



# COMO CHEGAR AO SEU CLIENTE

Para a sua empresa crescer é muito importante saber realmente como chegar até o seu cliente.

Para isso, você precisa conhecer profundamente quais são os principais canais de aquisição e, principalmente, onde estão os seus clientes e quais estão convertendo em vendas.

Neste e-book vamos apresentar alguns dos principais canais.



Antes, é importante lembrar que

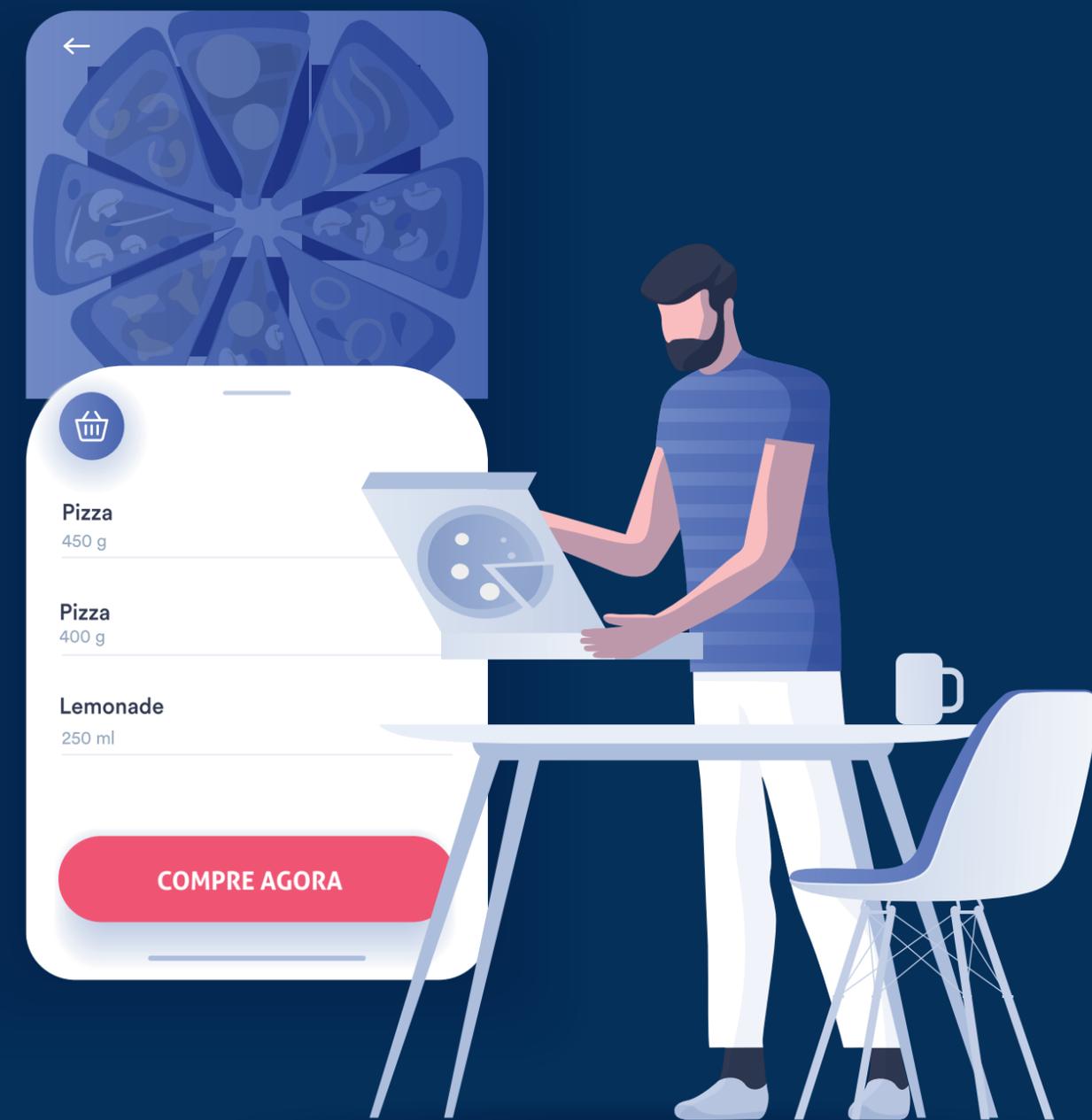
# MARKETING É FUNDAMENTAL

Marketing é a alma do negócio. Sim, é um clichê! Mas realmente se a sua empresa não se comunica com o seu público-alvo, provavelmente você não vai vender e principalmente não vai conseguir escalar o seu negócio.

