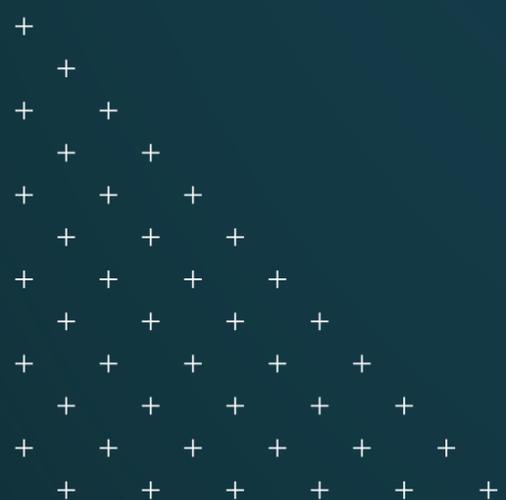
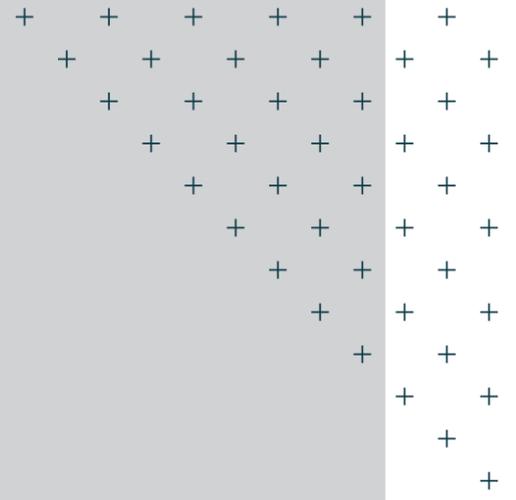


ebook gratuito



TENDÊNCIAS PARA O MARKETING DIGITAL EM 2020





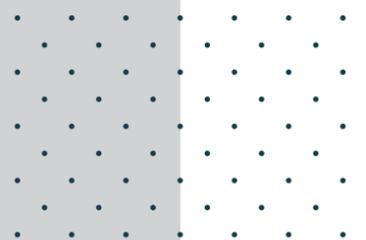
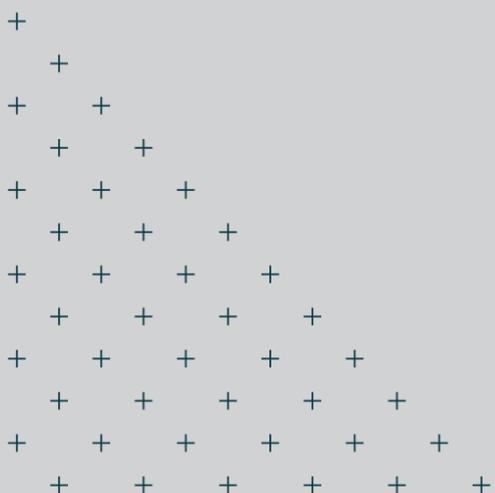
autor

