

**QUAL É A SUA PRESENÇA NO DIGITAL?**



**COMO É A SUA PRESENÇA NO DIGITAL?**

# O MARKETING

Tem como objetivo reduzir o esforço de venda.

## A premissa de Kotler

“O marketing está se tornando uma batalha mais baseada em informações do que uma batalha baseada no poder de vendas.”

### ANTES Economia do ÁTOMO



NETFLIX ORIGINAL

sense 8

AGORA  
Economia do BIT

NETFLIX

BASEADO NO BEST SELLER

Por  
que  
uma  
menina morta  
mentiria?

UMA SÉRIE ORIGINAL NETFLIX

13 REASONS WHY ▶

31 DE MARÇO | NETFLIX

UBER



# COMO?

## CRIANDO COMUNICAÇÃO

Mensagem



A través de  
pesquisa



Banco de dados  
Entrevista popular

Canal



Canais



TV  
Rádio  
Impressos

Receptor



Colhendo  
Feedbacks



Pesquisa Popular  
Procura no ponto de venda  
Feedbacks mais lentos

# COMO?

## CRIANDO COMUNICAÇÃO

Mensagem



A través de  
pesquisa



Banco de dados  
Entrevista popular  
Yahoo - Google  
Youtube - Comentários  
Facebook - Concorrência

Canal



Canais



TV  
Rádio  
Impressos  
INTERNET  
compra de tráfego BLOGS  
Mídias sociais  
Influenciadores digitais

Receptor



Colhendo  
Feedbacks



Pesquisa Fopular  
Procura no ponto de venda  
Feedbacks mais lentos  
Leads - Comentários  
Curtidas - Menções  
Re-postagens

# PORQUE FAZER MARKETING DIGITAL?





# MERCADO DIGITAL NO BRASIL

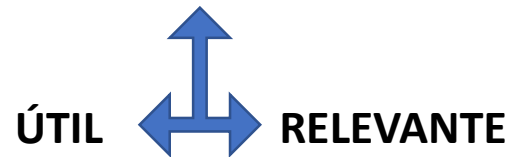
Somos, aproximadamente,  
**139 milhões de internautas**  
tupiniquins;  
**Metade da população**  
brasileira acessa a internet  
por dispositivos móveis;  
**58%** dos brasileiros utilizam  
redes sociais;  
Gastamos, em média,  
**8h56m diárias conectados,**  
**3h43m nas redes sociais.**

# INBOUND MARKETING

=

MARKETING DE RELACIONAMENTO

OBJETIVO - ATENÇÃO DO CONSUMIDOR



**ATRAIR**

Site  
Blog  
Videos  
Instagram  
Youtube  
Google  
Outras mídias

INTERROMPER **≠** ATRAIR

Em terra de internet,  
quem tem um bom conteúdo é

**REI**

# O CONTEÚDO MANDA

PESQUISA = SER ENCONTRADO PELO GOOGLE, CONSTRUINDO CONTEÚDOS DE VALOR

FONTES DE PESQUISA



YAHOO!





Pesquisa Google

Estou com sorte

Google AdWords

- Home
- Campaigns
- Opportunities
- Tools and Analysis
- Billing
- My account
- Help

Keyword Planner  
Add ideas to your plan

Your product or service

Get ideas

Modify search

Targeting

- United States
- English
- Google

Customize your search

- Keyword filters**  
Avg. monthly searches  $\geq 0$   
Avg. CPC  $\geq \$0.00$
- Keyword options**  
Hide keywords in my account  
Hide keywords in my plan  
Show trademark ideas

