



DE OLHO NO LANCE

MEI, faça a divulgação
digital de sua empresa
usando Dados!

OTIMIZANDO A DIVULGAÇÃO DA SUA EMPRESA UTILIZANDO DADOS E FERRAMENTAS DE INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

VOCÊ PRECISA VENDER O SEU PEIXE!

Você com certeza já percebeu que, nos dias de hoje, ter uma boa presença digital é fundamental para qualquer empresa. Afinal, a concorrência em todos os segmentos é sempre bastante acirrada, né? Mas sabemos que isso nem sempre é uma tarefa fácil, especialmente para o microempreendedor individual (MEI), que muitas vezes tem seus recursos limitados ou nem sequer tem orçamento para investir em marketing e publicidade...

ACREDITE: É POSSÍVEL FAZER O SEU MARKETING, SEM DOR DE CABEÇA

Pois é, mesmo para MEIs, o marketing e a divulgação digital não precisam ser um desafio terrível, e muito menos caro! A chave para se destacar nas redes e crescer de forma sustentável está em usar Dados e ferramentas de divulgação de forma inteligente, e que estão disponíveis para uso. Muitas delas são até gratuitas!



USANDO DADOS E FERRAMENTAS PARA AJUDAR O SEU NEGÓCIO

Adotar uma estratégia de marketing e divulgação baseada em Dados não apenas maximiza os recursos disponíveis, mas também permite que o MEI tome decisões informadas, orientadas pelas necessidades e comportamentos reais de seu público-alvo. Nada de tentar adivinhar ou aprender apenas pelo erro! Seja uma pessoa prática e inteligente, tirando o melhor proveito dos Dados e Ferramentas disponíveis.



ENTENDA O PODER DOS DADOS E DAS FERRAMENTAS

Você sabia que plataformas como Google Trends e até mesmo redes sociais oferecem informações valiosas sobre quem são seus clientes? Pelos painéis de análise dos Dados dessas redes e ferramentas, você pode descobrir como eles interagem com a sua marca, como eles preferem consumir seu produto ou serviço, qual o perfil completo do seu público e até quais são suas preferências.

DATA-DRIVEN: TOME DECISÕES BASEADAS EM DADOS!

Quando você toma atitudes e decisões baseadas em Dados, você está optando pela abordagem conhecida como data-driven (baseada em dados). Ela não só facilita identificar as melhores oportunidades de mercado, como também ajuda a personalizar a comunicação com o seu público, aumentando muito a eficácia das campanhas de marketing e até das suas vendas, chegando em novos clientes.

VOCÊ SABE QUEM É O SEU PÚBLICO ALVO?

COM QUEM VOCÊ ESTÁ FALANDO?

O primeiro passo para conversar com seus clientes no mundo digital é realmente entender quem é o seu público ou quem são os seus clientes. Afinal, é difícil ganhar o interesse de alguém se você não conhece a outra pessoa, ou não sabe do que ela gosta, certo? Nos canais digitais, esse desafio é ainda maior, pois você está falando com várias pessoas ao mesmo tempo (e elas, por sua vez, também recebem comunicações de vários perfis, empresas e pessoas). Se você conhece o seu público, pode personalizar a experiência deles com a sua marca e ganhar atenção e confiança.

FAÇA PESQUISAS PARA CONHECER MELHOR O SEU PÚBLICO

Realizar pesquisas de público-alvo é mais do que só mais uma etapa no processo de marketing; é uma estratégia vital, que vai criar a base para todas as suas atividades de comunicação e promoção. Se você souber detalhes importantes sobre o seu público, você terá muito mais vantagem, alinhando a sua comunicação com as preferências e Dados, como:



- **SABER DE ONDE ELES VEM**
- **A FAIXA ETÁRIA**
- **PODER DE COMPRA E INTENÇÕES**
- **O QUE PREFEREM COMPRAR**
- **DO QUE REALMENTE GOSTAM**

OS BENEFÍCIOS DE ENTENDER O SEU MERCADO



Além de conhecer o seu público, é importante também saber mais sobre o mercado do seu negócio, ou seja, como as pessoas consomem e interagem com as empresas, produtos e serviços da sua área. Análises de mercado podem incluir informações de concorrentes, tendências de consumo dos clientes e até mudanças econômicas. Isso vai te ajudar a criar uma estratégia de negócio que aproveita as oportunidades e necessidades reais e do mercado, minimizando os seus riscos.

