

Black Friday: impulsione as vendas por meio do marketing digital

Com as compras pela internet tendo mais destaque, a Black Friday volta às suas origens tendo como foco as vendas online. Mas, além disso, a previsão é que as compras diminuam devido à situação financeira de muitos brasileiros

De acordo com Alex Vargas, empreendedor digital com 800 mil inscritos em seu canal no YouTube, este é o momento certo para quem deseja vender mais por meio de e-commerce.

“É importante deixar claro para quem deseja impulsionar as vendas, que o marketing digital é a melhor opção não apenas neste, mas em qualquer cenário. É uma forma de usar estratégias para divulgar seus produtos e desenvolver a sua marca que pode criar uma conexão maior com os seus consumidores”, explica. Pensando nisso, o empreendedor aponta dicas práticas para impulsionar as vendas. Confira:

1) Invista em marketing: um dos maiores receios principalmente para quem está começando no mundo das vendas digitais, é investir seu dinheiro em algo que não sabe se irá dar certo ou funcionar. Mas, neste momento de pandemia, o investimento torna-se uma das dicas essenciais para conseguir destacar seus produtos. “Estamos falando sobre crescer e aumentar o número de clientes e, conseqüentemente, aumentar o faturamento. Muitas pessoas ficam limitadas ao tráfego orgânico,

então não há um controle de quando e quantas pessoas irão atingir. Para ter um resultado mais rápido e com mais controle, é importante pensar em investir e reinvestir em marketing. Pode ser um custo, mas vale a pena comparado ao dinheiro que pode começar a entrar”, defende Vargas.

2) Crie campanhas de remarketing no Facebook Ads: essa é uma forma de fazer publicidade online direcionada aos visitantes do seu site. É normal que os visitantes não comprem produtos na primeira visita ao site, então essa é uma ótima opção para exibir produtos visualizados recentemente em forma de patrocínio dentro da rede social. A estratégia pode fazer com que os usuários voltem a visitar o site e, dessa vez, comprem algo. “Quando as pessoas optam por criar campanhas de remarketing, é importante levar em consideração os produtos que têm mais destaque no site. Dessa forma, é mais fácil saber quais os principais interesses dos usuários, além de aumentar as chances de obter boas taxas de conver-



Este é o momento certo para quem deseja vender mais por meio de e-commerce.

são. Além disso, é uma forma de atingir de forma específica não somente quem já visitou o site, mas também pessoas que procuram por produtos relacionados ao que a pessoa vende”, complementa.

3) Aposte em marketing de relacionamento: um dos principais pontos para conseguir mais engajamento, é criar uma relação de confiança com o consumidor para que ele compre da marca e seja fiel a ela. Por conta disso, uma dica essencial é fazer com que o cliente se sint

cativado pelo atendimento, para que sintam-se satisfeitos após a compra. Dessa forma, é mais fácil fazer com que o cliente volte a comprar no mesmo lugar e indique para outras pessoas.

“Hoje em dia, é ainda mais essencial para quem busca impulsionar suas vendas, direcionar as ações para os clientes, fazendo com que eles se sintam valorizados. Isso pode ser feito informando o cliente de ofertas e descontos, criando programas de fidelidade, realizando pesquisa

de satisfação e até mesmo investindo em um serviço de atendimento ao cliente. Essa é uma forma de manter os clientes que já tem e encontrar novos”, explica.

4) Faça marketing de conteúdo: o principal objetivo dessa estratégia é criar e divulgar conteúdos para o público-alvo da empresa, fazendo com que os clientes criem uma identificação com a marca. A criação de conteúdo é outra maneira de atrair novos clientes e gerar grande retorno para o negócio, mas para isso é importante fazer as coisas da forma certa.

“Eu acredito que o principal ponto é montar um conteúdo que tenha consistência, seja em qual for a plataforma utilizada. Essa também é uma maneira de mostrar ao Google que o site tem um conteúdo bom e que atrai o cliente. Além disso, essa estratégia gera valor e aumenta o engajamento da audiência, e também facilita a segmentação da audiência, já que é justamente quando pode se referir ao seu público-alvo de forma personalizada”, conclui o empreendedor. Fonte e mais informações: (<https://www.nucleoexpert.com/>).

Publicidade legal em jornal é obrigação. Tá legal?

Não pode haver dúvida a respeito: publicidade legal deve ser divulgada no Diário Oficial e em jornal de grande circulação editado na localidade em que está situada a sede da companhia. Continua valendo o que diz a lei 6404/76.

Empresas, contadores, administradores devem ficar atentos aos efeitos da perda de validade da Medida Provisória 892, que previa mudanças nestes procedimentos. A MP

caducou no início de dezembro passado e, portanto, volta a valer a legislação vigente.

Achamos importante dar este aviso porque muitos profissionais e empresários ainda não se deram conta desta mudança e podem incorrer nas **punições previstas**.

Traga sua publicidade legal para o jornal **Empresas e Negócios**, uma publicação com 17 anos de tradição, bons serviços e qualidade editorial.

Aproveite também a praticidade de transitar online seus anúncios. O E&N foi o pioneiro entre os jornais privados na certificação digital de suas páginas, seguindo a tendência aberta pelo Diário Oficial.

Fale conosco: **11 3043-4171 / 2369-7611**

Empresas
& Negócios