

# MARKETING DIGITAL E MAIS RESULTADO: GUIA COMPLETO DE SOBREVIVÊNCIA NO MEIO VIRTUAL



# ÍNDICE:

SUA EMPRESA PRECISA DO  
MARKETING DIGITAL, SABIA?

01

PÚBLICO DIGITAL VS  
EMPRESAS ANALÓGICAS

02

CULTURA DIGITAL

03

A ERA DO CONTEÚDO

04

BREVE HISTÓRIA

05

ALGUMAS FERRAMENTAS

06

E AS REDES SOCIAIS?

07

BENEFÍCIOS DO  
MARKETING DIGITAL

08

PLANEJAMENTO, ESTRATÉGIAS E EXECUÇÃO  
(A AGÊNCIA DE MARKETING DIGITAL)

09

MAIS RESULTADO!

10

# 01 | **SUA EMPRESA PRECISA DO MARKETING DIGITAL, SABIA?**

A presença cada vez mais intensa do consumidor na web, desde os anos 2000, é uma realidade que não se pode negar. A adoção do meio digital como espaço de relação, de venda e de troca vem crescendo e, com isso, transformado o perfil do público e a ideia de cliente.

**A pergunta é: sua empresa já se deu conta disso?**

Um estudo feito pela McKinsey em 2019 mostra que o Brasil tem uma população mais conectada, mas muitas empresas brasileiras não seguem esse ritmo.

Então, acompanhe a agência Mais Resultado, especialista em Marketing Digital, para saber como as campanhas online podem tornar sua marca referência no mercado, aumentar sua performance de vendas e gerir melhor sua relação com o público, segmentando-o, tornando-o fiel e mais propenso a compras. Tudo isso, investindo de acordo com a realidade do seu negócio.

**Vem com a gente!**

# DE EMPREENDEDOR PARA EMPREENDEDOR:

Marketing Digital é a mídia de mais baixo valor, a mais barata.

A única que pode ser mensurável e pausada/alterada a qualquer momento.



## 02 | PÚBLICO DIGITAL VS EMPRESAS ANALÓGICAS

Apesar de toda a potência da web como mercado, foi preciso uma crise na saúde mundial se espalhar pela política, economia e sociedade no ano de 2020, para que muitas empresas olhassem com mais atenção as possibilidades de venda e interação com o público digitalmente.

O estudo inédito **Digital Marketing Readiness** feito pela consultoria McKinsey em 2019, realizado com apoio da Associação Brasileira de Anunciantes (ABA) mostrou o seguinte:

- 24,4% do total de investimento em mídias, no Brasil, é destinado a mídias digitais (a média global neste tipo de investimento é de 43,5%);
- o país tem dois terços da população conectada;
- 80% das empresas brasileiras estão, ainda, em estágios iniciais do marketing digital: 23% são iniciantes e 57%, emergentes.

Ou seja, grande parte das empresas brasileiras tem desempenho mediano ou não digitalizou seus processos de marketing, em desacordo com o comportamento digital da população. Algumas têm possibilidade de melhora. Outras, precisam entender, ainda, como o Marketing Digital pode ajudar a gerar **Mais Resultado...**

## 03 | CULTURA DIGITAL

Só porque uma empresa funciona com computadores, não significa que ela está adequada aos novos meios de produção e produtividade que o mundo digital proporciona.

