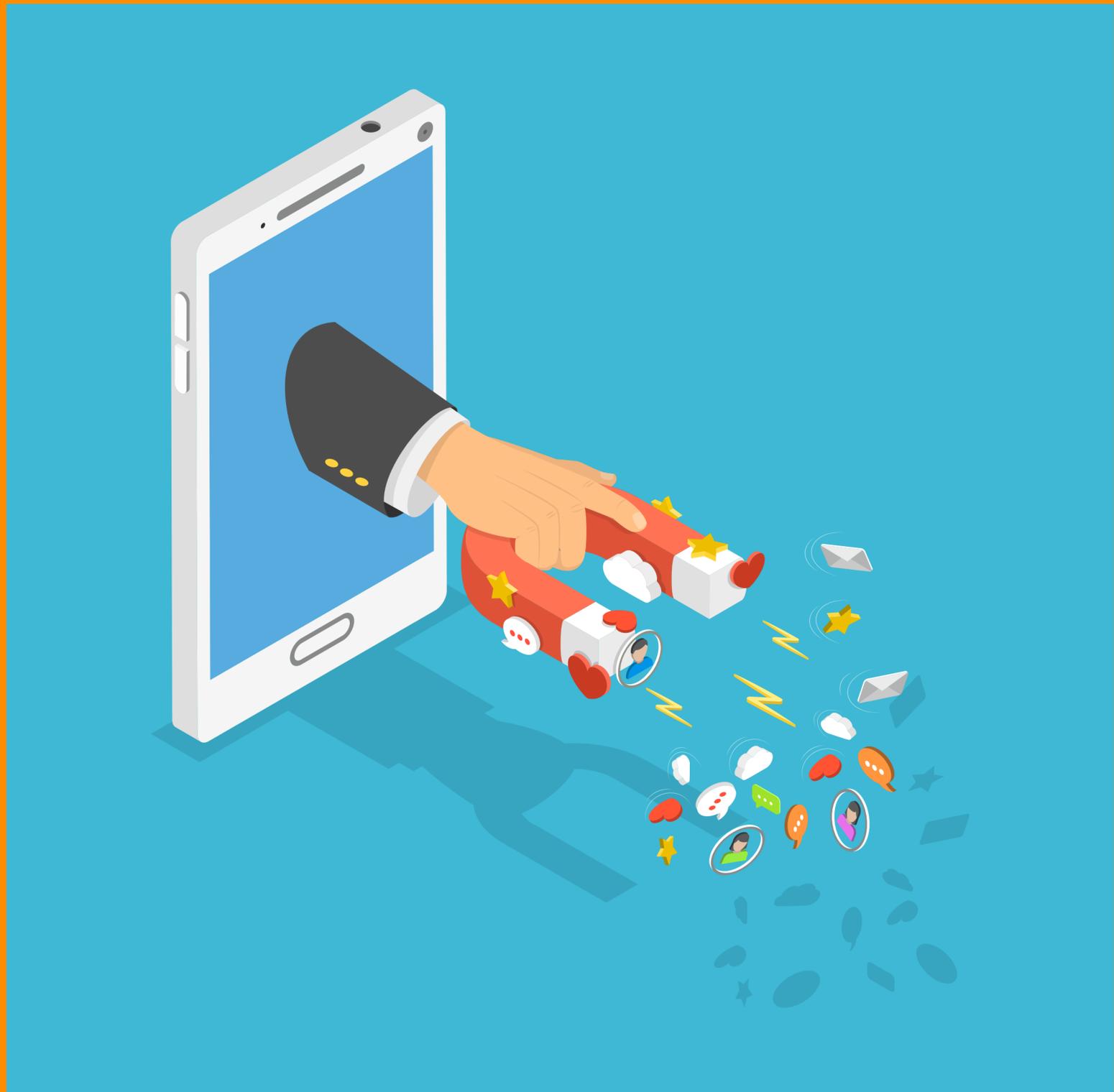


CONFIRA O GUIA COMPLETO SOBRE MARKETING DIGITAL



INTRODUÇÃO.....	3
PRIMEIRO, O QUE É MARKETING DIGITAL?.....	5
QUAIS OS BENEFÍCIOS DO MARKETING DIGITAL?.....	7
QUAIS SÃO OS PRINCIPAIS CONCEITOS DE MARKETING DIGITAL?	12
QUAIS OS CANAIS USADOS NO MARKETING DIGITAL?	16
QUAIS SÃO AS MÉTRICAS DE MARKETING DIGITAL?	21
CONCLUSÃO.....	25
SOBRE O SEBRAE PE.....	27



INTRODUÇÃO

O marketing digital é uma das **mais poderosas ferramentas comerciais**. Ao utilizá-lo ao longo do expediente de trabalho, fica mais fácil se aproximar dos clientes, anunciar os seus produtos (bens ou serviços), posicionar digitalmente o seu negócio e vender.