UM PEQUENO EXEMPLO:

Mariana gosta muito de beleza e bem-estar e é dona de um pequeno salão no bairro, onde oferece serviços de cabelo, maquiagem e tratamentos estéticos. Ela está sempre buscando inovar em seus serviços para atrair e reter clientes, por isso, **Mariana consulta mensalmente a ferramenta do Google Trends (trends.google.com.br)**. Nela, é possível descobrir as novas tendências de beleza, que estão ganhando popularidade. Ela procura por termos como "maquiagens em destaque", "cortes para o verão" e "cuidados com a pele" para ver quais os tópicos que estão em alta, analisando os gráficos de tendência e as consultas relacionadas para entender as preferências do público.

É HORA DE DEFINIR OS SEUS OBJETIVOS!



PRIMEIRO, PENSE NO SEU SUCESSO

Onde será que você quer chegar? Para cada etapa e para cada tipo de negócio, o sucesso pode significar coisas diferentes: o aumento de vendas, contratação de equipe, expansão para outras regiões do país, abertura de um novo ponto de atendimento online ou físico... Enfim, só você é quem sabe onde precisa que o seu negócio chegue! É importante pensar nisso para poder definir um objetivo que pode ser medido em números e Dados, te mostrando realmente se você está no caminho certo e se está tendo bons resultados.

DEPOIS, PLANEJE SEUS OBJETIVOS

Agora, você pode fazer uma lista com seus objetivos, pensando no seu sucesso. E usar ferramentas para acompanhar e mensurar os seus objetivos e ações, analisando os seus Dados, pode fazer uma enorme diferença! Uma ferramenta muito poderosa para te ajudar nesta definição é um processo chamado SMART: a sigla serve para te lembrar de definir objetivos que sejam ESpecíficos, Mensuráveis, Alcançáveis, Relevantes e Temporais.

- Específico: Tente não criar objetivos genéricos, como só "crescer as vendas";
- Mensurável: É algo que você consegue medir e acompanhar;
- Alcançável: Um objetivo realista, que você consegue fazer;
- Relevante: Uma tarefa importante de verdade para o seu negócio;

Temporais: Tem um começo, um meio e uma data de conclusão.

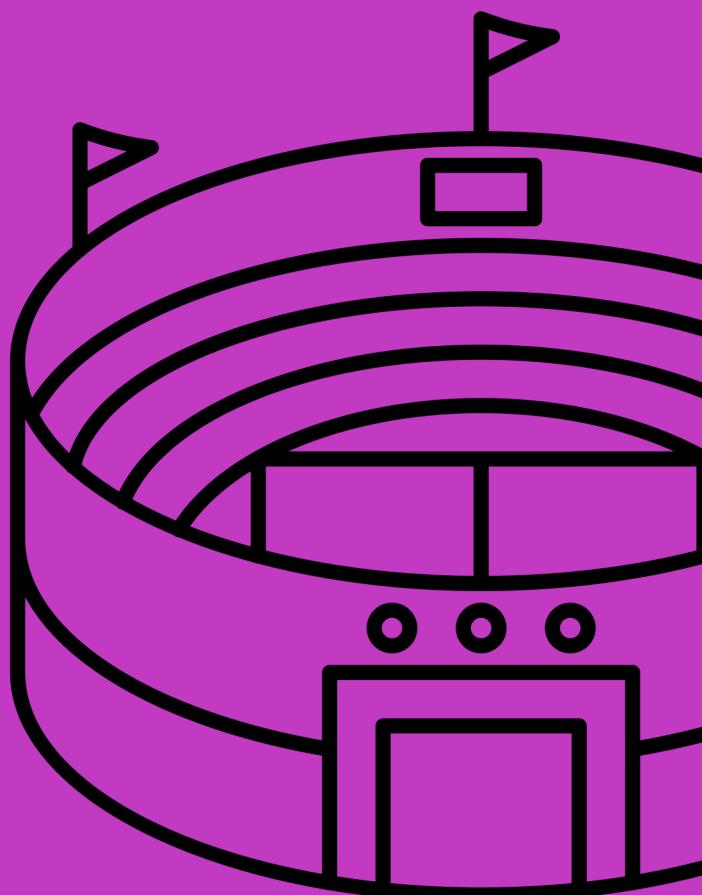
UM PEQUENO EXEMPLO:

Se o objetivo for algo como "aumentar as vendas dos meus produtos em 20% dentro de um período de seis meses", ele pode ser considerado SMART. Isso pois você já especificou em quanto quer aumentar as vendas e em quanto tempo você pretende fazer isso. **Este tipo de objetivo bem definido não só ajuda a direcionar melhor as suas ações de marketing, mas também facilita mensurar o seu progresso e fazer ajustes no seu plano, se for necessário.**

UUM LEMBRETE IMPORTANTE: Pense em metas que são realistas, importantes e alcançáveis para você. Não use metas e Dados de outras pessoas e empresas, para não acabar se atrapalhando ou tentando agir de forma que não condiz com o seu negócio, o seu crescimento ou o seu público.

OLHA A DICA

Faça sempre uma revisão das suas metas e objetivos, ajustando como você precisar. Assim, você consegue reagir a mudanças importantes no seu percurso, de acordo com as mudanças do mercado e do seu público também. E não se preocupe: Ajustar o seu curso não é sinal de que você falhou ou errou, e sim é uma ótima vantagem e uma oportunidade para entender o impacto das mudanças no seu negócio. Isso vai facilitar até mesmo a construir novos objetivos, mais realistas, melhores para você e de maior prazo.



CRIE UM CONTEÚDO ATRAENTE E RELEVANTE



SERÁ QUE O SEU PÚBLICO TE CONHECE?

Com seus objetivos planejados e conhecendo melhor o seu público, é hora de começar a conversar com ele e se apresentar, criando a sua própria marca! Assim, você pode ganhar a confiança dos seus clientes e crescer o seu negócio, alcançando novos lugares pelas redes.