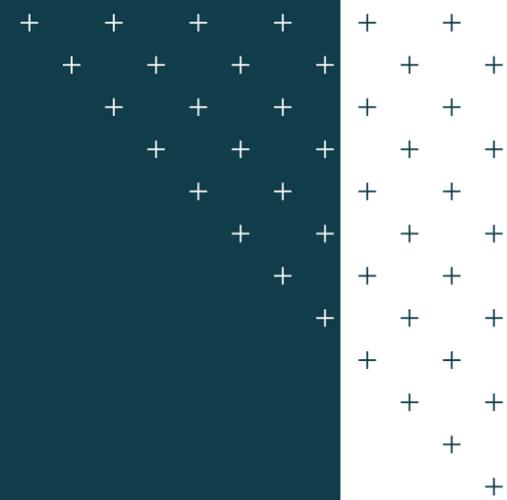
TIAGO DA SILVA MASCARENHAS

CEO SEDA College



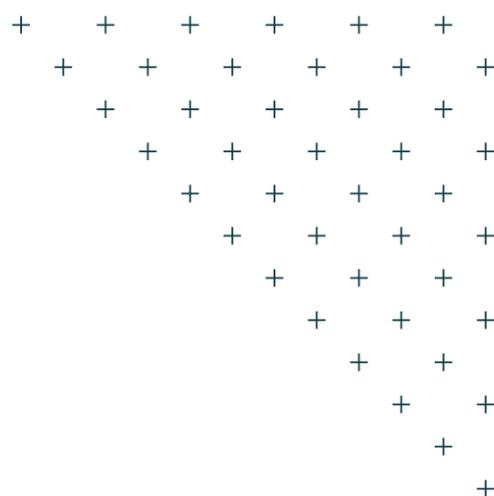
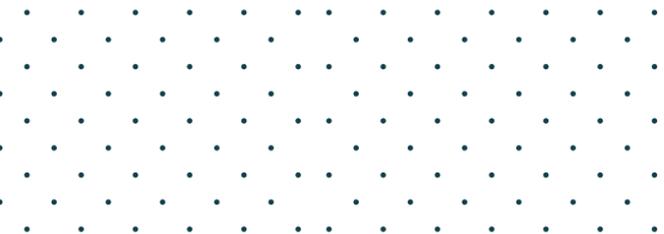
Co-Fundador da SEDA College, instituição educacional Irlandesa que oferece cursos de língua inglesa para todos os níveis – do iniciante ao avançado. Criada em 2009, a SEDA College é reconhecida pela ACELS, empresa de qualidade irlandesa, e pela EAQUALS, certificadora europeia.





SUMÁRIO

- 4** Introdução
 - 5** Tendências para o marketing digital em 2020
 - 6** Customer Centric Marketing
 - 7** Evolução do Marketing de Conteúdo
 - 8** Google ADS
 - 9** Voice Search Marketing
 - 10** Inbound Marketing
 - 10** Outbound Marketing
 - 11** Gamificação
 - 12** Animação Whiteboard
 - 13** Vídeo Marketing
 - 14** O avanço das redes sociais
 - 15** O Futuro já começou!
 - 16** Contato
-
- 



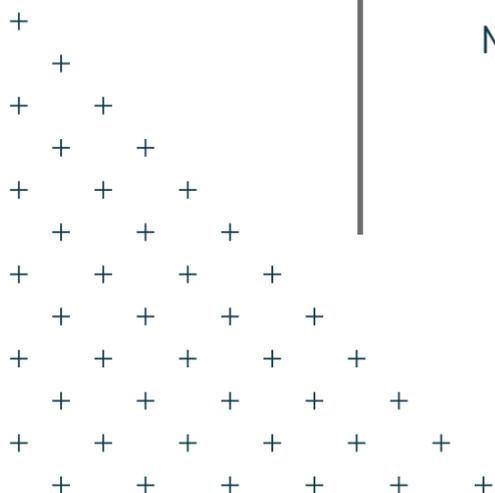
INTRO DUÇÃO



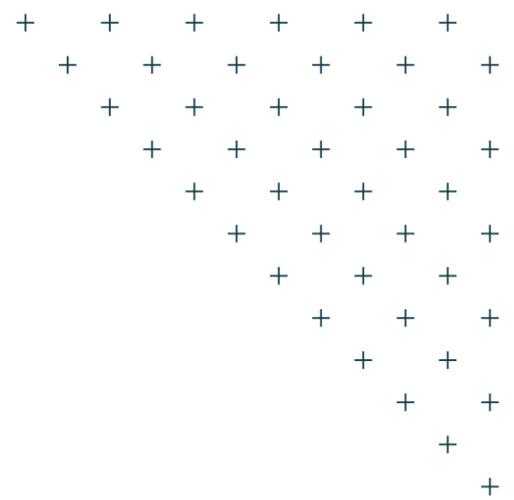
O Grupo S.E.D.A. (Skills and Enterprises Development Academy) tem sua sede em Dublin, Irlanda. Ao longo de um período de nove anos, vem alcançando reconhecimento internacional em seus programas de Business English, cursos profissionalizantes, cursos de inglês e intercâmbios realizados por estudantes de mais de 100 países.

