



Foto de Dominika Roseclay no Pexels

ESTAR NO DIGITAL É ESSENCIAL PARA OS NEGÓCIOS

ESTRATÉGIAS DE MARKETING DIGITAL PARA EMPREENDEDORES



Que o marketing digital é importante para os negócios, todo mundo já sabe. Mas será que as empresas sabem realmente como utilizar esse recurso para trazer resultados reais? Ao longo desse último ano tenho conversado com vários empreendedores e pude perceber que a grande maioria entende que estar no digital é essencial para os negócios. Hoje quem é empreendedor e não utiliza o marketing digital está perdendo tempo e vendas.

Fernanda Milani (*)

Mas também vejo que uma boa parte acredita que ter presença no digital é somente ter um perfil no Instagram ou uma loja virtual. Muitos seguem esse caminho e acabam se frustrando pois não conseguem resultados. O trabalho é exaustivo e muitas vezes não traz nenhum retorno.

Então o que precisamos fazer para realmente ter resultados com o marketing digital? Por onde devo começar para entender qual é a melhor estratégia para utilizar o marketing e conseguir vender mais? Segundo Peter Drucker, o marketing cria e proporciona valor para satisfazer a necessidade do público.

Através desse conceito, podemos perceber que não existe uma fórmula mágica ou uma receita de bolo para seguir, mas sim várias formas de fazer esse papel, ou seja, várias estratégias diferentes que podem variar em formato, conteúdo, linguagem. Em um mundo ideal, devemos combinar várias estratégias para proporcionar o melhor valor a esse público de maneira a posicionar a marca no mercado e conduzir esse potencial consumidor através de um caminho que vai resultar em vendas.

Uma das principais estratégias utilizadas hoje em dia é o inbound marketing. Aqui o objetivo é fazer com que o público chegue até seu produto ou serviço percorrendo um caminho que passa pela atração, relacionamento e conversão (venda), conhecido também como funil de vendas. No inbound marketing os principais pilares são:



Atração

A principal estratégia de atração é a entrega de conteúdo que solucione as dúvidas, dores ou desejos do público. Isso pode ser feito através de site, redes sociais, blogs e landing pages.

Aqui é importante lembrar que não adianta somente produzir o conteúdo, ele deve atingir as pessoas, o que pode ser feito através de anúncios no Google, Facebook/Instagram, LinkedIn ou através de um bom posicionamento orgânico (gratuito) no Google.

Relacionamento

Depois que você chamou atenção do público, é necessário continuar o contato para estreitar o relacionamento e direcioná-lo para conversão, ou a venda propriamente dita. O relacionamento também está baseado na entrega de conteúdo de valor. Nessa fase o conteúdo pode ser um pouco mais aprofundado acompanhando a jornada de consciência do público em relação às dúvidas e problemas que você pode resolver.

Para entregar esse conteúdo utilizamos listas de email, mensagens instantâneas (Whatsapp, Telegram, Messenger) e redes sociais através das lives, por exemplo. É durante a etapa de relacionamento que conseguimos qualificar os leads, identificando quem tem maior chance de comprar.

Conversão

Nessa etapa você pode utilizar a oferta direta do seu produto através das listas de e-mail, Whatsapp, Telegram e também sua equipe de vendas. O lead qualificado, ou aquecido, tem maior chance de comprar. Além da oferta direta, aqui também podemos oferecer as provas sociais (depoimentos), testes ou aulas gratuitas que aumentam a chance da venda.

Fidelização

O inbound marketing não termina na venda. É muito importante manter o relacionamento com seu público depois que ele se tornou seu cliente. Seu objetivo deve ser torná-lo fã da sua marca, fazer com que ele não só volte a comprar mas também atue como um promotor, indicando seu produto ou serviço. Na fidelização as estratégias mais utilizadas são entrega de conteúdo exclusivo, condições diferenciadas e programas de fidelidade.

A escolha das melhores estratégias deve ser feita baseada no conhecimento profundo do público que se deseja atingir, nos objetivos e posicionamento da marca e na análise da concorrência. O conjunto dessas informações aliado a um bom planejamento de ações é o segredo para ter o tão sonhado resultado.