



COMO MONTAR UMA ESTRATÉGIA DE
MARKETING DIGITAL PARA INDÚSTRIAS?



Introdução.....	3
Como funciona o marketing digital para indústrias?	5
Como implementar o marketing digital na indústria?	13
Quais são as vantagens do marketing digital para a indústria?	18
Conclusão	20
Sobre o SEBRAE PE.....	22



INTRODUÇÃO

O marketing passou por contínuas transformações desde os anos de 1990, com a chegada da internet. O desenvolvimento acelerado dos recursos informatizados e da rede, junto aos estudos realizados pela publicidade, proporcionou condições para a **construção de um sólido arcabouço de metodologias de marketing por via dos meios informatizados**. O marketing digital é aprimorado continuamente, e novas oportunidades surgem com o progresso desse conhecimento.

As empresas têm muito a se beneficiar com o marketing nos meios tecnológicos. Com as indústrias, não é diferente. Há muitas possibilidades de construção de relacionamento com o público por meio do marketing digital.

Quer entender essa estratégia e saber como aplicá-la na indústria? Confira nosso guia especial e aprenda mais sobre o assunto!





COMO FUNCIONA O MARKETING DIGITAL
PARA INDÚSTRIAS?



É muito importante buscar formas de garantir bom posicionamento no mercado e ampliar resultados. O marketing digital é uma ótima alternativa para alcançar esses resultados. Vamos explicar melhor o **funcionamento do marketing digital** nos tópicos a seguir. Venha com a gente!

O que é marketing digital?

O marketing é uma rede complexa de conhecimentos, métodos e estratégias para fortalecer o alcance do público da organização e potencializar as vendas. Isso se dá por meio da geração de valor e da adequação de disponibilidades e recursos do produto ou serviço às necessidades e demandas do cliente. **Caracteriza-se por ser um processo social, já que contém uma dimensão relacional.**

Assim, **marketing digital é encaixar esse conjunto de operações nas vias digitais**, utilizando computadores e tecnologias de informação e comunicação. Isso confere a oportunidade de estruturar processos e análises de forma mais robusta, consolidando um trabalho de maior alcance e ampla capacidade de monitoramento de resultados.



Como o marketing digital funciona?

O marketing digital é resultado dos avanços na internet, que ocorreram de forma acelerada. A união de diversos estudos, metodologias e testagens na prática proporcionou condições para que ele conte com diversas estratégias distintas de funcionamento.

O primeiro ponto a ser mencionado é o **inbound marketing**. Ele se caracteriza pela avaliação do mundo do público, buscando conhecer as dores e as necessidades dos consumidores, para, então, criar um canal de comunicação com esse grupo. A proposta é oferecer uma solução para essas demandas, mas **de maneira não invasiva e não interruptiva**. É estabelecido um canal de comunicação contínua, captando o interesse das pessoas e formando uma relação de um diálogo com os potenciais clientes.

Nesse contexto, é necessário recordar o conceito de **lead**, que é um usuário da página que é também uma possibilidade de negócio. O lead voluntariamente deixa o contato para o recebimento de algum material, newsletter ou conteúdo, criando uma ponte de relacionamento com a organização.

É bom mencionar, também, que a principal proposta do marketing digital é trabalhar com as **personas**, que são elaboradas a partir de estudos dos consumidores ideais da marca, formando uma pessoa semifictícia. Ou seja, não é alguém real, mas um perfil composto a partir de estudos do público ideal.

Outra via importante é o **marketing de conteúdo**, que é a criação e publicação de materiais relacionados às necessidades e aos desejos da persona. A proposta é extremamente efetiva e contribui para fortalecer a empresa como uma autoridade na área e conduzir as pessoas no funil de vendas.

Para que esse material tenha destaque na rede, é essencial que ele conte com medidas de otimização. Quando alguém faz uma pesquisa de palavras-chave no Google, o site de busca faz o ranqueamento dos resultados encontrados. Ou seja, ele organiza uma classificação, com os mais relevantes aparecendo nas primeiras colocações. O **Search Engine Optimization (SEO)**, ou otimização para mecanismos de busca, é um conjunto de estratégias para fazer a página ficar em posições melhores nos sites de pesquisa.