Premiada como a melhor escola de inglês da Irlanda pelo terceiro ano consecutivo, pelo site Education Stars, a SEDA EXECUTIVE EDUCATION está pronta para lhe oferecer uma experiência internacional inesquecível!

No centro de Dublin, o campus tem mais de 800 alunos de diversos países da América Latina, Europa e Ásia. No Brasil, fica em São Paulo, e oferece programas de MBA, Pós-Graduação, Nanograduação, Especialização Lato Sensu e Módulos Internacionais na Europa.



TENDÊNCIAS PARA O MARKETING DIGITAL EM 2020



Já se passaram 19 anos da virada do século e quanta coisa mudou, não é verdade?

Quem imaginaria que estaríamos falando com pessoas pelo celular em tempo real sem gastar absolutamente um único centavo, que estaríamos chamando um Uber pelo aplicativo móvel ou até mesmo assistindo filme no celular pela Netflix?

As transformações estão acontecendo em uma velocidade realmente fantástica e o Marketing Digital é a alavanca propulsora dessas transformações.

Voltando pouco tempo atrás, ao ano de 2010, quem imaginaria que surgiriam termos como Marketing de Conteúdo, Mobile Commerce ou Omnichannel?

Nesse sentido, estamos presenciando um avanço no Marketing Digital a uma velocidade nunca vista antes.

Dessa maneira, nos vem as perguntas em mente: quais as tendências do Marketing Digital para o ano de 2020? Como começamos essa nova década na qual vamos entrar?

Pensando em questões como essa fomos atrás de ouvir os maiores especialistas em marketing digital e desenvolvemos esse E-book para falar sobre as maiores tendências para o marketing digital em 2020.





CUSTOMER CENTRIC MARKETING



Esta certamente será a principal tendência de Marketing da próxima década.

Nesta abordagem, o cliente passa a ser o centro da estratégia. Todos os esforços com investimentos, comunicação e estoques deverão ser pensados a partir de um cliente específico.

Por mais óbvio que isso pareça, a verdade é que hoje no Brasil a abordagem mais utilizada é a Channel Centric Marketing. Nela, a estratégia coloca um ou mais canais no seu centro, pensando e otimizando os seus esforços com foco nele. Assim, todas as iniciativas são para melhorar um determinado canal, como por exemplo, E-mail Marketing, Facebook ou Instagram.

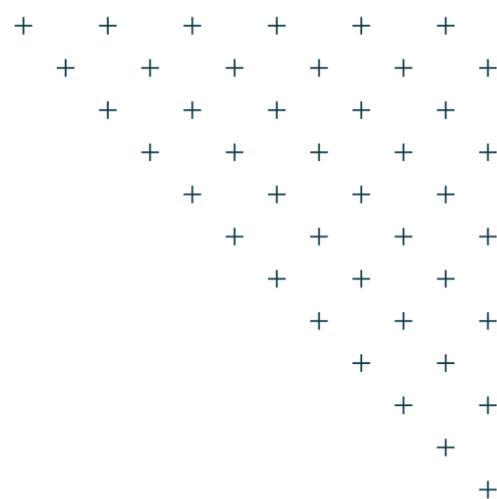
Com os ajustes efetuados no canal, a empresa passa a ter resultados melhores com o mesmo, como apontam alguns indicadores.

Nessa abordagem de marketing, todos os esforços são para melhorar um determinado canal como e-mail marketing, facebook, instagram, sendo que quando a empresa vai definir a estratégia é sempre baseado em cima de otimizar o canal desejado.

Através de alguns ajustes que vão sendo efetuados em cima do Canal a empresa passa a ter resultados melhores como o mesmo, resultados esses observados através de alguns indicadores.

Entretanto, o cliente pode até estar curtindo mais os seus posts, lendo os e-mails, mas na hora de realizar a compra propriamente dita pode estar preferindo a concorrência. Neste caso, a estratégia não está atingindo o objetivo final, que é a conversão em venda.

