

O que as
AGÊNCIAS
NÃO TE CONTAM



ORÇAMENTOS E PROJETOS PRONTOS

Quando você entra em contato com uma agência de Marketing Digital, o primeiro intuito da empresa é oferecer os serviços que ela presta. Nesse caso, normalmente há uma série de pacotes, com diferentes valores, que abrangem diferentes áreas de atuação dentro do projeto de marketing ofertado pela empresa.

E o grande problema é que isso raramente funciona...

E grande motivo de não funcionar é porque as agências simplesmente ignoram o mais importante ao planejar esses pacotes fechados, que é o seu objetivo e o seu orçamento.



O que as agências não te contam





O que as agências não te perguntam



DEFININDO PRIORIDADES DE ACORDO COM O ORÇAMENTO

A internet está cheia de projetos de marketing, e cada um deles é pensado para chegar a algum lugar. Por essa razão, é impossível determinar quais as estratégias certas para cada empresa sem saber os objetivos de curto, longo e médio prazo, e o orçamento disponível para cada uma dessas etapas. Além disso, Marketing Digital custa caro, o que reflete ainda mais a necessidade de estabelecer as prioridades das estratégias que serão utilizadas, considerando o orçamento disponível da empresa.

INFORMAÇÃO É PODER

Um erro cometido pelos empreendedores é o de investir seu dinheiro sem saber exatamente onde está pisando. Não estou dizendo que você precisa se especializar em Gestão de Tráfego, até porque isso levaria anos.

O que quero dizer é que é de extrema importância que você entenda como funciona por alto cada estratégia de marketing que é oferecida e aplicada pelas agências. Isso irá garantir que você saiba que o seu investimento está alinhado com seus objetivos e com o seu orçamento, garantindo mais segurança para o seu negócio.



O que as agências não te mostram



E qual a função desse E-book?

TE CONTAR, PERGUNTAR E TE MOSTRAR O QUE NINGUÉM MAIS TE CONTA

Nesse material iremos te mostrar de forma resumida como funciona cada processo e cada estratégia de Marketing Digital trabalhada pelas grandes agências e pelas grandes empresas mundiais.

O objetivo é que você entenda um pouco mais sobre o amplo mundo do Marketing Digital, podendo decidir com precisão onde colocar seu dinheiro e como distribuir seu orçamento considerando seus objetivos.



Nesse E-book você vai aprender...

1. O conceito e a aplicação do funil de vendas.
2. A identificar as estratégias de curto prazo e as de longo prazo
3. Quais são e como aplicar as estratégias de curto prazo (Conversão)
4. Quais são e como aplicar as estratégias de longo prazo (Branding)
5. Quais são os tipos de demanda e quais estratégias para cada um.
6. O que é e como fazer Remarketing



Verdades práticas que você precisa saber

1. Embora o Instagram seja o canal de marketing mais divulgado e mais procurado pelos empreendedores, essa é uma estratégia de LONGO PRAZO!
2. Se seu objetivo é dinheiro rápido, investir em anúncios pagos é a melhor solução.
3. Embora o Marketing de Conteúdo seja realmente importante, não são todos os nichos que realmente possuem conteúdos relevantes nas redes sociais.
4. Sem estratégias de Remarketing, seu negócio não irá prosperar.
5. Marketing Digital não é uma fórmula mágica e sim trabalho duro



Estrutura



POR ONDE COMEÇAMOS?

O primeiro passo no Marketing Digital, assim como em qualquer negócio, é a construção de uma estrutura sólida, que nesse caso, é centralizada no seu próprio Website.

Todos os seus demais canais irão funcionar e apontar em função do seu site, onde você cria as regras e as diretrizes das suas estratégias.



Estrutura



COMO FUNCIONA?

O seu site reflete todo o seu negócio, por isso é de extrema importância que ele seja feito de forma profissional. Nossa recomendação, bem como a forma como trabalhamos, é que seja construído em Wordpress, maior plataforma CMS da internet, com integrações com todas as grandes plataformas auxiliares de marketing do mundo.





E como os clientes vão me encontrar?



UTILIZANDO OS SEGUINTE CANAIS PARA GERAR TRÁFEGO PARA O SEU SITE

- Google ADS
- Facebook ADS
- Redes sociais (instagram, LinkedIn, Pinterest)
- Youtube
- Tráfego orgânico (SEO)
- Plataformas auxiliares

Funil de vendas

O QUE É O FUNIL DE VENDAS?

Uma segmentação que diferencia os usuários de acordo com o seu nível de engajamento com a empresa, mapeando uma jornada de compras.

COMO FUNCIONA?

Utilizando estratégias específicas de atração e captura para públicos frios, estratégias de aproximação para públicos mornos, e agressividade de compra para públicos quentes.



Desconhecidos





PÚBLICO DESCONHECIDO

Pessoas que ainda não conhecem o seu negócio, portanto sequer entraram no funil. Será preciso estratégias de atração e exposição, buscando captar a atenção desse público.



PÚBLICO FRIO

Acabaram de conhecer o seu negócio, porém não confiam na sua empresa. Por isso é necessário apresentar argumentos que mostrem a qualidade do seu negócio frente a concorrência.



