



COMO AUMENTAR MINHAS VENDAS COM MARKETING DIGITAL?

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	05
O QUE É O MARKETING DIGITAL?.....	06
COMO O MARKETING DIGITAL PODE AJUDAR MEU NEGÓCIO?	07
PRINCIPAIS CANAIS DO MARKETING DIGITAL.....	09
Redes sociais.....	10
Mídia Paga.....	22
Marketing de Conteúdo.....	28
SEO.....	29
Marketing de Influência.....	30
Análise de dados.....	31
10 DICAS PARA ADOPTAR AGORA MESMO!.....	32
CONCLUSÃO.....	35





INTRODUÇÃO

Quer levar sua empresa para um outro patamar? O **Marketing Digital** é uma forma de ajudar o seu negócio a alcançar um novo rumo e prosperar nas vendas. Todavia, para entrar de cabeça nesse novo caminho, é preciso saber como trilhá-lo de forma consciente e embasada.

Pensando nisso, o **SEBRAE/AM** elaborou este material com tudo o que você precisa saber para alcançar mais reconhecimento no meio digital.

Neste eBook você vai encontrar:

- » Conceito de Marketing Digital
- » Como o Marketing Digital pode ajudar seu negócio
- » Principais canais para começar
- » O que fazer para adotar o Marketing Digital agora mesmo!

Vamos à leitura?



O QUE É O MARKETING DIGITAL?

Se a sua ideia de Marketing Digital está ligada apenas às vendas online, esqueça esse conceito. O Marketing Digital é **muito mais** que fazer apenas anúncios em plataformas de pesquisa ou redes sociais.

Ele pode ser definido como *“ações de comunicação que as empresas podem utilizar por meio da internet, da telefonia celular e outros meios digitais, para assim divulgar e comercializar seus produtos, conquistando novos clientes e melhorando a sua rede de relacionamentos.”*

Ou seja, o Marketing Digital pode englobar muito mais que o Google Ads e ter ações mais poderosas que um simples anúncio. Ele pode ser feito por **qualquer tipo de empresa**, de pequeno a grande porte e **independente da verba** de investimento.





COMO O MARKETING DIGITAL PODE AJUDAR MEU NEGÓCIO?

Se você dispõe de um computador e internet, meio caminho já está andado. Afinal, não é à toa que a palavra “**digital**” faz parte desse novo jeito do marketing.

Com o Marketing Digital sua empresa irá executar atividades online para ganhar **notoriedade da sua marca**. Veja o que o Marketing Digital pode fazer para o seu negócio.

- » Melhorar a relação com os clientes;
- » Conhecer melhor seu público;
- » Ter um diferencial na marca;
- » Aumentar suas vendas;
- » Ter maior alcance de conhecimento da sua empresa;
- » Ter um pós-venda eficiente e conquistar mais clientes.



Quer mais? O Marketing Digital dispõe de vantagens que você não encontra em nenhuma outra forma de divulgação. Olha só.

- » **Ter Velocidade de implementação.** Você pode rapidamente começar a divulgar seu negócio, assim como colher os resultados dessa comunicação. Claro, sempre com planejamento em primeiro lugar;
- » **Baixo custo.** No meio digital você gasta muito menos do que gastaria com o marketing tradicional. Entretanto, é preciso saber o que está fazendo. Todo anúncio precisa de uma estratégia e conhecimento para se tornar efetivo;
- » **Análise de dados.** Fazendo tudo através de ferramentas e plataformas, como as redes sociais, você terá acesso a relatórios sobre seu público e poderá cada vez mais estudá-lo e criar ações direcionadas para conquistar seus clientes.

Pronto(a) para iniciar essa jornada?

Vamos ver o que você precisa para conhecer mais sobre o Marketing Digital.

