



Como criar um Plano de Marketing Digital **para sua empresa**



www.task.com.br
contato@task.com.br



Índice

Introdução	03
O Plano de Marketing	05
Passos iniciais	06
Presença offline x presença digital	08
Construindo sua presença digital	11
Como registrar um domínio	12
O seu site precisa ser responsivo	13
Site, loja virtual ou redes sociais?	14
SEO	15
Criação de conteúdo	16
E-mail marketing	17
Tráfego pago	18
Remarketing	19
Conclusão	20

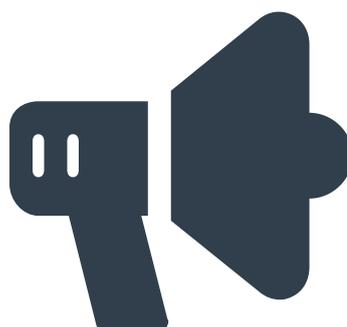
Introdução

O marketing digital é a forma mais viável e eficaz para se aproximar do seu público-alvo e ampliar seu negócio.

Atualmente não basta apenas ter bons produtos - é preciso cativar o cliente e mostrar que realmente seu negócio, seus produtos e suas ideias são diferentes.

Você já parou para pensar no volume de pesquisas que são feitas no Google? Quando você precisa de um produto (ou informação), qual é o primeiro lugar que você pesquisa?

É muito importante ter ciência de que um projeto de marketing digital não dá resultados da noite para o dia. Demanda tempo e trabalho coletivo.





Um site, por exemplo, desde que tenha conteúdo e atenda às regras de SEO (página 15), demora em média, seis meses para que os efeitos sejam notados. Os investimentos com links patrocinados no Google (página 18), pelo menos um ano. Já o trabalho de conteúdo e manutenção de redes sociais, de um a dois anos de trabalho.

É preciso ter
persistência.
Você está
preparado?

O Plano de Marketing

O Plano de Marketing é um documento que contém todas as informações necessárias para conduzir as ações da empresa e criar estratégias competitivas para aumentar a visibilidade e gerar novos negócios.

Com esse documento em mãos, podemos prever os passos e decidir onde aplicar os recursos disponíveis para divulgação da empresa.

Para montar o seu Plano de Marketing, é **imprescindível conhecer o negócio** (principalmente quais são as tendências para o futuro), o público-alvo e, principalmente, quais são os objetivos e metas do negócio.

Tenha em mente que o mercado é dinâmico e que esse documento não é um produto fechado. Ele sofrerá mudanças de acordo com as tendências.



O Plano de marketing não precisa ser um texto extenso, com muita informação (que talvez você nem use). Ele deve ser conciso e objetivo.

Passos iniciais

O primeiro passo para criar o Plano de Marketing é uma **pesquisa de mercado**. Conheça seu público, monte um dossiê com a situação da empresa contendo seus pontos fortes, fracos e, ainda, informações sobre os concorrentes.

O passo seguinte é o **planejamento**. Faça reuniões com setores, detalhe as prioridades / necessidades da empresa, trace metas, defina objetivos a curto, médio e longo prazo.



Exemplo de objetivo

Aumentar a visibilidade da empresa na internet em 30% no ano de 2019.

Definir objetivos permite alcançar metas. Enquanto o objetivo é abrangente (onde se quer chegar), as metas são os caminhos que seguiremos para atingir os objetivos.

Exemplos de metas

1

Construir um site (ou loja virtual) e um blog para a empresa até maio de 2019;



2

Definir cronograma de conteúdo para o blog e redes sociais até maio de 2019;



3

Criar perfis nas principais redes sociais até junho de 2019;



4

Criar um plano de SEO com conteúdo relevante e links patrocinados.



Presença Offline

X

Presença Digital

Existem muitas formas de promover o seu negócio, seja offline ou online.

A primeira é a mais antiga e tradicional e, basicamente, consiste em:

1

Propagandas por meio de panfletos e anúncios em jornal, revista, rádio e televisão;

2

Parcerias com representantes comerciais;

3

Organizar ou participar de feiras e eventos corporativos relacionados ao seu ramo;



O marketing offline **não** é uma técnica ultrapassada. No entanto, costuma ser mais cara que estratégias online de divulgação.