PÚBLICO MORNO

Grupo que já consumiu com atenção o seu conteúdo e está interessado em fechar o negócio, precisando apenas de um impulso, como uma boa promoção ou uma estratégia chamativa de remarketing.



PÚBLICO QUENTE

Público que já iniciou um checkout ou concordou com um orçamento ou até mesmo já comprou de você. Esse grupo confia no seu negócio e está pronto a apostar nele se for dado o estímulo certo.

Vendas e conversão



PRIMEIRA PARTE FOCADA EM RESULTADOS DIRETOS

A primeira parte desse E-book trata a respeito de anúncios e estratégias focadas em vendas diretas, e resultados a curto prazo. Não são as estratégias indicadas para branding e crescimento no longo prazo.

REDE DE PESQUISA

REDE DE DISPLAY

REDE DE YOUTUBE

REMARKETING

Google ADS



A campanha do Google ADS aponta para o seu site visando converter os objetivos definidos, sejam eles quais forem.



REDE DE PESQUISA

A rede de pesquisa consiste em anunciar para quem está procurando por algo no Google.

Assim, se alguém pesquisa por "camisa do cruzeiro" por exemplo, iremos entregar os resultados e seremos cobrados apenas se a pessoa clicar no nosso anúncio.

Google

Camisa do cruzeiro

Todas

Shopping

Imagens

Notícias

Vídeos

Aproximadamente 18.100.000 resultados (0,42 segundos)

Ver Camisa do cruzeiro



Camisa do
Cruzeiro | 19/...
R\$ 129,99
Netshoes



Camisa do
Cruzeiro | 201...
R\$ 149,87
Centauro.com.br
34% a menos



Camisa do
Cruzeiro | 19/...
R\$ 129,99
Shop Cruzeiro



Camisa
Cruzeiro |
R\$ 89,99
Netshoes
26% a m

Camisa do Cruzeiro Netshoes | 1ª Troca Grátis É

[Anúncio] www.netshoes.com.br/

Camisa do Cruzeiro Em Até 10X S/Juros e Frete Grátis* Netshoes. O Frete Grátis* Marcas: Corinthians, Santos, Palmeiras, São Paulo, Barcelona, Seleção Brasileira, Times Internacionais, Times Nacionais.



REDE DE DISPLAY

Nessa rede, abordamos contatos que estejam navegando em diversos sites utilizando espaços de mídias para exibir banners do nosso negócio.

Esse formato exige muito cuidado, pois o público é bem mais frio que na rede de pesquisa, além de que há cobranças mesmo que o usuário não entre no seu site.



EXEMPLO

Nesse caso por exemplo, o site Terra é um parceiro do Google e, navegando nele, eu encontro um anúncio da SafraPay, que é fruto da campanha de display do Google ADS

REDE DE YOUTUBE

A maior rede de vídeo da internet, sendo também a que mais cresce no mundo. Através dela, podemos exibir anúncios em vídeos, que além de chamarem mais atenção, também possuem um campo maior para explicações rápidas e sintéticas em Fluxogramas.

