



CONHEÇA OS 3 TIPOS DE PRESENÇA DIGITAL



Introdução.....	3
O que é presença digital?.....	4
Por que ela é tão importante atualmente?	5
Quais são os tipos de presença digital?	6
Como aproveitar as oportunidades de cada tipo de presença digital?.....	9
Sobre o Sebrae-PE.....	12

Introdução

Para quem quer se tornar relevante dentro de um mercado tão competitivo, a **presença digital é fundamental**. Afinal, como ter sucesso se a sua marca não está presente nos mesmos canais que o seu público-alvo está? Mas, além disso, é preciso entender quais são os diferentes tipos de presença digital.

Isso mesmo, existem três variações desse conceito: presença própria, presença gratuita e presença paga. Cada uma delas têm pontos positivos e negativos, mas é preciso conhecê-las a fundo para entender como podem proporcionar uma série de oportunidades para a sua empresa.

O que acha, então, de tirar todas as suas dúvidas sobre o assunto e **conhecer os três tipos de presença digital?**
Continue a leitura para saber mais!





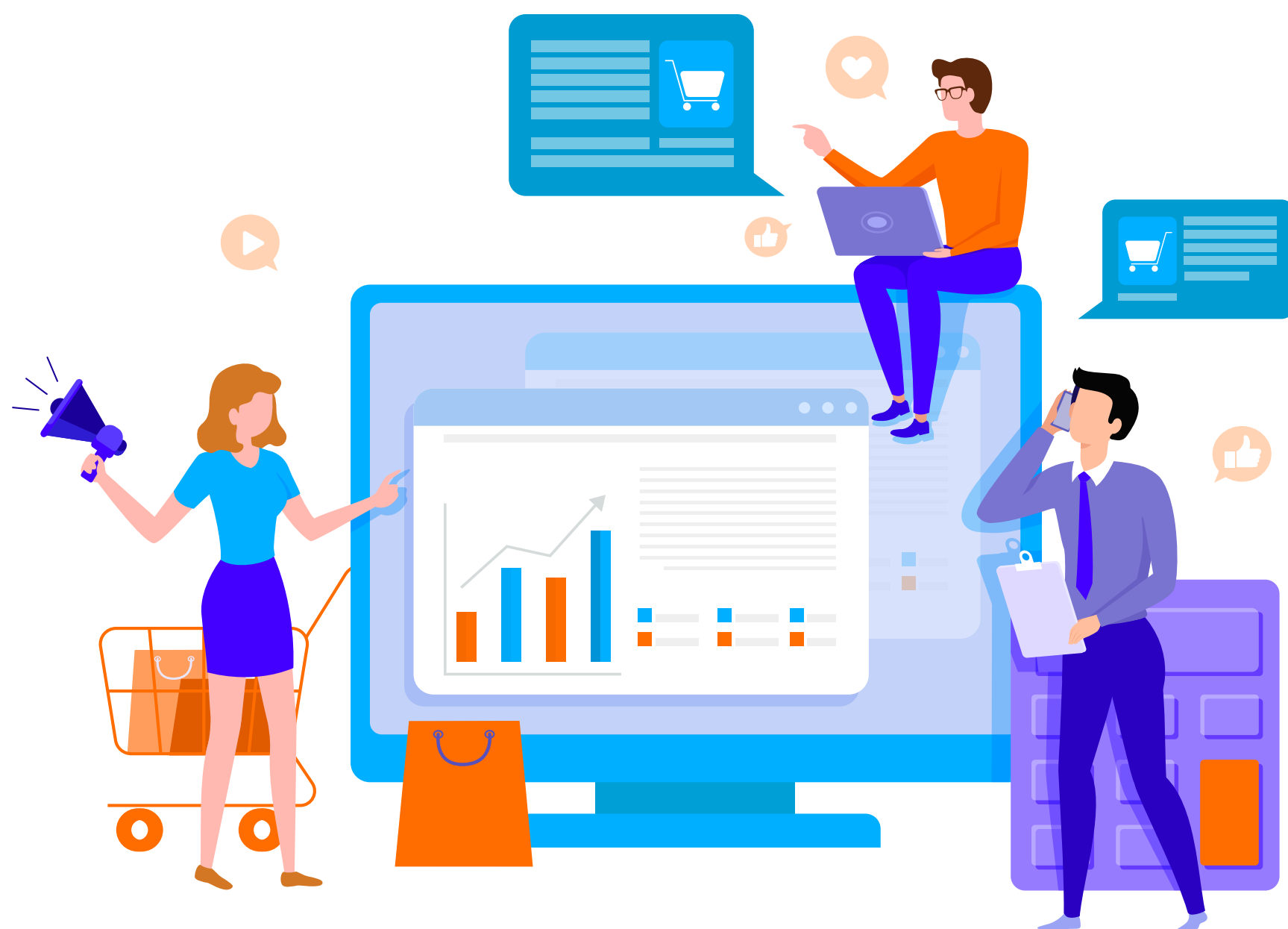
O que é presença digital?