EVOLUÇÃO DO MARKETING DE CONTEÚDO



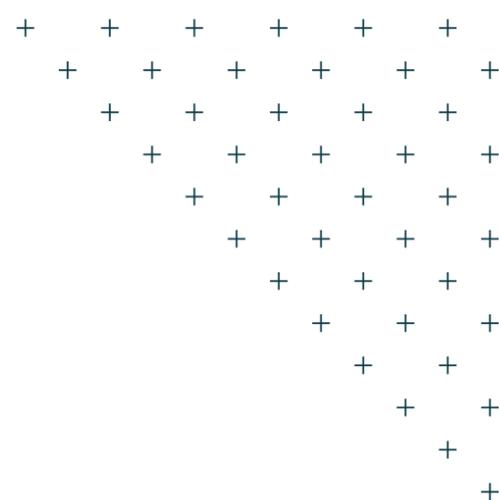
Essa é uma tendência que vem se avolumando no decorrer dos últimos anos e continuará perdurando ao longo da próxima década. O Marketing de Conteúdo se fortalecerá, mas passará por algumas transformações.

A principal delas é que as empresas deverão aumentar suas apostas em conteúdos úteis e personalizados para os clientes. Os consumidores devem ser o centro da estratégia. Com isso, as chances de conversão crescem.

E, quando falamos em conversão, não pensamos somente em conteúdos de fundo do funil. Mas também em materiais que acelerem a jornada do consumidor para a próxima etapa.

Este movimento diminui o custo com a captação de leads. Por isso, deve-se ter atenção ao crescimento dos blogs, canais de Youtube e e-books, por exemplo. Estas estratégias continuarão em franca expansão para o próximo ano e, cada vez mais, com foco maior no comportamento de cada cliente.





GOOGLE ADS

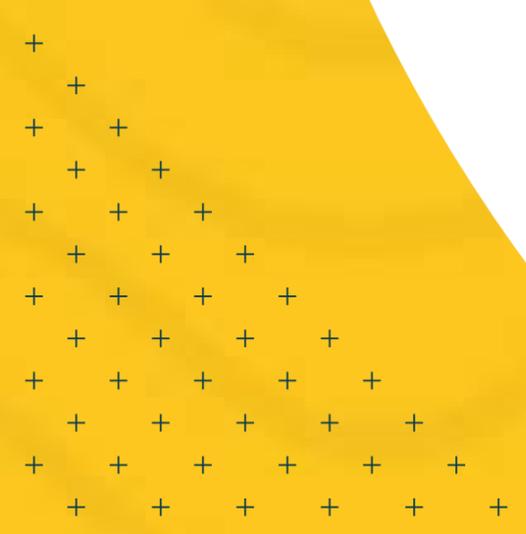
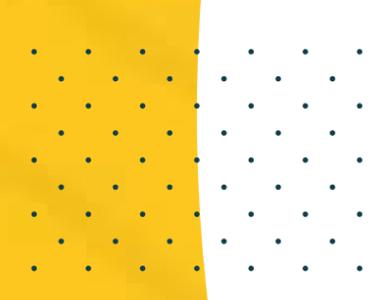


Hoje, uma das maiores estratégias do Marketing Digital é o Google ADS.

Entretanto, desde o ano passado, ela vem mudando. Inclusive, alterou o próprio nome e, após 18 anos, deixou de ser chamado de Google AdWords. Afinal, as estratégias de CPC e keywords mudam em uma velocidade intensa tornando obsoletas soluções de apenas um ou dois anos atrás.

Entre as mudanças, o Google passará a adotar a estratégia dos 3 A's: audiência, atribuição e inteligência artificial (Artificial Intelligence, em inglês).

O Google foi um dos pioneiros ao colocar o cliente como o centro da estratégia e, por essa razão, entende a sua audiência e como atribuir valor ao longo da jornada do consumidor, fatores fundamentais para o sucesso do seu negócio.



