juntos, mas têm funções distintas.

Capítulo 8

O Termo "Marketeiro" É pejorativo?



O Termo "Marketeiro"

É pejorativo?



No Brasil, o termo "**marketeiro**" ganhou uma conotação pejorativa. Muitas vezes é usado para descrever pessoas que fazem promessas exageradas ou usam táticas enganosas para vender. Isso prejudica a imagem de profissionais sérios da área.

Mas não precisamos abandonar o termo! Podemos ressignificá-lo ao destacar as boas práticas e o valor do marketing para as empresas e consumidores.

Capítulo 9

Ibope & Audiência & Engajamento



Ibope & Audiência & Engajamento

Vamos esclarecer



Mais um trio que causa confusão! Vamos esclarecer:

- **Ibope**: originalmente, é o nome de uma empresa que mede a audiência de programas de TV no Brasil. No uso popular, virou sinônimo de "popularidade" ou "reconhecimento". Mas lembre-se, Ibope é uma marca!
- **Audiência**: é a quantidade de pessoas que consomem um conteúdo em determinado momento ou canal. Por exemplo, número de telespectadores de um programa ou visitantes de um site.
- **Engajamento**: vai além de contar cabeças. Mede as interações do público com o conteúdo, como curtidas, comentários, compartilhamentos e tempo gasto. É um indicativo de envolvimento real.

Bônus

5 Dicas Valiosas Para usar os Termos Corretamente



5 Dicas Valiosas

Para usar os Termos Corretamente



1. **Pesquise antes de falar:** Se tiver dúvida, consulte fontes confiáveis.
2. **Não generalize:** Nem tudo é "marketing" ou "propaganda". Identifique o conceito exato.
3. **Evite jargões se não souber o significado:** Melhor simplificar do que usar errado.
4. **Consulte profissionais:** Em caso de dúvida, pergunte a quem entende do assunto.
5. **Atualize-se sempre:** O mundo da comunicação muda rápido; acompanhe as novidades.

Conclusão

Bora Praticar?

Por que usar os termos corretamente importa?

Agora que você já entende as diferenças, usar os termos certos é uma questão de respeito à profissão.

Quando você entende os conceitos, consegue se comunicar melhor, evita confusões e passa credibilidade.

Então, da próxima vez que ouvir ou usar um termo de marketing, lembre-se: cada palavra tem seu papel, e acertar faz você soar muito mais profissional. **Bora praticar?**

