

ebook gratuito



GUIA DO

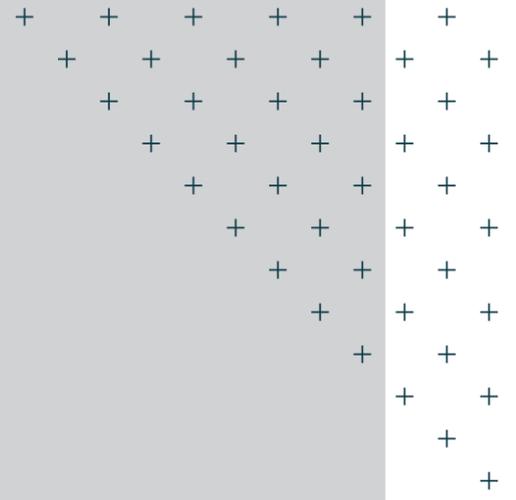
MARKETING DIGITAL

PARA



STARTUPS





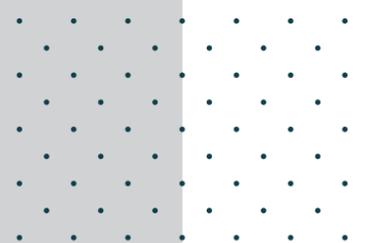
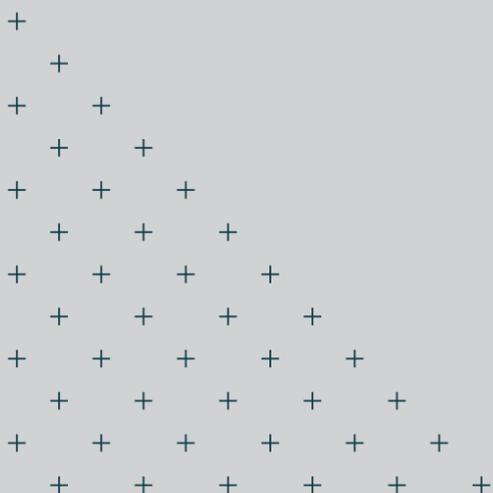
autor