O **marketing digital** cresceu muito por causa da presença massiva das pessoas na internet e por conta do custo inferior em relação ao marketing tradicional. O marketing online, em linhas gerais, consiste em:



1

Ter um bom site estruturado nas regras de SEO;



2

Criar um blog e atualizá-lo constantemente (pelo menos uma vez por semana);



3

Entrar nas principais redes sociais com conteúdo interessante e diversificado para seu público-alvo;



4

Criar campanhas de mídia paga (Google AdWords, Facebook Ads, LinkedIn, Instagram, entre outras);



5

Criar listas de e-mails para desenvolver campanhas por meio de e-mail marketing.



Construindo sua presença digital

Divulgar o seu negócio na internet tem se popularizado graças ao baixo custo em relação ao marketing tradicional. Permite que empresas pequenas possam ocupar espaço considerável no mercado.

As ferramentas de marketing online permitem segmentar seu público, mensurar os resultados e, se preciso, mudar o projeto ao longo do processo.



Como registrar um domínio

Ter um site na internet é um dos requisitos obrigatórios para fazer a empresa melhorar as vendas. Para se ter uma ideia, de acordo com a Associação Brasileira de Comércio eletrônico ([ABComm](#)), em 2017 o e-commerce no Brasil cresceu 12% e a perspectiva para 2018 é de 15% de aumento nas vendas.

Decidir qual será o nome do seu negócio é um momento decisivo que irá influenciar na visibilidade da página na internet. No blog da Task temos um artigo que vai te ajudar a [como escolher o domínio ideal para seu site](#).



Se você já possui um ou mais nomes de domínio registrados, pode fazer a transferência de domínio Registro.br ou do exterior para a Task. Conte conosco para realizar esta tarefa!

Para facilitar, a Task tem uma parceria com o Registro.br e faz essa ponte. Só acessar a nossa página para verificar disponibilidade e fazer o registro do domínio.



O seu site precisa ser responsivo

Um site responsivo é aquele que se adapta, sem distorção, a vários tamanhos de tela, podendo ser acessado de celular, notebook ou qualquer outro equipamento móvel ou fixo conectado à internet.

O objetivo de possuir um site responsivo é melhorar a experiência de navegação de quem acessa a sua página na internet.

O Google coloca os sites responsivos em melhores posições (principalmente se a pesquisa for feita via dispositivo móvel). O Search Console do Google possui uma ferramenta para você descobrir se os usuários conseguem usar seu site com facilidade em dispositivos móveis.

Site, loja virtual ou redes sociais?

Existe uma dúvida muito frequente em relação a forma de estar na internet. O melhor é ter um site ou uma loja virtual? Isso pode variar.

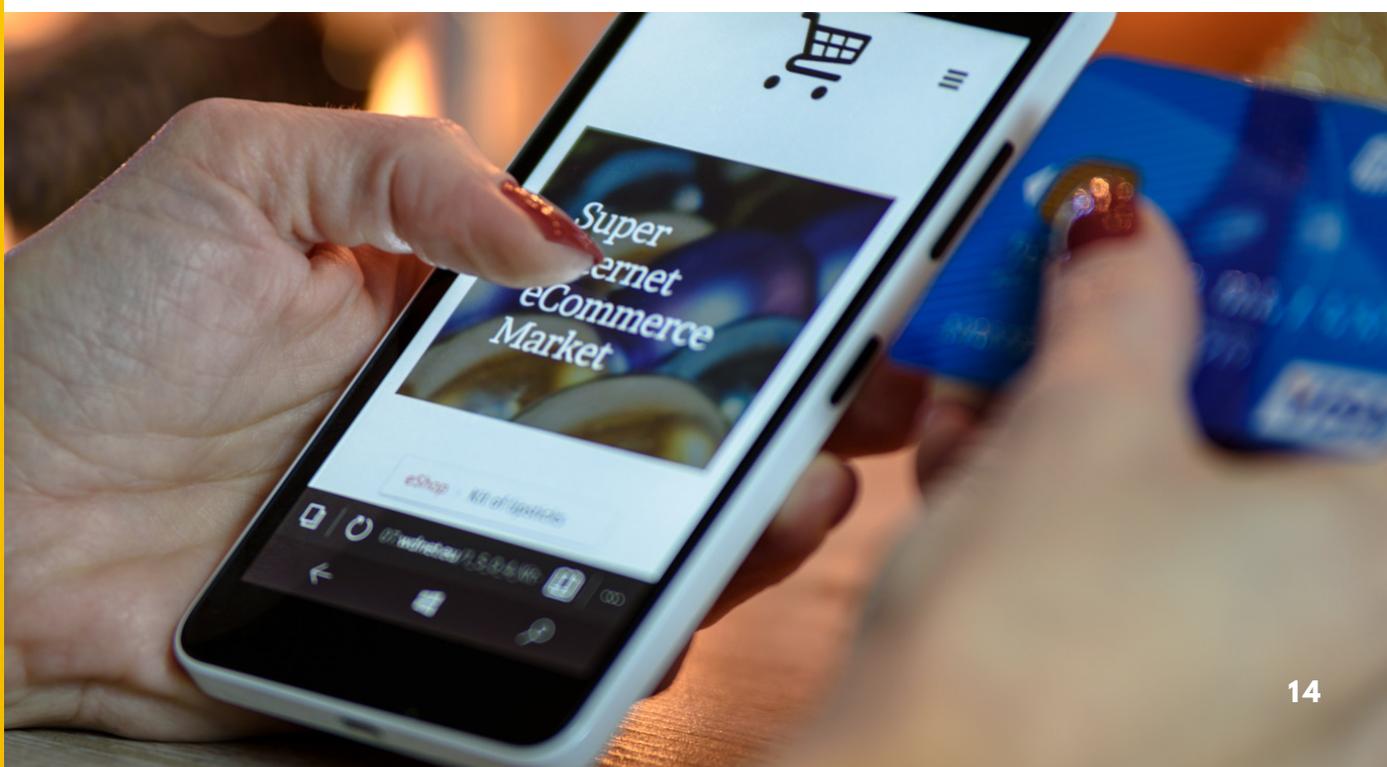
A sua empresa pretende somente mostrar os serviços e produtos ou deseja fazer comércio pela internet, por meio de uma loja virtual?