PRINCIPAIS CANAIS DO MARKETING DIGITAL

Para alcançar resultados é preciso conhecer os **principais canais do Marketing Digital** que vão fazer a conexão da sua empresa com seus clientes. A fórmula não é igual para todo negócio. Tudo depende de onde está seu público e como ele usa a internet para ir atrás do seu produto.

Para te ajudar a entender mais sobre o que fazer e que tipo de estratégias adotar, te convidamos a passear pelos **principais canais** do Marketing Digital.



Redes sociais

Uma das maiores vantagens do Marketing Digital é de ter uma maior aproximação com seu cliente. E qual melhor meio em que você pode criar **histórias poderosas** e conhecer exatamente como seu consumidor age e do que gosta além das redes sociais?

Mas muita calma nessa hora! Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter... Você sabe qual rede investir para acertar? Então, vamos ler com calma essas orientações que o **SEBRAE/AM** preparou para você.

Por que apostar nas redes sociais?

As redes sociais funcionam como um **termômetro**: instantaneamente você consegue mensurar os elogios e críticas ao seu produto baseando-se nas interações



que recebe. É assim que você sabe onde apostar e onde deve inovar para cativar seus clientes.

Através das redes sociais também você pode analisar o **andamento da concorrência** e vê o que funciona. A partir daí, é hora de fazer suas próprias ideias, sem nunca copiar conteúdo. Observe também os erros para não repetí-los!

Além disso, as redes sociais têm um **ótimo custo-benefício**. Através delas, é possível impulsionar publicações pagando muito pouco e segmentando o seu público, no que gera resultados mais rápidos se tudo planejado com o estudo do que funciona para você. Incrível, não é?

Conheça as **principais redes sociais** e saiba como tirar proveito delas.





Facebook

O Facebook é um rede social onde está grande parte dos brasileiros. São cerca de **102 milhões de usuários ativos** na rede social, representando 90% das pessoas que têm acesso à internet.

No Facebook, o usuário vê o conteúdo de acordo com seus interesses e interações. E para chegar lá e aparecer no feed de mais pessoas, muitas vezes é preciso fazer o pagamento do Ads. Mas você também pode adotar algumas estratégias para ganhar seguidores orgânicos, principalmente quando se trata do conteúdo.

Por isso, evite fazer publicações somente relacionadas a vendas. Você também pode compartilhar conteúdo ensinando algo, contando sua história e mostrando as pessoas por trás da empresa. Isso é muito importante, porque **pessoas se conectam com pessoas**. É assim que se gera interesse para sua marca e, consequentemente, para suas vendas.

Você também pode apostar em:

- » Grupos que falem do seu segmento;
- » Vídeos;
- » Legendas criativas;
- » Fixar posts importantes;
- » Responder rápido as mensagens;
- » Impulsionar posts estratégicos.

 **Instagram**

O Instagram é a rede social que mais cresceu nos últimos tempos. Com seu **apelo visual**, o Instagram é perfeito para chamar atenção com as fotos dos seus produtos e para fortalecer a marca.