O marketing digital também trabalha com redes sociais, fortalecendo a interação e a aproximação com os clientes. Outras vias utilizadas são o e-mail marketing e o **Search Engine Marketing**, que é a publicidade via anúncios pagos.



Como o marketing digital aplica-se à indústria?

Os leads B2B (Business to Business) são aqueles contatos que possuem poder de decisão de compra dentro das corporações. A indústria trabalha predominantemente com esse público, o que é mais complexo que manejar relacionamento com o cliente pessoa física. O **lead empresarial demanda soluções mais específicas para o negócio dele** e pode depender da aprovação de um comitê, ou de superiores, para a adesão de algum recurso que sua indústria produz.



Uma boa proposta para o marketing digital para indústria é apostar nas redes sociais, especialmente o LinkedIn, que tem foco profissional. A ideia é fazer uma **prospecção ativa**, buscando aquelas corporações que têm mais oportunidade de se beneficiar com a sua solução.

Jamais compre listas de contatos, pois a prática é crime e pode prejudicar muito a imagem do negócio. Uma boa oportunidade é disponibilizar conteúdos e materiais gratuitos, enviando por e-mail para o lead, com um formulário que coleta algumas informações sobre a empresa dele. Assim, você o agrada e começa a criar um relacionamento.

Lembre-se de **fortalecer o discurso na abordagem de como a solução da sua empresa proporciona resolução de problemas para a corporação do lead B2B.** Evite adotar uma fala impessoal, apenas destacando atributos do que você produz. É preciso ser algo direcionado, adequado às dores e necessidades que esse público tem no meio corporativo.

Quais são as principais ferramentas de marketing digital?

Para fazer marketing digital com sucesso na empresa, é importante contar com ferramentas para facilitar o trabalho e melhorar as análises. Vamos mostrar, a seguir, quais são as principais. Veja mais!

Google Analytics

O [Google Analytics](#) oferece **relatórios e métricas que permitem acompanhar o desempenho do site e entender como o público se comporta**. Ele mostra os períodos em que o site tem mais visitas, aponta as redes sociais de mais acesso, permite verificar os visitantes recorrentes e os acessos unitários e possibilita ver a taxa de rejeição da página. Além disso, o programa colabora com a avaliação das campanhas de marketing de maior resultado, ajuda a monitorar o desempenho da loja virtual e viabiliza a identificação da origem dos acessos do site.



Google Search Console

O [Google Search Console](#) é uma ferramenta especializada, que auxilia no **monitoramento da visibilidade da página no Google e no acompanhamento da indexação do site**. Ele possibilita melhorar a velocidade de carregamento da página, contribui com as estratégias de otimização de pesquisa, ajuda a identificar e corrigir defeitos no código HTML e colabora para a compreensão acerca de onde vem o tráfego do site.

Também é positivo na lincagem interna, além de ser essencial na realização de auditoria de conteúdo, que é o processo de revisão dos conteúdos do site e de efetivação de ajustes.

Photoshop

Conteúdos em blogs e sites devem contar com imagens convidativas associadas ao conteúdo, para potencializar as visitas. As imagens auxiliam na comunicação da informação e conferem às postagens um teor mais profissional. O Photoshop é uma **ferramenta de gestão e tratamento de imagem**, contribuindo para o aperfeiçoamento e qualidade do conteúdo.

RD Station

O [RD Station](#) é um software de gestão de marketing digital que permite fazer automação de marketing. Com ele, é possível fazer a gestão das mídias sociais e da base de contatos, o disparo de e-mail marketing e a criação de landing pages. É uma ferramenta com várias funções, com boa relação custo-benefício e interface amigável.





iClips

O **iClips** é uma **plataforma de gestão de serviços de marketing**, ideal para agências ou para o setor de marketing da empresa. Ele ajuda a construir workflow, conta com modelos de jobs predefinidos. É possível gerenciar projetos e acompanhar o que está sendo produzido pelo time. Além disso, você pode melhorar o planejamento de conteúdo e otimizar o tempo investido em cada atividade. O sistema também dispõe de possibilidades para gestão de contratos, controle financeiro, dashboards e relatórios.

