

# COMO CRESCER SUA MARCA ATRAVÉS DO MARKETING DIGITAL



ENTENDA COMO O MARKETING DIGITAL PODE  
AJUDAR SUA EMPRESA



CONSULTORIA JR

# Sumário

1. Introdução	3
2. Planejamento e Estratégia	4
3. Criação da Persona	6
4. Criação de conteúdo	7
4.1 Copywriting	10
4.2 Gatilhos mentais	12
5. Conclusão	16



# Introdução



O Marketing Digital vem se consolidando cada vez mais no mercado, junto à revolução tecnológica. Segundo a empresa de tecnologia Cisco, "Entre 2019 e 2022 o volume de tráfego nas redes globais vai ultrapassar a soma de todos os anos de internet entre 1984 e 2016."

Com isso, a necessidade de evolução constante é inevitável e precisa ser feita para que as atuais empresas tenham um diferencial competitivo e se destaquem diante dos concorrentes.

Por isso, através desse eBook, sua marca poderá visualizar as oportunidades de entrada nos meios digitais onde há um número maior de pessoas.

Segundo a RockContent, "Marketing Digital é o conjunto de atividades que uma empresa (ou pessoa) executa online com o objetivo de atrair novos negócios, criar relacionamentos e desenvolver uma identidade de marca."



# Planejamento e Estratégia



Ter representatividade nos meios digitais não é uma tarefa fácil e que acontece do dia para a noite, pelo contrário, ela exige um grau bem alto de planejamento e paciência, porque existem várias marcas no mercado que disputam a atenção dos consumidores.

As estratégias exigem que a empresa discorra sobre vários tópicos internos, que vão nortear suas atividades ao longo do processo, como:

- Estabelecer os objetivos: Onde a sua empresa deseja chegar? Quais são as metas que você deseja alcançar? São as respostas para essa pergunta que devem guiar todas as suas ações no novo ambiente;
- Geração de valor: Como a sua empresa gera valor para o cliente? Quais são os diferenciais do seu produto ou serviço?
- Posicionamento da marca: Como a sua marca está posicionada no mercado? Qual é a visão que os usuários possuem sobre a sua empresa? E como você gostaria de ser visto dentro do seu mercado de atuação?



# Planejamento e Estratégia



- Busca por lacunas: Quais são as lacunas que devem ser preenchidas para melhorar os resultados da sua empresa na internet? Quais são os pontos fortes e fracos do seu negócio?

Ao definir todos esses pontos, é possível estabelecer uma estratégia mais tangível, aquela que possa ser visualizada de uma maneira aplicável, saindo do mundo das ideias e partindo para a prática. Mas vale ressaltar pode não haver uma estratégia totalmente correta do início ao fim, porque o mundo digital é volátil. Então, no meio do caminho, poderá ocorrer algumas mudanças nessa estratégia e isso é normal.



# Criação da Persona



Persona é a representação fictícia do cliente ideal de um negócio. Ela é baseada em dados reais sobre comportamento e características demográficas dos clientes, assim como suas histórias pessoais, motivações, objetivos, desafios e preocupações.

Essa construção deve ser feita junto as áreas da empresa que tem contato direto com os consumidores, a fim de identificar suas atribuições. Além disso, não é preciso criar somente uma persona, mas sim várias, de acordo com os diferentes públicos que deseja atingir.

A ferramenta é muito importante para guiar as estratégias de Marketing que visam atingir um público semelhante aos que a empresa já atende.

Nesse link é possível ver o passo a passo de como criar uma Persona, além de um exemplo pronto.



## Criação de Conteúdo



Uma marca que não cria conteúdo próprio dificilmente será uma referência em seu mercado de atuação. Conteúdo autoral é o que os possíveis clientes veem antes de adquirir um produto ou serviço.

Os conteúdos podem ser distribuídos em várias redes e é importante que a organização, no próprio planejamento, faça o estudo de qual dessas redes os clientes são mais ativos para que os esforços sejam direcionados.

Para criar um conteúdo que faz sentido para a empresa e cliente é necessário entender as principais ferramentas (redes sociais) de distribuição. Nesse momento, as que mais entregam os conteúdos de maneira escalar e fáceis de produzir são:

- Mídias sociais: as mídias sociais são uma tendência no mundo atual, com milhares de usuários diariamente,



## Criação de Conteúdo



se tornando uma tendência fixa no ambiente digital, proporcionando às empresas uma chance de se posicionarem perante ao cliente. Mas basta ela definir qual das mídias o cliente está, através da criação da persona;

- Mídias pagas: Outro canal muito importante para se fazer ouvir são as mídias pagas, tendo como principais representantes Google AdWords e Facebook Business.