Marketing pode ser quantitativo ou qualitativo.

**QUANTITATIVO:** mede o resultado de cada ação, sempre utilizando os dados como indicativo.

**QUALITATIVO:** quando você consegue criar uma experiência, uma emoção, conduzindo o seu cliente.



# AS PRINCIPAIS ETAPAS DO SEU CRESCIMENTO

**Aquisição:** usuários chegam ao seu produto ou solução por vários canais de tração.

**Ativação:** usuários tem uma boa primeira experiência.

**Retenção:** usuários voltam e continuam consumindo e utilizando a sua empresa.

**Recomendação:** usuários gostam tanto do produto que recomendam a outras pessoas.

**Receita:** usuários pagam pelo valor percebido



CONHEÇA OS PRINCIPAIS  
**CANAIS DE CRESCIMENTO**

# Marketing de Conteúdo

Quando você entrega ao seu cliente um conhecimento relevante e que vai fazer diferença para ele. O conteúdo vai reforçar sua autoridade no seu tema e área de atuação.

É importante que a pauta seja produzida focada nas necessidades da sua persona (seu cliente ideal).

Nesta ação, é importante a “captura” do cliente para que ele entre em seu funil de vendas.

Exemplos: e-book, infográfico, blogs, newsletters



# Anúncios Online

Fazer anúncios no Google (Google Ads) e nas redes sociais é uma das melhores estratégias para atrair público e aumentar as vendas.

Para anunciar no Google é preciso identificar as palavras-chave ligadas ao seu negócio mais procuradas no buscador. Pagar por essas palavras e gerar tráfego no site da plataforma.

Nas redes sociais (Facebook, Instagram, Twitter), é possível fazer anúncios de posts já publicados (pagar para impulsionar aquele determinado post) ou criar campanhas específicas.

Nos dois casos é possível segmentar o público, selecionando seus clientes por região, local, poder aquisitivo, sexo, idade.





## Anúncios Offline

Dependendo do negócio e do público, fazer anúncios nos chamados meios tradicionais (como revista, TV, rádio, jornal impresso, outdoor e panfletagem) também pode trazer excelentes resultados.

# SEO

O chamado SEO (Search Engine Optimization) significa otimizar o conteúdo para que ele seja encontrado nos mecanismos de busca, especialmente o Google.

Trata-se de um conjunto de técnicas de otimização para sites, blogs e páginas na web de uma forma que seu site seja visualizado nos primeiros lugares nas buscas do Google sem necessitar investimento em anúncios.

É importante dizer que mesmo que anúncios sejam feitos, o conteúdo deve ser otimizado para facilitar que os algoritmos entreguem os anúncios pagos para o seu público.



# E-mail Marketing



Existem boatos de que o e-mail morreu mas isso não é verdade. Trabalhar em uma boa estratégia de e-mail marketing pode ajudar e muito no aumento das vendas para o seu negócio.

Nesse canal, é preciso tomar muito cuidado para que o seu e-mail não tenha cara de spam. A boa dica é enviar conteúdos personalizados, de preferência com o nome da pessoa que receberá o e-mail.

Para facilitar essa jornada, você pode procurar plataformas que trabalham o funil de vendas e ajudam você a se conectar com seus clientes.