CRM

Os softwares de Customer Relationship Management (CRM) são muito importantes em uma estratégia de marketing digital. **Essas ferramentas armazenam informações sobre os contatos, auxiliando em uma interação personalizada.** Assim, você se aproxima dos clientes e fornece um atendimento melhor.



COMO IMPLEMENTAR O MARKETING DIGITAL
NA INDÚSTRIA?

A implementação do marketing digital na indústria demanda alguns passos importantes para que a estratégia tenha sucesso. Confira mais informações sobre o assunto a seguir!



Faça um planejamento bem-estruturado para garantir bons resultados

O planejamento da estratégia de marketing digital começa com a **definição de objetivos**, segmentados em metas primárias e secundárias. Isso significa que há alvos maiores, só alcançados a partir do cumprimento de objetivos menores. Esses itens vão orientar todas as propostas e estratégias, sendo essencial que sejam delimitados com cuidado, com a especificidade, coerência e capacidade de mensuração adequadas.

Outra questão importante no planejamento é a **definição de indicadores-chave de desempenho** (no inglês, key performance indicator, ou KPI). Esses KPIs se caracterizam por serem relevantes para o negócio, sendo possível medi-los em percentuais ou números absolutos.

Outra parte importante do planejamento é estudar o público-alvo e definir a persona da empresa. Para isso, investigue o comportamento no meio digital, os gostos e interesses dos consumidores da corporação.

Estabeleça, juntamente, esquemas e diagramas para a orientação do trabalho de marketing digital. **Conte com profissionais especializados da área** e utilize ferramentas para a gestão desse trabalho. No marketing de conteúdo, é essencial estruturar um calendário editorial. Assim, o ideal é contar com mão de obra especializada.