Include/Exclude

Ad group ideas    Keyword ideas

Ad group (by relevance)	Keywords	Avg. monthly searches	Competition	Avg. CPC
Keywords like: Best Hotels I...	best hotels in cabo, hotels in...	14,800	High	\$2.07
Keywords like: Hotel Riu Ca...	hotel riu cabo san lucas, riu ...	14,800	Medium	\$0.98
Lucas Hilton (2)	hilton cabo san lucas, hilton ...	1,900	Medium	\$0.28
Top Hotels (19)	top hotels in cabo, top hotels...	320	High	\$0.87
Hotel Me (10)	me hotel cabo, me hotel cab...	1,600	High	\$1.06
Keywords like: Riu Palace C...	riu palace cabo, hilton cabo, ...	90,500	Medium	\$0.48
Hotel Bahia (8)	bahia hotel cabo, bahia hotel...	880	Medium	\$1.09
Hotel Map (23)	map of hotels in cabo, cabo ...	1,300	Medium	\$0.62
Esperanza (8)	esperanza hotel cabo, hotel ...	5,400	Low	\$0.23
Dream Hotel (8)	dreams hotel cabo, dreams ...	210	High	\$0.66
Hotels 5 (15)	5 star hotels cabo san lucas, ...	2,900	High	\$1.93
Solmar (5)	solmar hotel cabo, solmar ho...	480	High	\$0.86
Deals All (42)	cabo all inclusive deals, cab...	6,600	High	\$1.49

Your plan  
Saved until May 27, 2013

Bid range  
\$0.00 - \$30.00

Daily estimates  
0.00 - 7.11 Clicks  
\$0.00 - \$23.00 Cost

Ad groups: 1

Mexico Hotels (23)

Get estimates and review plan

Trends

YouTube Search Interest: madonna, adele. Worldwide, Jan 2008 - Mar 2013.



Explore trends

Hot searches

Search terms

Madonna

Adele

+ Add term

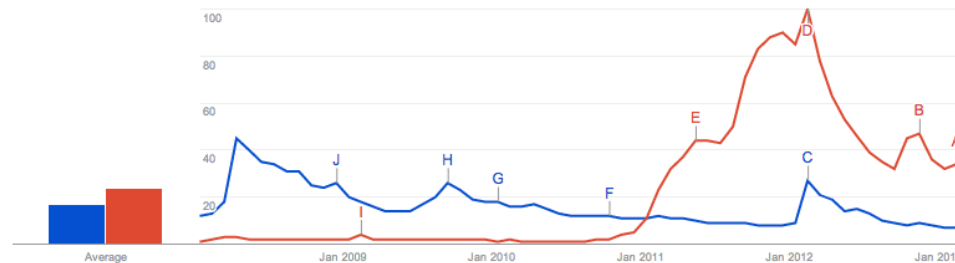
Other comparisons

Limit to

Interest over time

The number 100 represents the peak search volume

News headlines    Forecast

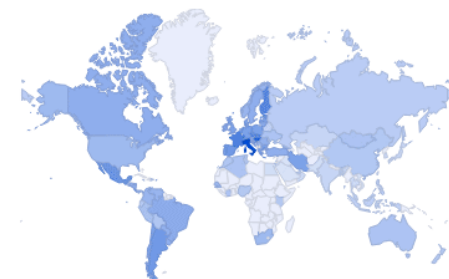


Embed

madonna

adele

Regional interest



0 100

Region | City

Embed

Related terms

Top    Rising

britney madonna	100
lady madonna	100
madonna justin	90
madonna music	90
madonna 4 minutes	85
madonna live	85
4 minutes	85
madonna celebration	85
celebration	85
isla bonita madonna	80

Embed

Google  
Keyword Planner

# YAHOO!

Yahoo Search

I'm Feeling Lucky



amanda

Perguntas respondidas

[Mostre-me outra »](#)

**Eu estou com um buraquinho que da pra ver o osso no calcânhar, será que eu posso comer comida japonesa?**

3 meses atrás

[Denuncie](#)

Educação e Referência > [Nível Superior](#)

[Seguinte >](#)

te essa ulceração no



## O que é ARQUITETURA ?

tenho muita vontade de fazer faculdade de arquitetura, mas não sei direito como funciona...  
Queria sabe como é que funciona o estudo de arquitetura...  
dizendo em outra palavras..  
O que é Arquitetura... ???

Obs: nada de copiar do wikipedia...



2 seguindo



12 respostas

[Denuncie](#)



[Pensando em montar um site?](#)

.COM, .COM.BR, .VIP, .CLUB. ? Encontre já

GoDaddy Sponsored

Ads

[Kit 5 garrafas com 61% Off - R\\$129,90](#)

Somente hoje: kit com 5 garrafas com 61% de desconto, de R\$ 329,90 por apenas 129,90! Aproveite!