VOICE SEARCH MARKETING

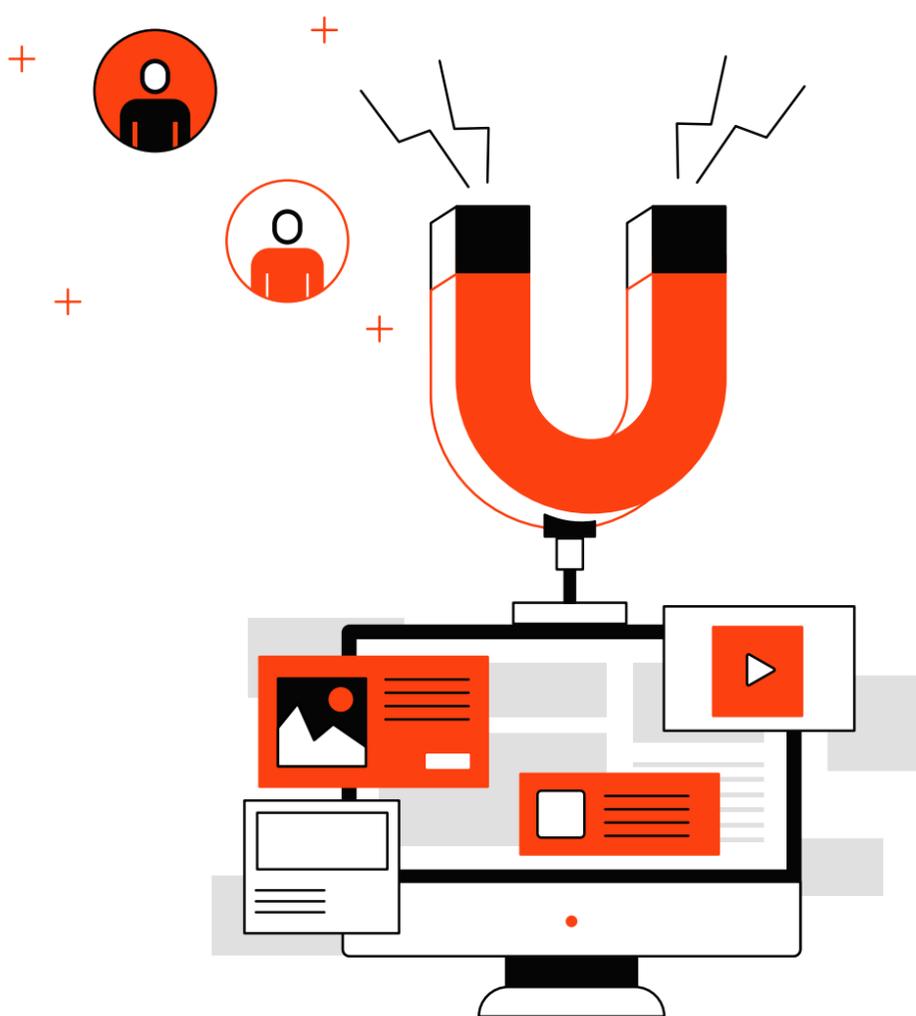
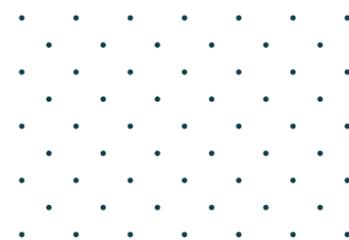


A busca de voz é um instrumento que promete crescer exponencialmente nos próximos anos.

A evolução dos smartphones e o crescimento dos assistentes virtuais são as principais razões para a ampliação desta tendência.

Pesquisa recente da ComScore aponta que atualmente, 20% de todas as pesquisas feitas no Google usam mecanismos de voz. Até 2020, este número deve saltar para 50%. O estudo mostrou ainda que 41% dos adultos usam a facilidade ao menos uma vez ao dia para buscar prioritariamente dados e direções sobre comércios e empresas locais.





INBOUND MARKETING



Embora o conceito já esteja bastante consolidado entre as empresas, o Inbound Marketing continuará crescendo até 2020. Isso ocorre porque as pessoas estão cada vez mais exigentes antes de comprarem um determinado produto. Buscar conteúdos informativos nos variados canais de comunicação já é uma característica consolidada do comportamento de compra do consumidor em qualquer setor.

Isclas digitais crescem a passos largos. Além de e-books, os espaços crescem para incrementar informação através de cursos, vídeo aulas, aplicativos, workshops reais ou virtuais e hangouts. Diversas plataformas têm sido usadas para auxiliar o cliente em sua jornada de compra.

