



E-BOOK GUIA MARKETING DIGITAL

Guia completo para iniciantes! Você que deseja aprender mais para **incrementar as vendas da sua empresa** ou **garantir a visibilidade do seu projeto**, mas não tem tempo para consultar materiais longos.

A equipe de Marketing da **RCERVELLINI** preparou esse conteúdo imprescindível para todo profissional ou empreendedor. Vamos lá?





ÍNDICE

- 3 Definição
- 4 Para que serve o Marketing Digital?
- 5 Por que você deve investir em Marketing Digital?
- 6 8 Estratégias com custos mais baixos
- 12 Bônus - identidade visual e design: CANVA

Marketing Digital:

Definição

Marketing Digital é o conjunto de estratégias voltadas para a promoção de uma marca na internet. Difere-se do marketing tradicional por envolver o uso de diferentes canais online e métodos que permitem a análise dos resultados em tempo real.

Ele usa as ferramentas como redes sociais, e-mail marketing e sites. O ambiente web permite que as empresas se aproximem mais de seus públicos, e é nesse ponto que precisam saber se comunicar da forma correta.

Dica: Por que o Marketing Digital é fundamental para sua empresa?

Além de facilitar no momento certo a comunicação entre empresa e consumidor de maneira direta e personalizada, o Marketing Digital é uma excelente ferramenta para fortalecer a marca e consequentemente realizar melhores vendas.



Para que serve o Marketing Digital?

O Marketing Digital pode ajudar microempresas, empresas de pequeno, médio e grande porte a conquistarem mais oportunidades de negócio.

Trabalhar com estratégias online costumava ser um privilégio de empresas mais antenadas e que realmente podiam fazer grandes investimentos, principalmente na criação de um bom site. Hoje, felizmente, o acesso a esse tipo de serviço e estratégia está cada vez mais fácil, e até os pequenos empreendedores podem trabalhar com estratégias de Marketing Digital.



Ninguém quer ficar de fora do mundo online, principalmente porque ele abre várias portas e permite que as empresas consigam:

1. Entender melhor seu público;
2. Conquistar mais clientes;
3. Receber feedbacks;
4. Melhorar o relacionamento com os clientes;
5. Fidelizar os consumidores;
6. Educar o mercado;
7. Aumentar o conhecimento de marca da empresa;
8. Gerar leads;
9. Gerar oportunidades de venda;
10. Reforçar os diferenciais competitivos;
11. Aumentar a rentabilidade da empresa.

Por que você deve investir em Marketing Digital?

O marketing digital é uma excelente ferramenta para atrair novos clientes, seja por meio do conteúdo ou de anúncios pagos em mecanismos de busca, blogs ou vlogs. Ele consegue ter um custo de aquisição de clientes cada vez menor em relação à mídia tradicional.

Com estratégias bem realizadas de marketing de conteúdo e de SEO, conseguimos atrair cada vez mais pessoas de acordo com as principais dúvidas e dificuldades que elas possuem. Por exemplo, se a sua empresa trabalha com acessórios esportivos, é interessante produzir conteúdos sobre como escolher os melhores tênis para cada esporte ou sobre quais as melhores opções de alimentação pré e pós treino, para atrair essas pessoas.



Elas se educam com base nos conteúdos disponibilizados pela sua empresa e criarão uma imagem positiva a respeito disso. No caso dos anúncios pagos, serão ações voltadas diretamente para quem já está decidido e quer comprar algum produto, como um tênis específico ou outros tipos de acessórios comercializados na sua loja.

Estratégias com custos mais baixos

Ao contrário do marketing tradicional, as estratégias de marketing digital possuem custos mais baixos. Isso acontece porque, principalmente, é um tipo de ação mais focado no público que queremos atingir.

No caso do marketing digital, com a segmentação mais precisa, é possível colocar ações bem específicas no ar, fazendo com que apenas o público interessante para a sua empresa seja atingido e, a partir daí, gerar mais resultados.

As estratégias, nesse caso, possuem custos mais baixos e, por consequência da segmentação, conseguimos inclusive diminuir o custo de aquisição de cada cliente.

A regra número 1 do marketing: conheça seu cliente!

Muitas empresas ainda acham que é possível fazer sucesso por um longo tempo sem se aprofundarem de verdade para saber quem são seus clientes.