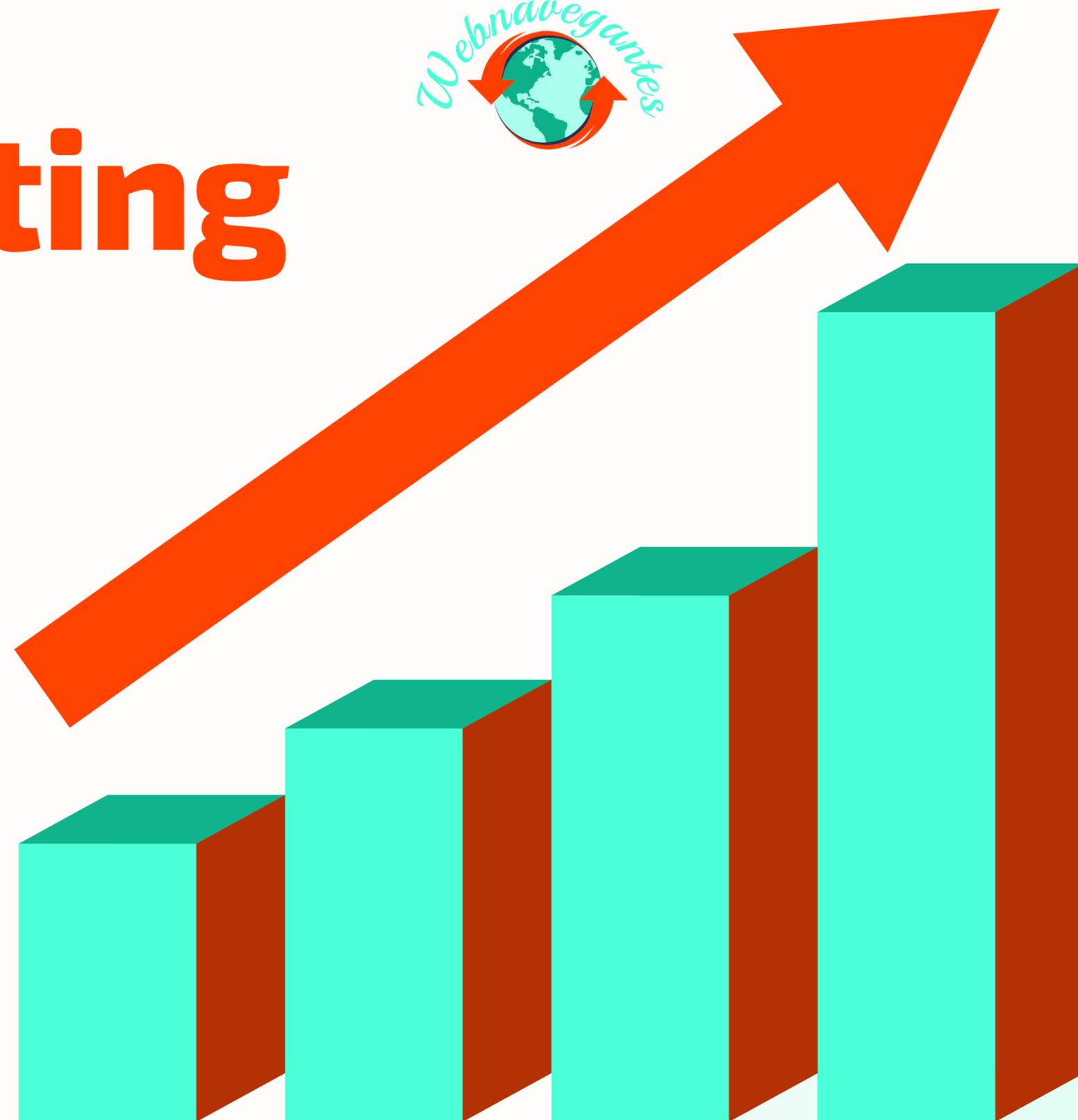




Remarketing

POTENCIALIZANDO RESULTADOS

Menos de 10% das pessoas que entrarem no seu site irão comprar de você de primeira. Por isso, é imprescindível que sua estrutura tenha pixels capacitados em capturar dados dos clientes, para impactá-los com novos anúncios da sua empresa posteriormente. Isso é remarketing!



Canais de Remarketing



REDE DE DISPLAY

A Rede de Display do Google é um dos melhores canais para remarketing. Possivelmente você já reparou uma série de anúncios após entrar em um site na web, e mesmo que você não clique, a presença da marca continua na sua cabeça.

REDE DE YOUTUBE

Embora haja uma tendência muito forte em pular os vídeos, quando o usuário já esteve no seu site e você chama a atenção com um vídeo, há uma tendência maior de impacto da sua mensagem e uma possível conversão.

FACEBOOK E INSTAGRAM

As redes sociais são muito amplamente utilizadas pelos usuários no Brasil, então se ele já demonstrou interesse pelo seu negócio, reimpactá-lo através dessas redes é fundamental.

E-MAIL MARKETING

Por fim, uma estratégia antiga porém muito presente no mercado é a de captura de e-mails com potencial de impacto através deles, considerando que quem deixa o e-mail é um lead extremamente quente.



Facebook ads



Entenda como a Plataforma utilizada para anunciar no Instagram, Facebook, messenger e outros canais parceiros pode ser fundamental para o seu negócio



O QUE É O FACEBOOK ADS?

O Facebook ADS é a plataforma utilizada para subir anúncios no Facebook, Instagram, Messenger, e todos os parceiros da empresa



E como funciona



LINKS PATROCINADOS EM REDES SOCIAIS

É importante lembrar que estamos abordando o capítulo sobre estratégias de conversão, então estamos falando apenas da parte relativa aos **anúncios em redes sociais**. Nessa parte do E-book não iremos falar sobre engajamento, sobre gestão de página, criação de audiência ou marketing de conteúdo. Você ainda verá tudo isso nesse material, mas não agora!

COMO ANUNCIAR?

Diferente do Google ADS, onde o ponto determinante dos anúncios é a palavra chave, no Facebook ADS você deve se atentar ao PÚBLICO.

A ferramenta possui ferramentas avançadas de determinação de públicos por interesse, onde você consegue encontrar pessoas com as mais variadas características e interesses.

PERSONA

O ponto de partida para anunciar no Facebook ADS é ter um conhecimento bem abrangente sobre a sua persona.

Mas o que é uma persona?

A persona deve conter todas as características que o seu cliente mais comum possui. Por exemplo: Mãe, solteira, entre 25 e 40 anos, gosta de assistir novelas, possui cadastro em sites de reacionamentos, etc...



Otimizando resultados

O PODER DO PIXEL E DO LOOK A LIKE

O uso de personas é o ponto de partida para os anúncios no Facebook, mas é a partir dos públicos Look a Like que o Facebook se transforma em uma máquina de vendas. Isso pois o pixel é capaz de usar a inteligência da própria plataforma na otimização da sua campanha.

O pixel funciona da seguinte forma, você configura conversões no seu site, e quando um determinado número de usuários convertem, você cria um público semelhante aos que converterem. Esse público é criado pelo Facebook e possui as características semelhantes aos conversores do site. Essas características são identificadas pelo Facebook com base nos históricos dos usuários, interesses, conversões em sites, anteriores, etc...

Porém, cuidado...

Diferente do Google, os usuários impactados pelo Facebook ADS não estão procurando por nenhuma solução ou produto, mas isso não significa que essa rede não funciona. Pelo contrário, já que essa plataforma representa a maior parte das vendas em diversos nichos no Brasil.