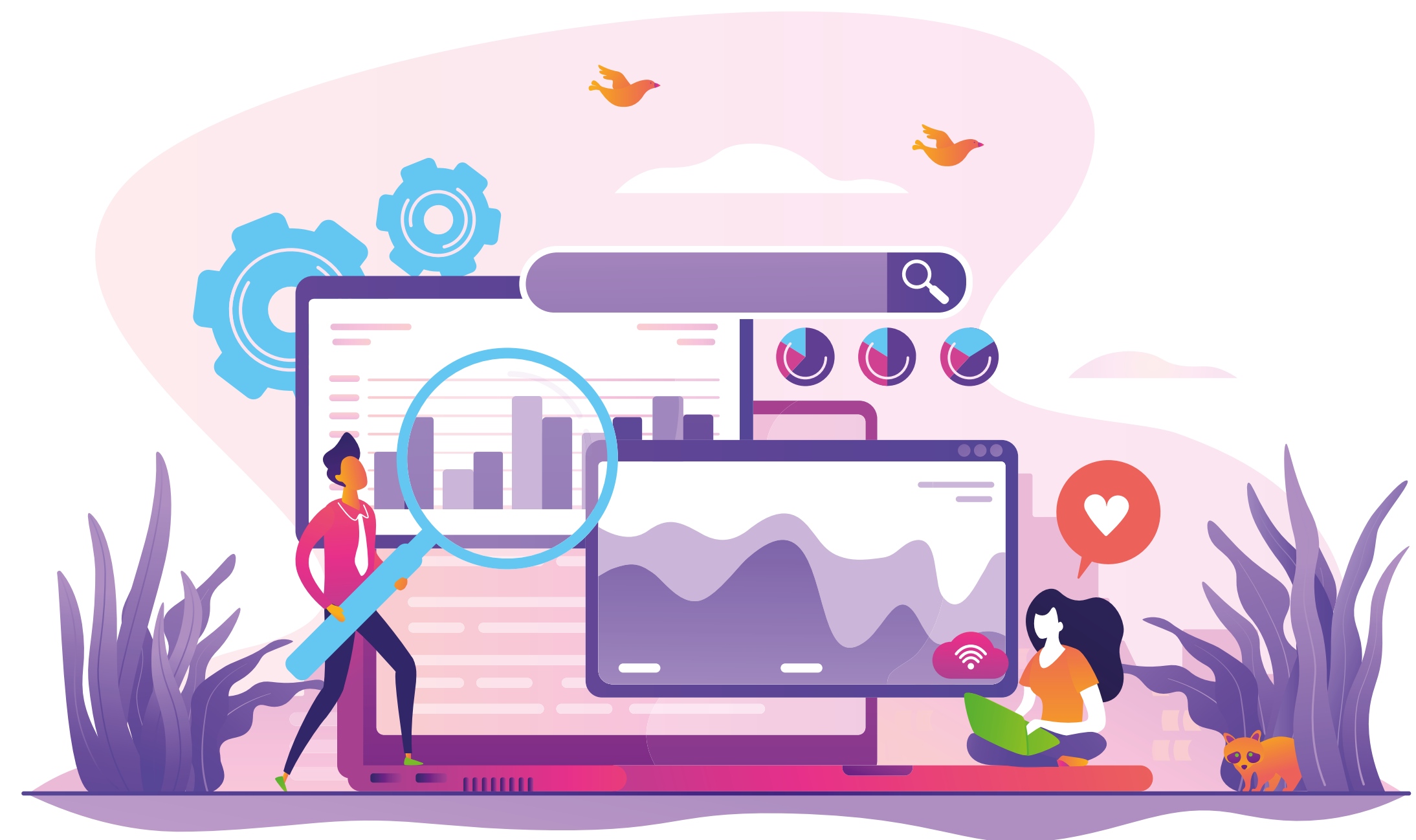
Tenha boas técnicas de SEO

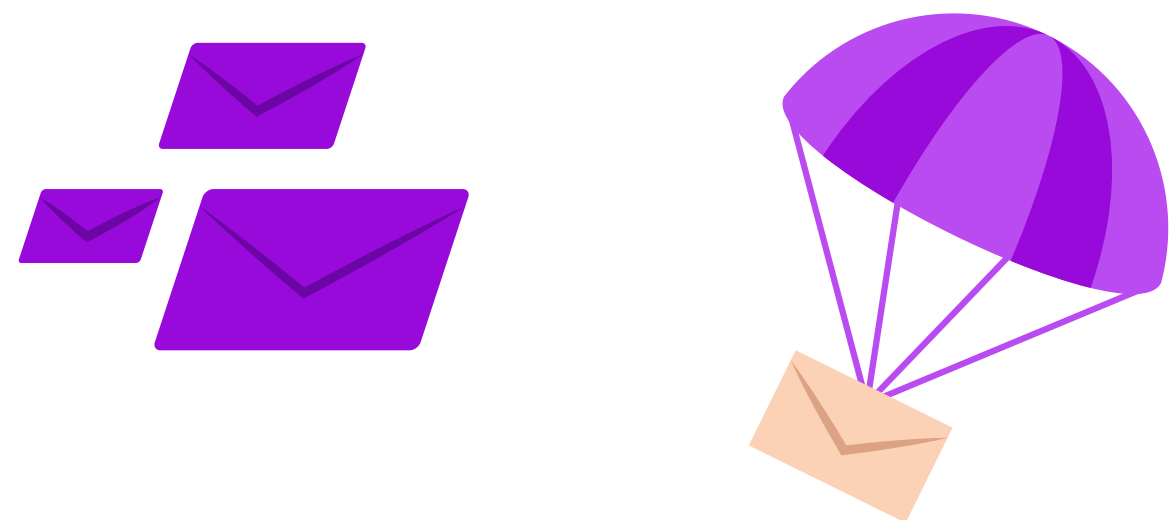
As técnicas de SEO ajudam a **otimizar a navegação, facilitando um posicionamento melhor da sua página no ranqueamento do Google**. Isso fortalece a confiança dos usuários na sua marca e ajuda no ganho de uma imagem de autoridade na área.