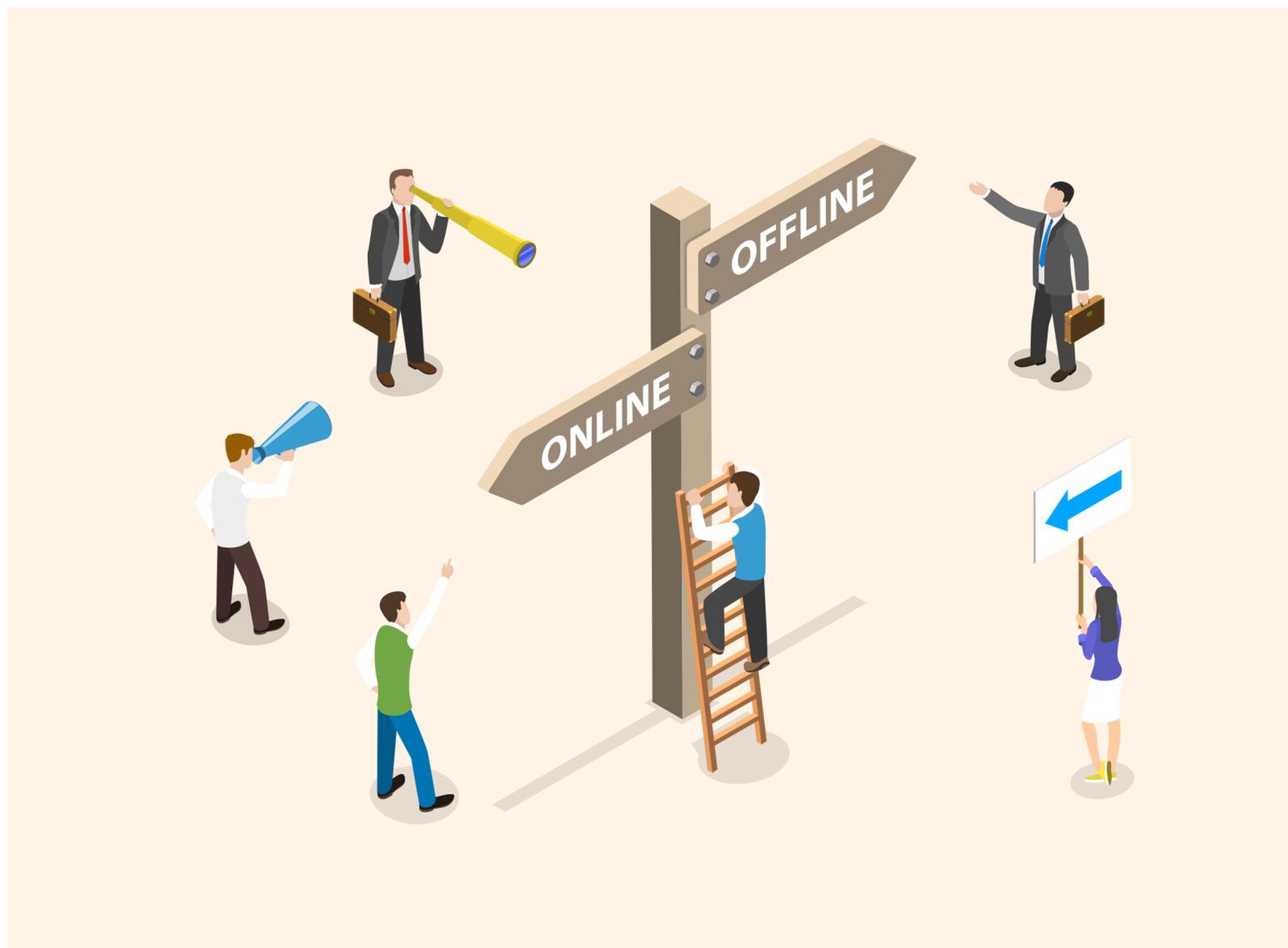
Entretanto, muitos empreendedores ainda não entendem exatamente o que marketing digital significa e também não compreendem os seus benefícios ou como colocá-lo em prática. Isso pode limitar os resultados da empresa e **gerar menos competitividade**.