Mais para frente, iremos conversar sobre os tipos de demanda, e você vai entender como utilizar o Facebook ADS para as demandas específicas. Mas já adiantando que, para demandas de necessidade, o Facebook ADS é recomendado apenas em campanhas de remarketing.

E quando se trata da demanda de desejo, é importante investir pesado no Facebook Ads chamando atenção com imagens bem apelativas, fotografias que inspirem valor, jogo de cores, emoções através da foto e uma copy fenomenal. Todo esse trabalho demanda experiência e técnicas de marketing que podem, e são muito estudadas pelas agências de marketing.

SORTEIO DIA DOS namorados

*Foto Oficial

GANHE Preenchimento com ácido Hialurônico

REGRAS NA DESCRIÇÃO

Dr.ª Carolina Campos Leite
HARMONIZAÇÃO FACIAL

DETOX

SEU CORPO COMO VOCÊ NUNCA VIU

- Queima gordura localizada
- Reduz o apetite
- Aumenta a imunidade
- Acelera o metabolismo
- Controla o colesterol

Consultoria JURÍDICA

Compliance LGPD

Até 50 milhões DE MULTA

LEI GERAL
Proteção de dados

Proteja Juridicamente a sua empresa

ADV DIGITAL

PROMOÇÃO PIZZA GRANDE APENAS 25,90

Fun Foods

GOURMET HAMBURGUER

Comece Agora

- Sua marca
- Sua ideia
- Seu sonho
- Seu futuro

Apenas R\$9,80

O sonho do E-COMMERCE

Como conseguir uma massa de alunos da zero

5 SONHOS POR INVESTIMENTOS

Alguns exemplos de artes chamativas desenvolvidas pela Webnavegantes para Fb ADS



LANÇAMENTO E PRÉ VENDA

Frete Grátis

Veja nossos lançamentos e peça suas peças pela metade do preço

BD

PIZZAS A PARTIR DE 29,90 A MÉDIA

Time Express

+ REFRI 1,5L GRÁTIS!!

SEU BARBEIRO TEM UMA MESA DE SINUCA?

CHAME SEU AMIGO E QUEM PERDER PAGA O CORTE!

BOX CARE

(16) 3610-2944
(16) 99611-5001

RUA CAMPOS SALES 501 (1º ANDAR)
HIGIENÓPOLIS RIBEIRÃO PRETO

HT HOUR TECH

FRETE GRÁTIS

SUPER PROMOÇÃO
COMPRE 1 E LEVE 2

CONECTANDO VOCÊ AO FUTURO...

MÚTIPLAS PROMOÇÕES

20% DE DESCONTO NA PIZZA DO DIA

5% DE CASHBACK PELO App

NA COMPRA DE UMA GRANDE, REFRI DE 1,5L SAI DE GRÁTIS!

CÓDIGO PARA A PROMOÇÃO: 20offweb

CONHEÇA
Nossos serviços

box

- *50,00 HIDRATAÇÃO
- *75,00 RETOQUE DE RAIZ
- *75,00 SELANTE
- *190,00 PROGRESSIVA

* VALORES PARA PAGAMENTO EM DINHEIRO

99611.5001 (16)3610.2944

RUA CAMPOS SALES 501 - CENTRO RIBEIRÃO PRETO/SP

f /boxcare

Canais alternativos



OPORTUNIDADES INFINITAS A SEREM ANALIZADAS CASO A CASO

Por ser um material base, nosso E-book não pode contemplar as particularidades de cada negócio, pois cada empresa é única, e possui suas próprias oportunidades. Porém é nossa função abrir os olhos para os canais que podem ser úteis para determinados tipos de negócios.

HOTMART



Assim como Monetizze e Eduzz, a Hotmart é uma Plataforma de Afiliados, que permite que você coloque seus produtos em vendas automáticas através do Marketing de afiliados. Essas Plataformas são muito interessantes pois você consegue vender "sem fazer nada" utilizando as estratégias de diversos afiliados.

AMAZON



A Amazon é a maior empresa do mundo, e nela consegue-se vender qualquer coisa. Porém, não apenas nos produtos estão as oportunidades. Com a Amazon Kindle você pode distribuir e-books e materiais feitos pela sua empresa, aumentando a influência e a autoridade do seu negócio.

PLATAFORMAS DE FREELANCER



As Plataformas de Freelancer são indicadas para profissionais liberais, uma vez que as próprias plataformas investem em tráfego e captura de clientes, sendo que você só precisa investir um valor para ter o contato desses leads

Alguns exemplos são: 99Freelas, freelancer.com, fiver, Workana, etc

MARKETPLACES



Se você vende produtos, é ideal que eles estejam cadastrados no Mercado Livre, Olx, Enjoei e os outros marketplaces que variam de acordo com o seu setor. Essas Plataformas geralmente são referências em seus respectivos nichos e possuem uma gigantesca gama de tráfego.



Agora meu negócio na internet está pronto?

DEPENDE DO SEU OBJETIVO!

A estratégia apresentada até agora é a base sólida dos resultados a curto prazo, baseado em vendas e conversões diretas. Você paga um valor por tráfego e consegue resultados através disso.

PORÉM...