Pior ainda, há quem ache que gastar tempo para descobrir quem é o cliente ideal tomaria tempo de atividades mais importantes e poderia diminuir as vendas. Não seja uma dessas pessoas. A regra número 1 do marketing é: conheça muito bem o seu cliente. Para isso, não existe nada melhor do que entender quem é seu consumidor ideal, ou seja, a sua persona.

A persona representa aquele cliente que vai comprar sempre de você, vai se beneficiar de verdade dos seus produtos ou serviços e, quem sabe, vai até mesmo defender a sua marca para outras pessoas.

Agora, se você ignorar esse conselho e direcionar suas ações para um público genérico demais, correrá um grande risco de vender para clientes que não terão um relacionamento muito bom com o seu negócio. Eventualmente, esses clientes que não fazem parte do seu público ideal deixam a empresa e buscam outra solução no mercado. Mas não fazem isso antes de dar muita dor de cabeça para você e sua equipe.

Estratégias com custos mais baixos

1. SITE PRÓPRIO

Infelizmente, muitos decisores acham que ter um site profissional não é um bom investimento. Mas isso só acontece quando o site é mal feito e não conta com uma estratégia de marketing e vendas por trás. Afinal, é o canal exclusivo da empresa na internet, e saber como criar um site ou a quem recorrer para isso tem um único propósito: atrair e convencer possíveis clientes.

Se você está trabalhando o seu **Marketing Digital para vender pisos e revestimentos**, por exemplo, precisa avaliar se o seu site e as informações ali presentes estão oferecendo para o seu cliente todo o conteúdo que ele precisa para conhecer a sua empresa. Ele mostra todos os produtos? Existem características e especificações sobre cada um deles?

Também é interessante analisar se o blog da sua empresa está adequado: os conteúdos são otimizados? Eles precisam de mais atenção? Como estão os resultados?

Ainda dentro de canais, também existe a necessidade de avaliar as redes sociais do seu negócio e identificar se você realmente está fazendo uma comunicação adequada. Nesse sentido, é importante avaliar se você está trabalhando nas redes sociais corretas, se os conteúdos e formatos que estão sendo trabalhados estão gerando engajamento, se as interações são boas ou se é necessário melhorar o que está sendo dito ali.

Lembre-se que os canais de comunicação são ferramentas poderosíssimas para melhorar a sua relação com o público, divulgar sua empresa, os produtos e serviços que você tem a oferecer. Por isso, é fundamental fazer uma análise imparcial sobre o que está sendo feito hoje, quais são os gargalos e o que precisa ser melhorado.

Estratégias com custos mais baixos

2. BLOG CORPORATIVO

O blog está no centro da metodologia de **Inbound Marketing**, principal forma digital de atrair e fidelizar clientes na atualidade. Esse método consiste, basicamente, em gerar valor por meio de conteúdo relevante para a persona. Assim, quanto mais ajuda você prestar aos seus possíveis clientes, mesmo antes de tentar vender qualquer coisa a eles, melhor.

Onde entra o blog em tudo isso? Ele é o principal canal de conteúdo que a sua empresa pode querer. E o melhor: o custo de implementação e manutenção pode ser perto de zero.

3. ANÚNCIOS ONLINE

Quem não conhece negócios que ainda insistem em entregar panfletos impressos e anunciar em carros de som para alcançar seus clientes?

Na internet, dá para fazer um tipo de divulgação tão direto quanto essas táticas tradicionais, só que mais moderno e eficaz. Estamos falando dos links patrocinados. Esses anúncios podem ser realizados tanto em sites de busca (**como o poderoso Google**) quanto nas principais redes sociais.

O grande triunfo desse tipo de publicidade é a chance de entregar um anúncio sob medida para as pessoas certas (sua persona), e conquistar ótimos resultados com isso.