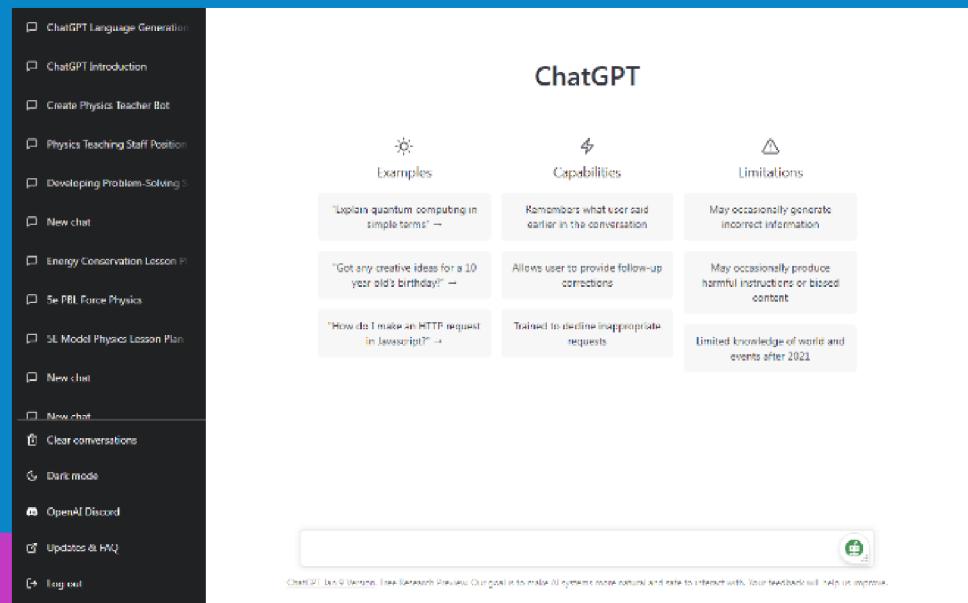
CRIANDO A SUA MARCA

Quando se interage com uma pessoa cara a cara, você sabe a aparência dela, a maneira que ela fala e até o seu jeito de gesticular e agir. No mundo digital, as coisas funcionam de maneira um pouco diferentes, mas ainda assim o seu público precisa entender quais são os seus valores e reconhecer logo de cara quando a sua empresa tem algo a dizer.

VOCÊ NÃO PRECISA SER UM ESPECIALISTA EM MARKETING DIGITAL!

Com o uso de ferramentas baseadas em Dados e Inteligência artificial, você pode criar a sua estratégia de divulgação e até mesmo criar logos, peças para redes sociais, identidade visual para o seu negócio e muito mais. Hoje já existem ferramentas gratuitas e fáceis de usar, sem precisar ser um especialista da área.

FERRAMENTA: VOCÊ JÁ USOU O CHATGPT?



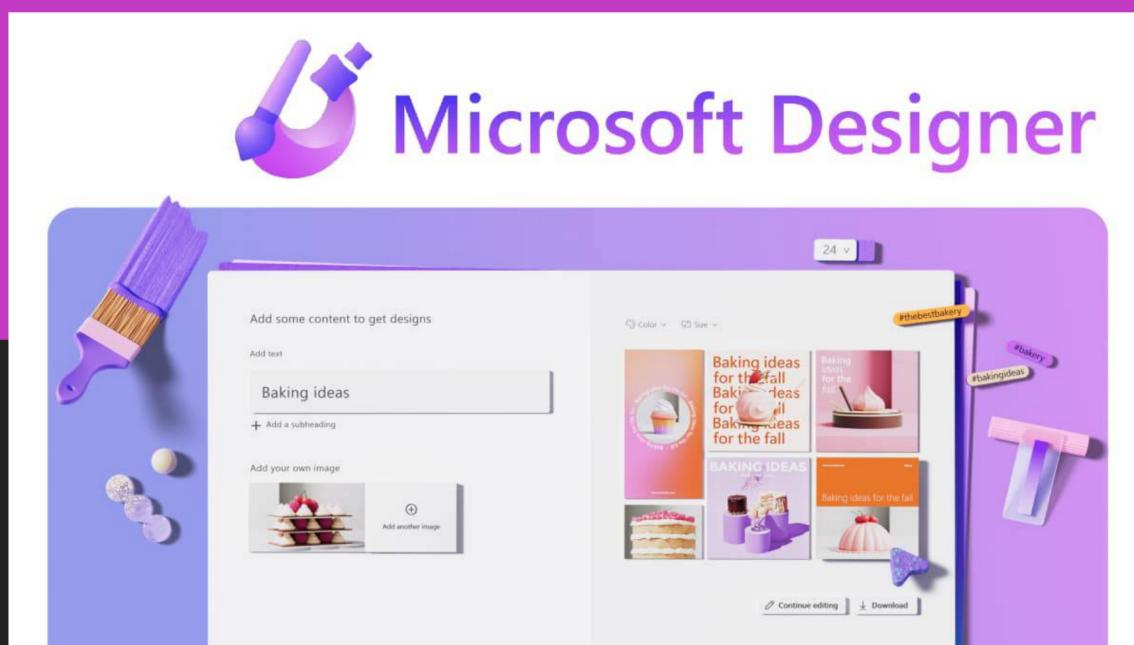
A mais popular ferramenta de Inteligência Artificial da atualidade é o ChatGPT, que é de uso gratuito e pode ser acessado pelo link chat.openai.com. Seu visual é como um simples chat, onde você conversa e dá comandos para a Inteligência Artificial, que retorna resultados de acordo com o que você pede.