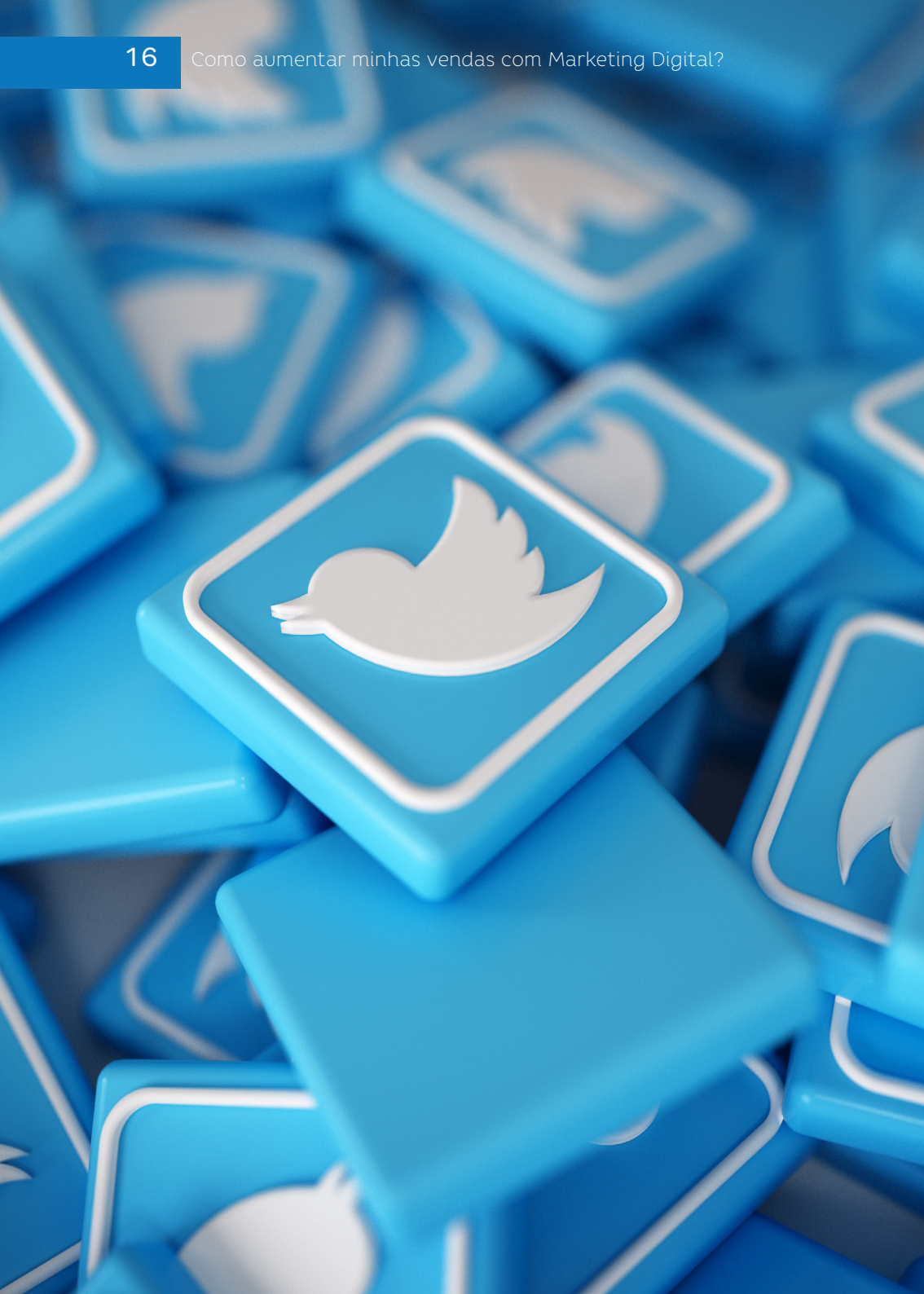
Por isso, a dica do Facebook também vale no Instagram: você pode ir além das vendas e mostrar bastidores da empresa para **humanizar a interação** com os clientes.

O Instagram também conta com diversos recursos para interação. Veja os que vale a pena ficar atento.

- » **Story.** São imagens postadas instantaneamente que permanecem 24 horas no ar.
- » **Destaque.** São os stories que você quer salvar no perfil para que os usuários continuem vendo.
- » **Enquetes e perguntas.** São recursos que per-

mitem saber o que o seu seguidor quer ou espera do seu negócio. São usados nos stories.

- » **Live.** As lives estão cada vez mais ganhando espaço nas redes sociais. É um recurso para fazer uma transmissão ao vivo, seja mostrando algo ou batendo um papo com convidados.
- » **Botão de compra.** O Instagram já possui um botão de compra que pode ser adicionado nas postagens para que o usuário veja o preço e seja redirecionado direto para o site.
- » **Comprar local.** Adesivo interativo para ser adicionado e publicado no story. O recurso mostra as três últimas publicações do perfil marcado para que os seguidores visitem o perfil ou sigam a empresa.
- » **Anúncios.** São postagens que aparecem para usuários que não são seguidores do perfil para aumentar o alcance das estratégias.