Estratégias com custos mais baixos

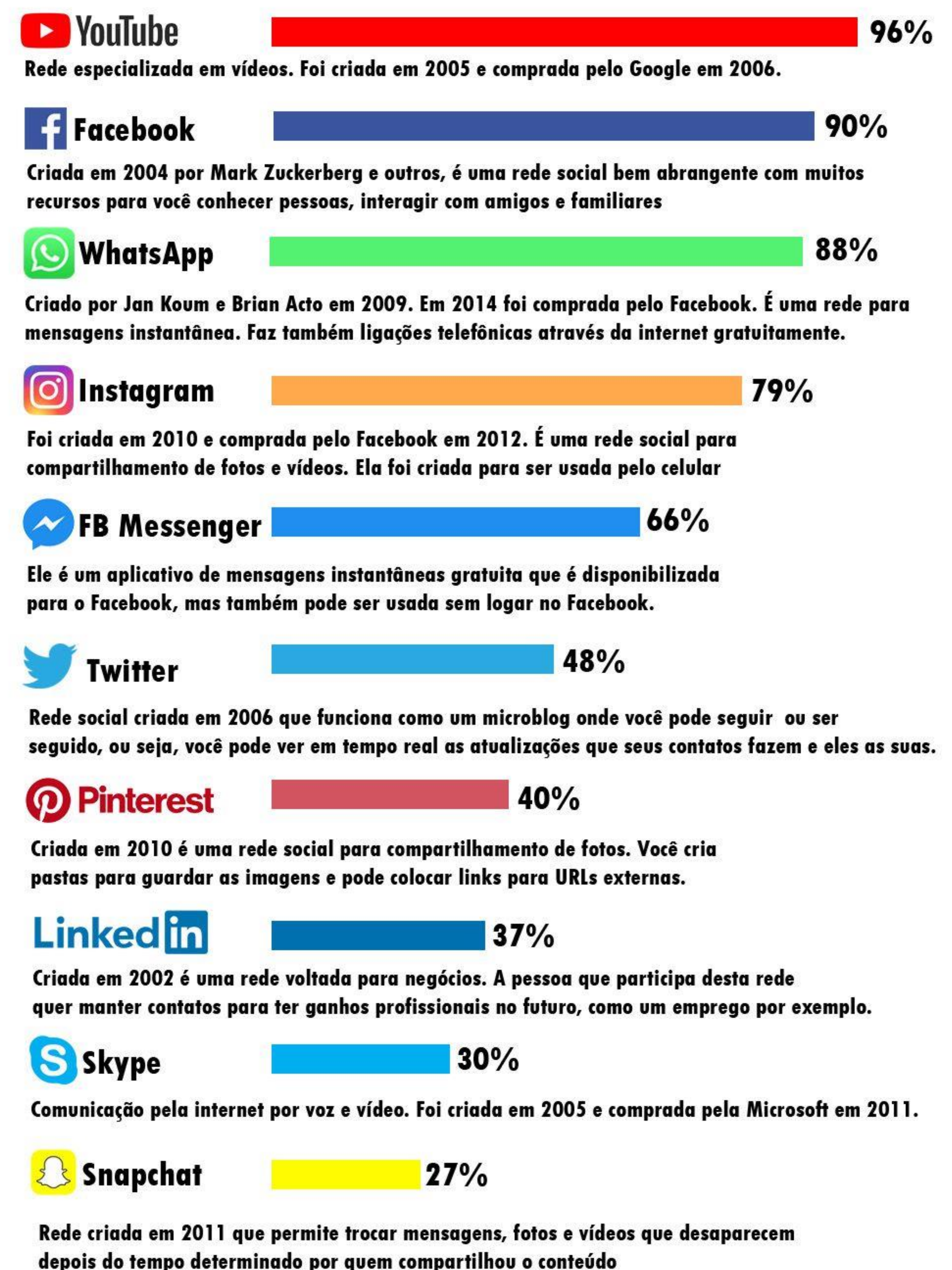
4. REDES SOCIAIS

Com os bilhões de usuários ativos nas principais redes sociais todos os dias, nunca foi tão fácil compartilhar conteúdo, tanto de maneira orgânica quanto paga. O melhor é que você pode escolher que tipo de público terá contato com a sua mensagem, já que o poder de segmentação dessas redes é ótimo.

As redes sociais podem ser usadas com os mais diversos objetivos, como:

- Vender produtos de forma direta;
- Impulsionar sua estratégia de conteúdo;
- Conquistar leads para o seu departamento de vendas;
- Não é à toa que muitos negócios usam esses canais para oferecer suporte ao cliente em tempo real.

As 10 Redes sociais mais usadas no Brasil em 2020



Fonte: WEARESOCIAL de janeiro de 2020

Estratégias com custos mais baixos

5. PROMOÇÕES

Não importa qual é o seu nicho de mercado — sempre há espaço para surpreender os clientes com algum tipo de promoção.