Se você deseja um negócio escalonado, com um branding bem desenvolvido, crescimento orgânico e tráfego automático, os anúncios que falamos até agora não vão te ajudar muito nesse setor. Isso porque estratégias de Branding são focadas no LONGO PRAZO.



E o que isso significa?



QUE CONVERTER HOJE E INVESTIR NO FUTURO DO SEU NEGÓCIO SÃO COISAS DIFERENTES!

Não adianta começar um trabalho de consistência de postagens no Instagram, ou publicação constante de vídeos e artigos e esperar que isso traga clientes dentro de um ou dois meses.

Estratégias fundamentadas em conteúdo exigem audiência engajada e confiança, e isso demora para ser conquistado.

Porém, uma vez que essa audiência é alcançada, sua marca se torna autossuficiente e escalonada em grandes proporções de lucratividade.

Branding e crescimento



SEGUNDA PARTE - FOCADA NO FORTALECIMENTO DA SUA MARCA

Essa parte do E-book é focada em quem almeja investir na marca, colocando capital para essa finalidade, sabendo que esse capital irá converter apenas no longo prazo.

Branding



INVESTIMENTO NA SUA MARCA

O processo de Branding significa uma gestão da sua marca, assumindo diversos elementos visuais, auditivos, escritos, comportamentais ao seu negócio, conquistando uma posição fixa na mente da sua audiência.

É um processo complexo e que precisa ser bem trabalhado para se tornar efetivo, uma vez que conquistar um espaço na mente de uma pessoa, em um mundo com tantas opções e informação, não é nada fácil.



Como construir esse processo de Branding



MARKETING DE CONTEÚDO

O passo fundamental para o processo de Branding, que deve ser aplicado em todas as suas estratégias digitais.

INSTAGRAM ORGÂNICO

Rede social que mais cresce no Brasil, contendo uma audiência gigantesca e engajada.

YOUTUBE

Principal rede de vídeos na internet, com altos índices de crescimento e oportunidades para marcas.

ARTIGOS E SEO

Estratégia de conteúdo tradicional, que até hoje é determinante para grandes marcas.

Inbound Marketing

CONCEITO MAIS IMPORTANTE DO BRANDING MODERNO

O conceito de Inbound Marketing é a grande revolução do Marketing Digital, e se trata de transmitir conteúdo Gratuito e de qualidade para a sua audiência, em troca do posicionamento como autoridade.

Com todo o poder da internet, sempre quando um usuário faz uma pesquisa, há milhares de concorrentes. Por isso, você não pode ser apenas mais um, você precisa ser uma referência, que transmite confiança.

Por essa razão você produz conteúdo e entrega de forma gratuita. Porém, vale lembrar que esse conteúdo precisa ser acessível, instrutivo, bem desenhado, profissional, e, mais importante, do interesse do usuário.



Marketing de conteúdo

POR ONDE COMEÇAR?

O primeiro passo é descobrir o tipo de conteúdo que sua audiência consome e se interessa.

Para isso, é necessário visitar os canais dos seus concorrentes e analisar: o que eles postam, o que tem muito engajamento, o que os clientes perguntam, o que falta, quais são os pedidos, etc.

Então somente após sabe o que o seu público procura, você vai começar a elaborar conteúdo com base nisso, colocando - o em vídeos, imagens, artigos, podcasts, etc...



Instagram Orgânico



O INSTAGRAM NÃO É UMA VITRINE DE PRODUTOS!

O primeiro passo para ter sucesso nessa rede social é entender que ela não é o local para postar fotos atraentes dos seus produtos ou serviços e convidar as pessoas para comprar. Essa é a função dos anúncios!!

PASSO 1

Apresente conteúdo de qualidade, estudando da forma que apresentamos nos slides anteriores.

PASSO 2

Mantenha o engajamento! Com o conteúdo de qualidade, você vai conquistar clientes, e é de EXTREMA importância interagir com eles (stories, lives, perguntas, directs, etc).

PASSO 3

Apresente novidades! Não fique no mais do mesmo. Deixe que os seguidores tenham acesso aos bastidores, realize sorteios, faça palestras, parcerias com outras páginas, mantenha o público entretido.

PASSO 4

Crescimento automático. Após realizar todas essas ações citadas anteriormente, com alguns meses você terá uma audiência própria, e ela irá atuar trazendo mais leads para você.



A importância dos vídeos no Instagram



VÍDEOS NO INSTAGRAM?

Pesquisas indicam que uma maioria esmagadora dos usuários do Instragram preferem conteúdos em vídeos, por isso é muito difícil uma página começar do zero HOJE e ter resultados reais sem usar esse recurso (embora no passado isso tenha ocorrido, mas as métricas mudaram).

STORIES

Os Stories cresceram MUITO nos últimos anos, e sua empresa precisa estar presente neles. Esse canal é excelente para uma relação mais próxima e informal com a sua audiência, gerando proximidade entre público e marca no dia a dia.

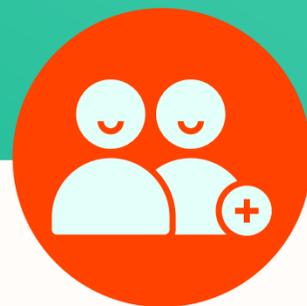
LIVES

Cresceu muito durante a pandemia da Covid-19, sendo um excelente canal para discutir assuntos mais amplos, dar palestras, webnários e se posicionar como autoridade em um assunto.

