

MARKETING DIGITAL NA

PRÁTICA

MATERIAL DE APOIO DO CURSO

ÍNDICE DE CONTEÚDOS

1. Breve história do marketing
2. Marketing digital ou offline?
3. Identidade visual
4. Instalações físicas
5. Presença digital
6. Site, buscadores e redes sociais
7. Redes Sociais – Quais são?
8. Redes Sociais – Ferramentas de cada rede
9. Tráfego Pago no Marketing Digital
10. Definição e implementação de estratégia
11. Hora de juntar os conceitos
12. Devo contratar uma agência ou freelancer?
13. Atendimento

AULA 1 - BREVE HISTÓRIA DO MARKETING

- Com certeza você já ouviu alguns termos como marketing de conteúdo, inbound marketing, tráfego pago, reels, stories, cronograma de postagens, chat GPT e alguns outros termos dentro desse assunto.
- Para entender as possibilidades e ferramentas atuais do marketing digital é necessário entender conceitos básicos do marketing como área do conhecimento.
- Philip Kotler agrega às bibliografias dessa ciência os conceitos de marketing 1.0, marketing 2.0, marketing 3.0 e marketing 4.0.

- **Marketing 1.0 | “Era dos Produtos” | Se existe oferta, é possível haver vendas**
- **Marketing 2.0 | “Era do Consumidor” | Cliente como ponto central das estratégias publicitárias e comerciais**
- **Marketing 3.0 | “Era do Valor” | Fortalecimento na percepção de suas aspirações e realizações espirituais. Surg. Redes Sociais**
- **Marketing 4.0 | Intensificação do 3.0 com superinformação e disputa por atenção do público.**

- **E por que é importante entender esse contexto?**
- **Erros comuns: investimento inadequado em tráfego pago, perda de tempo em trabalho não direcionado nas redes sociais, expectativas de alinhamentos irreais com marketing.**
- **Pensando no hoje: o marketing offline morreu? Devo investir todos os esforços em marketing digital?**

AULA 2 - MARKETING DIGITAL OU OFFLINE?

- **Marketing é o todo: não apenas suas publicações nas redes sociais, e também, não apenas o uniforme da sua equipe no estabelecimento físico.**
- **Sua comunicação deve ser complementar, não alternativa!**
- **Imagine o caminho do público na aproximação do contato com a sua marca!**

- **Marketing offline não é coisa do passado e não pode ser esquecido.**
- **Clientes continuam sendo clientes, e não métricas!**
- **Mas por onde começar essa conciliação da sua comunicação?**

AULA 3 - IDENTIDADE VISUAL

- **O início da sua unificação da comunicação.**
- **Logo, paleta de cores, tipografia, conceito de design gráfico, conceito criativo, manual da marca.**
- **Funcionalidade: padronizar toda a comunicação visual da sua marca, seja online ou offline.**
- **Por que é importante? Interfere diretamente na PERCEPÇÃO do público sobre a sua marca.**

- **Já teve a experiência de optar por não contratar uma empresa ou não contratar um serviço por não sentir credibilidade de determinada marca?**
- **“Ah, mas minha empresa é pequena, estamos apenas começando, preciso mesmo de uma identidade visual definida?”**
- **Direcionamento de esforços na padronização da identidade visual logo no início otimiza o processo de crescimento e proporciona economia para a empresa.**

- **A identidade visual está relacionada aos arquétipos e posicionamento da marca. Rebranding é uma opção, mas não algo a ser feito constantemente.**
- **Como a identidade visual está relacionada ao marketing digital da sua empresa?**
- **Fortalecimento da percepção da sua marca online.**

AULA 4 - INSTALAÇÕES FÍSICAS

- **Estão relacionadas ao marketing digital?**
- **Estão condizentes com o seu marketing digital?**
- **Fotos e vídeos próprios são muito importantes nas redes sociais**
- **Importância da coerência entre o primeiro contato (via internet) e um segundo contato (presencial)**

- **Ponte para prolongamento de contato com a marca (QR Code, atrativo para redes sociais, marketing participativo).**
- **São atrativos? São adequados (institucional ou comercial, conforme a necessidade do momento)?**
- **O impacto sempre vai existir. Ele será positivo ou negativo na sua empresa?**