Evino - Beba com moderação Sponsored

[Tesouro Direto sem Taxa de Administração](#)




Você sabia que Tesouro Direto rende mais que a Poupança? Invista a partir de R\$ 30,00. Conheça as vantagens de investir em Tesouro Direto.

Ativa Investimentos Sponsored








Q steve Cancel

TOP PEOPLE TAGS PLACES

-  **stevemccurryofficial**  
Steve Curry • 1m followers
-  **stevemadden** ✓  
Steve Madden • 1.3m followers
-  **iamsteveharveytv** ✓  
Steve Harvey • 1.6m followers

← Q steve X

TOP PEOPLE TAGS PLACES

-  **stevemccurryofficial**  
Steve Curry
-  **iamsteveharveytv** ✓  
Steve Harvey
-  **stevemadden** ✓  
Steve Madden
-  **officiallysteveo** ✓  
Steve-O
-  **agentsteven**

← Q | Pesquisar

PRINCIPAIS    PESSOAS    MARCAÇÕES    LOCAIS

← | Q | Pesquisar

≡    👤    #    📍

# facebook

**Jools Holland** Musician/Band · 23,481 like this

- Photos of **Jools Holland**
- Pages about **Jools Holland**
- My friends who like **Jools Holland**

facebook **#ProtestosSP**

**Hashtag**

- #ProtestosSP Hashtag
- #ProtestosSp Hashtag
- #protestosSP Hashtag

**Páginas**

- SPC Protesto**  
Consultoria/Serviços empresariais  
195 curtiram isso · 3 falando sobre isso
- Anonymous - Assis/SP**  
Organização comunitária  
115 curtiram isso · 2 falando sobre isso
- Tabelionato de Notas e Protesto de Brodowski/SP**  
Brodowski · Jurídico/Ei  
46 curtiram isso · 3 falando sobre isso
- 1º Cartório de Notas e Protesto de Araçatuba/SP**  
Empresa  
9 curtiram isso · 1 falando sobre isso

Veja mais resultados para #ProtestosSP  
Exibindo os 7 principais resultados

Página inicial

See more results for "Jools Holland"


0 aniversário de **Cláudia Guimarães** é hoje


2 eventos essa semana

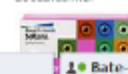
**Donato Andrade** curtou você

1 solicitação de **Carol Lima**

Patrocinado criar anúncio

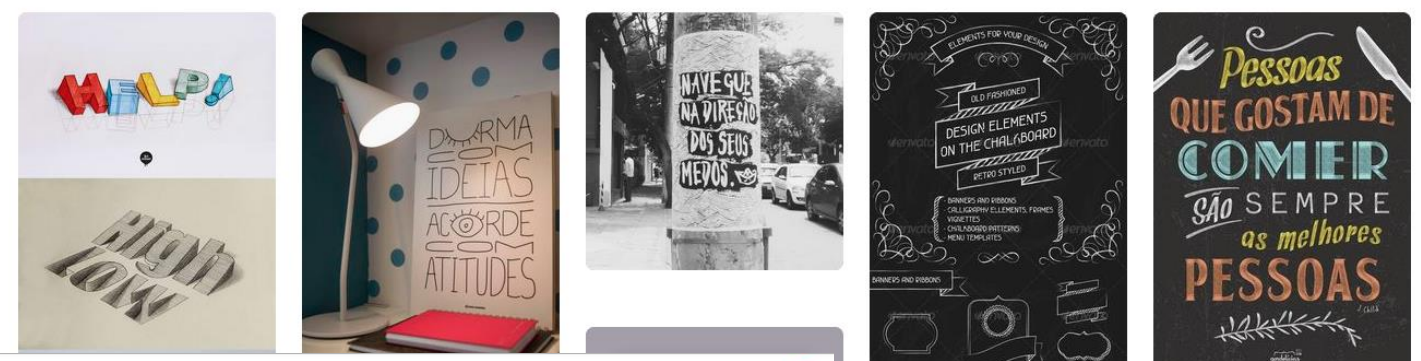
**Circus Rock Bar**  
Nesta sexta mais um Circus Of a Down invade o Circus Rock Bar e a gente quer saber: Qual n...  
  