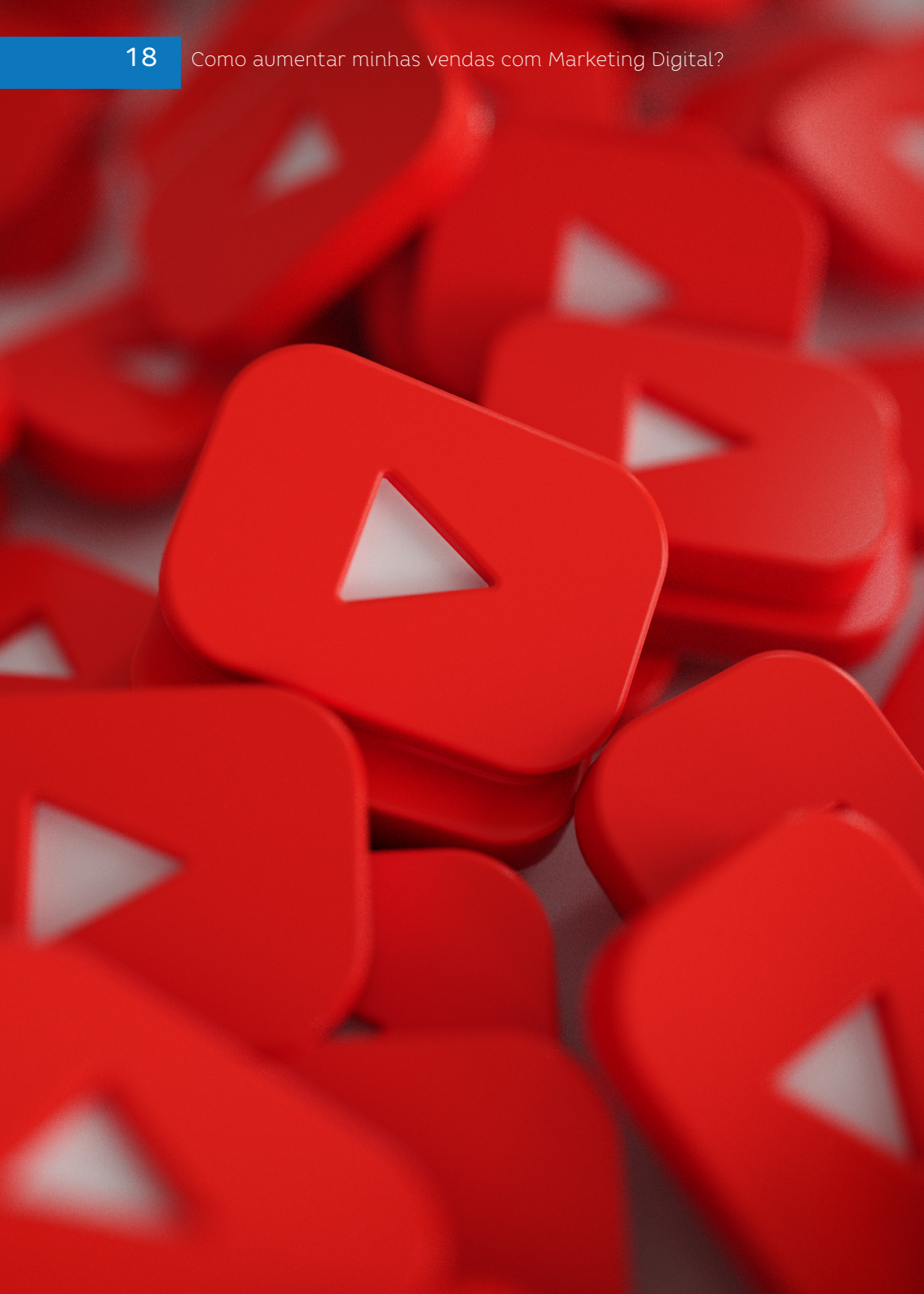
O Twitter é uma das redes sociais que está há muito tempo ativa e que cada vez ganha mais força para interação, principalmente de empresa para empresa. É uma rede **“imediatista”** e ideal para comentar sobre os assuntos que estão ocorrendo naquele momento.