A primeira, o investimento é válido caso exista um site onde deseja ser anunciado, podendo criar anúncios tanto na rede de pesquisa do Google, banners em sites parceiros ou anúncios em vídeo para o YouTube. Já a segunda, possibilita a criação de anúncios de vídeos e imagem no Facebook e Instagram, com a intenção de ir até o cliente e fazer com que ele tome uma ação.

- Site/Blog: Uma maneira mais tradicional de produzir conteúdos ricos e que geram bastante autoridade, é através de sites ou Blogs, porém não é simples produzir textos, já que é necessário entender muito bem como o seu público o acolhe, e para entender melhor sobre o que escrever, basta estudar a persona e testar;





## Criação de Conteúdo



- E-mail Marketing: Mesmo que pareça trivial, é uma maneira de comunicação e envio de conteúdos, além de manter um relacionamento mais próximo com os consumidores do seu. Porém essa ferramenta só tem uma efetividade maior quando a empresa já tem em mão uma base de Leads (potenciais clientes) e/ou clientes, para que dispare e-mails (sem exagero e com informações/conteúdos que fazem sentido) e faça essas pessoas se lembrarem que está ali presente, mesmo que ela não tenha consumido nenhum produto/serviço.



# Criação de Conteúdo

## Copywriting



Conversar com o seu público-alvo é uma das coisas mais importantes no momento de gerar o engajamento. Quando isso se une a criação de conteúdo é elaborada uma técnica muito importante para o Marketing.

A "Copy" de um anúncio é o texto ou conjunto de frases de destaque que tem como intuito chamar a atenção de um cliente, a fim que ele entenda o propósito do conteúdo e, acima de tudo, a mensagem que a empresa deseja passar através dele.

Como em todas as técnicas do Marketing, é preciso de um cuidado especial quanto à escrita de um texto, legenda, slogan ou até mesmo roteiro de um texto, por isso é válido a união entre a "Copy", persona e também gatilhos mentais. Mas existem alguns pontos de atenção que podem deixar a escrita não tão atrativa, como por exemplo:



# Criação de Conteúdo

## Copywriting



- Texto incoerente: esse é um dos grandes percalços pois toda mensagem deve ser passada de maneira clara e sem ambiguidade, para que o público entenda exatamente o propósito da organização;
- Abusar dos jargões: mesmo sendo algo que cria um vínculo com o público que está familiarizado com a sua empresa, lembre-se que haverá outras pessoas, aquelas que ainda não conhecem sua vivência. Por isso saiba dosar a quantidade de jargões e escrita informal para que todos se sintam "abraçados" pela marca.
- Foco no produto/serviço: muitas vezes um usuário não está se importando diretamente com o que está oferecendo, como um produto/serviço, mas sim em como ele pode resolver um problema. Então foque na solução, nos benefícios que o produto/serviço irá oferecer para o cliente.

De maneira geral, Copywriting é importante no momento de atrair os clientes, através de uma criação de texto em que eles entendam sua mensagem. Para isso basta ter atenção à esses pontos: use a imaginação, entenda a persona e use os gatilhos mentais que mais se encaixam em cada situação.



# Gatilhos Mentais

## Gatilhos Mentais



Há certo tempo, um dos campos de estudo da Psicologia são as tomadas de decisões e a influência do consciente e inconsciente sobre elas. O Marketing passou a entender que esses estudos poderiam ser contextualizados e aplicados em estratégias de vendas em empresas. A partir desses conceitos, surgiu o termo “Gatilhos Mentais”, que significa tomadas de decisão provenientes da parte inconsciente de nosso cérebro. Portanto, quando se trata da aplicação no Marketing, as organizações buscam compreender o comportamento do consumidor, entendendo o que leva ele a comprar determinado produto ou tomar determinada decisão, para que se crie estratégias eficientes e efetivas no âmbito da conversão de cliente e vendas.



# Gatilhos Mentais

## Gatilhos Mentais



Alguns desses gatilhos mentais são:

- **Confiança:** é um dos mais importantes sentimentos quando se trata de relações sociais. Quando determinada pessoa não confia em outra, ela não irá se relacionar com a mesma. No campo do marketing e das vendas, isso se aplica, o consumidor precisa confiar na sua marca, acreditar que o seu produto irá oferecer aquilo que prometeu, para que ele possa consumir.
- **Significância:** na maioria dos casos, os clientes gostam de se sentirem especiais, únicos e terem experiências exclusivas, portanto o gatilho de significância está justamente relacionado a essa característica presente nos consumidores. O senso de ser significativo para a empresa que o cliente consome, cria uma relação entre ambos.
- **Escassez:** o ser humano, por essência, possui instinto de sobrevivência, ou seja, precisa garantir itens básicos para sobreviver. Esse tipo de gatilho é amplamente usado no Marketing e vendas, visto que é um comportamento natural da população comprar algo que está prestes a acabar. Sua aplicabilidade está relacionada a estimular a tomada de decisão de um consumidor que está em dúvida quanto a compra de determinado produto.