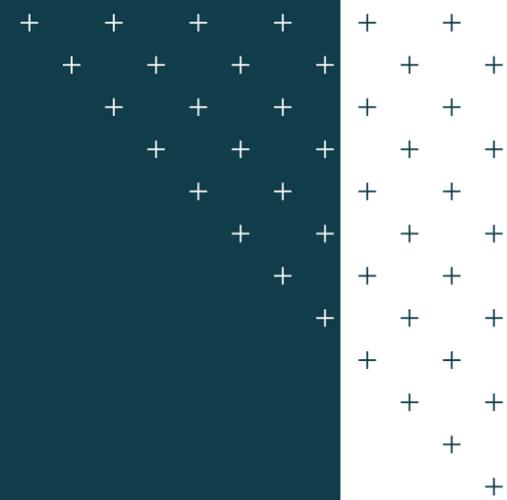
TIAGO DA SILVA MASCARENHAS

CEO SEDA College

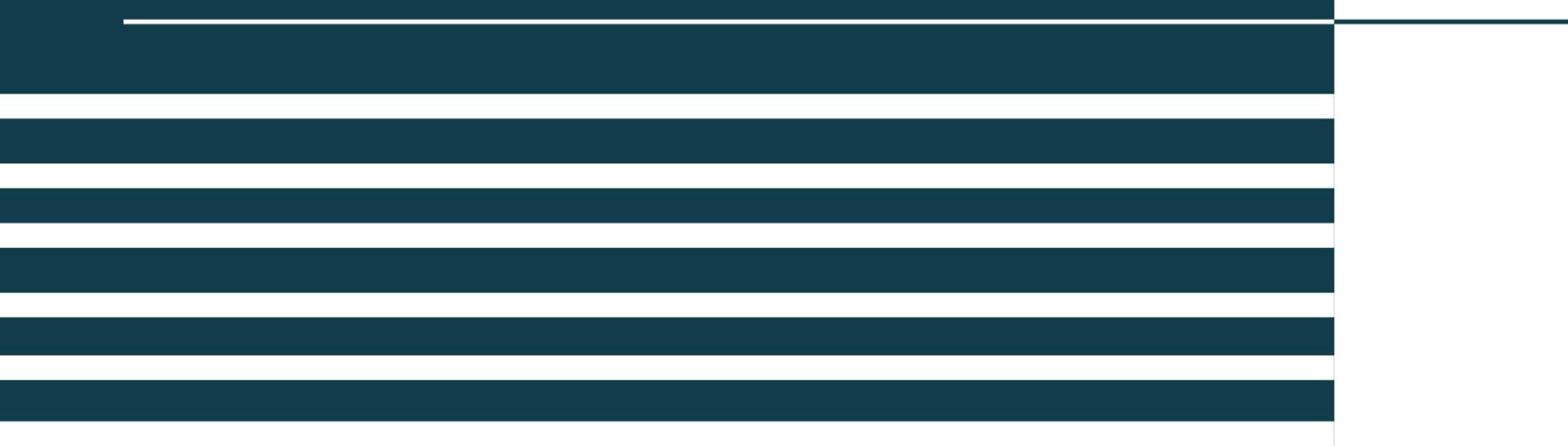


Co-Fundador da SEDA College, instituição educacional Irlandesa que oferece cursos de língua inglesa para todos os níveis – do iniciante ao avançado. Criada em 2009, a SEDA College é reconhecida pela ACELS, empresa de qualidade irlandesa, e pela EAQUALS, certificadora europeia.

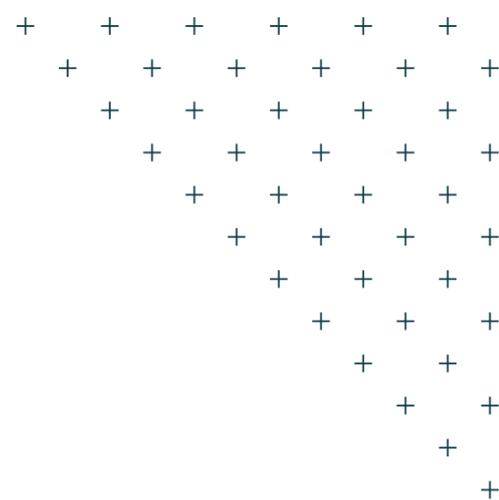




SUMÁRIO

- 4** Introdução
 - 5** Growth Marketing Plan
 - 7** Foco na Experiência do consumidor
 - 9** Investa em Marketing de Conteúdo
 - 11** Conteúdos através de vídeos
 - 13** Redes sociais
 - 15** E-mail marketing
 - 17** Isca digital
 - 19** Tecnologia para mensurar os resultados
 - 21** Conclusão
 - 22** Contato
-
- 

INTRO DUÇÃO



Ter uma nova idéia, pensar fora da caixa. Realmente, começar uma startup não é algo fácil no Brasil. Mas, o primeiro e mais difícil passo foi dado por você, criar algo novo. Muitas pessoas tem uma grande dificuldade em criar algo diferente. Entretanto, para que uma startup sobreviva, é fundamental que desenvolva amplas estratégias de marketing digital.

Há um pensamento errôneo, que acredita, que uma empresa ou produto inovador não precisa investir em Marketing Digital, pois não existem empresas concorrentes. É importante entender, que em um mercado cada vez mais competitivo, mesmo que inicialmente não haja concorrência, possivelmente, em bem pouco tempo, outras empresas estarão copiando a sua idéia.

Silvio Santos, um dos maiores empreendedores do Brasil, disse certa vez, que nada se cria, tudo se copia. Claro, que essa frase não pode ser levada ao pé da letra, mas nos trás uma grande ideia de como a dinâmica do mercado capitalista pode afetar diretamente o seu negócio, mesmo sendo ele algo completamente inovador.

Nesse sentido, elaboramos neste Ebook, um guia fundamental de estratégias de marketing digital que a sua startup precisa seguir, caso queira se manter viva dentro do mercado.