Pensando na importância do assunto, criamos um guia completo sobre marketing digital. Neste e-book, você vai entender exatamente o que é, quais os seus principais conceitos, como tirar o máximo proveito e de que forma monitorar os seus resultados digitais. Então, boa leitura!





**PRIMEIRO, O QUE
É MARKETING
DIGITAL?**



Vamos começar pelo conceito. Existem muitas estratégias de marketing, sendo possível agrupá-las em **dois grandes blocos**, que são: o marketing digital e o marketing tradicional. Uma não é melhor que a outra; aliás, normalmente, são estratégias complementares.

O marketing tradicional utiliza meios tradicionais de comunicação, como revistas, TV ou rádio. Ele é um **marketing “à moda antiga”**, o que não significa que é ruim. Quase todas as empresas ainda o utilizam de alguma forma, como na panfletagem.

O marketing digital, por sua vez, usa **meios digitais de comunicação**, como aplicativos mobile, redes sociais, blogs ou websites, entre muitos outros. Logo, é um tipo de marketing mais conectado, intangível e que frequentemente depende de conexão com a internet.



**QUAIS OS
BENEFÍCIOS
DO MARKETING
DIGITAL?**

Por ser mais conecto, o marketing digital **fornece alguns benefícios únicos**, como o maior alcance, a agilidade e a acessibilidade. Felizmente, todas as empresas, independentemente do tamanho ou do segmento, podem usufruir dessas vantagens. Entenda mais a seguir.



COBERTURA GEOGRÁFICA GLOBAL

Um dos primeiros benefícios é a cobertura geográfica. **O marketing digital praticamente não tem limites**, então, você pode levar a sua marca e vender os seus produtos a consumidores de todo o globo. Assim, o seu empreendimento se torna muito mais competitivo.

Imagine, por exemplo, um anúncio em rede social. Se você mora em São Paulo e quer prospectar clientes em Belém do Pará, não precisa ir até lá, basta definir a região onde quer que esse anúncio digital seja veiculado e pronto! O seu marketing estará lá.

PRECISÃO NA PROSPECÇÃO DE CONSUMIDORES

Outro grande benefício é a precisão. Além de garantir que o seu negócio estará em muitos locais, o marketing digital permite que você se conecte a tipos específicos de consumidores, **segmentando-os de acordo com cada uma das suas ações digitais** ou produtos.

Pense, por exemplo, que você quer anunciar o seu produto para um público com certa idade, determinado gênero e escolaridade específica. Sem problemas! É perfeitamente possível fazer essa segmentação e triar quem vai receber o seu anúncio digital. Assim, o seu marketing fica mais preciso.

FACILIDADE NA CRIAÇÃO DE CAMPANHAS

O marketing tradicional pode ser um pouco complexo. Em uma ação de panfletagem, por exemplo, existem etapas de impressão gráfica e distribuição física, o que torna o processo mais demorado e oneroso. No marketing digital, o trabalho é mais fácil.

Para criar campanhas digitais, você precisa **apenas de um computador e de conexão** com a internet. Muitas vezes, até um smartphone resolve. O percurso de distribuição do anúncio e a análise dos resultados também são mais fáceis, pois tudo é feito digitalmente.



FLEXIBILIDADE NA CRIAÇÃO DE ORÇAMENTOS

Quando o assunto é marketing digital, uma preocupação frequente dos empreendedores é: mas será que isso não custa muito caro? A boa notícia é que essa modalidade de marketing é extremamente flexível e, **em termos de orçamento, pode atender a todos.**

Você pode começar a anunciar os seus negócios nas redes sociais, investindo apenas alguns reais em campanhas patrocinadas. Também pode colocar o seu site no topo de páginas de busca sem precisar pagar muito por isso. Enfim, você define o orçamento total.