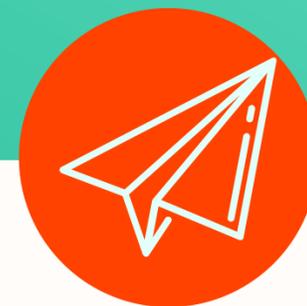
Como funciona o algoritmo do Instagram?

10%

O Instagram entrega o seu conteúdo para 10% dos seus seguidores, e dependendo do engajamento desses 10%, ele irá entregar para o resto da sua audiência ou não.



Comprar seguidores, além de não funcionar, ainda atrapalha o seu perfil, pois os 10% que receberão o seu conteúdo não vão interagir, e seu post não terá nenhum alcance.



As métricas mais relevantes avaliadas pelo Instagram não são as curtidas, e menos ainda o número de seguidores. Salvar o post, comentar e compartilhar são mais importantes.



Outro critério de distribuição do Instagram é relativo a interação, então se você interage com um perfil e ele com você, seus resultados serão melhores.



Youtube



MAIOR CANAL DE CONSUMO DE VÍDEOS DO MUNDO

Em geral, as pessoas preferem vídeos, e essa é uma realidade que você precisa aceitar... Por isso se você quer um bom trabalho de Branding no longo prazo, marketing em vídeos (sobretudo youtube) é uma obrigação e não uma escolha.

Dicas sobre o seu canal no Youtube



FOCO NO CONTEÚDO

Lembre-se de não fazer vídeos apenas por fazer, e sim em focar no que a sua audiência está buscando, com as pesquisas que instruímos alguns slides atrás. Uma boa edição e recursos visuais também contribuem para um branding de maior qualidade.

FOCO NA SUA REALIDADE

Não se deixe desmotivar por baixo número de seguidores. Cada negócio funciona de uma forma e você precisa entender as regras do jogo para a sua audiência, e o importante é que você alcance a sua.

ESTUDO DAS MÉTRICAS

O Youtube possui regras próprias de crescimento de canais, que são influenciadas por tagueamento, links, patrocínio, códigos, etc... Há todo um estudo complexo apenas para o marketing específico do Youtube, e se esse é canal é de grande potencial para o seu negócio, é um investimento totalmente válido.



Blog



TRANSMISSÃO DE CONTEÚDO ESCRITO E DEMONSTRAÇÃO DE AUTORIDADE

Uma rede focada em distribuição de conteúdo gratuito e informativo. Possui um alto potencial de conversão no longo prazo quando ocorre um SEO bem feito e quando se trata de um negócio mais técnico.

Utilizando o Blog com sabedoria



QUANDO UTILIZAR?

Blogs são mais eficazes e fazem mais sentido quando se trata de uma demanda mais técnica, abordando assuntos mais complexos onde sua solução precisa se provar melhor funcional do que o concorrente. Alguns exemplos são: Cursos, softwares, plataformas, serviços especializados (engenharia, contabilidade, advocacia), etc.

COMO UTILIZAR?

Conversando com a sua audiência com transparência. Um blog não é um artigo científico, então nada de termos muito complexos e longos, estude as dúvidas da sua audiência e entregue com simplicidade aquilo que eles procuram.

FOCO EM INOVAÇÃO

Quanto mais o tempo passa, mais o mundo do Marketing Digital fica concorrido, e isso implica em uma série de conteúdos que são apenas "mais do mesmo". Por isso, não escreva sobre algo que já existe em massa na Rede, pelo contrário, seja original e trate sobre assuntos nada ou pouco explorados.



O que é SEO?

A otimização em SEO consiste em fazer ajustes nos sites para que os mecanismos do Google os encontrem mais facilmente. Porém, como o Google é uma rede muito antiga e complexa, as otimizações em SEO são focadas no longo prazo.

Um SEO completo é realizado ao longo do tempo, e requer ações tanto dentro do próprio site quanto no externo.

OTIMIZAÇÃO INTERNA

Posicionamento e escolha correta de Palavras chave

Qualidade semântica.

Conteúdo escaneável e completo

Configuração de Sitemap

OTIMIZAÇÃO EXTERNA

Posicionamento de Backlinks

Realização de parcerias

Uso correto das Redes Sociais

Diversas fontes de Tráfego para o site



E-mail Marketing



INTERAÇÃO COM A SUA AUDIÊNCIA MAIS ENGAJADA

A Rede de E-mail marketing é feita para que a empresa mantenha ativa a comunicação com seu cliente, mostrando a ele novos conteúdos de valor e ofertas imperdíveis, se mantendo viva no cotidiano do mesmo.

Utilizando o E-mail marketing com sabedoria

NÃO FAÇA SPAM!!!

Spam é quando você envia e-mails ou mensagens para um grupo de pessoas sem que elas tenham consentido com isso, forçando uma relação que não existe, não agrega e não traz resultados.

ISCA DIGITAL

Para fazer um E-mail marketing correto, é necessário passar seu cliente pelo Funil de vendas, e a primeira parte é oferecer uma isca digital. Essa Isca é algo que será entregue gratuitamente ao seu cliente em troca do e-mail dele. Ela precisa realmente apresentar um conteúdo inovador, para que mantenha o cliente interessado no que você irá oferecer nos e-mails subsequentes.