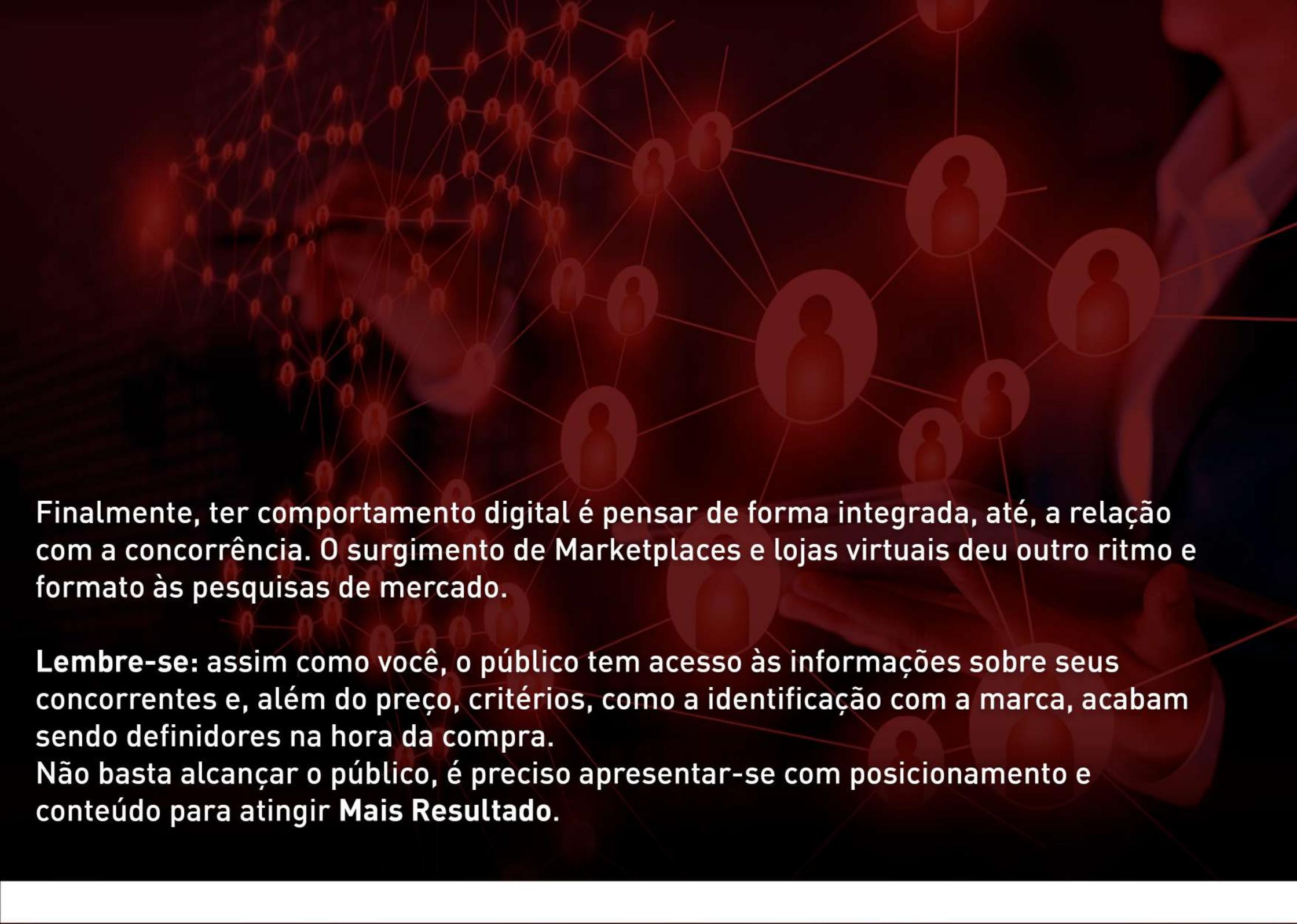
Ter uma cultura digital é romper com processos analógicos que oneram tempo, dinheiro e recursos pessoais para integrar o meio offline ao meio online.

Claro que não é para, a partir de agora, as empresas aposentarem os humanos e apostarem em robôs.

Cultura Digital significa orientar os objetivos da empresa para o público mais do que para a venda. É entender que a maior proximidade com o público, proporcionada pelos meios digitais, é um grande trunfo que pode gerar mídia espontânea (propagandas de graça) para os negócios. É compreender que as métricas, ou seja, variáveis específicas de um negócio, são analisadas de forma muito mais precisas e eficazes, através de plataformas otimizadas.

Comportar-se digitalmente é estar ciente de que o mercado digital possibilita o teste antes do lançamento, sobretudo para uma empresa com forte presença nas redes sociais.

A Internet possibilita que os negócios, além de avaliarem as necessidades do público mais de perto, experimentem versões menores de um produto até a sua versão mais completa e finalizada.



Finalmente, ter comportamento digital é pensar de forma integrada, até, a relação com a concorrência. O surgimento de Marketplaces e lojas virtuais deu outro ritmo e formato às pesquisas de mercado.