Sempre que fizer uma promoção, divulgue para todos os seus clientes e dê um jeito de fazer essa informação se espalhar para clientes em potencial que nunca compraram da sua empresa. Apenas tome o cuidado de calcular antes se o desconto pode afetar negativamente o seu fluxo de caixa e atrapalhar a lucratividade da sua campanha.

6. RETRABALHE SUA PRÓPRIA BASE DE CLIENTES ATUAIS

Muitas empresas não fazem uso de uma riqueza que possuem: a lista própria de clientes.

Oferecer um produto novo, um upgrade de categoria ou um serviço agregado a alguém que já conhece a sua marca e já possui um laço com você pode ser muito mais eficaz (e mais barato), do que garimpar um cliente novo.

Estratégias com custos mais baixos

7. E-MAIL MARKETING

Com mais de 205 bilhões de e-mails enviados diariamente, o e-mail continua sendo um canal lucrativo e uma boa estratégia de marketing de baixo custo para se conectar com seu público-alvo.

Uma boa estratégia de e-mail marketing pode direcionar o tráfego para seu website, gerar leads qualificados, conquistar clientes mais fiéis e muito mais.

8. INSIRA SUA EMPRESA NO GOOGLE PLACES

Sempre que você busca algum produto, qual a sua primeira atitude? Se sua resposta foi “Procurar no Google”, você está dentro da grande maioria das respostas. Todo mundo aproveita das ferramentas de busca para conseguir mais informações do que deseja. Por isso, é fundamental que a sua empresa esteja no Google Places!

Quando alguém estiver buscando um produto ou serviço que você oferece em um smartphone, por exemplo, ficará mais fácil encontrar você pela geolocalização.

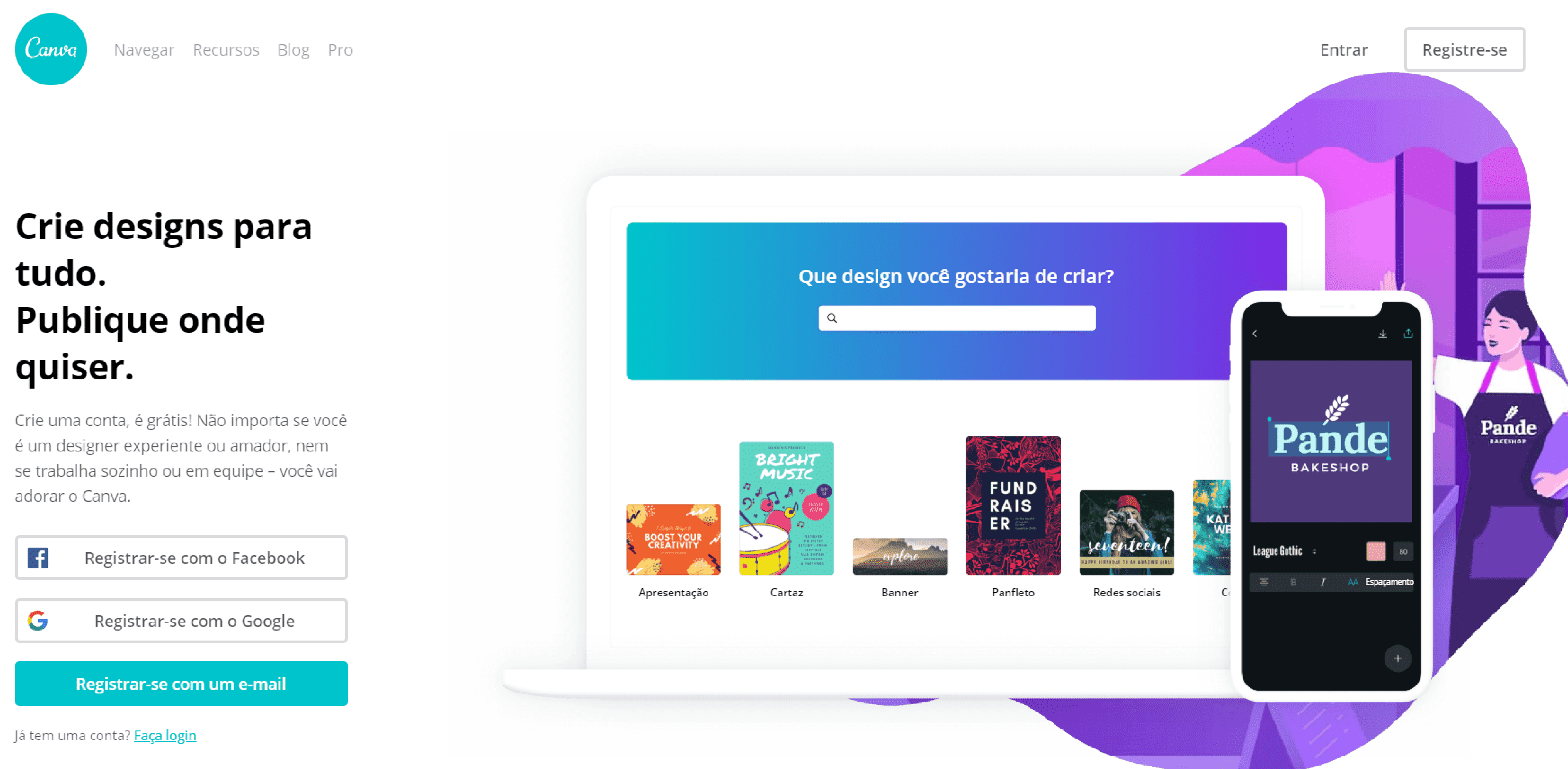
Sem contar que o primeiro resultado da busca de um endereço, por exemplo, é um mapa, ou seja, leva o cliente direto até a sua porta.