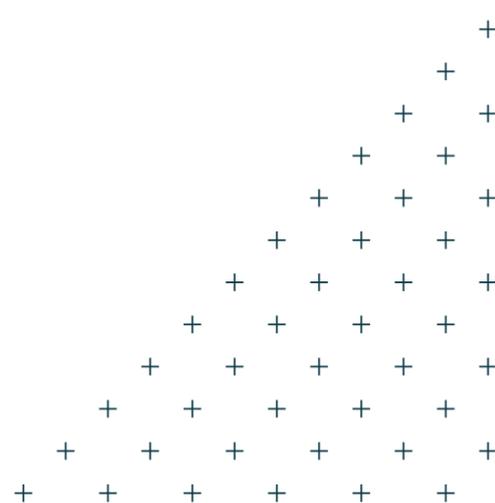
OUTBOUND MARKETING



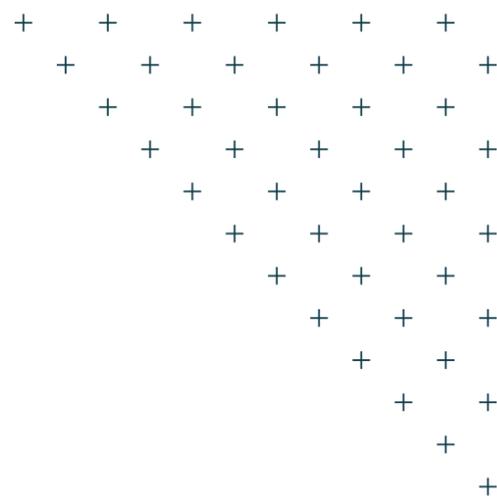
Diferentemente do Inbound Marketing, o Outbound Marketing é a estratégia da propaganda propriamente dita. Ela refere-se mais à conversão dos clientes em fundo do funil.

Embora possa parecer uma estratégia bem antiga, a verdade inquestionável é que com o foco no consumidor final, 2020 será o ano do Outbound Marketing.

Isto porque as empresas, ao focarem cada vez mais em seus clientes, priorizam estratégias de divulgação através dos inúmeros canais digitais como Instagram, Facebook, Google, entre outros. O objetivo é atingir o público-alvo com mais precisão.



GAMI FICAÇÃO

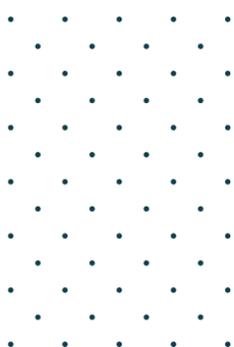


Essa sem dúvidas é uma estratégia recente, mas que virá com tudo para o ano de 2020 tanto para os treinamentos internos da empresa quanto para o mundo das iscas digitais. Para os treinamentos internos da empresa quanto para o mundo das iscas digitais.

Além de conteúdos em vídeo ou texto, as empresas têm a possibilidade de informar sobre seus produtos e resolver os problemas e dúvidas dos clientes através de jogos.

Vamos citar como exemplo uma loja de roupas. Ela pode criar um jogo eletrônico e, dentro do ambiente virtual, o jogador terá conseguir maximizar ao máximo usando um valor estipulado. E, quanto mais eficiente ele for nesta missão, mais pontos ganhará.

Este é apenas um exemplo de como os jogos poderão, de maneira leve, divertida e até lúdica, ajudar na estratégia de vendas das empresas e na aproximação das marcas com seu público.





Whiteboard Animation

(Animação em Quadro Branco)

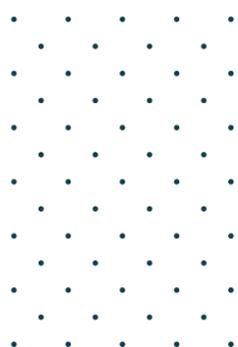
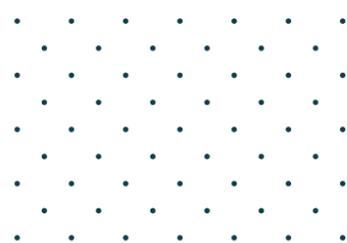
ANIMAÇÃO WHITEBOARD



