

A importância da presença digital para negócios e empresas.

*“Em alguns anos vão existir dois tipos de empresas: As que fazem negócios pela internet e as que estão fora dos negócios. - **Bill Gates**”*

*“Ainda é possível encontrar pessoas que não utilizam a internet no Brasil. Mas esse tipo de cliente está cada vez mais extinto, dando lugar ao novo cliente, o cliente digital. - **Fábio Nascimento**”*

Não importa qual seja o seu negócio, se você não tem uma presença online, seu negócio pode desaparecer. Isso se deve ao fato de que todo mundo usa o **Google** ou outros buscadores para encontrar informações sobre uma empresa ou um negócio. Se eles não conseguirem encontrar nada sobre sua empresa *on-line*, isso poderá afetar seriamente sua credibilidade e reputação no mercado. De fato, as empresas precisam criar uma presença *on-line* para aumentar sua publicidade, produtividade e vendas.

Vantagens que uma empresa tem com uma presença *on-line*:

Fácil acesso

Estar *online* ajuda seus clientes a acessarem facilmente você e seus produtos ou serviços. Da mesma forma, permite que as empresas cheguem ao seu *público-alvo*. A presença *on-line* de uma empresa mudou o panorama do consumismo, já que a maioria dos clientes prefere comprar de empresas ou marcas que encontrou *on-line*.

Estabeleça sua marca

Uma empresa precisa atrair os olhos de seus clientes em potencial para vender seus serviços ou produtos. No entanto, não há credibilidade do seu negócio se não houver imagem distinta. Sua marca precisa de uma plataforma para se diferenciar e se tornar atraente para os clientes.

Hoje, **sites** e *mídias sociais* estão sendo usados como as ferramentas de *marketing* mais potentes que ajudam a vender produtos ou serviços para inúmeras pessoas. Mais importante ainda, é rentável e não requer investimentos pesados como as formas tradicionais de *marketing*. Com uma presença *on-line*, você pode estabelecer uma identidade para sua empresa, que pode se destacar facilmente.

Alcance uma audiência maior

A internet trouxe todos mais perto. Esse recurso também serve como a melhor maneira de promover seus produtos e serviços. Com uma *presença digital*, você pode exibir seus produtos para um público maior e converter seus leads em clientes.

Escritório virtual

Seu site pode se tornar um escritório virtual para sua empresa e funcionar como um local onde seus clientes podem visitar, comprar produtos ou serviços e obter feedback. Ao contrário do mercado físico mundial, a presença *online* não tem limites geográficos, o que ajuda a empresa a vender sua marca em qualquer lugar do mundo.

Vencer formas tradicionais de marketing

A presença digital pode ajudar as empresas a harmonizar antigas formas de *marketing* e promoções. Desde que a plataforma digital esteja dominando rapidamente os meios de informação mais procurados, há uma probabilidade de que esse meio se torne a estratégia de promoção mais eficaz para negócios perdidos, se usado de forma eficaz.

Com o número crescente de pessoas conectadas, que utilizam a internet com objetivos diversos, já não é novidade para ninguém que ter uma *presença digital* forte é fundamental para qualquer tipo de negócio.

A internet mudou drasticamente a maneira como as pessoas se relacionam, fazem compras, se informam, estudam, expressam opinião etc, e assim também mudou a forma de como se fazer negócios. Nesse contexto, toda empresa que queira ser relevante na rede e fora dela deve apostar em uma *presença digital* eficiente.

Site

O site é o ponto de partida de qualquer negócio que queira ter uma *presença digital* eficiente. Pode-se dizer que ele é a casa virtual da marca, onde estarão reunidos os principais dados sobre a empresa. Trata-se da fonte oficial, portanto, confiável, que todo mundo buscará quando quiser informações sobre o seu negócio.

Mas não vale qualquer **site**. Para se tornar atrativo, ele precisa ser bonito e oferecer uma navegação fácil e intuitiva, que permita ao seu cliente visualizar, de forma rápida, as informações das quais necessita. Outra característica importante é ser **responsivo**, ou seja, se adaptar a qualquer dispositivo e tamanho de tela.

Assim, garantirá uma experiência agradável ao usuário, independentemente de onde for acessado. E também ele precisa ser eficiente para os mecanismos de busca como o *Google* para que suas páginas sejam encontradas pelos seus clientes.

Blog

O Blog é uma das principais sessões do **site**, talvez a mais dinâmica, na qual as atualizações são frequentes. Tão importante quanto ter um Blog é a qualidade dos posts divulgados nele. Por meio do marketing de conteúdo, o cliente encontrará seu **site** quando tiver dúvidas ou precisar buscar assuntos relacionados à sua marca.

Técnicas de **SEO** (Searching Engine Optimization — Otimização dos Mecanismos de Busca, em português) farão com que seu site fique bem ranqueado no *Google*, aparecendo mais frequentemente nos resultados das pesquisas. Um **site** que tem um Blog, de acordo com os requisitos do buscador, já sai na frente dos que não têm.

Segmentação

Se a sua empresa vende lingerie sensuais, provavelmente o público-alvo é composto por mulheres adultas, certo? Portanto, no geral, não faz muito sentido anunciar seus produtos para o público masculino ou para meninas, concorda? Graças à possibilidade de segmentação, os anúncios *on-line* podem ser direcionados de acordo com gênero, faixa etária, localização, poder aquisitivo, gostos pessoais etc. Ao contrário da publicidade tradicional em que uma propaganda de rádio e TV impacta a todos que estão acompanhando a programação, na internet essa estratégia pode ser otimizada, atingindo quem, de fato, poderá se interessar pelo seu produto.

Custo-benefício

Você sabe quanto custa anunciar no horário nobre da TV local? Ou em meia página de jornal? Pois é, não costuma ser barato. E ainda tem o problema que citamos acima: será um dinheiro praticamente jogado fora se o seu produto for específico para determinado grupo.

Anunciar na internet é bem mais barato. A solução ainda possibilita medir os resultados para que você adapte as campanhas, caso seja necessário. Quantos cliques, visitas e compras vieram de um anúncio? Sim, é possível saber.

Com uma boa *presença digital*, que gere engajamento, sua empresa possivelmente conseguirá mídia espontânea. Ou seja, se os seus consumidores estiverem satisfeitos com seu produto ou serviço e, sobretudo, com o seu atendimento, as

chances de eles recomendarem a sua marca para amigos e conhecidos serão enormes. Sim, o famoso “boca a boca” também funciona na internet.

Conclusão

Vivemos na *era digital*, as pessoas estão cada vez mais presentes *on-line* devido ao avanço das tecnologias e popularização da internet e dos dispositivos móveis. Só no Brasil o número de pessoas conectadas a internet são 116 milhões (*dados do IBGE*) e a tendência é que esse número cresça. Por isso, além de estratégico, é imprescindível que os negócios e as empresas estejam também *on-line*, ou as chances de sua empresa cair no esquecimento é grande.