BÔNUS - IDENTIDADE VISUAL E DESIGN: CANVA

9. IDENTIDADE VISUAL E DESIGN: CANVA - <https://www.canva.com/>

As imagens têm papel de destaque em todo o ciclo do marketing digital. Você as usa do brainstorm à apresentação de resultados, mas o importante mesmo é o destaque que elas podem dar ao seu projeto em questão de segundos.

Imagens de qualidade conferem credibilidade e ajudam a tornar as comunicações mais eficientes, marcantes e memoráveis. Por isso, a criação da identidade visual e de artes gráficas impactantes tem papel fundamental para o marketing digital.



BÔNUS - IDENTIDADE VISUAL E DESIGN: CANVA

9. IDENTIDADE VISUAL E DESIGN: CANVA

Como usar o Canva:

- Crie um logotipo que represente visualmente suas ideias de forma simples e surpreendente.
- Eleja cores, fontes e elementos que transmitam a sensação desejada e organize sua seleção em um Kit de Marca para manter a consistência em todas as suas artes.
- Personalize modelos prontos, aproveitando que eles são criados dentro dos padrões ideais para cada tipo de uso — inclusive para visualização em dispositivos móveis.
- Inspire-se e aproveite no modo intuitivo de usar a plataforma para elaborar as artes do seu site, as capas de perfis sociais, banners, landing pages, posts etc.
- Use o editor de fotos gratuito para um tratamento básico nas fotos que for usar.
- Explore o banco de imagens para encontrar fotos profissionais, ilustrações, vetores e outros elementos gráficos com liberação de uso pré-definida.
- Publique seus posts assim que estiverem prontos ou agende direto da plataforma se não quiser usar outra ferramenta para isso.



RCERVELLINI – SOLUÇÕES EM PISOS E REVESTIMENTOS

Nós somos a RCervellini, líder nacional na distribuição de pisos e revestimentos com mais de 47 anos de atuação no mercado. Formada por uma estrutura com mais de 37.000m² de áreas logísticas, estoque e escritórios, atuamos em todas as regiões do Brasil com unidades localizadas em cidades estratégicas como Belo Horizonte, Brasília, Caxias do Sul, Campinas, Curitiba, Goiânia, Palmas, Porto Alegre e Presidente Prudente.

Em nosso portfólio diversificado de produtos contamos com: pisos e revestimentos vinílicos: em manta, placa e régua; soluções para adequação do contrapiso; pisos laminados; carpetes: em manta e placa; forros e soluções acústicas; todos os adesivos e massas, sistemas completos para construção a seco, drywall, steel frame, placa cimentícia, gesso acartonado e perfis.

marketing@rcpisos.com.br | www.rcpisos.com.br

