



REINVENTAR E OBTER FONTES MENOS ONEROSAS

MARKETING EMPREENDEDOR E SUA IMPORTÂNCIA

Além da capacidade de superar os desafios diários, um negócio de sucesso exige competência para adaptar-se às mudanças que acontecem no mercado. Nesse contexto, o marketing empreendedor se apresenta como uma resposta à necessidade do marketing tradicional de se reinventar e obter fontes eficientes e menos onerosas para interação com o público.

Georgia Roncon (*)

O que o torna ainda mais interessante é que o termo não reúne apenas características de publicidade - divulgação de produtos ou serviços -, mas também noções de empreendedorismo. Para inteirar-lo sobre essa nova realidade, elaboramos este guia sobre a importância do marketing empreendedor para os negócios de um modo geral. Quer garantir o sucesso das suas estratégias de comunicação? Então, confira:

O que é marketing empreendedor? - É um conceito que surgiu diante das dificuldades dos pequenos e microempreendedores em ter acesso às noções e ferramentas do marketing tradicional, desenvolvido sob a perspectiva das grandes corporações. Esse é um cenário formado por pessoas com necessidade de saber de tudo um pouco — liderança, marketing, gestão etc. Para tanto, recorrem a recursos mais intuitivos, de fácil utilização e, sobretudo, que demandem menos tempo e dinheiro.

O objetivo do marketing empreendedor é auxiliar os pequenos negócios a conquistar seu espaço em um mercado tão competitivo, mesmo com um orçamento limitado e menos recursos disponíveis, se comparados aos grandes players. As campanhas de comunicação do marketing empreendedor são construídas de modo a destacar os maiores pontos fortes e diferenciais da empresa, enfatizando o seu valor para o cliente.

Muito desse trabalho foi facilitado com a popularização da internet — hoje, é possível divulgar a sua marca pelas mais variadas mídias:

Facebook; Instagram; YouTube; E-mail marketing; LinkedIn, entre outras.

Ao contrário do marketing tradicional, que se inicia com a identificação das carências do mercado, o marketing empreendedor atua primeiramente com a inovação — com uma postura proativa e sem medo de correr riscos.

O segredo é usar um conjunto de técnicas assertivas e a criatividade para estabelecer um atendimento de excelência para o público-alvo.

As ações são planejadas em pequenos passos, baseadas em metas, pessoas e estratégias montadas com metodologias de sucesso. Nesse modelo, o que determina a velocidade de cada procedimento são as exigências dos clientes — algumas vezes, a dinâmica precisará de agilidade, enquanto em outras, será necessário um trabalho de longo prazo.

Quais são os princípios do marketing empreendedor? - Ele está associado a empresas que buscam melhorias e atualização de posicionamento. Independentemente de qual seja o plano adotado, existem alguns princípios que abrangem todos os tipos de empreendimentos. Veja quais são:

Ter criatividade e inovação - Criatividade e inovação estão entre os principais pilares do marketing empreendedor. É preciso alinhar as suas campanhas com a linguagem do público-alvo, de modo que elas despertem a curiosidade e atraiam as pessoas para um envolvimento mais próximo.

Outro aspecto relevante para esses quesitos é a importância de saber direcionar as ações de marketing para os canais de comunicação certos, desenvolvendo ações inteligentes e apropriadas para a mídia na qual elas serão direcionadas. Por exemplo, as campanhas projetadas para o Facebook têm uma dinâmica diferente daquelas estruturadas para o Instagram. É fundamental se atentar a esses detalhes.

Atingir potenciais clientes - Um projeto de marketing só pode ser desenvolvido depois que uma empresa determina vários aspectos sobre seu modelo de negócio, sobretudo as estratégias mais eficientes para atingir potenciais clientes. É preciso deixar muito claro quais clientes serão o alvo e quem são os seus concorrentes.

A partir de uma auto-análise criteriosa, as empresas emergentes são capazes de definir o seu lugar no mercado e estabelecer metas realistas. Isso porque o tipo de negócio que a sua companhia busca afetará diretamente as decisões de marketing. Assim, uma companhia que atua no formato B2B não deve investir em vídeos virais e engraçados no Youtube para atrair clientes profissionais, por exemplo.

Usar a rede de relacionamentos - O marketing por meio de redes de relacionamento nada mais é do que entregar experiências únicas de consumo, a fim de que seus clientes se transformem em verdadeiros embaixadores da marca — uma estratégia de extrema relevância para a prosperidade e sobrevivência de qualquer negócio.

Nesse cenário, a ideia principal é desenvolver ações que ajudem na construção de uma identidade para a marca, criando uma percepção de como ela contribui para a vida das pessoas. E a melhor forma de desenvolver esse objetivo é proporcionando boas experiências de consumo.