# Gatilhos Mentais

## Gatilhos Mentais



- Urgência: Esse gatilho é semelhante ao citado anteriormente (Escassez), porém, está mais relacionada à questão do tempo e não da quantidade de produtos. Quando aplicado, a empresa busca criar uma sensação de que existe um limite de tempo para determinada ação do cliente, fazendo com que o mesmo garanta sua compra e a empresa possa converter a venda.
- Exclusividade: Por natureza, o ser humano em algumas situações gosta de se sentir exclusivo, tendo acesso a privilégios, produtos ou serviços que outras pessoas não possuem. Essa característica pode ser usada a favor do Marketing e das vendas, basta criar essa sensação de exclusividade no consumidor para que o mesmo compre seus produtos.
- Novidade: Quando há algo novo no mercado, seus consumidores tendem a criar a expectativa de que essa novidade irá melhorar sua realidade em determinado aspecto. Isso provoca o sentimento de gostar e apreciar aquilo que é novo.
- Curiosidade: Essa é uma das características mais motivadoras presentes na sociedade, visto que estar curioso por algo nos leva a buscar informações e fatos que satisfaçam essa curiosidade, e durante esse processo encontra-se os produtos.



# Gatilhos Mentais

## Gatilhos Mentais



- **Autoridade:** Uma empresa que demonstra a seus clientes que é autoridade no produto que fornece, ganha credibilidade por parte dos mesmos. Porém, esse gatilho mental, deve ser conquistado pela empresa ao longo de um determinado período de tempo, com embasamento em fatos e na qualidade dos produtos fornecidos.
- **Reciprocidade:** Quando nos relacionamos com pessoas e recebemos um ato de gentileza, tendemos a retribuir isso. Em relações comerciais isso também ocorre, quando o consumidor sente que foi beneficiado de alguma forma por parte da empresa, geralmente ele sentirá a vontade de retribuir.
- **Humanização:** A tecnologia é um fator de grande importância no desenvolvimento da sociedade e de suas atividades, porém ela deixou tudo muito informatizado e o ser humano gosta da interação com outras pessoas. Por esse motivo, a humanização do negócio, seja no Marketing Digital ou Tradicional passa a ser extremamente importante, visto que o consumidor cria sentimentos de identificação.

Esses são os gatilhos mentais mais comuns existentes e são necessários para que o contato com o cliente aconteça da melhor maneira possível, e ainda ajudam na persuasão, o que impacta diretamente no momento da venda.



## Conclusão



É evidente que não é simples fazer uma marca crescer no ambiente digital, porém é necessário, já que o diferencial é importante para o destaque em meio a concorrência. Por isso, seguir os passos destacados acima, que fazem sentido pra a empresa é importante, contudo, entender as especificidades do seu ramo de negócio ou mercado é essencial para aplicá-los.

De maneira geral, planejamento é a verdadeira chave para começar, então faça-o, planeje junto a empresa ou equipe responsável pelo marketing, e mantenha a transparência com os demais funcionários, pois de alguma maneira todos se envolvem nesse processo de mudança.

“Em alguns anos vão existir dois tipos de empresas - as que fazem negócio pela Internet e as que estão fora dos negócios” - Bill Gates





## Sobre a Campe Consultoria

A Campe Consultoria Jr. é uma empresa júnior situada na cidade de Juiz de Fora, no estado de Minas Gerais. É composta exclusivamente por universitários dos cursos da Faculdade de Administração e Ciências Contábeis e da Faculdade de Economia da Universidade Federal de Juiz de Fora.

Há 28 anos, a Campe atua no mercado buscando trazer soluções eficientes através de estudos de consultoria de qualidade, com o objetivo de gerar impactos cada vez maiores para a sociedade. Para alcançar sempre os melhores resultados, acreditamos que as boas ideias devem sair do papel, por meio da vontade de uma geração inconformada, com coragem de sonhar e ousadia de agir.

O fato de contar com os melhores estudantes de Negócios da região e o apoio de mestres e doutores atuantes na Universidade Federal de Juiz de Fora, faz com que a Campe seja reconhecida no mercado e no Movimento Empresa Jr.



# Editores

## **Felipe Cardoso Martins**

felipe.martins@campe.com.br

(32) 99824-3330

LinkedIn: Felipe Martins

## **Ana Carolina de Almeida Castro**

Revisão Estrutural e Ortográfica

ana.carolina@campe.com.br

(32) 99106-0109

LinkedIn: Ana Carolina Almeida Castro

## **Ana Carolina de Almeida Castro**

Design

ana.carolina@campe.com.br

(32) 99106-0109

LinkedIn: Ana Carolina Almeida Castro

## **Campe Consultoria Jr.**

atendimento@campe.com.br

(32) 99924-7987

Rua José Lourenço Kelmer, s/n UFJF,

Juiz de Fora - MG

36036-900