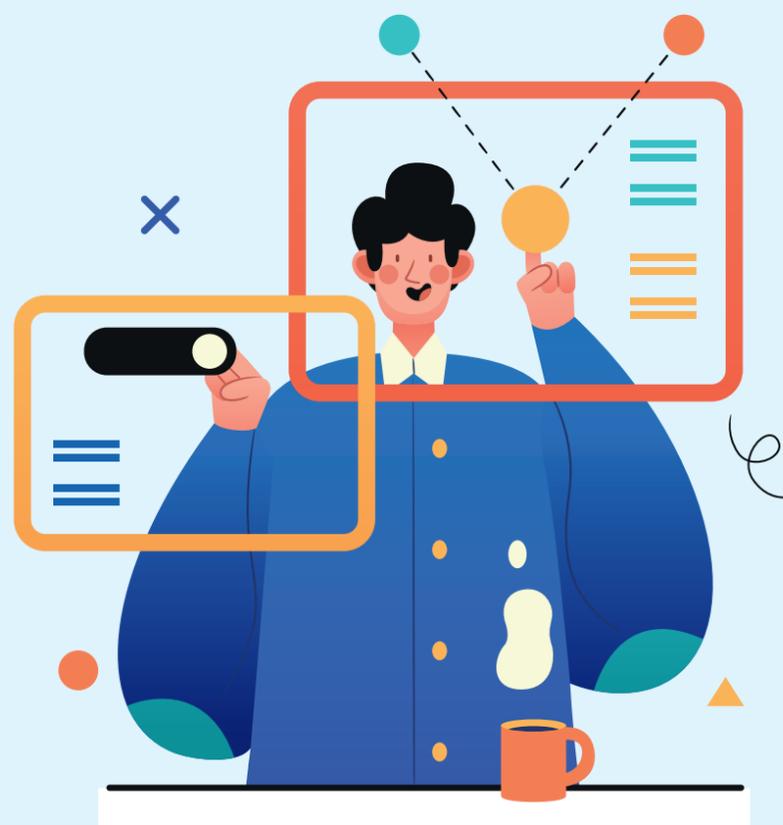
# Marketing Viral

A ideia aqui é criar conteúdos que seus leitores tenham vontade de compartilhar. É preciso que o conteúdo seja realmente interessante para seu público, de modo a fazer com que a pessoa tenha o prazer de repassá-lo para a rede dela, gerando um fortalecimento para a sua marca.

Esse conteúdo pode ser compartilhado no Facebook, no Instagram e no WhatsApp.



# Marketplaces ou Plataformas Existentes



Para os negócios que possuem um e-commerce e vendam produtos, pode ser uma boa opção estar em algum marketplace. Marketplaces são sites, aplicativos ou redes com grande número de usuários, que podem gerar mais vendas e trabalhar na aquisição de novos clientes.

Já existem plataformas que você paga uma vez e tem seus produtos disponibilizados em vários marketplaces ao mesmo tempo. Isso dá a possibilidade do seu cliente encontrar o melhor preço e você ganha mais visibilidade para o seu negócio que fica exposto em vários lugares.

Exemplo: Play Store e Mercado Livre.

