

# **PLANEJAMENTO DE MARKETING DO E-COMMERCE**

MATHEUS HENRIQUE BUTKOSKI SILVA

## **MÍDIAS SOCIAIS:**

Pode-se dizer que as mídias sociais são um canal de comunicação que oferece mão dupla. Isto é, a empresa possui a oportunidade de estreitar o relacionamento com seus clientes, dessa forma aumentando o reconhecimento e credibilidade da marca. Esse diálogo entre a marca e o cliente é fundamental, além de ser algo que a publicidade tradicional não consegue alcançar.

Outro benefício das mídias sociais é a fácil análise de concorrência, visto que encontrar outras empresas se torna simples. Dessa forma, é possível unir pontos positivos de diversas organizações para aprimorar uma empresa.

Antes os profissionais de marketing enfrentavam desafios, como garantir que o conteúdo chegasse ao cliente em um curto espaço de tempo. Hoje, com o auxílio das mídias digitais, basta apenas criar o conteúdo e publicá-lo nas redes sociais da empresa e todos terão acesso.

## **ANÚNCIOS PAGOS:**

Os investimentos em anúncios pagos são muito menores do que os investimentos em publicidade tradicional, por exemplo. Pagar por espaço na TV, rádio ou até mesmo publi-posts, pode deixar o orçamento apertado.

Além disso, as chances do anúncio chegar ao público certo são bem maiores dessa forma. Na TV, por exemplo, pessoas de todas as idades, profissões e gênero podem ver a propaganda, e somente uma pequena parcela que pode se interessar. Caso o anúncio não esteja funcionando da forma desejada é possível contabilizar melhor o alcance desse tipo de estratégia de marketing. Dessa forma é possível se ajustar às necessidades do público e reorganizar o funcionamento do anúncio.

Entretanto, existem as desvantagens, entre elas está a necessidade do auxílio profissional, pois as chances de um anúncio pago feito sem estratégia dar bons resultados é muito pequena. Por isso, é preciso contar com auxílio especializado no assunto, desde o planejamento até a análise dos resultados.

Ainda que seja um investimento menor do que no caso das propagandas tradicionais, ainda assim, é preciso ter orçamento para investir. Finalmente, se o intuito é trazer visibilidade e clientes para sua empresa, somente um anúncio pago não será o suficiente, sendo assim, é necessário preparar um investimento constante por certo tempo.

## **MARKETING DE CONTEÚDO:**

Essa técnica de otimização para os mecanismos de busca é interessante pois permite conseguir um fluxo de visitantes de forma contínua, sem a necessidade de ficar investindo em campanhas de publicidade.

Além disso, o investimento na criação de conteúdo pode sair completamente de graça caso a empresa/e-commerce crie o conteúdo ou então pode ser contratado em uma empresa de marketing de conteúdo por um preço bem em conta.

Entretanto, com esse método de divulgação, é possível que demore pouco mais de 6 meses para que o link apareça em boas posições nas buscas. Além disso, uma vez que a página consiga um bom posicionamento, nada garante que ele vá continuar como está, pois existem muitos fatores que podem atrapalhar, como é o caso da concorrência e desatualização do conteúdo.

## **E-MAIL MARKETING:**

Uma das vantagens do e-mail marketing está na maneira rápida e praticamente sem custo de fazer uma propaganda, alcançando de forma eficaz o seu cliente. Atualmente, por exemplo, o contato feito por telefone com o intuito de vender diminuiu muito, e as empresas precisaram se adaptar a essa nova realidade.

Por outro lado, é essencial respeitar e ver a ferramenta de e-mail marketing como algo sério, não enviando spams. Além disso, com o advento de aplicativos de mensagens, o uso do e-mail reduziu drasticamente nos últimos anos, dessa forma, por muitas vezes a publicidade não alcançará os resultados esperados, apesar do baixo custo.

## **SITE RESPONSIVO:**

Possuir um site responsivo é essencial nos dias de hoje, pois para realmente convencer o cliente é necessário, por muitas vezes, que o anúncio possua um link que redireciona o cliente a um lugar onde ele possa entender mais sobre os produtos. Dessa forma, um site responsivo e compatível com mobile permitirá que o cliente abra o link independente se ele está utilizando computador, celular ou tablet.

## **ESTRATÉGIA DE MARKETING E-COMMERCE CURSO**

Para meu e-commerce utilizarei as mídias sociais e anúncios pagos. Vejo que como estarei divulgando um produto digital esses são os melhores para realizar divulgação.

A principal estratégia será divulgar no facebook/instagram e também através do programa de afiliados disponibilizado pelo Hotmart, em que aqueles que divulgarem e conseguirem vender o produto através de um link próprio receberão comissão pela venda. Dessa forma, irei economizar com marketing e venderei mais produtos, entretanto receberei menos devido as comissões.

Além disso, como segunda opção, pensei em utilizar anúncios pagos através de influenciadores de futebol e e-sports, visto que o curso terá foco em ensinar as apostas nesses dois âmbitos.

Para o lançamento do produto será realizada uma promoção, em que aqueles que se cadastrarem com e-mail no site receberão um preço especial. A cada 4 dias será enviado um e-mail lembrando a data de lançamento e que o cliente receberá uma promoção especial. Para o lançamento será feita uma divulgação através de instagram e facebook.