A ideia das técnicas de SEO é facilitar o rastreamento da página pelos robôs do Google. Essas tecnologias verificam uma série de itens e codificações para o fornecimento dos endereços mais relevantes nas primeiras colocações para o usuário da rede.

Alguns elementos importantes de SEO, por exemplo, são as Heading Tags, as codificações marcadoras de títulos e intertítulos. É preferível que elas contenham a palavra-chave. As URLs, que são os endereços das páginas disponíveis na barra de busca, também são necessárias e devem ser compreensíveis e descritivas. Há, também, SEO para imagem, como os textos associados às figuras e a descrição da imagem, que demanda a inclusão da palavra-chave.

Outro fator a ser lembrado é a linkagem interna, que auxilia os robôs do Google a identificarem a hierarquia entre as páginas, pois, quanto maior a proximidade da home page, mais relevante é a página. Além disso, há a meta description, a descrição abaixo do título do site na pesquisa, os rich snippets, fragmentos adicionais de conteúdo, e os featured snippets, que são definições diretas destacadas pelo Google.





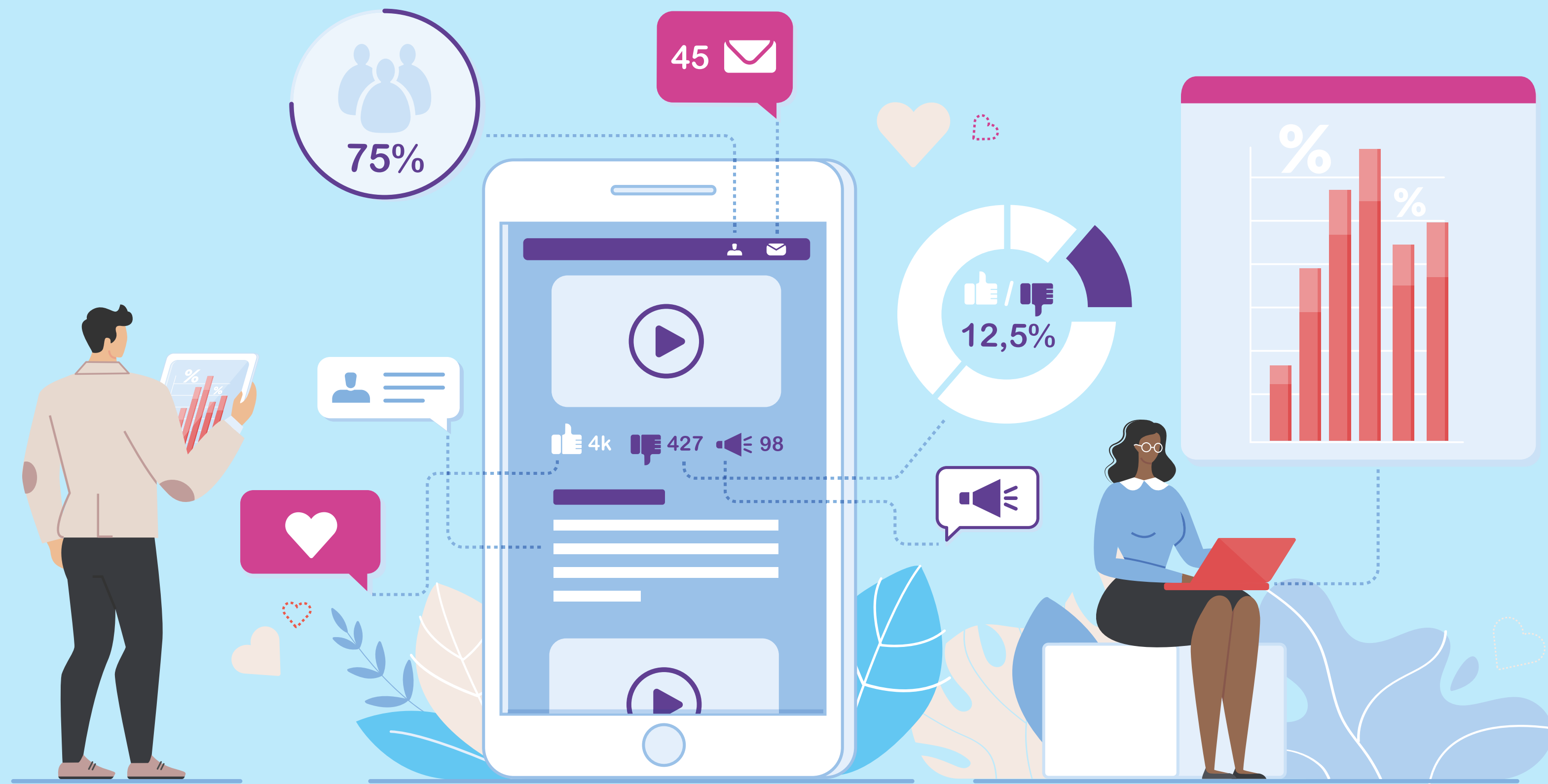
Invista em marketing de conteúdo

Investir em marketing de conteúdo é uma boa oportunidade para melhorar o tráfego no site, além de ser uma ótima proposta para promover confiança na marca. A estratégia também ajuda no engajamento, com a criação de um relacionamento com os leads.

Outra questão positiva é que **o marketing de conteúdo contribui para educar o público, cooperando para a qualificação de leads e para uma audiência mais seletiva.** Além disso, essa proposta permite dar mais autonomia ao lead, já que você fornece os conhecimentos necessários, mas o poder de decisão é do usuário.

Tenha uma plataforma online eficiente

Gerenciar conteúdo de marketing é uma tarefa trabalhosa. Todo o processo demanda pesquisa, planejamento, produção e avaliação, **o que se complexifica à medida que o volume de material e a base de leads e clientes aumentam.** Contar com um Content Management System (Sistema de gestão de Conteúdos, ou CMS) de elevada qualidade possibilita integração da equipe, fortalece a comunicação e proporciona uma experiência mais construtiva na estratégia de marketing digital.