520 curtiram isso · 536 comentaram · 113 curtiram

**Emerging Leaders**  
executive.education.insead.edu  
Find your voice, improve your impact with INSEAD's Management Acceleration Programme  


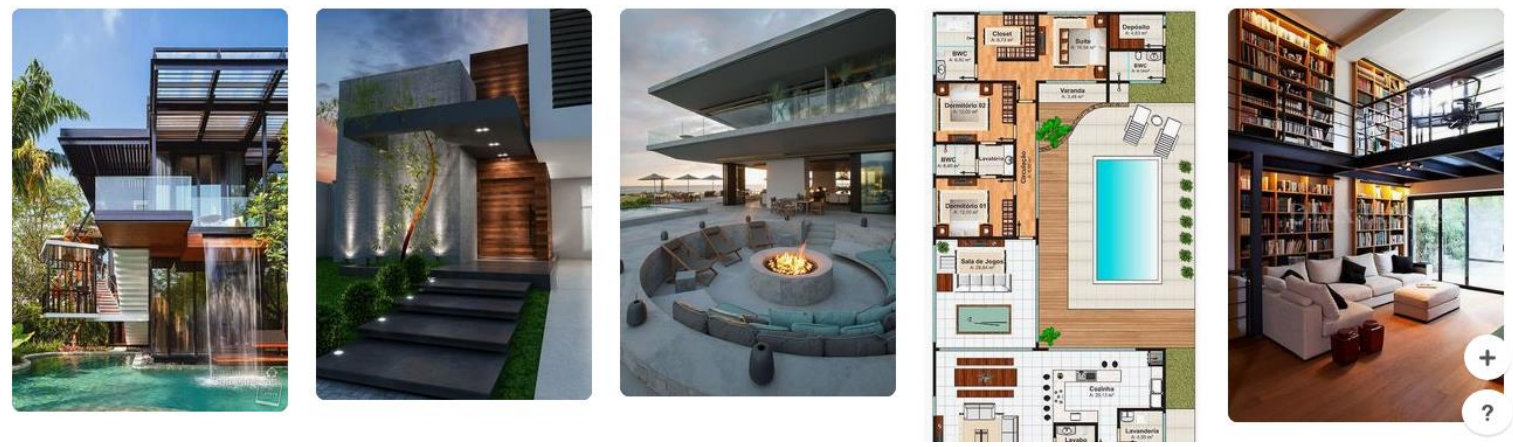
**eÓtica**  
eotica.com.br  
R\$ 55,90 | Kit SoftLens StarColors II  


**Rafael Andrade** · **Bate-papo** - (49)





- Projeto
- Residencial
- Ideias
- Banheiro
- Sustentavel
- Criativa
- Prancha
- Brasileira
- Croqui
- Desenho
- Anfiga
- Madeira



USE DE:

Grande história pessoal:

Fale de você e faça o seu público se conectar a você.

## Como tornar o conteúdo mais atrativo?

TÍTULOS MATADORES

PEP – PALAVRA EXTREMAMENTE PODEROSA

USE LISTAS

USE A PALAVRA VOCÊ

O CONTEÚDO DEVE GERAR COMPARTILHAMENTO

# 6 PILARES DO MARKETING DIGITAL

## Pilar 1

### SEU CONHECIMENTO SOBRE MARKETING

- 1 Qual é a solução que o seu serviço oferece?
- 2 Quais os benefícios dos seus serviços aos olhos dos seus clientes e possíveis clientes?
- 3 Como você quer ser visto pelo seu mercado?

