GUIA DE MARKETING DIGITAL
Audiência
Defina o público-alvo e o que ele quer ver. Pode ser um grupo específico ou um grupo mais amplo que inclua o seu cliente.
Quem é cliente?
Quem é não cliente?
Quais são seus interesses?
Objetivos
Trata-se de um conjunto de ações que se mantêm e alimentam. Pode ser: Vendas, Leads, Tráfego, Conscientização, Fidelização, Engajamento, etc.
Referências
Avaliando a concorrência que também faz sucesso online, é possível identificar o que funciona e o que não funciona.
SEO
Melhorar o seu site para ser encontrado pelos mecanismos de busca é um dos pilares do marketing digital. Quanto mais tráfego orgânico, melhor.
Quanto mais conteúdo você tem, mais chances de ser encontrado pelos mecanismos de busca.
Design
Trabalhar com qualidade em todo o seu conteúdo é importante para conquistar a confiança do seu público.
Mantenha sempre o seu conteúdo atualizado e lembre-se de adequar as linguagens de cada plataforma.
Não seja apenas mais um por aqui. Seja o que o seu cliente quer ver.
Marketing de conteúdo
Produzir e disponibilizar conteúdo relevante para o seu público é o que vai fazer com que ele se mantenha interessado em você e na sua marca.
Mantenha-se sempre conectado com o seu público e entregue o que ele quer ver.
Storytelling
Conte a história da sua empresa e do seu trabalho de forma criativa e interessante. Use o seu conteúdo para criar uma conexão com o seu público.
Anúncios pagos
Pense em quanto está sua verba e como ela pode ser melhor aproveitada. Não adianta ter muito dinheiro e não saber como usar.
Tem um site? Não é simples, está pronto!
Tem verba de mídia.
Tem boas ideias.
Tem o longo e longo tempo indefinido.
Tem profissional de mídia digital.
Tem paciência e um bom ouvido.
Conquistando
Criar uma boa base de contatos é um ótimo ponto de partida para o seu negócio. Quanto mais pessoas interessadas em você e na sua empresa, melhor.
Redes Sociais
Escolha as redes sociais que mais fazem sentido para o seu negócio. Não adianta estar em todas se não for para se manter ativo.
Não dá para manter as redes sociais sem um plano.
Email Marketing
Trata-se de um ótimo canal de relacionamento. Mantenha-se sempre próximo do seu público e ofereça o que ele quer ver.
Email marketing ainda é muito mais do que parece. Leia o nosso PDF sobre o assunto.
Vídeo Marketing
Se o vídeo é o conteúdo mais consumido na internet, por que não aproveitar a sua vantagem?
Não se esqueça de que o vídeo é o formato ideal para o seu SEO.
Marketing de Afiliados
Trata-se de uma ótima ferramenta para ampliar o alcance e gerar conversões. Um bom exemplo é o seu blog.
Afiliados
Blogueiros
Influenciadores
Influencers
Influencers
Influencers