Oferecer serviços excepcionais - Nada melhor para promover uma marca do que oferecer serviços excepcionais. Afinal, não adianta ter os melhores recursos de marketing e levar conteúdo de valor à sua audiência, se os produtos ou serviços não refletem a qualidade prometida.

Lembre-se de que, em um mercado tão competitivo, os mínimos detalhes podem fazer toda a diferença na fidelização de um consumidor, e o atendimento de qualidade é uma peça-chave para obter sucesso nessa missão.

Quais são os cases de sucesso de empresas que apostaram no marketing empreendedor?

Hubspot - É uma plataforma que ajuda os negócios pelo mundo todo a desenvolverem estratégias de marketing. Fundada em 2006, a empresa oferece recursos valiosos para gerar leads no seu mercado-alvo com ferramentas online. Dentre as vantagens oferecidas, vale destacar a criação do Website Grader, que fornece uma análise de um site com base em seus recursos de desempenho, SEO e segurança — ou seja, uma espécie de assessoria gratuita para que os empreendedores tenham uma visão da variedade e qualidade dos serviços que eles fornecem ao seu público.

Paytrail - É uma startup finlandesa que objetiva ajudar os clientes a controlar, de forma eficiente, os seus processos de compra. Para isso, ela trabalha com soluções de software baseadas em nuvem. O segredo do sucesso do marketing de entrada desenvolvido pela Paytrail está na escolha das ferramentas certas. Oferecer conteúdo de alta qualidade é um ponto essencial para que suas ações sejam bem-sucedidas. Contudo, se você não conseguir distribuí-lo nos canais certos e acompanhá-lo, não será possível medir os resultados e verificar a sua efetividade.

Isso foi exatamente o que aconteceu com a Paytrail: apesar de contar com boas ferramentas, havia um problema de comunicação. Somente depois de alinhar o seu conjunto, foi possível automatizar as estratégias de marketing e expandir o negócio.

Buffer - O salto do Buffer em direção ao marketing empreendedor teve início quando seus fundadores perceberam que podiam transformar a organização por meio das mídias sociais, implementando um programa dedicado ao desenvolvimento de conteúdo e aliado à criação de uma estratégia coesa.

A execução da ideia começou em parceria com publicações influentes e na oferta de postagens de convidados, o que transformou a empresa em uma referência de credibilidade para o seu público. Isso, graças às postagens de blogs convidados, que foram muito compartilhadas em todas as mídias sociais — e especialmente no Twitter.

Warby Parker - É uma empresa de design de óculos que provou existir uma maneira mais eficiente de crescimento, conseguindo um aumento de 500% nas vendas de seus produtos em um único ano, sem ter gastos com marketing e publicidade durante o seu lançamento.

Para tanto, a marca — que desejava atingir o mundo da elite da moda — começou a publicar o seu conteúdo editorial em revistas de destaque, como Vogue e GQ. Em poucas semanas, foi gerada uma lista de espera de 20.000 pessoas para seus produtos.

Scriver - É uma startup sueca que fornece serviços de dados de assinatura eletrônica premium para clientes em 21 países. Seu sucesso de marketing empreendedor foi alcançado depois que ela enxergou a necessidade de manter as coisas simples, criando uma estratégia que eliminasse a necessidade de atender aos requisitos complexos de seus clientes em potencial.

Ao otimizar seus processos e fluxos de trabalho, a Scriver conseguiu fornecer a seus clientes as informações corretas para orientá-los na direção certa. Além da simplificação de seus processos, essa metodologia também ofereceu uma imagem mais clara da jornada dos seus clientes, influenciando na obtenção de resultados positivos.

Como o mercado reage a empresas que investem em marketing? - Empresas que valorizam o planejamento de marketing têm plena consciência do quão relevante as interações bem executadas são para os resultados do seu negócio e posicionamento da marca no mercado.

O perfil do consumidor está em um processo de constante evolução.

Com isso, quanto mais modernos forem os recursos à disposição da empresa e mais flexíveis as metodologias aplicadas às suas campanhas, maiores serão as chances de se manter alinhado com as expectativas da sua audiência e o potencial de crescimento.

A cultura do marketing empreendedor se baseia, acima de tudo, em uma comunicação mais simples, intuitiva e próxima ao cliente, que está sempre em busca de recursos inovadores. Por esse motivo, é de grande importância investir em conhecimento e acompanhar as mudanças do mercado — isso vai auxiliá-lo a aplicar melhorias no seu negócio de forma bem-sucedida.

Afinal, as ações de marketing devem refletir as circunstâncias reais do cenário enfrentado pela empresa.

(*) - Formada em Letras, com MBA em Gestão Empresarial e Marketing pela FGV, é Co-Founder do ECQ Lifelong Learning e da AGE GROUP. Outras informações: (<https://ecqonline.com.br/>)