A presença digital **representa todas as ações e estratégias de uma empresa em plataformas e canais online**. Das estratégias utilizadas nas redes sociais até mesmo o ranqueamento nos principais mecanismos de busca da internet. Em resumo, todos os pontos de contato entre marca e seu público-alvo.

Seja para construir um relacionamento mais próximo com os clientes, seja para expandir as possibilidades de negócio, investir na presença digital da sua marca é essencial. Em um mercado tão competitivo, seguir essa tendência é fundamental para se destacar.

Por que ela é tão importante atualmente?

Na prática, quais são os principais motivos para investir na presença digital? Para que você não tenha dúvidas, listamos os 6 motivos mais relevantes para investir nessa estratégia. Confira!



AUTORIDADE NO SEGMENTO

A primeira etapa para ter relevância em um mercado tão competitivo é ser visto como autoridade. E como isso vai acontecer se os usuários não conhecem a sua marca? Sendo assim, você precisa se fazer presente nos principais canais em que os seus consumidores em potencial também estão.

MAIOR ALCANCE

Outro ponto interessante é que a presença digital representa diretamente um maior alcance de uma marca, possibilitando que ela se comunique com quem está em diferentes partes do mundo, sem nenhum tipo de restrição.

CREDIBILIDADE ENTRE O PÚBLICO-ALVO

Quantas vezes você vai fazer negócio com uma empresa e faz uma pesquisa antes de assinar qualquer documento? Esse é o processo básico e, por isso, você deve considerar que os seus consumidores em potencial podem fazer o mesmo, fortalecendo a sua credibilidade com uma presença digital consolidada.

Quais são os tipos de presença digital?

Mas além dos tópicos acima, é importante entender que existem diferentes tipos de presença digital. Isso mesmo, cada uma delas têm as suas características, seus pontos positivos e os pontos de atenção que devem ser monitorados. Pensando nisso, detalhamos um pouco mais cada uma delas, confira!



PRESENÇA PRÓPRIA

Atualmente, o conceito de mídia proprietária tem ganhado bastante espaço no mercado do Marketing Digital e é exatamente isso que a presença própria busca explorar: **os ativos digitais produzidos pela própria marca**. E não faltam opções que representem esse tipo de material para uma empresa, certo?

Você pode começar com os canais mais básicos, como as redes sociais — do LinkedIn e do Instagram até mesmo ao TikTok, o que fizer mais sentido para o seu negócio —, mas também levando aos canais mais específicos, como o site de uma empresa, uma landing page, um blog ou até mesmo um aplicativo.

Mas com tantas opções, como saber o que é mais interessante ou não para o seu negócio? Como eles já estão disponíveis, é importante priorizá-los, mas isso não significa que todos os canais devem ser utilizados. Veja o exemplo das redes sociais: será que o seu público-alvo está no TikTok? Ou prefere conteúdos em texto?

Todas essas questões precisam ser respondidas antes de tomar qualquer tipo de decisão, **garantindo que a presença própria seja eficiente**. Por isso, estude o perfil de comportamento dos seus usuários, analise as prioridades da sua marca e, a partir disso, defina quais canais desse tipo a sua empresa precisa investir.