Isso pode te ajudar em diversas tarefas, inclusive montar o seu próprio calendário de divulgação, indicar ferramentas para o seu negócio, criar os textos de divulgação, fazer traduções e muito mais! Basta dar os comandos corretos, claros e bem específicos, de acordo com o que você precisa.

UM PEQUENO EXEMPLO:

Antônio Dias, um profissional de Hidráulica e Reparos, quer criar o seu próprio negócio, mas não tem nenhuma experiência com marketing. Ele então abre o ChatGPT, e digita: "Quero um logotipo que passe os meus valores de segurança e qualidade, e que faça sentido com o nome do meu negócio: Dias Hidráulica e Reparos. Quais elementos visuais seria melhor eu usar?". O ChatGPT então responde com várias dicas sobre símbolos, cores e tipos de traços para utilizar, como uma chave inglesa e canos de água, aplicados sobre um escudo.

FERRAMENTA: CRIE IMAGENS COM O MICROSOFT DESIGNER



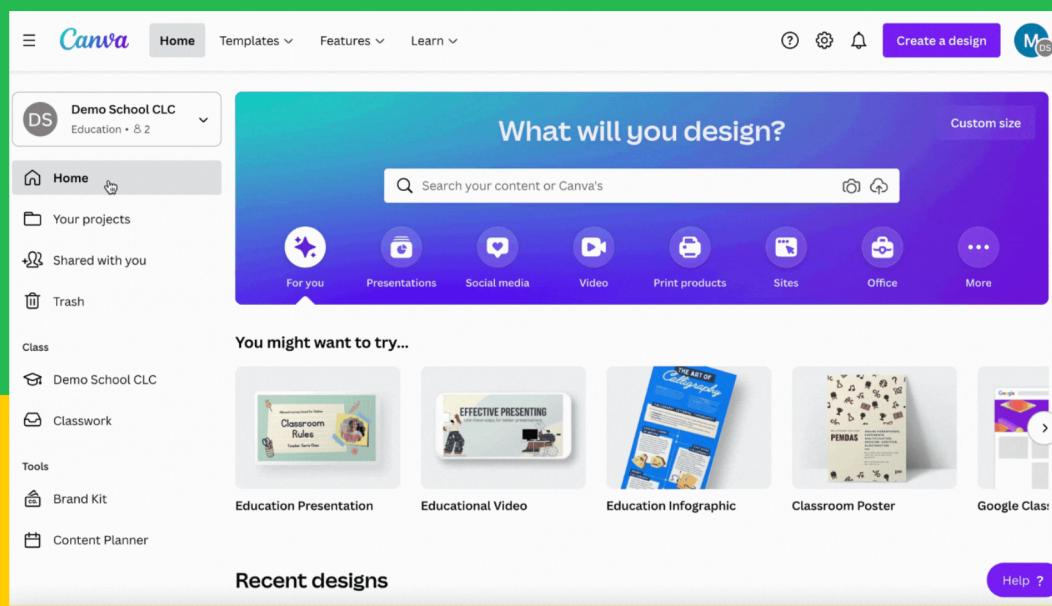
Através de uma conta gratuita criada na ferramenta do Microsoft Designer, você pode acessar a função do Image Creator, pelo link designer.microsoft.com/image-creator.

Basta você descrever com exatidão como você gostaria de criar uma imagem, e a Inteligência Artificial da ferramenta vai transformar o seu pedido em realidade, criando a arte para você. Lembre-se de fazer pedidos específicos, claros e simples, para conseguir os melhores resultados. Se possível, evite pedir textos, simplificando ainda mais o pedido.