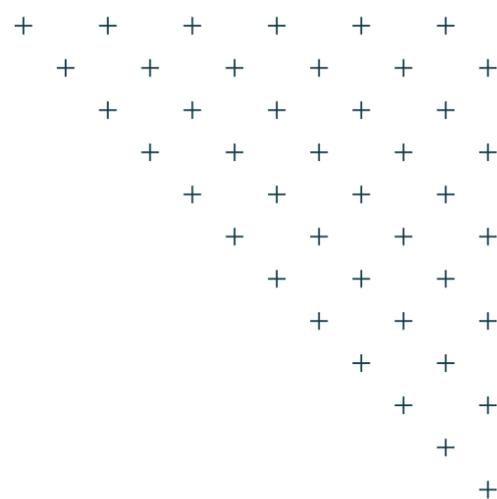
Você sabe o que significa Animação Whiteboard? É um vídeo curto que cria desenhos enquanto uma voz narra sobre determinado assunto. Estima-se a animação Whiteboard tem um poder de conversão até 67% maior do que uma mídia comum.

A animação Whiteboard é um vídeo curto, onde enquanto uma voz vai narrando vão aparecendo desenhos durante o vídeo relacionados ao tema. Existe pesquisa recente que comprova que a animação Whiteboard tem um poder de conversão de até 67% mais que uma mídia comum.

Isso ocorre porque a propaganda é entendida pelo cérebro humano de duas maneiras: a audição e a visão. Assim, através de um desenho animado, o cliente interage mais sobre o conteúdo recebido e capta a mensagem da empresa de forma mais efetiva.



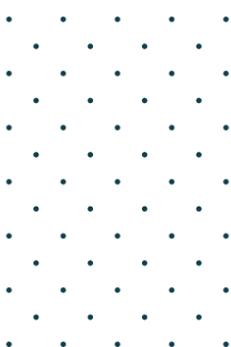
VÍDEO MARKETING



O Vídeo Marketing é uma forma de apresentar soluções aos mais variados clientes. Os vídeos interativos possuem uma alta taxa de conversão e vêm ganhando força nos últimos anos na web.

Dessa forma, trabalhar com canais no Youtube, Snapchat, Instagram e Twitter tem se tornado uma excelente ferramenta para as empresas divulgarem conteúdo útil e seu trabalho de forma mais dinâmica e interativa.

É importante salientar que o Vídeo Marketing precisa de alguns cuidados. O tamanho, por exemplo, não deverá exceder os 15 minutos e a edição que precisa ser muito bem feita para que o vídeo não ganhe ares de amadorismo, além de ágil para que o vídeo não seja cansativo. É importante também se atentar a escolha da ambientação do vídeo, para ele seja capaz de corresponder ao conteúdo que se aplica.



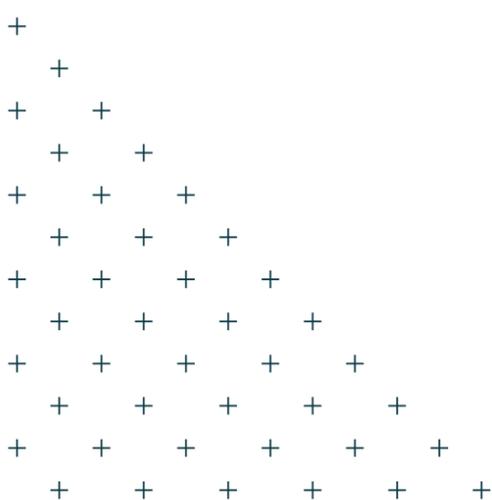
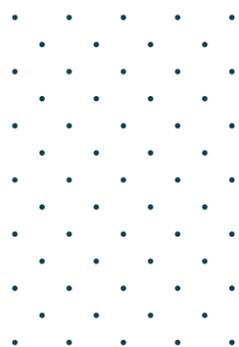


Dentre todas as tendências para o próximo ano, uma é sem dúvida alguma a maior delas, o avanço das redes sociais. Nesta década, as redes sociais ganharam bastante força e as empresas passaram a utilizá-las como uma maneira de divulgarem seus produtos e serviços ao público.