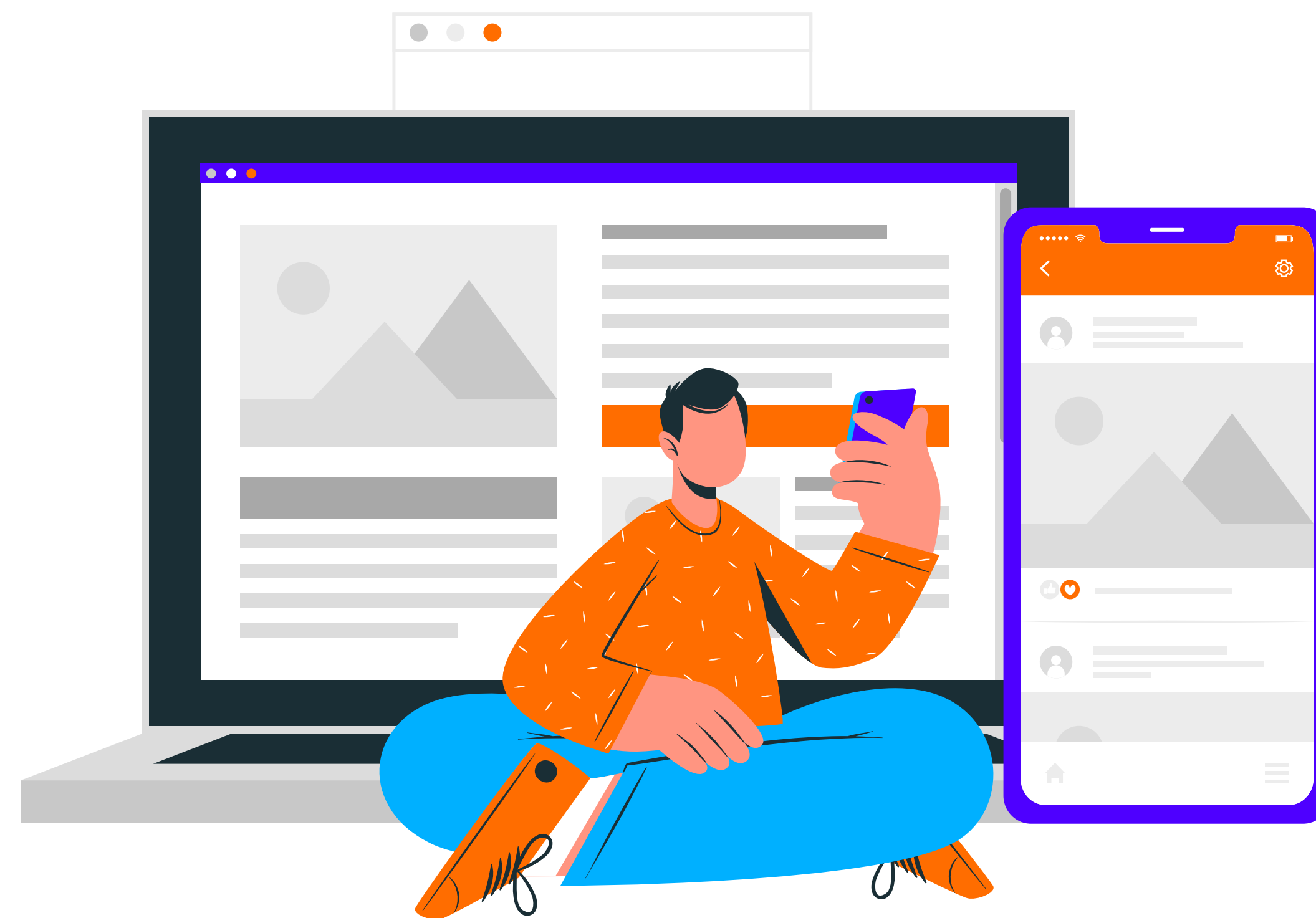
PRESENÇA GRATUITA

Por mais que o tópico acima seja fundamental, ainda melhor é conseguir aproveitar canais com bastante audiência e que não custam nada para uma marca, não é mesmo? É isso que você deve analisar quando se fala em presença digital gratuita, ou seja, **estratégias orgânicas para que o seu negócio se destaque.**

Seja para conseguir um ranqueamento nas páginas de resultado do Google, seja para aparecer entre as recomendações aos usuários do Instagram ou Twitter. Em resumo, a presença gratuita representa os canais que são utilizados pelos usuários, mas não é preciso gastar nenhum centavo diretamente para ter destaque.