**Lembre-se:** assim como você, o público tem acesso às informações sobre seus concorrentes e, além do preço, critérios, como a identificação com a marca, acabam sendo definidores na hora da compra.

Não basta alcançar o público, é preciso apresentar-se com posicionamento e conteúdo para atingir **Mais Resultado**.

# CURIOSIDADE:

O MAIOR ANUNCIANTE DO GRUPO O GLOBO, NA DÉCADA DE 90, ERA A CASA & VÍDEO. MAS, A EMPRESA DEMOROU A INVESTIR NO MEIO DIGITAL E ACABOU QUEBRANDO.

CONCLUSÃO, A CASA & VÍDEO TEVE QUE SER VENDIDA A UM GRUPO DE INVESTIDORES POR PREÇO DE BANANA AMASSADA!

**CASA & VIDEO**  
TEM PRESENTE PRÁ TODO MUNDO



## 04 | A ERA DO CONTEÚDO

Apesar de, hoje, o mercado digital ter o Marketing de Conteúdo como um de seus principais pilares, a primeira ideia oficial de conteúdo associado ao marketing veio ao mundo em 1895, quando a John Deere, empresa líder no segmento de máquinas agrícolas, publicou a primeira edição da revista “The Furrow”.

Com essa publicação, que segue em circulação até os dias atuais, a John Deere quebrou alguns paradigmas: ao invés de usar anúncios apenas para vender seus produtos, ela usou uma outra estratégia.

Escolheu compartilhar um conteúdo de interesse do segmento do seu nicho, nutrindo-o e mostrando autoridade no assunto.

O objetivo era gerar clientes, mas a ideia, ali, ia muito além da venda.

**É disto que se trata o Marketing de Conteúdo:** criar engajamento, para que a relação do público com a empresa seja maior, tenha mais valor que a venda comum e gere **Mais Resultado**. Por meio de estratégias deste tipo, o público torna-se fiel à marca, além de compartilhar seus textos, vídeos, opiniões e, óbvio, produtos com sua rede de contatos virtuais.