AULA 5 - PRESENÇA DIGITAL

- **O que é presença digital?**
- **Por que é importante?**

- **O que é presença digital?**
Inserir a sua marca no ambiente digital (internet) de forma adequada.
- **Por que é importante?**
Alto e crescente consumo da internet pelo público geral

- **O que devo considerar antes de começar a construir minha presença digital? Os OBJETIVOS da sua empresa.**
- **Uma presença não pode ser neutra. Como quero me portar nas redes sociais?**
- **Quais informações devo disponibilizar sobre a minha empresa? Quais informações meu público espera encontrar?**

- **Por onde começar minha presença digital?**

Google Meu Negócio, site, redes sociais relevantes para o seu negócio, marketplaces, blogs relacionados, canais de conteúdo em vídeo, streamings de áudio, etc.

- **Palavra-chave: ADEQUAÇÃO**

AULA 6 - SITE, BUSCADORES, REDES SOCIAIS

- **O que é um site? Minha empresa precisa de um site?**
- **Quais informações ou funcionalidades devem estar presentes no meu site?**
- **Preciso contratar um profissional para elaborar meu site? Quais opções eu tenho?**

- **O que é um buscador? Como faço para posicionar minha marca em um buscador? Search Engine Optimization (SEO).**
- **Google Meu Negócio: uma importante vitrine do seu negócio na internet! (e outras funcionalidades no Google).**
- **Redes sociais: um mar a ser desvendado no seu descobrimento da presença digital.**

AULA 7 - REDES SOCIAIS - QUAIS SÃO?

- **O que são redes sociais?**
- **Como devem ser usadas? Redes de relacionamento.**
- **O maior erro na utilização de redes sociais para o seu negócio!**

Quais são as redes sociais? | Facebook

- **O Facebook é uma plataforma de mídia social que oferece uma ampla gama de recursos e opções em um único local. Sua utilidade é diversa, abrangendo desde a promoção de negócios até a oportunidade de se conectar com pessoas, estabelecer relacionamentos com amigos e familiares, além de se manter informado sobre diversas temáticas.**
- **A popularidade do Facebook continua em alta, sendo a escolha predominante da população global, contando com mais de 2,95 bilhões de contas ativas em todo o mundo. No Brasil, especificamente, há cerca de 109 milhões de contas ativas nessa plataforma.**

Quais são as redes sociais? | Instagram

- O Instagram se tornou a terceira rede social mais popular no Brasil em 2023, com 113,5 milhões de usuários, de acordo com a We Are Social e a Meltwater.
- Ter uma conta no Instagram oferece a oportunidade de promover conteúdo visual e humanizar a marca, revelando os bastidores e outros aspectos relevantes. É importante criar uma biografia detalhada para destacar o seu negócio.

Quais são as redes sociais? | Instagram

- O Instagram está cada vez mais concentrado em facilitar compras e vendas diretamente na plataforma, ampliando suas opções para os usuários.
- São várias as opções dentro da rede: Feed imagem única, feed carrossel, Stories, Stories Close Friends, Reels, Direct.

Quais são as redes sociais? | LinkedIn

- O LinkedIn, uma rede social para profissionais, está se assemelhando cada vez mais a outros sites do mesmo tipo, incluindo recursos como vídeos, fotos e transmissões ao vivo. No entanto, a diferença está no foco nos contatos profissionais em vez de amizades, e nas empresas em vez de páginas.

Quais são as redes sociais? | LinkedIn

- Uma característica distintiva são as comunidades, que reúnem pessoas interessadas em temas, profissões ou mercados específicos. O LinkedIn é amplamente utilizado por empresas para recrutamento, troca de experiências profissionais em comunidades e atividades relacionadas ao mundo corporativo.
- A crise causada pela pandemia nos últimos anos levou muitas pessoas a entrar no LinkedIn em busca de oportunidades de emprego.

Quais são as redes sociais? | LinkedIn

- Conseqüentemente, a rede social cresceu e se tornou a sexta mais utilizada no Brasil, com 63 milhões de usuários ativos.
- Entre 2020 e 2023, houve um crescimento significativo de pouco mais de 25%, mostrando o crescente interesse dos profissionais brasileiros na plataforma.
- Globalmente, o LinkedIn conta com mais de 900 milhões de pessoas cadastradas em sua plataforma.