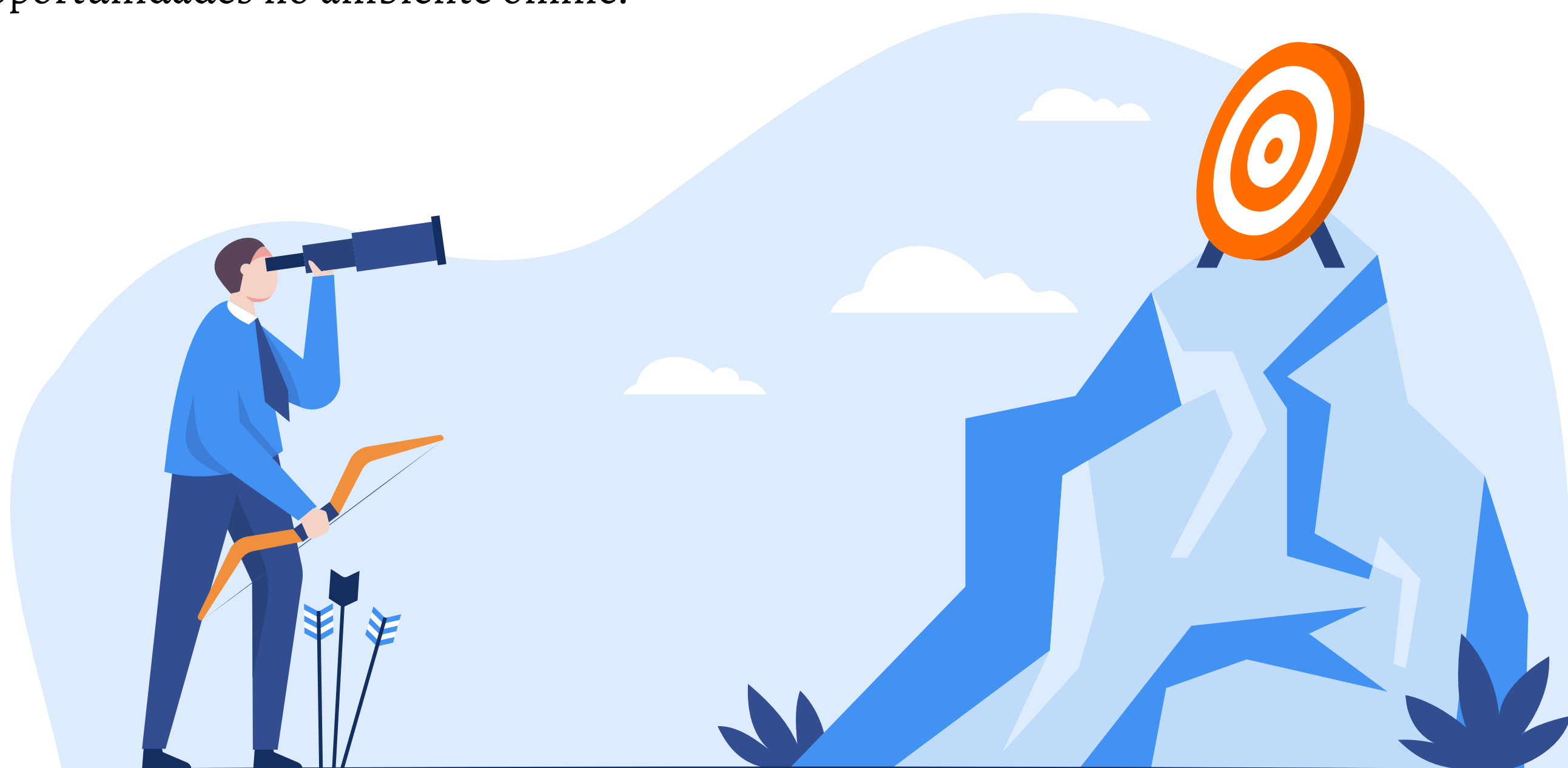
O mais interessante é que esse tipo de presença digital está diretamente relacionado aos ativos digitais próprios. Por exemplo, se você quer ranquear com maior destaque no Google, no Bing ou no Yahoo, uma das formas mais eficientes de fazer isso é investindo no Marketing de Conteúdo.