Entretanto, com o avanço do Marketing Digital, a comunicação através das redes sociais deverá manter o seu foco totalmente no cliente. Por isso, é importante buscar soluções alternativas, criativas e claras de alimentar a sua timeline. Divulgação através de vídeos institucionais, animações whiteboard, páginas de captura, entre outros recursos, ajudarão na angariação e conversão de potenciais compradores.

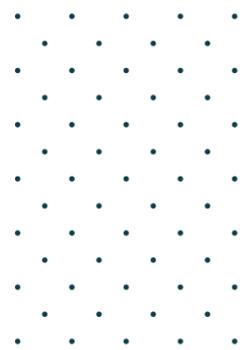
Neste universo de social media, uma tendência em expansão é a de lives, que são transmissões ao vivo. Elas são unanimidade e feitas por profissionais liberais, grandes e pequenas empresas. Por mostrarem as novidades em tempo real, criam interações mais dinâmicas e próximas. Em um tempo em que o cliente quer se sentir e ser tratado como único, este mecanismo é um grande aliado de qualquer marca.

O AVANÇO DAS REDES SOCIAIS





O FUTURO JÁ COMEÇOU!



Como podemos ver, as tendências de Marketing Digital para o ano de 2020 são amplas. A próxima década trará novas e profundas transformações nos hábitos de consumo. Previsões antecipam que na década de 30 não teremos mais o comércio físico da forma como o conhecemos hoje.

Muitas empresas já começaram a migração para as vendas online, dedicando tempo, investimento e estratégia no aumento da distribuição digital dos seus produtos.

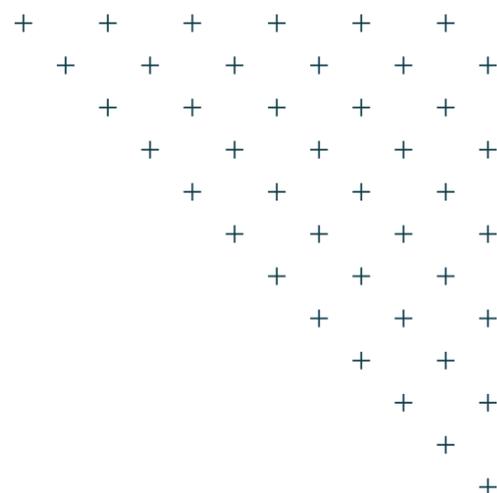
Por isso, a Seda Hub, plataforma de ensino online da SEDA, ajuda a capacitar diversos profissionais de variadas áreas, não só do Marketing Digital, através de ampla oferta de cursos.

Nosso objetivo é oferecer qualidade de ensino e garantir que nossos alunos estejam antenados aos conteúdos atuais para entrarem e serem capazes de se destacar em um mercado de trabalho cada vez mais competitivo e que se transforma em alta velocidade.

Em nosso leque de cursos contamos com especializações desde MBA até Nanograduação. Nossos instrutores e professores são profissionais com destaque no mercado e no mundo acadêmico.

Se você gostou deste e-book e quer saber mais sobre Marketing Digital não deixe de conferir os nossos cursos! Afinal, o futuro já começou!

GOSTOU DO NOSSO EBOOK?



No Brasil, a SEDA Executive Education tem sede em São Paulo e oferece programas de MBA, Pós-graduação, Nanograduação, Especialização Lato Sensu e Módulos Internacionais na Europa.

A SEDA Executive Education, em parceria com a ESUP (Escola Superior de Negócios), oferece o programa MBA Global Business Experience e suas Especializações, cobrindo todas as principais áreas do estudo de negócios com módulos ministrados por professores bilíngues, conteúdos em português e inglês, além de imersões em Dublin-Irlanda.

SÃO PAULO

Alameda Santos, 705 - 4º Andar
Jardim Paulista • (11)2667-5003

DUBLIN

68-72 Capel St, Rotunda, Dublin 1
(353) 14734915 • (353) 892013637

EMAIL

contato@mbaseda.com





www.mbaseda.com.br