Quais são as redes sociais? | TikTok

- O TikTok, após um período de sigilo, agora divulga relatórios para anunciantes, revelando mais de 82 milhões de usuários brasileiros com mais de 18 anos, que representam um potencial para impacto por meio de anúncios.

Quais são as redes sociais? | TikTok

- Esses números não incluem os milhões de adolescentes que utilizam o aplicativo, mantendo parte do mistério em relação ao total de usuários no Brasil.
- Em escala global, o aplicativo da ByteDance, TikTok, teria alcançado a marca de 1 bilhão de usuários em 2023.

Outras plataformas importantes | WhatsApp Business e YouTube

- O WhatsApp é a rede social de mensagens instantâneas mais popular no Brasil, com uma ampla base de usuários. Pesquisas indicam que cerca de 93,4% dos usuários de internet brasileiros, entre 16 e 64 anos, utilizam o aplicativo, totalizando entre 147 milhões a 169 milhões de usuários.
- O WhatsApp é amplamente utilizado pelos brasileiros como uma forma de comunicação e acesso à informação. Muitos consideram o aplicativo como "a internet" e diversas empresas estão aproveitando sua popularidade para se conectar com os clientes e fornecer atendimento personalizado.

Outras plataformas importantes | WhatsApp Business e YouTube

- **O YouTube é a segunda rede social mais utilizada no Brasil, com aproximadamente 142 milhões de brasileiros assistindo e compartilhando vídeos regularmente. O canal possui um amplo alcance e é conhecido por seus conteúdos diversificados, desde animações infantis até canais musicais populares.**
- **Com mais de 2,51 bilhões de usuários ativos e mais de 1 bilhão de horas de vídeos assistidos diariamente, o YouTube se estabeleceu como a principal plataforma de compartilhamento de vídeos online. É uma excelente opção para empresas que desejam distribuir conteúdo de forma eficaz e alcançar um público amplo.**

AULA 8 - REDES SOCIAIS - FERRAMENTAS DE CADA REDE

- **Principal conglomerado de redes sociais – Meta**
- **Importante: vinculação entre Facebook e Instagram**
- **Ferramentas do Instagram: Post no Feed (localização, post em collab)**
- **Ferramentas do Instagram: Post no Story (caixinhas de perguntas, localização, GIFs, música, marcação de perfis)**
- **Ferramentas do Instagram: Post no Reels**

- **Ferramentas do Instagram: Lives**
- **Ferramentas do Facebook: Post no Feed**
- **Ferramentas do Facebook: Post nos stories**
- **Ferramentas do Facebook: Marketplace**
- **Ferramentas do Facebook: Grupos**
- **Ferramentas do Facebook: Facebook Watch e Lives**

- **Ferramentas do Facebook: Página da empresa**
- **Ferramentas do WhatsApp Business: Link na bio**
- **Ferramentas do WhatsApp Business: Cardápio ou lista de serviços**
- **Ferramentas do WhatsApp Business: Mensagem de ausência/boas vindas**
- **Ferramentas do WhatsApp Business: Localização**
- **Ferramentas do WhatsApp Business: Horário de atendimento**

AULA 9 - TRÁFEGO PAGO

- **Muito se fala, mas de forma simples, o que é?**
- **Como pode ser feito? (Diversas plataformas ADS. Uma das formas mais otimizadas é o Meta Business Suite, gerenciador que reúne Instagram, Facebook e está inserindo até mesmo o WhatsApp!)**
- **Por onde começar? (Precisa ter uma página no Facebook, um Insta vinculado e um WhatsApp Business vinculado. Todas as vinculações você pode conferir como fazer no link do material dessa aula. Depois disso, basta seguir com a criação de um gerenciador de negócios, que também estará nos materiais dessa aula.)**

- **Tendo todos esses pontos definidos e concluídos, chegaremos à parte de entender como funciona a criação de um anúncio.**
- **Parte Técnica vs. Mensagem**
- **Anúncio = Elaboração técnica + Mensagem**
- **Precisa necessariamente de um conjunto duplamente elaborado para que o investimento valha a pena.**
- **É uma ação planejada, pode dar ótimos resultados quando bem estruturada.**

- **Esteja de olho nas atualizações constantes!**
- **No Facebook (e Instagram), por exemplo, mudanças são constantes quanto à ferramenta de anúncios.**
- **Muitas variáveis estão inseridas na previsão de desempenho e resultado das campanhas (valor do clique, palavras saturadas, por exemplo).**
- **Recomenda-se acompanhar um profissional ou canal de informações no planejamento.**