## Pilar 2

### AUDIÊNCIA E COMUNICAÇÃO SAIBA PARA QUEM VOCÊ COMUNICA

**1** Qual é o público principal deste serviço? *(Gênero, idade, mora em qual cidade, quais os interesses dela em relação ao seu produto?)*

**2** O que ele lê? Quem os influencia? Que página ele curte?

**3** O que este público ainda não sabe sobre a solução que seu produto dá e que seria interessante?

## Pilar 3

### FERRAMENTAS

### QUAIS OS CANAIS QUE VOCÊ USA?

## Então vamos verificar sua presença

1 - Faça uma busca no Google como se fosse uma pessoa que precisa de uma solução sua, mas que ainda não te conhece. Como este cliente de buscaria? Quais palavras ele usaria? (Não vale colocar o nome da sua empresa)

2 - Você está presente no Instagram? ( ) Sim ( ) Não

3 - Está presente no Facebook com uma página profissional? ( ) Sim ( ) Não

4 - Está presente no YouTube? ( ) Sim ( ) Não

5 - Está presente no LinkedIn? ( ) Sim ( ) Não

6 - Tem um site que aparece no Google ( ) Sim ( ) Não

7 - Se comunica por e-mail com clientes ( ) Sim ( ) Não

8 - Se comunica com clientes por Whatsapp? ( ) Sim ( ) Não

9 - Faz vídeos sobre seus produtos ou serviços? ( ) Sim ( ) Não

## Pilar 4

### LISTAS

#### Aqui vão algumas perguntas para você:

1 - Você tem uma lista de clientes? (  ) Sim (  ) Não

2 - Você tem os e-mails dos seus clientes? (  ) Sim (  ) Não

3 - Você capta informações de interessados nos seus produtos ou serviços? (  ) Sim (  ) Não

4 - Quais informações de qualidade você tem sobre seu público?

Você acredita que seu público gostaria de receber dicas e orientações sobre seus serviços antes dele adquirir?

Quais as perguntas que seus possíveis clientes mais fazem para você antes de fechar negócio?

Quanto tempo em média uma pessoa demora para se tornar seu cliente?

O que você acredita que poderia ser um conteúdo muito interessante que deixaria seu potencial cliente com muita vontade de adquirir o seu serviço/produto e uma vez ele tendo este conteúdo, você passaria a ser uma referência para ele?

# Pilar 5

## TRÁFEGO E ESTRATÉGIAS

Em quais MÍDIAS você acredita que seu potencial cliente está ou pode te procurar?

Facebook

Instagram

Snapchat

LinkedIn

Youtube

Whatsapp

Google

TripAdvisor

Telegram

Pinterest

Twitter

Google

Waze

Outras \_\_\_\_\_

Você já fez anúncios nestas mídias? Quais?

## Pilar 6

### VENDAS PERSUASIVAS QUEBRE OBJEÇÕES

- 1 - Quais dicas e orientações que seu público deveria receber para entender melhor o seu produto ou serviço?
- 2 - Qual conteúdo muito interessante que você poderia dar, que seria praticamente uma consultoria sobre o uso dos seus produtos ou serviços? (Tem que ser um conteúdo tão bom, que as pessoas pagariam por isso).
- 3 - Quais as perguntas que seus possíveis clientes mais fazem para você, antes de fechar negócio?
- 4 - Quem são as pessoas que influenciam o seu cliente numa decisão de compra? E quem decide a compra?
- 5 - Quais as garantias que seu comprador tem e fica sabendo antes de comprar?



# FERRAMENTAS DIGITAIS PARA COMEÇAR OS TRABALHOS



# DESCUBRA A SUA PERSONA



# COMO DESCOBRIR A **PERSONA** CHECKLIST LINHA EDITORIAL?

- Qual é o problema do público?
- O que o público precisa?
- Quais são os seus medos?
- O que ele acredita?

## PESQUISE A CONCORRÊNCIA

- Quais os principais concorrentes?
- Como está a presença online deles?
- Se está boa, como eles estão trabalhando?
- Quais os conteúdos do site geram mais visitas para ele?

## PESQUISE OS SITES BEM POSICIONADOS COM O SEU ASSUNTO

- Como ele trabalha o seu conteúdo?

# LINHA EDITORIAL



## CALENDÁRIO EDITORIAL

Quais conteúdos seriam interessantes para o seu público?

