

Redes Sociais aplicada à rentabilização da WEB

DESCREVER DE FORMA CLARA E OBJETIVA DE COMO UTILIZAR AS REDES SOCIAIS PARA RENTABILIZAR NA WEB

AUTOR(A): PROF. ANA CAROLINA CALDAS DIAS JORDAN

Redes Sociais aplicada à rentabilização da WEB

Vamos conhecer como rentabilizar na WEB pela redes sociais.



Legenda: VIDEOAULA SOBRE REDES SOCIAIS APLICADA à RENTABILIZAÇÃO DA WEB.

Marketing de Conteúdo

“Marketing de conteúdo é uma maneira de engajar com seu público-alvo e crescer sua rede de clientes e potenciais clientes através da criação de conteúdo relevante e valioso, atraindo, envolvendo e gerando valor para as pessoas de modo a criar uma percepção positiva da sua marca e assim gerar mais vendas e melhor relacionamento com seus atuais e potenciais clientes.” Conforme Rockcontent.

As Redes Sociais como estratégia de marketing digital

Baseia-se nas PESSOAS. Ela garante que você fale com a pessoa certa, isto é, direto com seu cliente.

É personalizada. Ela entrega a mensagem certa para a pessoa certa, na hora certa, baseado em seus estágios do funil de compra.

É sucinta e acompanha toda a jornada do cliente, ajudando-o a tomar decisões de compra.

É multicanal. Ela vai até o cliente, em todos os canais com a mesma mensagem.

Ela possui métricas bem definidas e mensuráveis.

A maior parte das estratégias de marketing tradicional se baseia em pagar temporariamente por espaços publicitários para veicular suas mensagens. Uma empresa normalmente “aluga” uma veiculação na televisão, aluga palavras chave com um orçamento mensal em Google Adwords ou em campanhas do Facebook Ads. É como se a empresa ou agência pagasse um aluguel de uma audiência que não é dela.

Já o marketing de conteúdo trabalha uma premissa diferente. A premissa é que você é o dono da audiência e segue construindo este ativo de marketing digital ao longo do tempo. Seu blog corporativo é sua casa própria e sua base de contatos é a sua audiência, o pilar fundamental de toda estratégia de marketing digital.

Tipos de Conteúdo

- Texto
- Vídeo

Frequência do Conteúdo

- Defina calendário e datas comemorativas.
- Escreva o conteúdo dedicado para cada rede social/canal de comunicação, pois cada uma possui uma linguagem.
- Adapte os formatos dos arquivos, para que todos tenham acesso.
- Organize os links e direcione aos canais existentes, sem deixar redes sociais sem conteúdo frequente.
- Pulverize seus canais com artigos, fotos, vídeos, slides e áudios.
- Não exagere no conteúdo. Lembre-se! O conteúdo deve ser relevante.
- Siga profissionais do mercado, consuma conteúdos relacionados à sua área de atuação.

Rentabilize nas redes sociais utilizando marketing de conteúdo

Pode-se tomar como certo que o conteúdo é a arte principal daqueles que dominam as redes sociais, pois este recurso atrai vantagens para o mercado virtual, por aumentar a conversão de visitantes em compradores, maior compartilhamento nas redes sociais, mostra que a loja virtual domina o ramo de atividade em que atua, traz credibilidade ao negócio, demonstra a preocupação da empresa em agregar valor ao cliente, ajuda a melhorar o posicionamento da loja virtual nas buscas, reduz o abandono do site, aumenta o tráfego e o tíquete médio da loja virtual.

Porém, para que isso ocorra de maneira satisfatória, é preciso ter informação suficiente no site. É importante se ter conteúdo semântico, social, visual, colaborativo – que busca a inspiração popular do site, que valorize e propague o conteúdo produzido pelos usuários, que torne a comunicação e a relação entre loja virtual e clientes mais amigável, mais humanizado.



Legenda: VIDEOAULA SOBRE MARKETING DE CONTEÚDO.

Resumo

A maioria das empresa buscam somente a venda, os lucros e altos índices de desempenho financeiro, mas quando se mostra interesse em atuar na internet, é importante atender bem, ter conteúdo de qualidade, com frequencia, para fidelizar seus clientes. Mas, infelizmente, nem todos os varejistas brasileiros atuantes na internet criam seu próprio conteúdo.

Interagir é a base do relacionamento com clientes na WEB, incentivar a rede de seus clientes, estimulando que elas coloquem sua opinião na rede, ajuda muito na fidelização e mobilização de sua carteira de clientes. Além disso, muitos dos problemas de atendimento ao cliente pode ser antecipado por esta forma de interação.

A utilização das redes sociais para rentabilizar na WEB é essencial para o e-commerce, neste tópico, foi possível conhecer como aplicar algumas ferramentas para facilitar esse trabalho utilizando marketing de conteúdo. O mais importante é utilizar na rotina de trabalho do e-commerce todas as dicas dadas e compartilhar essas informações com seus pares, assim teremos profissionais antenados com a visão atual de marketing de conteúdo e rentabilização na internet.

ATIVIDADE

Complete a sentença:

_____ é uma maneira de engajar com seu público-alvo e crescer sua rede de clientes e potenciais clientes através da criação de conteúdo relevante e valioso, atraindo, envolvendo e gerando valor para as pessoas de modo a criar uma percepção positiva da sua marca e assim gerar mais vendas e melhor relacionamento com seus atuais e potenciais clientes.

- A. Marketing de Conteúdo
- B. Marketing Digital
- C. Engajamento
- D. Endomarketing

ATIVIDADE

Qual o principio da rentabilização nas redes sociais?

- A. Checking e Checkout.
- B. Presença.
- C. Engajamento.
- D. Compartilhamento.

ATIVIDADE FINAL

Quais os tipos de mídia existentes para rentabilizar nas redes sociais?

- A. Mídia própria; Mídia paga; Mídia espontânea.
- B. Mídia paga; Mídia orgânica; Mídia tradicional.
- C. Facebook; Twitter; Instagram; Google Plus.
- D. Busca Orgânica e Link Patrocinado.

REFERÊNCIA

Portal Marketing de Conteúdo. Marketing de Conteúdo – Tudo que você precisa saber para se tornar um especialista no assunto. <http://marketingdeconteudo.com/marketing-de-conteudo/> (<http://marketingdeconteudo.com/marketing-de-conteudo/>). Disponível em 02/05/2016.

ROCKCONTENT. Resultados Digitais. Marketing de Conteúdo para resultados – Alinhando conteúdo ao funil de vendas < <http://materiais.resultadosdigitais.com.br/agradecimento-marketing-de-conteudo-ebook>>. Disponível em 02/05/2016.

SALVADOR, Mauricio. Gerente de E-commerce. São Paulo: E-commerce School, 2013.