**Mas nem sempre foi assim...**

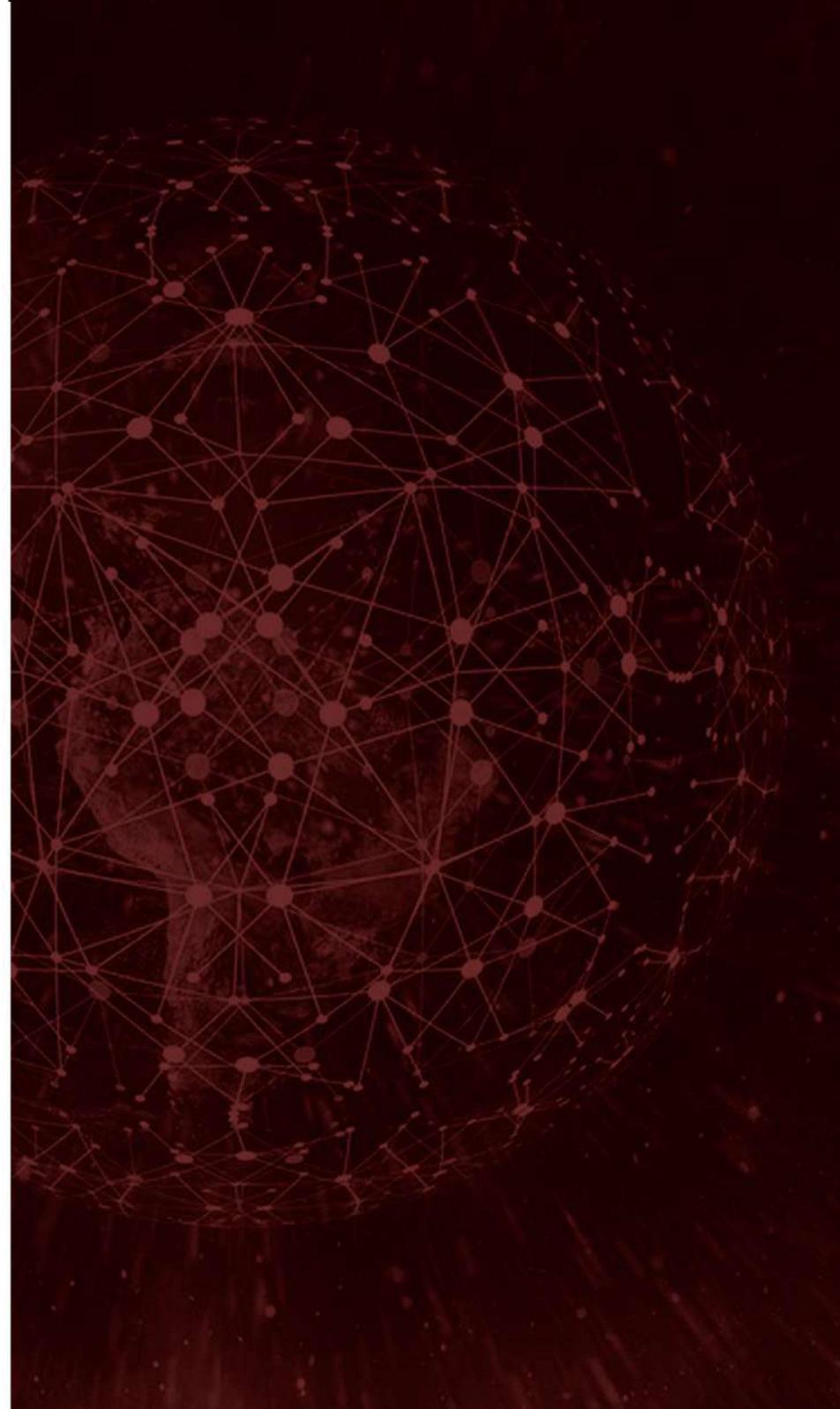
# 05 | BREVE HISTÓRIA

Na década de 90, foram criados os primeiros sites de busca públicos, assim como aplicativos de comunicação. Foi neste momento que aconteceram as primeiras vendas online e que a Internet começou a crescer. Esse período é conhecido como Web 1.0. Aí, se encontram os primórdios do Marketing Digital.

Em 1993, quando a primeira publicidade clicável foi ao ar, existiam, ainda, cerca de 130 sites disponíveis na rede. Onze anos depois, em 2004, eram 50 milhões. Já, em 2019, eram mais de um bilhão de sites disponíveis na Internet, segundo pesquisa do **Statista\***.

Diante do avanço da Internet e destes números, é desnecessário apontar as vantagens de uma empresa possuir identidade digital e uma “casa” virtual, como um web site, para alcançar **Mais Resultado**.  
Contra fatos, não há argumentos!

**\*O Statista** é um portal alemão que apresenta estatísticas sobre o mercado de negócios, a partir de dados coletados por institutos de pesquisa de mercado e de opinião e a partir de dados gerados pelo setor econômico.





## **O MARKETING DE CONTEÚDO...**

- ...nutre sua base de possíveis clientes, chamados de leads;
- ...educa o público interessado em seus produtos ou serviços;
- ...aumenta o alcance de sua marca e a interação com seu público;
- ...melhora a experiência do público depois da venda e gera credibilidade;
- ...reduz o custo de aquisição de clientes.

# 05 | ALGUMAS FERRAMENTAS

Além do Marketing de Conteúdo e dos sites, outras ferramentas são usadas nas estratégias de Marketing Digital, como:

→ **SEO:** são plataformas de otimização de buscas e de análise de métricas que ajudam nas tomadas de decisão de gestão de público, de informação e de campanhas. Também auxiliam a medir a eficácia das ações da empresa e a aceitação de conteúdos, de produtos e serviços;

→ **INBOUND MARKETING:** é um conjunto de ações que tem o objetivo de alcançar e atrair novos públicos para as empresas. Gera proximidade do consumidor e aumenta a capacidade de vendas e compartilhamento da marca;

→ **PROPAGANDAS PAGAS:** em geral, as ferramentas de Marketing Digital visam atrair público de forma orgânica, sem custo. Mas, existem casos de empresas, por exemplo, com pouca visibilidade e que querem atraí-la com maior rapidez. Daí, traça-se um plano de investimento em mídias pagas, como o GoogleAds e o Uolads, que podem variar de dez até milhares de reais. E, acredite, muitas vezes R\$ 10,00 bastam para ter dez vezes **Mais Resultado**.