QUAIS SÃO AS VANTAGENS DO MARKETING DIGITAL PARA A INDÚSTRIA?

O marketing digital proporciona várias vantagens para a indústria, sendo essencial aderir a essa estratégia para ter uma participação melhor no mercado. É uma proposta de **ótima relação custo-benefício**, demandando investimentos menores que as publicidades convencionais.

Além disso, o marketing digital permite à empresa se inserir na internet e nas redes, onde os clientes estão, ganhando em competitividade e criando uma relação mais próxima com o público. Isso melhora a reputação e o posicionamento da marca, além de fortalecer a confiança que os leads têm na corporação. Outra vantagem é que o marketing digital proporciona condições para a regularidade na atração de leads, o que estabelece oportunidades e ajuda a ampliar a cartela de clientes.





CONCLUSÃO



Com o contínuo progresso das tecnologias e a adesão desses recursos pela sociedade, o marketing passou por uma profunda adaptação para se adequar a essa nova formatação. O marketing digital é uma excelente oportunidade para atrair leads B2B e melhorar as oportunidades de negociação.

Há várias vias de intervenção na web, proporcionando a oportunidade de **consolidação de autoridade na área e de fortalecimento da interação com o público**. Lembre-se, também, de que tudo em marketing digital passa por mensuração. Assim, conte com uma equipe de marketing qualificada e com as ferramentas e metodologias corretas para um bom desempenho nos processos.



O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) é uma entidade privada que possui o intuito de **auxiliar os empreendedores na gestão e no crescimento dos negócios**. Temos unidades em todo o território nacional e contamos com ampla experiência de mercado.

Nossa proposta é a construção de oportunidades em conjunto, disponibilizando formações, processos educacionais, oficinas, consultorias e vários serviços para auxiliar empresários no alcance de resultados positivos no empreendimento. Atuamos nas frentes de **estímulo e desenvolvimento do empreendedorismo e no incentivo à formalização dos negócios**, com a criação de oportunidades e soluções de maneira criativa.