O negócio que optar por usar o Twitter para venda precisa ser **muito estratégico** e planejar muito bem suas postagens, pois pode ser ofuscado rapidamente por algum acontecimento naquele momento.

Aproveitar episódios como final de campeonato, final de novela, realities shows e outros acontecimentos da cultura brasileira podem **evidenciar sua marca** e criar uma relação mais estreita com o público.

No Twitter você pode:

- » Usar de hashtags estratégicas e que tenham a ver com seu negócio;
- » Gerar tráfego para seu site;
- » Tweetar com frequência para alcançar os usuários;
- » Fazer anúncios;
- » Interagir com empresas.



 **YouTube**

O YouTube é uma plataforma de vídeos com mais de **um bilhão de usuários**. E como vídeos são o grande sucesso do momento, por que não apostar em uma produção que faça sua empresa saltar?

E não precisa ter diversos equipamentos para isso. Uma **boa iluminação** e um **smartphone** já pode ser o ponto de partida para quem quer produzir vídeos na plataforma.

E os conteúdos podem ser diversos. O YouTube pode ser usado para:

- » Educar seus clientes sobre seus produtos e serviços;
- » Criar conteúdos que ensinam algo relacionado ao seu segmento;
- » Tirar dúvidas sobre a marca;
- » Criar anúncios em outros canais que tenham a ver com o seu;
- » Fazer parceria com influenciadores;
- » Fazer campanhas do seu negócio ou produto;
- » Para a transmissão ao vivo de eventos, pequenos shows e lançamentos.



LinkedIn

O LinkedIn é uma rede social voltada para o **ambiente corporativo**. Embora lembre as outras redes sociais, onde é possível fazer posts e compartilhar conteúdo, seu segmento é diferenciado por trabalhar, principalmente, com o networking profissional dos usuários.

No LinkedIn as conexões são criadas com pessoas de empresa com **interesses profissionais** similares ou de empresa para empresas (B2B). Por lá, é possível trocar experiências profissionais, mostrar atividades de cunho corporativo, divulgar seus outros canais de comunicação e até patrocinar anúncios.

Se o seu produto ou serviço for ideal para uma outra empresa, essa é uma rede que vale a pena apostar.



MÍDIA PAGA

A Mídia Paga é usada para **aumentar o alcance de uma empresa** e conquistar resultados em um tempo menor. Sua estratégia consiste em impulsionar materiais diversos, desde posts a ofertas, que podem ser em formato de banner, texto, vídeo, link ou outros formatos.

Você quem irá escolher a plataforma do seu anúncio, o período, o investimento e ainda poderá analisar os resultados obtidos e o alcance. Já adiantamos: é preciso fazer um **estudo sobre como usar essas mídias**



para não desperdiçar dinheiro, ainda que o investimento seja baixo.

Os resultados ocorrem de acordo com o valor investido: quanto mais investimento, maior o alcance. Entender de **segmentação e palavras-chaves** podem fazer a diferença neste negócio.

Veja algumas plataformas onde é possível fazer a mídia paga.

Google Ads

O Google Ads é **a plataforma de publicidade do Google**. É por meio do Google Ads que os anúncios são exibidos em forma de links patrocinados quando alguém faz uma busca. Os anúncios são exibidos principalmente nos resultados de pesquisas relacionados às palavras-chave usadas nessa busca.