- **Como construir a mensagem?**
- **Não é sobre o que você mais gosta ou sobre o que você quer vender. É sobre qual é o interesse do público.**
- **Mensagem clara, texto sucinto, arte atrativa e cativante, CTA objetivo e bem definido.**

- **Pontos importantes na construção da mensagem:**
 1. **Foque no objetivo: para onde seu público deve ser direcionado?**
 2. **Como orientar seu público a fazer a ação desejada?**
 3. **O que torna isso atrativo ao seu público?**
 4. **Seja objetivo, didático e claro neste momento!**

- **Resumindo:**
- **Antes de fazer um anúncio patrocinado, faça um bom planejamento;**
- **Defina seus objetivos, verifique sua verba, escolha os canais e estude os recursos atualizados**
- **Elabore a mensagem com atenção em todos os pontos citados anteriormente;**
- **Acompanhe o desempenho do anúncio;**
- **Lembre-se de, ao final, analisar os resultados obtidos.**

AULA 10 - DEFINIÇÃO E IMPLEMENTAÇÃO DE ESTRATÉGIA

- **Por que uma estratégia é necessária?**
- **Por onde começar? (Objetivos)**
- **Definições básicas: público-alvo, posicionamento da marca e recursos disponíveis**
- **Definição da estratégia: alinhamento sobre como chegar, através do marketing, até o seu objetivo**

- **Implementação da estratégia: estabelecimento e cumprimento de cronograma de ações da estratégia. Priorização correta das ações, constância na realização e análise do andamento da estratégia.**
- **Recursos que podem auxiliar no planejamento: Google Agenda, Google Drive, Trello, Notion. Na análise: Painel “Insights” das redes sociais, Google Analytics.**

AULA 11 - OTIMIZANDO SUA ROTINA!

- **Como vemos, existe muito o que fazer para um trabalho que valha a pena no marketing digital da sua marca.**
- **Toda ajuda efetiva para facilitar e agilizar os processos é bem-vinda!**
- **Considere inserir as Inteligências Artificiais na sua rotina para salvar tempo e otimizar resultados!**
- **Exemplo de IA para começar a experimentar: Chat GPT.**

AULA 12 - DEVO CONTRATAR UMA AGÊNCIA OU FREELANCER?

- Cada profissional conhece muito bem sua área específica de atuação.
- Quais seriam as percepções e sugestões de um profissional de marketing sobre a sua empresa?
- Você tem conseguido manter constância, qualidade e coerência na comunicação da sua empresa?
- Avalie sua demanda. Lembre-se: Profissionalize seu marketing, mas não abra mão do acompanhamento da estratégia

- **Quais suas metas e objetivos com sua empresa?**
- **Bill Gates não é o responsável pessoal do marketing da Microsoft.**
- **Faça um bom planejamento para o investimento com marketing na sua empresa. A área está em constante evolução, com novos recursos e novas formas de custos. Contar com um profissional capacitado pode otimizar seus resultados reduzindo suas despesas e potencializando seus lucros!**

AULA 13 - ATENDIMENTO

- **A estratégia de marketing não termina quando seu cliente chega até você!**
- **No contato pessoal presencial ou online, sua marca é coerente com a comunicação que está sendo trabalhada pelo marketing?**
- **Como já dissemos, o marketing vai muito além do seu cartão de visita ou do seu perfil no Instagram. Trata-se da experiência do público com a sua marca.**

- **Invista tempo em alinhamento do marketing com o atendimento da sua empresa.**
- **Esteja atento aos canais de avaliação no Google, Reclame Aqui, Facebook e nos comentários do Instagram, bem como nos feedbacks pelo WhatsApp.**
- **Mantenha-se atento sobre como otimizar e melhorar cada vez mais a relação marca-cliente.**

LINKS ÚTEIS:

Como conectar uma conta do WhatsApp Business a uma Página do Facebook:

https://faq.whatsapp.com/696845041357696/?locale=pt_BR

Como Vincular Facebook e Instagram:

<https://www.facebook.com/business/help/414486845999907?id=332010350818053>

Como Criar um Gerenciador de Negócios:

<https://www.facebook.com/business/help/1710077379203657?id=180505742745347>

Chat GPT: <https://chat.openai.com>