A person is shown in profile, looking at a whiteboard. The whiteboard contains a diagram for a growth marketing plan. At the top, there is a globe with arrows pointing to several human figures, labeled 'CLIENT 1' and 'CLIENT 2'. Below this, there are several lines of data plotted on a grid, with a prominent blue line showing a sharp peak and a green line showing a steady upward trend. The main diagram on the whiteboard features a central circle labeled 'WEB SITE'. An arrow points from 'WEB SITE' to 'DESIGN', and another arrow points from 'DESIGN' to 'MEDIA'. The text 'SEARCH ENGINE' is also visible on the whiteboard.

Growth Marketing Plan





Growth Marketing Plan

Para começar o nosso guia, primeiramente precisamos desmistificar alguns conceitos. E o Growth Marketing Plan, é um deles. Resumidamente, o Growth Marketing é um conjunto de táticas e estratégias cujo objetivo central é o crescimento da startup. Tais estratégias, são capazes de desenvolver o lead em toda a sua jornada de compras.

Dessa maneira, essa ferramenta não trata apenas de estratégias de curto prazo, mas sim de estratégias de longo prazo, cujo objetivo central é fortalecer a marca, consolidando-a como pioneira e líder do mercado.

Dentre os principais benefícios de se desenvolver um Growth Marketing Plan, podemos citar:

- Capacidade de avaliação frequente da eficácia da estratégia traçada;
- Mensuração do posicionamento dos produtos e serviços dentro do mercado;
- Conhecimento dos clientes e dos potenciais concorrentes que possam surgir ou que já surgiram;
- Eficiência na apresentação dos produtos e serviços desenvolvidos;
- Reconhecimento e aplicação das inúmeras abordagens de marketing.

Nesse sentido, podemos reconhecer a importância do desenvolvimento do Growth Marketing Plan para uma startup, e entender, que essa ferramenta nada mais é que um conjunto de estratégias de marketing digital. Vamos agora, conhecer as etapas estratégicas do marketing digital que sua startup precisa desenvolver dentro do Growth Marketing.



Foco na Experiência
do consumidor





Foco na Experiência do consumidor

Um dos primeiros e principais pontos que a estratégia de Marketing Digital que sua startup precisa entender é o foco na experiência do consumidor.

Entender o que realmente é valor para o cliente é o princípio do sucesso. Por essa razão, investir em mecanismos e indicadores que possam criar mensurações sobre a experiência do consumidor em relação ao produto ou serviço oferecido é fundamental para o sucesso e consolidação da sua startup dentro do mercado.