Ou seja, você desenvolve conteúdos de presença própria, mas também consegue afetar positivamente os ativos digitais gratuitos. Da mesma forma que um blog, os **seus conteúdos das redes sociais também podem crescer de forma orgânica**, especialmente com as mudanças dessas plataformas recentemente.



Como aproveitar as oportunidades de cada tipo de presença digital?

Entender quais são os três tipos de presença digital é apenas o primeiro passo para que o seu negócio se destaque. Afinal, por melhor sejam esses variados tipos de ativos digitais, é necessário organização e planejamento estratégico, certo? Descubra, então, como aproveitar as oportunidades no ambiente online!



TENHA UM OBJETIVO BEM DEFINIDO

A primeira tarefa aqui é muito simples: **ter uma meta objetiva para investir na presença digital.** O que a sua empresa está procurando ao colocar a sua marca em divulgação nesses diferentes canais? Atrair mais clientes ou fortalecer o seu posicionamento como autoridade dentro do segmento de atuação?

Ter essas respostas deve ser o primeiro exercício realizado, já que vão ser esses direcionamentos que vão possibilitar um maior ou menor alcance das suas ações e estratégias. Sem isso, você pode seguir tendências ou repetir o que os concorrentes estão fazendo, mas os resultados não vão aparecer.

ESCOLHA OS TIPOS DE PRESENÇA DIGITAL

Agora que você já entendeu quais são os diferentes tipos de presença digital e como cada um desses ativos pode contribuir para o desenvolvimento de uma estratégia mais completa e eficiente, é hora de **definir quais são esses ativos que mais fazem sentido para o seu negócio.**

Como falamos anteriormente, você não tem que fazer a sua marca presente em todos os canais, mas sim garantir que os escolhidos sejam os certos. Ou seja, você precisa analisar o perfil do seu público-alvo e cruzar com informações sobre o seu posicionamento de marca para criar uma estratégia completa.

DEFINA UM PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

Você já tem uma meta clara e sabe em quais canais precisa estar presente, mas ainda é preciso entender como executar suas ações na prática. Para isso, você deve **desenvolver um planejamento estratégico** em que fique claro quais estratégias vão ser utilizadas em cada canal.

Vai marcar presença no Instagram? Excelente, é nessa etapa que você deve escolher os profissionais envolvidos, a frequência de conteúdos, os formatos, enfim, tudo o que se diz respeito ao ativo digital específico. Faça isso para todos os canais que você entendeu que a sua marca precisa estar presente.





ACOMPANHE E MONITORE OS RESULTADOS

Por fim, é o momento de **acompanhar a aplicação da estratégia no dia a dia**. Mas, além disso, é necessário monitorar todos os resultados também, para ter em mente o que está funcionando e o que precisa de ajustes. Sem isso, você pode perder muito tempo com ações pouco efetivas para a sua marca.

Dessa forma, é fundamental ficar de olho nos seus resultados e direcionar ou corrigir as suas estratégias de acordo com essas análises. A presença em um canal não está funcionando? Mas o que pode ser feito para corrigir e melhorar o desempenho? O monitoramento dessas ações, portanto, é essencial.

Em um mercado tão competitivo, a **presença digital se tornou um fator determinante para o sucesso ou fracasso de uma marca**. Afinal, não basta entregar um produto ou serviço de qualidade, é preciso estar presente no mesmo local em que o seu público está, o que reforça a importância do ambiente online.

Agora que você tirou suas dúvidas sobre presença digital, que tal acompanhar o Sebrae PE para ficar por dentro de mais dicas e conteúdos? Siga as nossas páginas nas redes sociais! Estamos no [Facebook](#), [Instagram](#), [LinkedIn](#), [Twitter](#) e [YouTube](#).



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

Buscamos construir oportunidades em conjunto, oferecendo capacitações, oficinas, consultorias e diversos serviços para auxiliar empresários a alcançarem a prosperidade nos negócios. Atuamos nas frentes de **fortalecimento do empreendedorismo e no estímulo à formalização dos empreendimentos**, buscando a criação de soluções criativas junto aos empresários.