No fim das contas, ambos possuem o **objetivo de gerar vendas para você ou sua empresa**. A diferença é que na loja virtual, é possível concretizar a transação no próprio site.

Dependendo do seu ramo de negócio, o ideal é ter os dois.



*Em relação às redes sociais, elas não substituem os canais acima. Elas funcionam apenas como um **complemento da sua estratégia de marketing**.*



SEO

O **SEO** (Search Engine Optimization) é o **conjunto de ações estratégicas para tornar o seu site mais atraente** aos olhos do Google e, conseqüentemente, aparecer nas primeiras páginas do buscador.

Garantir um bom posicionamento nos resultados orgânicos do Google, responsável por grande parte das buscas feitas por internautas brasileiros, pode aumentar o tráfego do seu site, gerando oportunidades de negócios para a sua empresa.

Além de questões técnicas na hora de produzir a página, a sua atuação na internet também influencia no seu posicionamento. Um dos aspectos cruciais é o conteúdo.



Criação de conteúdo

A sua presença na internet só estará completa se você possuir um **conteúdo relevante** para o seu público-alvo.

Ao criar um artigo para o seu blog ou posts para suas redes sociais, responda: quais as informações sobre o seu ramo são interessante para o consumo dos clientes e potenciais clientes?

O conteúdo relevante é um dos principais aspectos que o Google analisa para colocar a sua página nas primeiras páginas do buscador.



E-mail marketing

O e-mail marketing continua sendo **uma das principais estratégias de comunicação entre você e o seu público**. Isso porque, mesmo com o crescimento das redes sociais, ninguém deixou de lado o hábito de checar esse meio de informação.

Essa estratégia nada mais é do que uma conversa entre você e os seus seguidores. Sabe quando você quer contar uma novidade para alguém querido e envia um e-mail à pessoa? É isso!

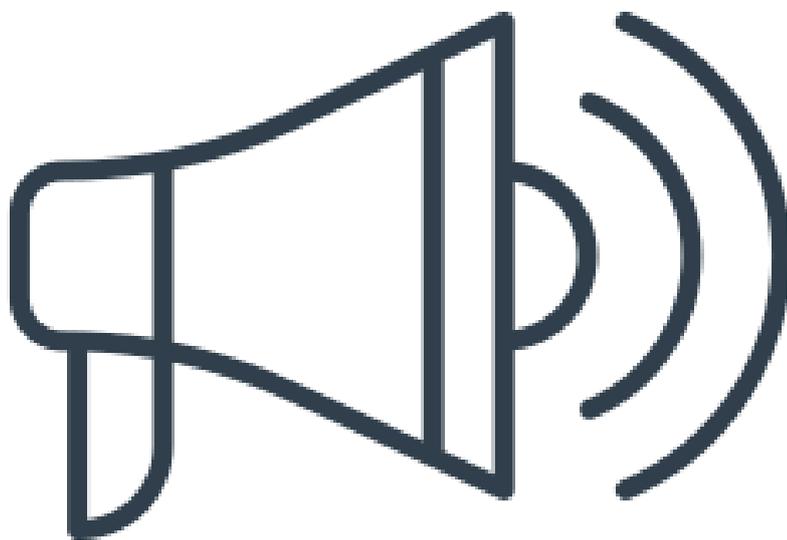
Antes de enviar sua campanha, pense: quem está aberto a conversar com a minha empresa? **Nada de enviar e-mail para todo mundo!** Trace o perfil do seu consumidor e conheça sobre suas preferências. É por meio dessa estratégia que você vai criar laços com o seu público.