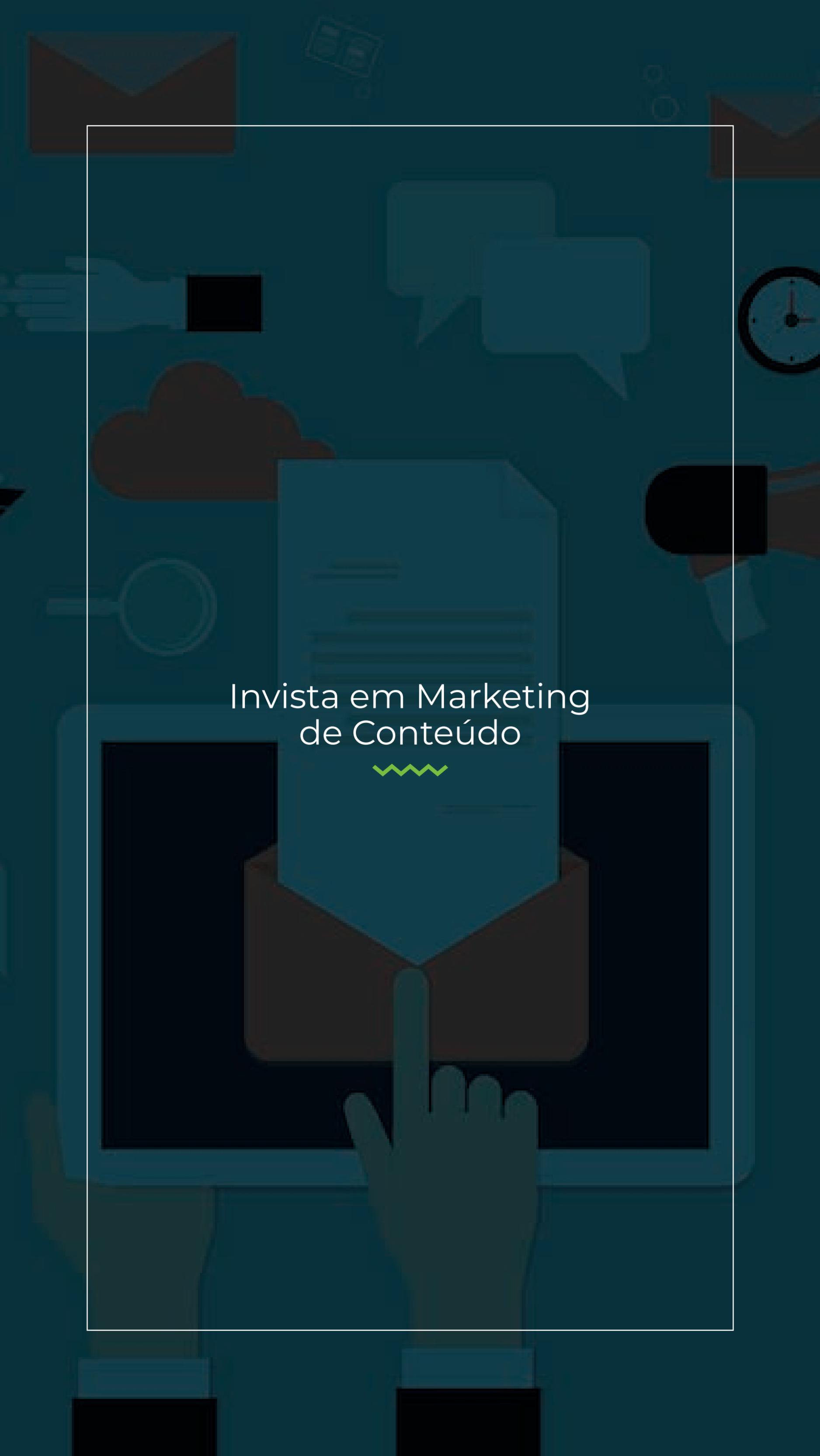
Podemos citar como exemplo que você desenvolveu um software único que permite ao consumidor (lojistas) efetuar mais rapidamente as vendas através dele, e com um amplo controle de estoque.

Vamos imaginar que para você, o importante para o lojista é obter o máximo de recursos possíveis dentro do sistema. No entanto, para o lojista o fundamental dentro do sistema é conseguir mensurar o giro de estoque dos itens mais vendidos, não deixando-os faltar.

Repare, que se a sua empresa não conseguir identificar o que é valor de fato para o lojista, não conseguirá criar e desenvolver o valor que o cliente busca. Com isso pode ocorrer de em bem pouco tempo perder o seu mercado.

Para que isso não ocorra, é fundamental ter como estratégia de marketing o consumidor no centro do negócio.





Invista em Marketing de Conteúdo





Invista em Marketing de Conteúdo

Essa é sem dúvida alguma, uma das principais questões que uma startup precisa se atentar. Primeiramente, é essencial conhecer a Jornada do Cliente, entendendo de forma clara o funil de vendas, para fornecer conteúdos realmente relevantes para o consumidor.

Desse modo, podemos dizer que a jornada do consumidor se divide em três partes, topo do funil, meio do funil e fundo do funil. O topo do funil o período de descoberta do cliente. Essa é a fase que ele ainda está reconhecendo o seu problema, a sua dor, a sua necessidade. Os conteúdos, contudo, precisarão ser informativos em relação aos benefícios que o produto ou serviço pode trazer.