# 07 | E AS REDES SOCIAIS?

As redes sociais também são uma preciosa ferramenta do Marketing Digital. O Instagram, o Facebook e o LinkedIn, por exemplo, vêm fazendo um trabalho precioso para as empresas: o de segmentação. Através das redes sociais, onde as empresas também podem criar um perfil, o público se segmenta automaticamente, demonstrando seus interesses e desejos de forma pública.



Com elas, é possível gerar muito mais interação com o público. Eles opinam, compartilham experiências, sugerem e se posicionam quanto aos assuntos pertinentes ao seu negócio, trazendo assuntos novos que podem se caracterizar como boas oportunidades para a empresa.

Através dos dados obtidos pelas redes sociais, é possível criar promoções exclusivas, intervenções com descontos e muitas outras estratégias que podem suscitar interesse naqueles que procuram seu espaço virtual como referência ou com curiosidade.

Mas, para obter Mais Resultado real com essa ferramenta, é preciso que as redes sociais sejam geridas de maneira profissional. Estimular o público e não lhe dar a atenção devida pode se tornar um problema maior do que nunca ter se aproximado dele.

# ANTES



# DEPOIS



## Curiosidade:

Eis aqui o caso da **drogariacristal.com** que contratou a agência **Mais Resultado**. Através de nossas estratégias, após o uso do **SEO**, ela teve um crescimento de **307%**.

A agência **Mais Resultado** gerou mais de 15 mil reais em tráfego de acessos gratuitos no Google para este cliente. Antes do nosso planejamento, eram 4.666 usuários por mês no site **drogariacristal.com**. Depois do nosso planejamento, este número aumentou para **19.023 usuários por mês**.

# 08 | BENEFÍCIOS DO MARKETING DIGITAL

Além de tudo o que já foi dito nas páginas anteriores, ainda pode-se destacar:

→ **PROMOVE PERFORMANCE DIGITAL:** o Marketing Digital aumenta o alcance e a possibilidade de divulgação de ações ou eventos sociais, beneficentes ou sustentáveis de uma marca. Ao se engajar com o público, a empresa gera mais tráfego de clientes em seus espaços virtuais e reforçam sua imagem;

→ **ACOMPANHA A JORNADA DE COMPRA:** o Marketing Digital cria o ambiente perfeito para que o público tenha uma experiência mais completa com uma marca. Já que, na era digital, o preço não é mais o principal diferencial, é preciso destacar-se frente à concorrência em cada etapa da decisão de compra dos clientes;

→ **PROMOVE MAIOR COMPETITIVIDADE:** o Marketing Digital dá para micro e pequenas empresas a possibilidade de competir de igual para igual com empresas de grande porte, em se tratando de ações no meio digital. No caso de grandes empresas, o Marketing Digital fideliza, promove mais alcance e cria interação com o público, capaz de gerar oportunidades (de negócios ou vendas).

O Marketing Digital gera **Mais Resultados** de longa duração!



## DE EMPREENDEDOR PARA EMPREENDEDOR:

Marketing Digital é a única forma de propaganda ainda gratuita (não se paga para ter um perfil nas redes sociais). Além disso, o GoogleAds dá 150 reais de crédito em anúncios na primeira vez que um anunciante experimenta a ferramenta.