Social Ads

Social Ads **são anúncios característicos de redes sociais** que tem como objetivo atingir uma determinada audiência. As plataformas mais comuns são a do Facebook, do Instagram, do LinkedIn e do Twitter. Cada uma tem seus próprios tipos de Social Ads.

Aqui, você paga por clique no anúncio, por visualização ou até por conversão. Isso depende do objetivo e do orçamento para fazer a ação patrocinada. São diversas opções em cada plataforma.



Global Equities	
Jan-04	2
Jan-01	2.4
Jan-08	4.3

Facebook Ads

Para começar a usar, basta ter uma página do seu negócio para ter acesso ao **Gerenciador de Anúncios**. Por lá, é possível ter acesso a outros apps da família Facebook, como o Instagram, o Messenger e os Stories. Para anunciar você pode selecionar o objetivo, público, posição e aplicativos que irão aparecer os anúncios, orçamentos, formato de exibição e muito mais.

Instagram Ads

Os anúncios do Instagram são similares ao formato típico da rede social: são fotos ou vídeos direcionados para um público segmentado e que aparece a tag **“patrocinado”** para indicar ao usuário que é um anúncio pago. Os usuários podem interagir com o anúncio dando like, deixando comentário e até acessando o link para o perfil.

Twitter Ads

Os anúncios do Twitter podem ter dois objetivos: **estimular o engajamento**, através da promoção da conta ou de um tweet; ou **impulsionar o desempenho**, através de anúncios que direcionam o usuário para o site, páginas de conversão ou a partir de uma palavra-chave.

YouTube Ads

Por fazer parte da rede Google, é preciso ser gerenciado pela plataforma Google Ads. Seu modelo de compra é de **custo por visualização (CPV)**, do qual só há o pagamento quando o usuário assiste o anúncio da empresa por mais de 30 segundos ou se ele interagir. É possível iniciar uma campanha a qualquer momento e escolher um orçamento diário para o CPV.



LinkedIn Ads

Aqui, é possível acessar e segmentar o público de acordo com informações como cargo, tamanho da empresa, nicho de mercado, escolaridade, etc. Quanto mais segmentado o anúncio, mais específico será o usuário ou empresa que seu negócio precisa alcançar.





MARKETING DE CONTEÚDO

O Marketing de Conteúdo é um tipo de marketing que busca **fidelizar o público-alvo** e fazer com que sua rede de clientes cresça através de uma publicação e distribuição de **conteúdos relevantes**. O Marketing de Conteúdo pode ser feito em blogs, redes sociais, email marketing e outros canais.

Para isso, você pode começar a pesquisar a concorrência e ver o que eles oferecem ALÉM da venda de produto. Depois, você pode começar a planejar o que vai oferecer para seu público. Trazer conteúdo que mostre que você sabe do que está falando cria **autoridade da sua marca**, uma característica muito importante para gerar confiança dos seus consumidores.

Além disso, o Marketing de Conteúdo é uma forma de fazer com que seu cliente continue acompanhando você, sabendo das suas novidades e interagindo nas suas redes porque ele **REALMENTE gosta da sua marca**.

Tem sentimento melhor do que o ser gostado genuinamente? É só começar a pensar em como ter mais assuntos interessantes na sua página.





SEO

O SEO significa **Search Engine Optimization** (otimização para mecanismos de busca). Ele é um conjunto de técnicas de otimização para sites, blogs e páginas na web. Através dessas otimizações é possível gerar **tráfego orgânico** (visitas) e autoridade para um site ou blog.

É assim que sua marca pode ganhar **mais visibilidade e cliques**, resultando em mais vendas do seu produto ou serviço.

Para isso, é preciso mostrar ao Google que seu negócio merece aparecer nas primeiras opções de busca da sua plataforma. E só se consegue chegar lá através de um **bom conteúdo e boa usabilidade do site**.