É fundamental, que nessa etapa do funil não seja criado chamadas diretas de ação para comprar produtos da empresa. O cliente ainda não está preparado para essa escolha, e possivelmente isso poderá espantá-lo ao invés de atraí-lo. A segunda etapa do funil, é o meio do funil, onde o cliente já identificou que possui uma necessidade, mas ainda está em dúvida se irá realizar o consumo, e de quem irá comprar o produto. Nessa etapa, investir em conteúdos mais específicos e técnicos, poderá despertar no cliente o desejo de avançar mais rapidamente para a próxima etapa do funil. Entretanto, é fundamental não oferecer diretamente o produto também nessa etapa.

A última etapa da jornada de compras, é o fundo do funil. Nele a empresa poderá ser clara e objetiva. Mostrando o seu produto inovador, e como ele pode sanar uma necessidade ou dor do cliente.

Repare, que se tratando de uma startup é mais do que essencial investir em conteúdo de qualidade. Muitas vezes, por se tratar de produto inovador, o cliente precisará de um maior aprofundamento sobre o produto oferecido. Sendo extremamente necessário essa etapa do marketing digital.



Conteúdos através
de vídeos





Conteúdos através de vídeos

Quando falamos em Marketing de conteúdo, não estamos falando propriamente e somente de conteúdos escritos. Os vídeos devem fazer parte da estratégia de conteúdo em todas as fases da jornada do consumidor.

Existem pessoas que possuem mais facilidade em aprender lendo, mas existe um grande número de pessoas que preferem assistir um vídeo para saber mais sobre o produto oferecido pela sua startup.

Desse modo, a criatividade na criação de vídeos é algo que realmente faz toda a diferença. Os vídeos podem ser feitos para o topo do funil, sendo abordado algum tema relacionado ao produto ou serviço, vídeos informativos, ou até mesmo pequenos filmes.

Para o fundo do funil, é muito usado Webinars, vídeos institucionais e também Animação whiteboard que possuem a capacidade de transmitir os produtos da startup de maneira extremamente criativa e eficiente.

Os vídeos poderão ser criados através de um canal no Youtube, podendo ser espalhados através dos inúmeros veículos e redes sociais disponíveis na internet.



Social



Redes sociais





Redes sociais

As redes sociais deverão também ser amplamente exploradas pelas startups. Pois, é através delas que a sua empresa conseguirá chegar mais próxima do cliente, expondo os seus produtos.

Entretanto é importante atentar-se para a maneira de se divulgar um produto ou serviço através das redes sociais. Pois, cada uma possui peculiaridades específicas, que poderão não ter uma ampla persuasão e conversão conforme o esperado.

Note que, textos muito longos no facebook não geram conversão, sendo que a melhor forma de conversão para essa rede social são imagens de alto impacto, com textos curtos.