SIMPLICIDADE NO MONITORAMENTO

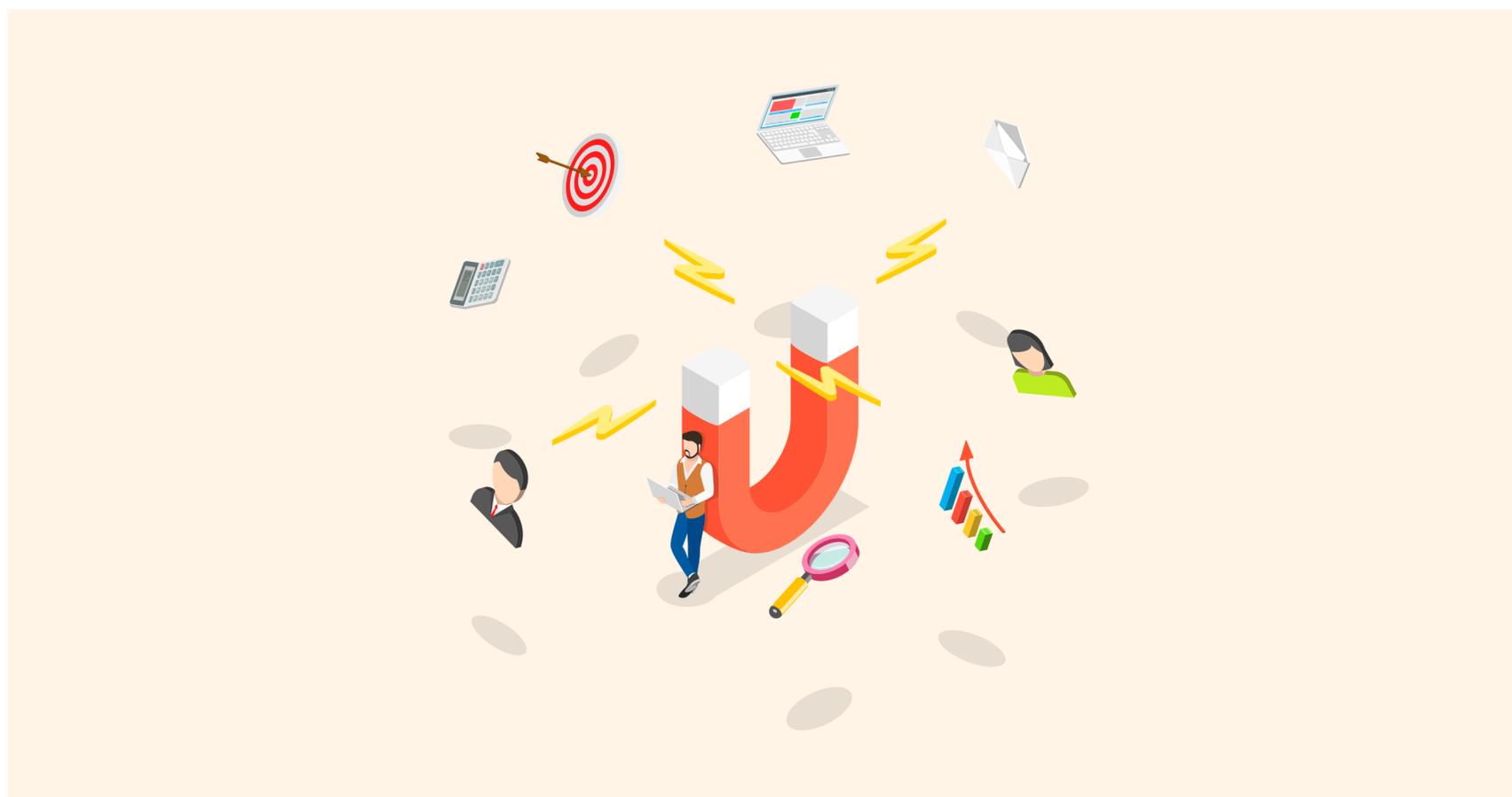
Ao fazer marketing e anunciar certos produtos, uma dúvida muito frequente é se o anúncio valeu a pena, se muitas pessoas o visualizaram e se ficaram interessadas. Não são itens fáceis de monitorar, especialmente quando se está usando canais tradicionais de comunicação.

Novamente, o marketing digital é de grande ajuda. Como ele acontece predominantemente por meios inteligentes, como redes sociais ou páginas na internet, métricas de performance são criadas automaticamente, o que ajuda a **monitorar o desempenho.**



**QUAIS SÃO OS
PRINCIPAIS
CONCEITOS DE
MARKETING
DIGITAL?**

Marketing digital é um assunto bem amplo. Há quantos conceitos relacionados ao tema quanto é possível imaginar. No entanto, **alguns desses são mais importantes e frequentemente aplicados**. Adiante, apresentaremos os principais. Continue!