### LEIA OS COMENTÁRIOS

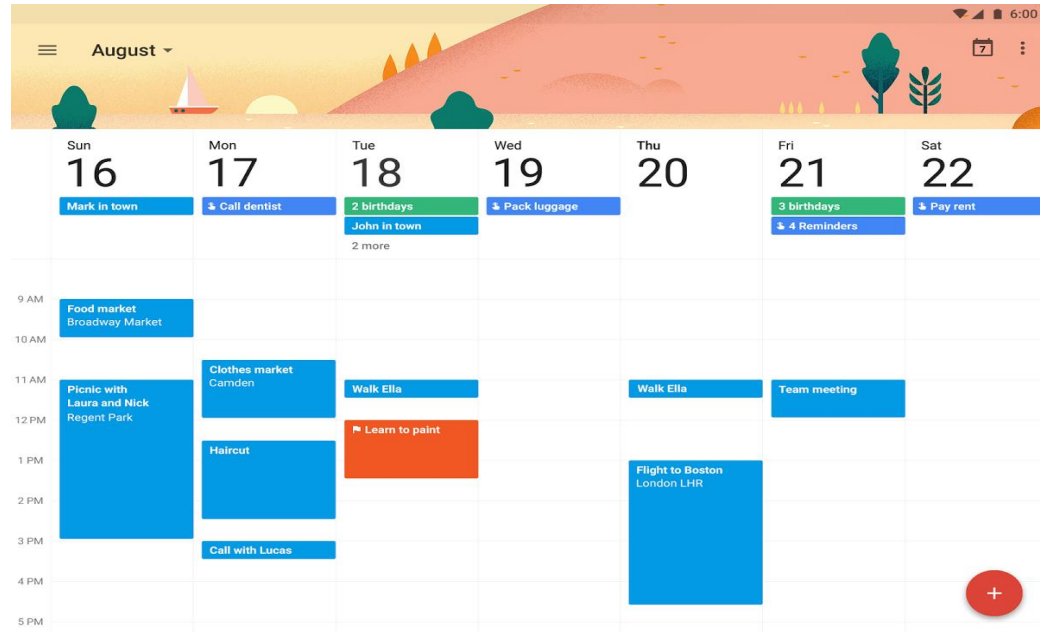
- O que as pessoas estão perguntando?
- Como elas estão reagindo ao conteúdo?

### CONFIRME AS INFORMAÇÕES

- O que o cliente te disse faz sentido diante dos resultados?
- O que você acredita que o público quer saber, tem volume de busca?
- Se tem volume de busca, é o seu público que pesquisa?