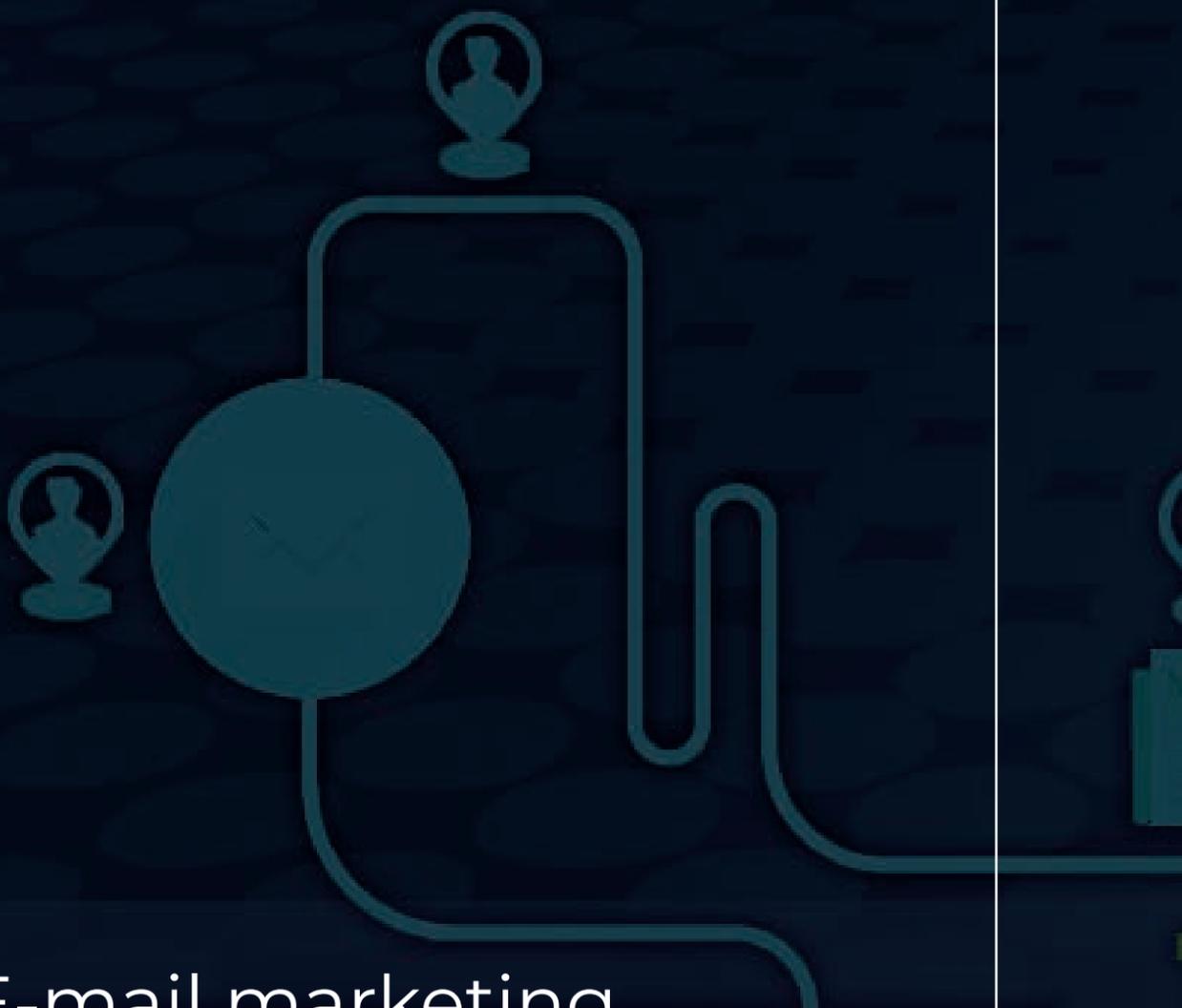
As imagens podem conter links, que levam o interessado para um blog, ou para o próprio website da empresa, dependendo a etapa do funil que se espera atingir com aquela determinada publicação. A mesma estratégia também é válida para a divulgação no Instagram.

Os vídeos também poderão ser amplamente divulgados pelas redes sociais. Com isso sua empresa irá ganhando notoriedade e autoridade digital, e quanto mais postagem possuir, mais será lembrada pelos consumidores.

Uma outra maneira bem interessante de disparar os vídeos e os conteúdos do seu negócio é através de lista de transmissão pelo WhatsApp. Os vídeos de animação Whiteboard tem alto poder de conversão quando disparados diretamente por esse canal.



E-mail marketing





E-mail marketing

Embora muitas pessoas acreditem que o E-mail marketing não possui mais tanta utilidade, essa é uma verdadeira falácia.

O retorno sobre o E-mail Marketing ainda é bastante alto, visto que, o custo de investimento no mesmo é bastante pequeno. É através dele que ocorre a nutrição do lead, fornecendo sempre as informações necessárias sobre o produto ou serviço ofertado pela empresa.

É importante ressaltar, que a estratégia de E-mail marketing deve ser amplamente elaborada, não sendo apenas olhada de forma simplista. Desse modo, deve-se pensar em todas as etapas, como por exemplo:

- Assuntos com títulos fascinantes, encorajador, que o lead sinta-se atraído em abrir o e-mail;
- Usar técnicas de persuasão na escrita, se possível com aplicação de gatilhos mentais;
- Leitura fácil, dinâmica e envolvente;
- Deixar o E-mail bem otimizado, com boa navegabilidade para que o cliente não desista de ler.