OUTBOUND OU INBOUND MARKETING

Seu marketing digital pode ser Outbound ou Inbound. O primeiro conceito refere-se a uma prospecção digital ativa, na qual a sua empresa vai até o cliente, por exemplo, com anúncios pagos. O objetivo é levar o seu nome ou o seu produto até o cliente, onde quer que ele esteja.

O segundo conceito, Inbound, refere-se a um **marketing de atração**. Seu objetivo é tornar a sua empresa atraente e fazer com que o cliente venha até o seu negócio. Para tanto, é comum o uso de conteúdos interessantes ao público, como em blogposts, infográficos e e-books.

MARKETING DE CONTEÚDO (CONTENT MARKETING)

Outro conceito frequentemente usado é o de content marketing (marketing de conteúdo, em tradução). Sua ideia central é criar um conteúdo que **gere valor para o consumidor**, seja com o objetivo de iniciar uma relação, seja para educar, seja para efetivar uma venda.

Há muitas formas de se fazer marketing de conteúdo. Vídeos educativos nas suas redes sociais são um exemplo. Também é possível criar um blog e compartilhar conhecimentos ou curiosidades. Há, ainda, a opção de produzir materiais mais avançados, como infográficos.



FUNIL DE VENDAS

Nem todos os consumidores que têm contato com os seus anúncios tornam-se compradores da sua empresa, correto? Isso ocorre porque existe um funil de vendas, outro forte conceito no marketing digital. Em resumo, **existem quatro principais etapas** do funil:

- » descoberta;
- » conhecimento do problema;
- » consideração da solução;
- » decisão de compra.

Ou seja, muitos consumidores passam pela etapa 1, que é a descoberta, como um primeiro contato com o seu marketing. Daí, há um processo de afunilamento, sendo que poucos dos consumidores chegam até a última etapa, **a efetiva decisão de compra** do seu produto.

BEYOND PERSONA

No marketing tradicional, um conceito comum é o de público-alvo. Agora, o marketing digital utiliza frequentemente a ideia de beyond persona (ou só persona). É uma referência ao personagem comprador, **um arquétipo do seu melhor cliente**.

Imagine, por exemplo, que você está vendendo um curso pela internet. Qual a melhor figura do seu comprador? Qual a idade, qual a escolaridade e qual o estilo de vida que ele (ou ela) tem? Sua persona é a descrição da figura do comprador, algo que ajuda a balizar a sua ação de marketing.



**QUAIS OS CANAIS
USADOS NO
MARKETING
DIGITAL?**

Para que as campanhas digitais ganhem vida, é necessário contar com canais que conectem empresas e consumidores. **Se você escolhe um canal ruim, todo o marketing é afetado** e pode não promover os resultados planejados. Adiante, apresentaremos os principais canais.