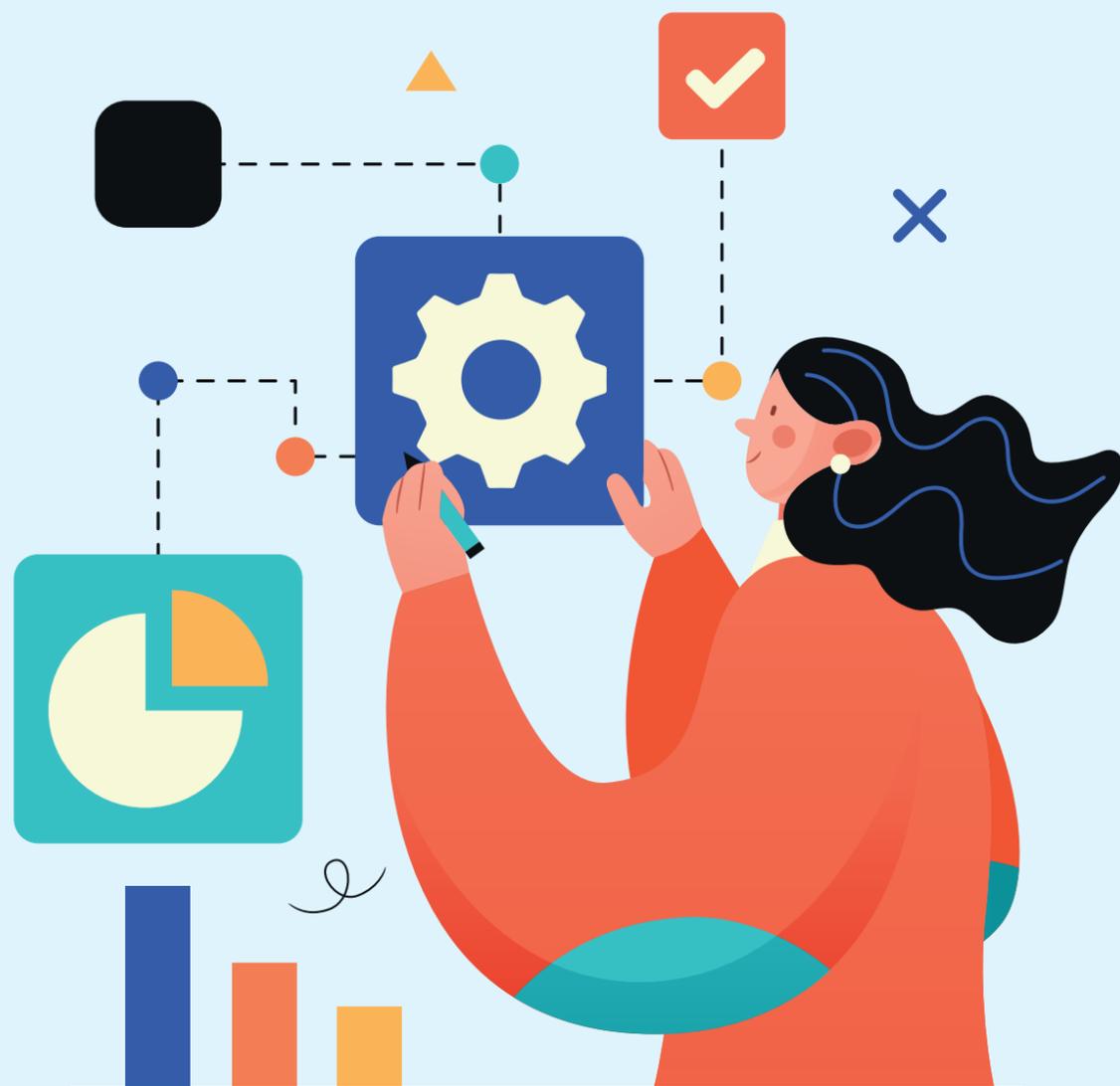


# Eventos online ou offline para atrair clientes

Realizar Webinars, videoconferências ou mesmo reuniões presenciais com um grupo de pessoas, com o propósito de ouvir as opiniões e expectativas delas sobre determinado produto ou serviço, pode ser uma excelente alternativa.

Pesquise primeiro os produtos ou serviços que os consumidores desejam consumir e depois faça a produção.

Geralmente os empreendedores fazem o contrário – produzem primeiro para depois tentar encontrar um público que queira consumi



# Palestras

Todo empreendedor tem alguma experiência que pode ser compartilhada. Se você conhece bem o seu produto e seu mercado, e estuda constantemente um determinado assunto, por que não compartilhar as suas experiências?

O importante nesse canal é planejar o que pretende falar e como você vai se comunicar. Uma palestra mal planejada pode fechar portas que seriam abertas. Hoje uma marca não pode ficar identificada por rótulos; é importante que as empresas tenham rostos.



# Construção de Comunidade

Criar grupos focados em apresentar soluções para determinados problemas também é uma grande estratégia. Intencionalmente esses grupos têm como objetivo fazer com que pessoas conheçam seu negócio de maneira informal.

Você deve conduzir os assuntos de maneira que o seu produto ou serviço seja a resposta à necessidades que as pessoas tenham.

Esses grupos podem ser presenciais e também online. Essas pessoas podem se tornar os primeiros promotores do seu negócio.





e-book

# Canais de crescimento para o seu negócio

**QUER SABER MAIS?**

Central de Relacionamento

**0800 570 0800**

**[www.sebrae.com.br](http://www.sebrae.com.br)**