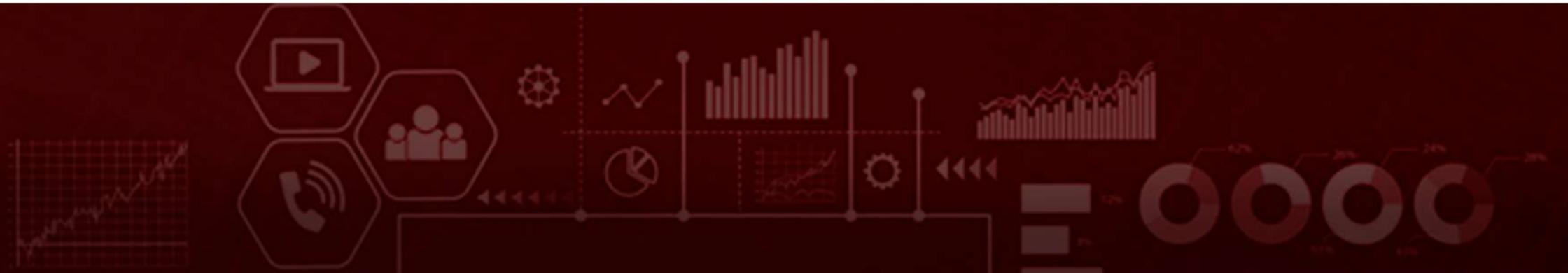
# 09 | PLANEJAMENTO, ESTRATÉGIAS E EXECUÇÃO (A AGÊNCIA DE MARKETING DIGITAL)

Toda estratégia de Marketing Digital deve ser bem administrada. Ora, se para abrir um negócio é necessário planejamento, para gerir suas rotinas, ações e vendas não é diferente.

Conteúdo irrelevante não alavanca uma marca; dados analisados inadequadamente não geram decisões potentes; redes sociais e sites mal administrados não convertem vendas.

Então, se uma empresa não tem espaço físico, nem possibilidade de investir em uma equipe de marketing especializada em seus recursos pessoais; ou, ainda, se ela prefere se manter focada nos assuntos pertinentes ao seu ramo de negócio, a melhor solução para ela é a contratação de uma agência de Marketing Digital qualificada.

As agências possuem equipes que, em diálogo com suas contratantes, se ocupam inteiramente deste tipo de planejamento e ações, realizando-as para alcançar os objetivos dos clientes. E esta é a diferença entre as diversas agências existentes: algumas alcançam os objetivos dos clientes; outras, superam e conseguem muito **Mais Resultado** para as empresas parceiras.



# 10 | MAIS RESULTADO

Agora, você já está ciente de como pode ajudar o seu negócio. Através de um planejamento eficaz de Marketing Digital e do uso de suas ferramentas, é possível catapultar seus resultados nos meios virtuais.

E diante do contexto global, está clara a importância desses meios para a sobrevivência de qualquer tipo de negócio no mercado, pois o próprio mercado se configura cada vez mais digital. Ele vem demandando urgentemente uma cultura digital por parte das empresas, caso elas queiram continuar ativas e não serem vendidas a preço de banana amassada.

A **Mais Resultado** é uma agência de comunicação expandida, pois é também uma produtora de vídeo, tanto live actions, como animações 2D e 3D. Voltada para as mais diversas ações de Marketing Digital, nós oferecemos uma gama completa de especialistas que atendem, planejam, criam, produzem, realizam e analisam todo o projeto de campanhas para a sua empresa. Criação de sites, gestão de SEO, gerenciamento de redes sociais e de branding, além de gestão, produção e criação de vídeos para Youtube e redes sociais são alguns de nossos serviços para conteúdo online.

Design de impressos, anúncios em rádios e mídias externas e produção e criação de vídeos para TV, são alguns de nossos serviços para conteúdo offline.

A **Mais Resultado** possui uma equipe capaz de criar e produzir conteúdos específicos com excelência para o seu ramo de atuação.

E, para os negócios que podem executar as ações, mas precisam de uma orientação para planejar e traçar as estratégias adequadas, nossa agência oferece o serviço de consultoria em Marketing Digital.

Com mais de cinco anos de atuação no mercado, a agência Mais Resultado foi criada pelo CEO e professor de Marketing Digital Emanuel Ferreira em meio a um contexto de início de crise que fechou muitas empresas. No entanto, desde então, a agência vem crescendo cada vez mais sólida e atraindo cada vez mais parceiros, por se manter atualizada e à frente das demandas do mercado.

Por que ficar de fora desse time que tem a essência do que pode fazer pelo seu negócio no DNA? Está em nosso nome o que queremos e podemos gerar para a sua empresa!

**VEM PARA A MAIS RESULTADO!**