São diversas **técnicas de SEO**, mas as mais conhecidas são:

- » Construir conteúdo com palavras-chaves muito buscadas;
- » Ter um blog otimizado e que seja atualizado frequentemente;
- » Ter URLs amigáveis;
- » Ter o certificado de segurança SSL/HTTPs no seu site.





MARKETING DE INFLUÊNCIA

Se você segue **influenciadores digitais**, então você está mais por dentro do que imagina desse assunto. O Marketing de Influência é uma abordagem que consiste em praticar ações focadas em pessoas que tenham certa influência ou liderança sobre potenciais compradores.

Por exemplo, se você vende produtos naturais e fecha parceria com um personal trainer que tem diversos seguidores e pode divulgar seu produto para **chamar atenção do público** para sua marca você está exercendo o Marketing de Influência.

Como vantagem, sua empresa acaba tendo a **confiança de novos clientes** para a compra e o caminho para se buscar novos consumidores é mais curto. Mas para isso tem que saber muito bem o tipo de público que se está buscando e escolher os parceiros de confiança para a divulgação. Eles devem apresentar um bom conteúdo e ter conquistado seus seguidores de forma espontânea.



ANÁLISE DE DADOS

Um dos grandes triunfos do Marketing Digital é ter disponíveis **dados completos** que permitem analisar os dados para saber onde você está acertando ou errando na divulgação.

Dessa forma, você garante que os investimentos estão sendo nos canais certos e com as melhores estratégias. Além de entender mais sobre o **comportamento do seu público**.

Cada canal apresentado mostra seus gráficos de análise, inclusive as redes sociais quando se tem uma conta comercial. É hora de vasculhar e se aproveitar deste recurso.



10 DICAS PARA ADOPTAR AGORA MESMO!

1. Organize suas redes sociais com avatares claros, site disponível na bio, um @ fácil de encontrar e uma pequena descrição do seu negócio;
2. Estude as hashtags que fazem parte do seu nicho para utilizá-las nas redes sociais;
3. Faça parcerias com influenciadores digitais para a divulgação do seu produto;
4. Crie anúncios atrativos, com frases de impactos e fotos claras e bonitas;
5. Faça conteúdo para seus canais digitais, tanto redes sociais como site, através do blog. Ensine alguma coisa, dê dicas, faça uma entrevista com um convidado. Crie conteúdo de valor para seu cliente;
6. Tenha sempre um canal para onde direcionar seu cliente para as vendas. Pode ser um site, um e-commerce ou até um WhatsApp comercial;
7. Responda todos os seus clientes, seja para elogios e para críticas. Crie vínculos e se mostre sempre disponível a ajudá-los;
8. De tempos em tempos analise dados e reveja suas estratégias. O que está funcionando?

Onde eu posso inovar? Use da sua criatividade para se aproximar com o público;

9. Não tenha medo de testar. Talvez esse assunto seja muito novo e você pense que não sabe fazer, mas tudo é questão de estudo e teste. Comece pelas ferramentas que conhece e depois se arrisque a testar novos canais;
10. Fique sempre ligado! O Marketing Digital avança muito rápido e o que se sabe hoje pode se tornar obsoleto amanhã. Sempre pesquise mais sobre o assunto e busque estar sempre atualizado.







CONCLUSÃO

Pronto para começar o seu Marketing Digital agora mesmo? Esperamos que nossas dicas tenham ajudado-o a começar a navegar na divulgação pela internet.

Lembre-se que o mais importante é sempre entender o seu público, como ele se comporta e o que eles está buscando. Assim, você pode pensar em formas, anúncios e conteúdos que o cativam e ainda cria a fidelização desse cliente com sua empresa.

Use das ferramentas disponíveis, pesquise, estude, teste e comece a ver os resultados chegando e suas vendas subindo.

Até a próxima!



Central de atendimento
0800 570 0800