ENTREGUE VALOR

Há uma regra muito utilizada no E-mail Marketing, que é a 80/20. Isso significa que 80% dos seus envios serão focados em conteúdo inovador e de qualidade, e apenas 20% focados em vendas (sempre com descontos reais, uma vez que se trata da sua melhor audiência.)



Recapitulando...

Já vimos que existe uma diferença entre estratégias utilizadas para conversão e vendas rápidas, e estratégias de Branding e crescimento da marca.

Mas até então, estamos falando de uma forma geral para todos os negócios, sem fazer diferenciações por nicho. Porém, agora vocês irão ver que cada tipo de negócio, também reage melhor a determinadas estratégias.

Desejo

X

Necessidade

DEMANDA DO DESEJO



Produtos comprados por desejo, como uma roupa muito bonita, acessórios, um objeto de entretenimento, uma comida irresistível, etc...

Esses produtos geralmente possuem grande apelo visual, e são muito bem anunciados com fotografias através de redes sociais e canais de Display. Não necessitam muito de conteúdos escritos ou apelo de e-mail, sendo melhores anunciados em Instagram, Facebook ou outras redes de display.

DEMANDA DA NECESSIDADE



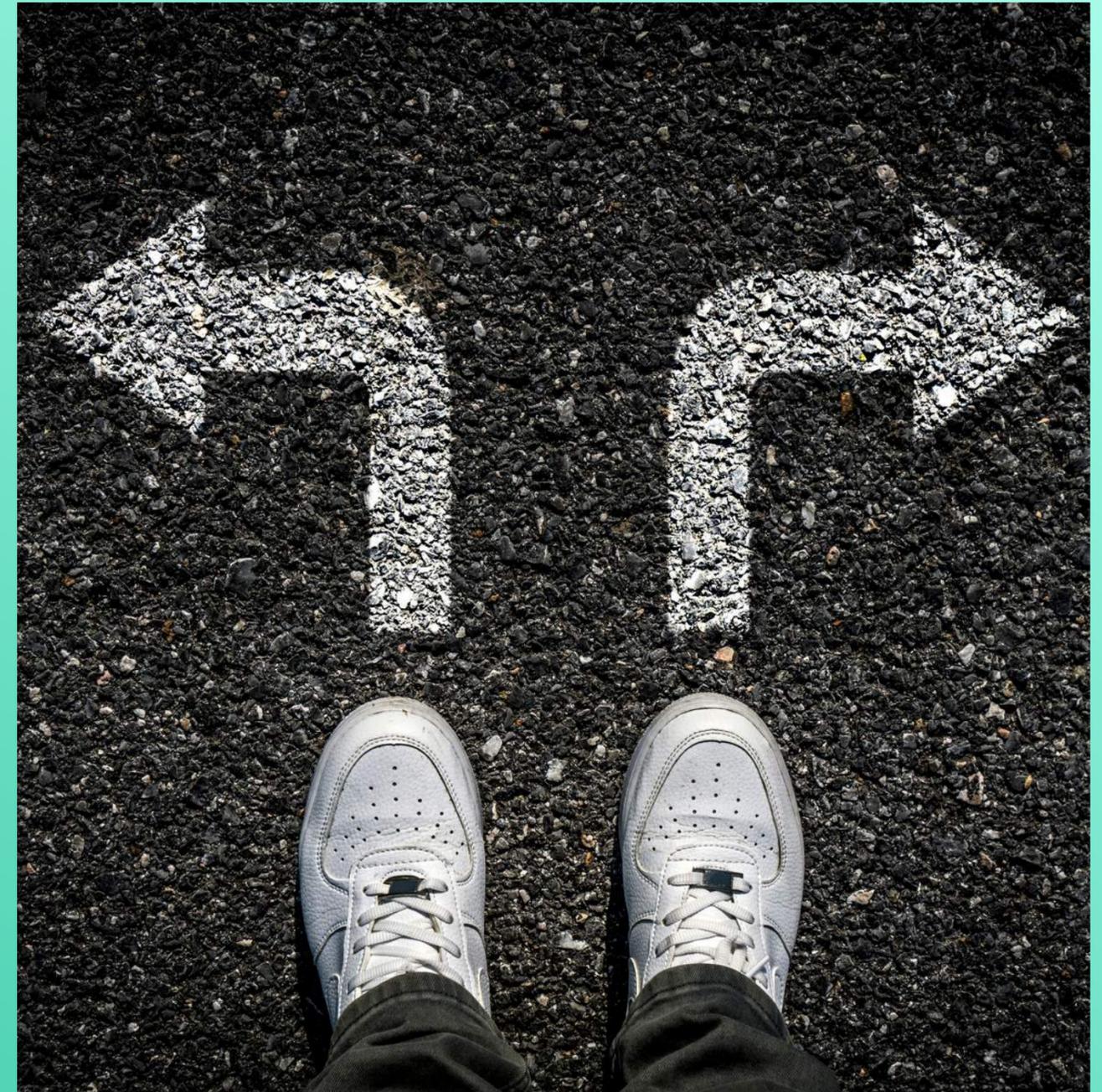
Produtos ou serviços que as pessoas não compram por vontade e sim porque necessitam dele, como a manutenção de um aparelho, consultoria jurídica, materiais de limpeza, remédios, serviços de automação ou empresariais, etc... Embora a tendência de muitos leigos seja partir para redes sociais, esse não é o melhor canal para esse tipo de demanda, que funciona perfeitamente na rede de pesquisa do Google, onde você encontra um público que busca por você.