# Trello



# WEB-SITE



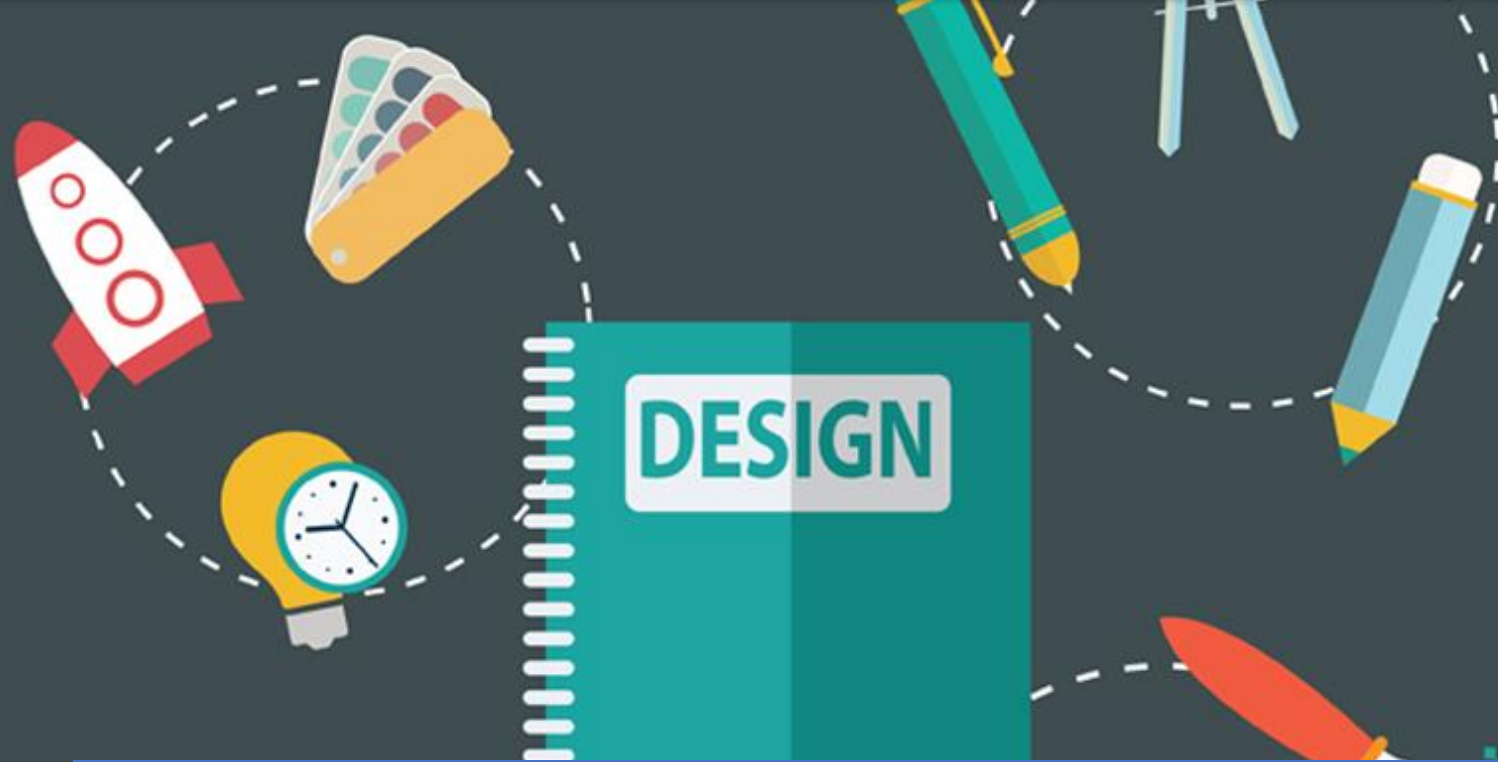
## Veja algumas estatísticas abaixo sobre Usabilidade:

- **40%** das pessoas abandonam uma página da web se ela demorar mais que três segundos para carregar;
- **46%** dos usuários móveis relataram ter dificuldade de interagir com uma página web, e **44%** reclamaram que a navegação era difícil;
- **94%** das pessoas tem uma impressão ruim de um website somente pelo seu design



# O PODER DO DESIGN

O QUE STEVE JOBS, APPLE E A MINHA  
AVÓ ME ENSINARAM SOBRE DESIGN,  
FOCO E SIMPLICIDADE



E-COMMERCE, BLOG, WEB-SITE

*Conhecer + Confiar + Gostar = Vendas*



CORES



# LARANJA

Equilíbrio – Entusiasmo - Estimulante

The background features a vibrant purple bokeh effect with numerous out-of-focus light spots. A dark, vertical, textured line runs down the center of the image, creating a sense of depth and focus.

# ROXO

Sabedoria - Criatividade - Intuição

# VERMELHO

Emoção - Perigo - Urgência



# AMARELO

Energia - Confiança - Estimulante

# GATILHOS MENTAIS

Aumente a persuasão

Porque todas as nossas decisões são tomadas, primeiro, no inconsciente, e só depois vêm à consciência, normalmente acompanhadas de uma justificativa racional.

Um estudo realizado pela Associação Americana para o Avanço da Ciência (AAAS) mostrou que o ato de escolher pode ser dividido em três partes:

1. Seu cérebro decide o que você vai fazer;
2. Essa decisão aparece na sua consciência, o que transmite a sensação de que você está tomando a decisão de forma racional;
3. Você age de acordo com a decisão tomada

O PODER DA **DECISÃO**





Quantos animais de cada espécie Moisés levou na arca?



Intimidade

**Antecipação**

Reciprocidade

**Prova social**

Relação Dor x Prazer

**Autoridade**