Tráfego pago

Além dos procedimentos citados acima para melhorar a busca orgânica, também é possível investir monetariamente para que seu site apareça na primeira página de resultados do Google por meio de [links patrocinados](#).

As Redes Sociais como o Facebook e o LinkedIn também permitem investir para divulgar informações relevantes a respeito da sua empresa para conquistar mais clientes.



Remarketing

Sabe quando você faz uma consulta no buscador online ou acessa determinado site e, depois, começa aparecer anúncios relacionados a essa busca? Essa é uma **maneira eficiente de aumentar a conversão para o seu negócio**.

O **remarketing** (ou retargeting) é uma estratégia eficaz de impactar o seu público-alvo de forma mais assertiva. Em suma, ele exibe anúncios em sites para pessoas que tiveram algum contato com a sua marca.

Grande parte das pessoas que fazem uma busca na internet, não se decidem imediatamente sobre a compra. Por meio do remarketing, é possível **atingir a mesma pessoa mais de uma vez e “acompanhar” o seu potencial cliente**, para lembrar e incentivá-lo a comprar seu produto ou contratar o seu serviço.

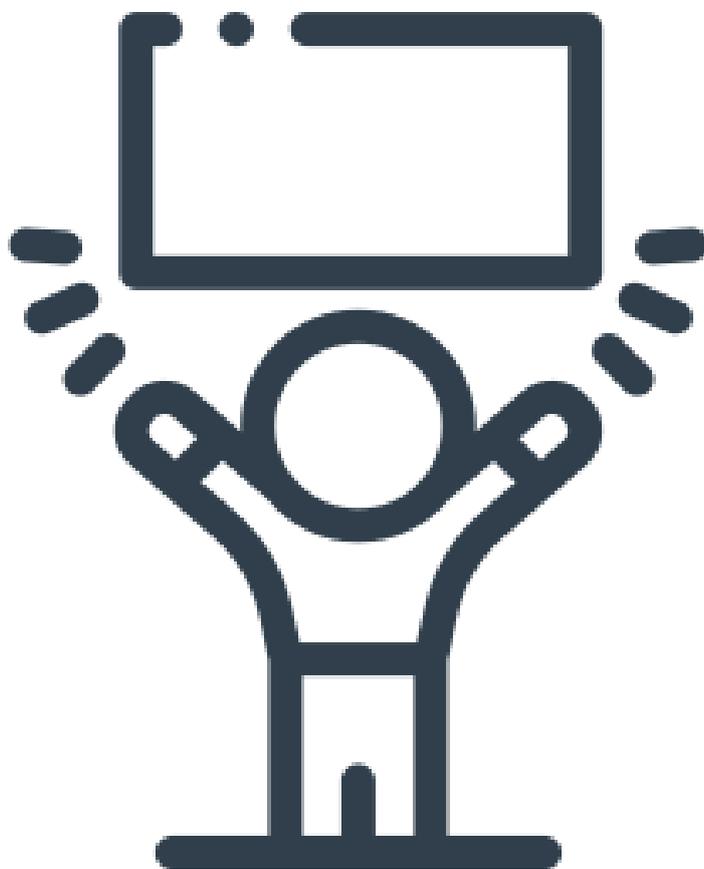


Conclusão

Conversar ou se fazer notar pelo seu público-alvo é uma tarefa muito difícil atualmente. Conduzi-los por uma jornada para torná-los clientes exige tempo, disposição, conhecimento e disciplina.

Dessa forma, o planejamento de marketing (tanto offline, quanto digital) é essencial para se destacar e conquistar ainda mais espaço no mercado.

Conte com a [Task](https://www.task.com.br) para começar a presença digital da sua empresa. Comece hoje mesmo.





Rua Domingos Vieira, 348 | 1501 - Santa Efigênia



contato@task.com.br



31) 3123-1000



31) 9 8424-0981