Produtos de demanda mista



Há também alguns nichos de demanda mista, como um produto de emagrecer (que é fundamental para a saúde mas também há a vontade estética), ganhar dinheiro, carros, móveis, etc...

Esses nichos geralmente são muito competitivos, e por isso requerem maior investimento tanto financeiro quanto de estratégias, que devem contemplar ambos os canais para que haja um sucesso real.



"É NECESSÁRIA MUITA EXPERIÊNCIA PARA IDENTIFICAR O QUE É UMA OPORTUNIDADE E O QUE É UMA DISTRAÇÃO"



Marketing para demanda de desejo

FOCO EM CANAIS VISUAIS

Quando se trata do marketing pela demanda do desejo, o seu foco deve ser as redes sociais, onde há a possibilidade de apresentar mídias fotográficas que estimulem a vontade de consumo de adquirir o seu produto.

Porém, isso não significa que você não precisa investir no Google ADS, pois essa rede é indispensável em todos os negócios. Para usá-la como maior sabedoria, existe uma ferramenta do Google chamada Planejador de palavras chave, onde você consegue ver a viabilidade do Google para o seu negócio

INVISTA EM FOTOS DE QUALIDADE

Negócios com forte apelo para o desejo da pessoa de consumir conquistam a maior parte de suas vendas pelas fotos. Por isso, invista pesado em fotos de qualidade, amadorismo apenas irá trazer prejuízo.

Marketing para demanda de necessidade

GOOGLE É O CENTRO

Se seu negócio é de coisas que as pessoas precisam, então seu pote de ouro está no Google. Isso pois quando uma pessoa precisa de algo, a maior tendência é que ela procure no maior buscador do mundo.

REMARKETING

Para esse tipo de projeto, redes sociais e outros canais de Display servem de forma muito útil para o Remarketing, para que o usuário esteja sempre se lembrando que você possui a cura para as dores e necessidades dele.

Outro canal indispensável nesse tipo de demanda é o e-mail Marketing, também para a finalidade do Remarketing, mas para oferecer conteúdo, soluções e promoções

E agora?



VOCÊ ESTÁ PROTEGIDO!

Se você leu o E-book inteiro, você já sabe como funciona cada estratégia e cada canal de Marketing que é utilizado pelas maiores empresas do mundo. Agora cabe a você conseguir traçar seus objetivos com base no seu orçamento e definir quais dessas estratégias são realmente relevantes para o seu negócio dadas as condições da sua empresa.

Mais importante do que tudo, agora você tem informação, e isso vale ouro!



Qual o próximo passo?

Bem, saber como o sistema funciona é diferente de saber operar esse sistema. O E-book apresentado serve para que você tenha conhecimento ao negociar com as agências, não aceitando tudo que elas oferecem de forma omissa. Porém isso não significa que você não precise delas...

Trabalhar as estratégias apresentadas não é fácil, e demanda experiência profissional, conhecimento técnico e principalmente uma habilidade analítica conquistada ao longo dos anos. Com as informações desse e-book, você já possui a base de por onde começar a estudar, e nada te impede de fazer isso por conta própria. Porém os resultados serão muito mais eficazes e muito mais rápidos se você deixar o seu projeto nas mãos de uma equipe qualificada e que trabalhe com transparência junto ao seu negócio.



Trabalhando com transparência



ESTUDO DE VIABILIDADE

Antes de assumir o seu negócio, iremos construir um estudo de viabilidade sobre as possibilidades de sucesso das estratégias recomendadas, considerando aspectos de orçamento, público e alcance. Esse estudo é gratuito e totalmente transparente.

ORIENTADO EM CONVERSÕES

Em todos os nossos cases, trabalhamos orientados por conversões. Assim, se vocês tomarem todas as providências indicadas pela nossa equipe, e as conversões não forem condizentes com o que o nosso estudo de viabilidade sugere, iremos devolver o seu dinheiro na íntegra, de forma a minimizar o prejuízo!

ANÁLISE GRATUITA

É grátis! Você só
pode ganhar...



Por fim, ainda temos um último presente para você...
Uma análise gratuita do seu negócio, verificando os erros e os acertos, as fraquezas e as forças, as ameaças e as oportunidades (SWOT).

Essa análise pode ser decisiva para que você possa determinar com profissionalismo qual rumo que sua empresa irá adotar daqui pra frente no Marketing Digital!

AGORA, A ESCOLHA É SUA! SE NOSSO PROJETO TE INTERSSOU, BASTA ENTRAR EM CONTATO PELOS CANAIS ABAIXO...



Siga-nos nas
redes sociais




**Nos chame no
WhatsApp**



ENDEREÇO

Rua Padre Rolim, 395

EMAIL DE CONTATO

contato@webnavegantes.com.br

TELEFONE DE CONTATO

(31) 984911956



**Informações de
contato!**