REDES SOCIAIS

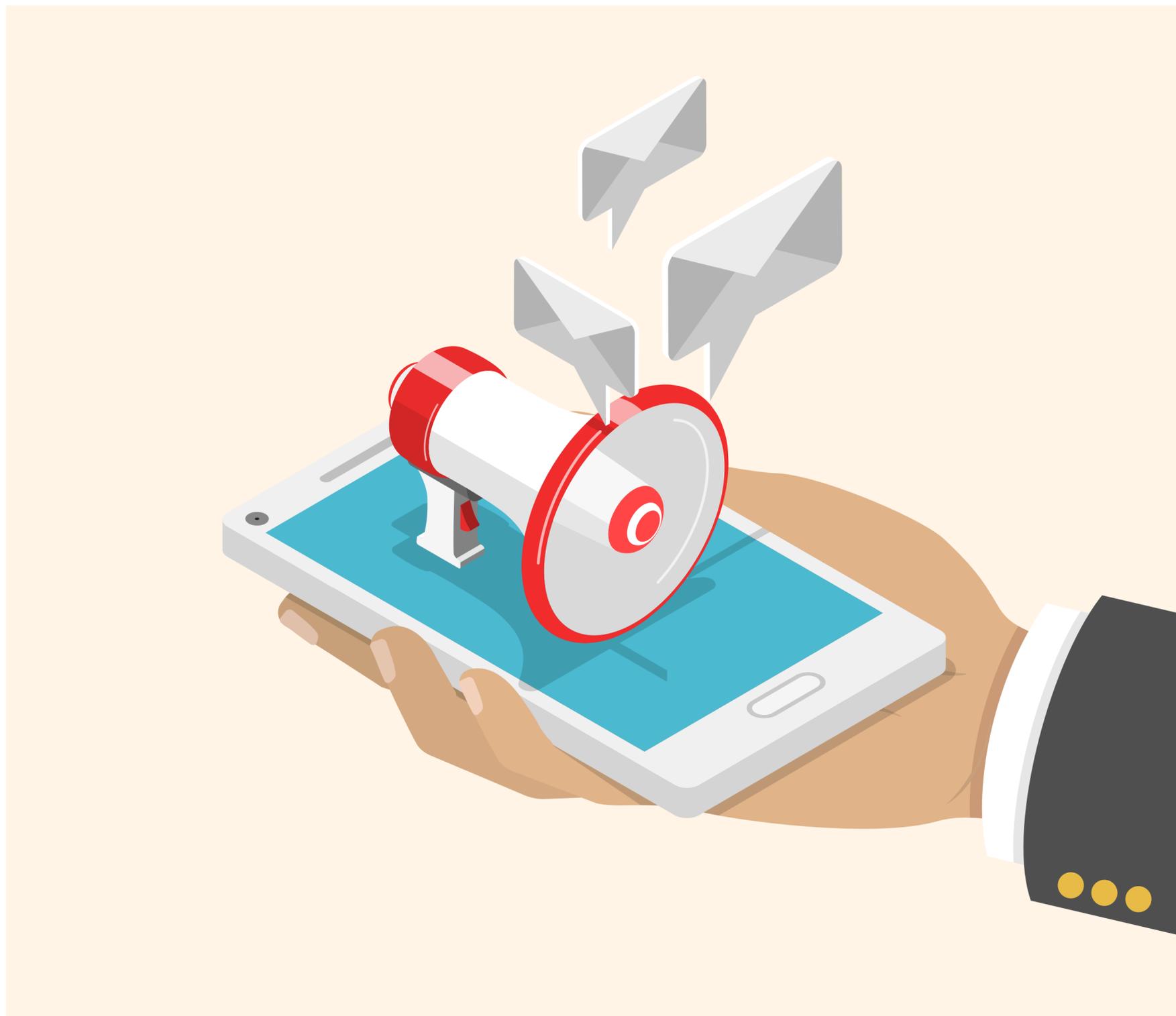
Sem qualquer dúvida, as redes sociais são um grande meio para o marketing digital. Elas reúnem uma enorme quantidade de consumidores em potencial, pessoas de todos os perfis econômicos e sociais. Exatamente por isso, podem ser bem aproveitadas pelo marketing.

Existem muitas redes sociais, como o **Facebook, o LinkedIn, o Instagram e o Twitter**. O ideal é avaliar qual rede atende melhor às demandas da sua empresa e concentra o maior número de clientes em potencial para o seu negócio. Assim, você poderá fazer uma boa escolha.

PÁGINAS DE BUSCA

Outro importante canal para o marketing digital são as páginas de busca ou buscadores, que são **plataformas utilizadas para pesquisas na internet**. O buscador mais popular — e você deve saber disso — é o Google, mas existem vários outros, como o Yahoo e o Bing.

Para o marketing digital, é importante que a página da web da empresa apareça nas primeiras colocações do site de busca, dando mais visibilidade ao negócio. Para tanto, profissionais de marketing usam a mídia patrocinada, **pagando pelas primeiras posições do buscador**.



E-MAIL

Apesar de muitas vezes esquecido, o **e-mail é uma das mais poderosas ferramentas** de marketing digital. Com ele, você pode ter um contato mais direto e autêntico com o cliente, resultando em menos intermediários (e menos custos) ao marketing digital.

Exatamente por isso, muitas empresas optam pela criação de listas de e-mails. São clientes que autorizaram o envio de e-mails com promoções, novidades ou informações da empresa ou do produto vendido. Assim, conseguem estabelecer um relacionamento digital.

BLOG CORPORATIVO

O blog corporativo é um ótimo canal digital para gerar valor para o consumidor, visto que permite a entrega de um conteúdo profundo, autêntico e adequado ao perfil do seu público. Em geral, empresas que utilizam um blog contam com uma **estratégia de marketing de conteúdo**.