Note que utilizando todas essas técnicas certamente o E-mail Marketing atingirá o seu fim proposto. Uma outra maneira bastante interessante de usar o E-mail marketing é disponibilizando para o cliente a famosa Isca Digital que falaremos adiante.



Isca digital





Isca digital

A Isca digital se tornou uma importante ferramenta do marketing digital entre as startups. A principal isca digital, amplamente utilizada pelas empresas, é o E-book.

Sua startup poderá desenvolver um E-book atraente, com assuntos bastante envolvente, que levem o leitor a descobrir a necessidade de consumir o produto ou serviço oferecido pela sua empresa.

A divulgação do Ebook poderá ser feita por todas as redes sociais, mas normalmente, deverá ser solicitado ao cliente alguns dados para que o Ebook seja disponibilizado. Dentre os principais dados, o e-mail é um deles.

Nesse sentido, as empresas enviam o Ebook de forma gratuita para o cliente, e é nesse ponto que começa o relacionamento através do E-mail Marketing. Outras iscas digitais poderão ser disponibilizadas na medida em que o cliente avança na sua jornada de compras, e com isso vai se aprofundando no relacionamento com a empresa.

Essa é sem dúvidas, uma excelente ferramenta de marketing digital, amplamente difundida e divulgada pelas startups e que com certeza continuará sendo tendência para os próximos anos.



ONLINE MARKETING

Tecnologia para mensurar
os resultados



Content

Lists

Sales

Blogs

pt-Inc



Tecnologia para mensurar os resultados

Como não poderíamos deixar de dizer, é fundamental que a startup invista constantemente em tecnologia, principalmente, tecnologias capazes de fornecer mensuração dos resultados da empresa.

Com isso, você conseguirá enxergar quais são os canais mais acessados pelo seu cliente. Quais são os tipos de conteúdos que mais convertem, quais os horários que seus clientes estão mais disponíveis à acessar os meios digitais, entre outros.

Através da mensuração dos resultados, certamente a empresa conseguirá ampliar o leque de estratégias do marketing digital, e focar nos canais que trazem maior eficiência na relação custo benefício.



Conclusão

Chegamos ao final desse ebook, com a certeza que muito precisa ser aprendido e aplicado para que sua Startup se consolide em um mercado cada vez mais competitivo.

Empresas que não se atentarem para essa nova perspectiva certamente estarão com os seus dias contados no mercado. E você está preparado para essa mudança?

Pensando nesse avanço do Marketing digital é que a Seda Hub, vêm ajudando a capacitar os mais variados profissionais com os seus mais variados cursos.

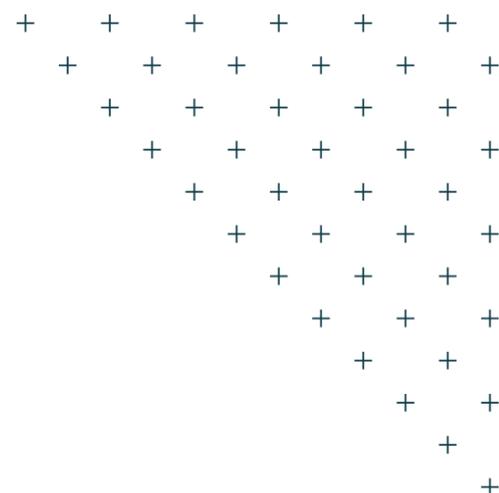
Buscamos sempre pela garantia da qualidade do ensino. Em nosso leque de cursos contamos com especializações desde MBA até Nanograduação, pensando exclusivamente em cada um de nossos alunos.

Nossos instrutores e professores são altamente gabaritados, para proporcionar a melhor experiência que certamente deixará você impressionado.

Então, se você gostou desse E-book e quer saber mais sobre o Marketing Digital, dominando realmente essa ferramenta fantástica, para alavancar sua startup, não deixe de conferir os nossos cursos!



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

©2019 MBA Seda - todos os direitos reservados.





www.mbaseda.com.br