UM PEQUENO EXEMPLO:

Antônio Dias agora quer criar o seu logotipo com os símbolos sugeridos pelo ChatGPT. Ele então acessa o Image Creator e escreve o seguinte pedido: "Crie um logotipo com tons de azul e verde. Use uma chave inglesa e canos de água aplicados sobre um escudo. O logotipo precisa ter linhas limpas e nítidas no design. Não coloque texto". Antônio agora pode usar a ferramenta de remover fundos (chamada Remove Background), também do Microsoft Designer, para recortar o logo do fundo branco e poder usar em outros fundos, como um cartão de visitas ou até em um site.

FERRAMENTA: CRIE POSTS E MATERIAIS DE DIVULGAÇÃO COM O CANVA



Uma das ferramentas mais acessíveis e fáceis de usar para materiais de divulgação digital atualmente é o Canva.com! Você pode criar uma conta gratuita e usar templates e modelos de materiais já prontos, mudando as cores, textos, fotos e elementos para os que você mais gosta ou que condizem com a sua marca. Sejam posts para redes sociais, convites, cardápios, banners, panfletos, apresentações, dentre muitas outras opções, o Canva te ajuda a montar, seja com um modelo pronto ou personalizando o seu completamente. Ele ainda possui ferramentas básicas de edições de animação nas imagens, para criar e até editar pequenos vídeos.

UM PEQUENO EXEMPLO:

Antônio agora tem um logo e gostaria de criar alguns posts para as suas redes sociais. Ele vai ao ChatGPT e pede que a IA crie sugestões de textos breves para redes sociais, divulgando o trabalho dele. Com o texto pronto, Antônio agora pode usar o Canva.com para escolher um modelo de post que ele mais gosta, mudando as cores e aplicando o seu próprio logo nas peças e materiais de divulgação. Antônio também pediu para o ChatGPT criar uma lista de ideias de posts e um calendário de postagem para o seu negócio, assim, ele já pode deixar todos os modelos prontos no Canva, e ir postando nas redes sociais ao longo do tempo.

MANTENHA A CONSTÂNCIA DA SUA DIVULGAÇÃO

SEJA CONSISTENTE!

Para que a sua estratégia de marketing digital seja efetiva e chegue ao seu público, é muito importante manter consistência no número de postagens. Por exemplo: postar 4 vezes ao mês, de forma constante, todo mês, é melhor do que fazer 5 posts em uma semana e passar 3 semanas sem postar nada. Os algoritmos das redes sociais priorizam usuários que participam dela constantemente, de maneira regrada, gerando sempre novos conteúdos.

NÃO SE DESANIME...

Também é muito importante ser persistente. Navegar pelo mundo digital pode ser desafiador, ainda mais com os algoritmos das redes sociais sempre se renovando e mudando, mas isso só reforça o quanto importante é ser sempre consistente e constante com a sua divulgação. Aos poucos, você verá resultados. Devagar e sempre!

OLHA A DICA

Lembre-se que a construção de uma marca não acontece da noite para o dia. Requer tempo, esforço e uma dedicação constante às novas práticas que você implementou. Isso inclui manter o ritmo das suas publicações, interagir regularmente com os seus seguidores e estar sempre atento às tendências e mudanças do mercado que podem impactar sua estratégia.

GANHE A ATENÇÃO E CONFIANÇA DO SEU PÚBLICO



Além disso, uma presença digital constante ajuda a aumentar sua credibilidade e ganhar a confiança do público. Os clientes tendem a confiar mais em marcas que eles veem regularmente e que oferecem conteúdo relevante e de qualidade, de acordo com o que eles gostam. Portanto, continue compartilhando a sua história, seus valores e os benefícios dos seus serviços. Pode parecer repetitivo, mas a cada dia você estará alcançando um novo público, que ainda não te conhece, e que precisa dos seus serviços.