Há muitas plataformas que permitem a criação de blogs corporativos sem custos, como o Medium e o LinkedIn. Existe, ainda, a possibilidade de integrar um blog ao site da empresa, o que gera mais visibilidade e melhora o controle de algumas métricas de marketing.

APLICATIVOS DE COMUNICAÇÃO

Outro importante canal para o marketing digital são os aplicativos mobile. Há muitos aplicativos móveis que melhoram o relacionamento da sua empresa com os clientes, como o **WhatsApp Business e o Telegram**, que podem ser facilmente baixados e usados.

Com esses canais, é possível investir em ações individualizadas, até mesmo conversando com os clientes para entender as suas demandas e propor soluções. Assim, torna-se mais fácil criar uma relação íntima, confiável e rápida, o que beneficia tanto a empresa quanto o cliente.



**QUAIS SÃO AS
MÉTRICAS DE
MARKETING
DIGITAL?**

Boas métricas ajudam a entender a qualidade do marketing digital, bem como identificar fraquezas e **corrigir erros**. Portanto, o uso de métricas é um exercício de melhoria contínua, algo essencial. Nos tópicos seguintes, apresentaremos as mais relevantes.



CUSTO POR AQUISIÇÃO DE CLIENTE (CAC)

Essa primeira métrica expressa o quanto você teve que investir em marketing digital para cada cliente que conseguiu converter. Ou melhor, para cada consumidor que comprou algo da sua empresa a partir da ação digital empreendida.

Para calculá-la, basta dividir o investimento total em marketing digital pelo número de clientes que foram obtidos. Ou seja:

$$CAC \text{ (em R\$)} = R\$ \text{ investido} / n^\circ \text{ clientes convertidos}$$

RETORNO SOBRE INVESTIMENTO (ROI)

Outra importante métrica é chamada de ROI, em inglês, um acrônimo para Retorno Sobre Investimento. O seu objetivo é **avaliar o percentual de ganho** em cima de cada investimento em marketing digital, de modo a identificar os melhores que foram feitos.

Para calcular o ROI, basta relacionar o investimento inicial e o retorno obtido. Veja:

$$ROI \text{ (em \%)} = [(ganho \text{ obtido} - investimento \text{ feito}) / investimento \text{ feito}] \times 100$$

CUSTO POR CLIQUE

O custo por clique faz muito sentido para analisar a primeira etapa do seu funil de vendas, que consiste na descoberta do seu produto. Com essa métrica, você pode identificar quanto cada clique custou à sua empresa e, depois, comparar esse valor com outras ações digitais.

O seu cálculo depende da relação entre **número de clientes e valor investido**, como:

*Custo por Clique (em R\$) = R\$ total investido/
nº de cliques na ação digital*

TICKET MÉDIO POR CLIENTE

O ticket médio por cliente é muito útil ao marketing digital, pois ajuda a avaliar quanto cada cliente proveniente das ações digitais deixou na sua organização. Quando maior o ticket, melhor para a empresa e mais convincente a ação de marketing digital foi.

Para monitorá-lo, basta relacionar o número de compradores com o valor das vendas. Veja:

Ticket médio (em R\$) = R\$ total das vendas realizadas/nº de compradores



CONCLUSÃO

Como você pôde observar, marketing digital é um assunto amplo e que pode ser trabalhado de muitas maneiras dentro da sua empresa. Uma coisa é certa: ao utilizá-lo consistentemente, será possível **multiplicar os seus resultados comerciais e financeiros**.

Para tanto, invista na adoção de ótimos canais digitais de comunicação com os clientes. As redes sociais, as páginas de busca e os e-mails são alguns bons exemplos, mas existem vários outros. Avalie o que melhor atende ao orçamento da sua empresa e ao perfil dos seus clientes.

Depois, adote métricas que ajudem a avaliar a qualidade do seu marketing digital. Nesse aspecto, você pode monitorar o Custo de Aquisição de Clientes, o custo por clique e o Retorno sobre Investimento, entre outros números que **ajudem a orientar a sua estratégia**.



No fim das contas, o marketing digital depende de três itens: **criatividade, consistência e disposição**. É preciso ser criativo nas ações, consistente na periodicidade e disposto a tirar as dúvidas dos clientes e negociar vendas. Assim, você terá grandes resultados.



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 ampla experiência de mercado.

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