

Marketing Digital Para Leigos, Tradução da 3ª Edição

***Folha
de Cola***

Você está fazendo marketing de sua empresa na web — claro que está! Atualmente, se você não fizer marketing digital, sua empresa não sobrevive por muito tempo. Continue a ler para obter dicas de como comercializar seu produto de forma bem-sucedida. Descubra o que colocar em seu site e em quais ferramentas de busca cadastrá-lo, como expandir sua presença com as mídias sociais, trazer visitantes ao seu site e familiarizar-se com termos de marketing digital.

Dicas para Fazer Marketing em Seu Próprio Site

Como um empresário inteligente, você quer tirar o maior proveito da web para fazer marketing de seus produtos e serviços. Isso inclui administrar seu próprio site. Use estas dicas rápidas para otimizar seu site para a eficiência no marketing:

- ✓ Atraia atenção com sua página inicial e seu título.
- ✓ Mantenha o interesse com um texto que seja sobre “você” e não sobre “mim”.
- ✓ Desperte desejo com conteúdo frequentemente atualizado.
- ✓ Inclua muitos chamados à ação.
- ✓ Faça com que seu site seja fácil de usar e navegar.
- ✓ Poste seu número de telefone, endereço físico e links de mídias sociais em cada página.
- ✓ Colete endereços de e-mail para se comunicar com seus fregueses e clientes em potencial.
- ✓ Teste seu site antes de publicá-lo.
- ✓ Use os resultados de suas estatísticas de tráfego e de vendas para melhorar seu site.

Para Leigos: A série de livros para iniciantes que mais vende no mundo.

Marketing Digital Para Leigos, Tradução da 3ª Edição

*Folha
de Cola*

Tarefas Essenciais de um plano de Marketing Bem-sucedido

Seu site pode ser sua mais forte ferramenta de marketing. Ele funciona como o rosto que sua empresa apresenta para o mundo online. Se os visitantes acharem que esse rosto é simpático, você está a caminho de um aumento em suas vendas. Você deve perceber esse aumento nas vendas uma vez que seu site tenha atingido estas metas:

- ✓ Atrair novos visitantes para seu site.
- ✓ Mantê-los no site por várias páginas.
- ✓ Trazê-los de volta para visitas repetidas.
- ✓ Responder “O que eu ganho com isso?”

Ferramentas de Busca Cruciais para Marketing Digital

Para comercializar produtos e serviços de forma bem-sucedida em seu site, você deve cadastrar seu site gratuitamente nestas três ferramentas de busca. Elas abrangem mais de 90 por cento do mercado de busca natural:

- ✓ Bing
- ✓ Google
- ✓ Yahoo!

Use as Mídias Sociais para Intensificar Sua Presença Online

Use as mídias sociais para instigar seus visitantes a retornarem ao seu site, onde eles receberão sua mensagem completa. Dobre os benefícios ao otimizar cada canal de mídia social para melhorar sua classificação nas ferramentas de busca. Lembre-se de ouvir duas vezes mais do que você fala:

- ✓ Use o Facebook para lealdade à marca, suporte ao cliente e para solicitar opiniões e críticas.
- ✓ Use o Twitter para notícias, lugares interessantes, eventos em andamento e ofertas de curta duração.
- ✓ Use o LinkedIn para atingir clientes business-to-business, qualificar clientes potenciais e para encontrar novos fornecedores ou funcionários.
- ✓ Use sites de compartilhamento de conteúdo como o YouTube (vídeo), blogs, podcasts e o Instagram (fotos) para incentivar a participação do cliente.

Para Leigos: A série de livros para iniciantes que mais vende no mundo.

Marketing Digital

PARA
LEIGOS®

Tradução da 3ª Edição

por Jan Zimmerman



ALTA BOOKS

EDITORA

Rio de Janeiro, 2014

Sumário Resumido

Introdução	1
Parte I: Dando Início ao Marketing Digital.....	7
Capítulo 1: Levando Seu Marketing para a Web	9
Capítulo 2: Preparando o Marketing Digital	27
Parte II: Construindo Sites para Sucesso no Marketing.....	45
Capítulo 3: Produzindo um Site de Negócios Bem-sucedido	47
Capítulo 4: Criando uma Loja Online Lucrativa.....	75
Capítulo 5: Fazendo Marketing com Recursos em Seu Próprio Site.....	99
Capítulo 6: Melhorando os Resultados com Estatísticas.....	119
Parte III: Maximizando Seu Sucesso Online	135
Capítulo 7: Dominando os Segredos dos Mecanismos de Busca	137
Capítulo 8: Fazendo Marketing com Componentes Essenciais Online.....	171
Capítulo 9: A Arte do E-mail Marketing.....	193
Capítulo 10: Decifrando o Marketing Digital	221
Parte IV: Gastando a Verba do Marketing Digital	241
Capítulo 11: Fazendo Marketing com Anúncios Custo Por Clique	243
Capítulo 12: Fazendo Marketing com Publicidade Online Paga	269
Parte V: Aproveitando ao Máximo os Canais de Mídias Sociais	293
Capítulo 13: Atingindo os Clientes Usando Mídia Social	295
Capítulo 14: Captando Clientes com Compartilhamento de Conteúdo	313
Capítulo 15: Encarando o Futuro com o Facebook	329
Capítulo 16: Preparando o Ninho de Sua Empresa com o Twitter.....	341
Capítulo 17: Fazendo Contatos com o LinkedIn.....	351
Capítulo 18: Conquistando Clientes com Outros Serviços de Mídias Sociais	361
Capítulo 19: Usando Ferramentas de Mídias Sociais.....	371
Parte VI: A Parte dos Dez.....	381
Capítulo 20: Dez Formas Gratuitas de Fazer o Marketing de Seu Site	383
Capítulo 21: Dez Dicas para Sites Desgastados	389
Índice	397

Conteúdo Online

Capítulo Bônus 1: Dando Início ao Marketing Digital

Capítulo Bônus 2: Construindo Sites para Sucesso no Marketing

Capítulo Bônus 3: Maximizando Seu Sucesso Online

Capítulo Bônus 4: Gastando a Verba do Marketing Digital

Capítulo Bônus 5: Aproveitando ao Máximo os Canais de Mídias Sociais

Formulário de Sites

Formulário de Planejamento de Site

Lista de Verificação de Métodos de Marketing Digital

Plano de Marketing de Mídias Sociais

Questionário de Capacidades de Desenvolvedor Web

Questionário de Referência de Desenvolvedor Web

Lista de Verificação de Loja para o Fornecedor

Sumário de Informações de Marketing Digital

Fazendo o Marketing do Seu Negócio Online Fora de Rede

Introdução

Parece tão simples na TV: faça um site e comece a contar o dinheiro. Quem dera a vida real fosse assim tão fácil! Infelizmente, com bilhões de páginas na internet competindo por atenção, a coisa não é tão simples.

Por outro lado, marketing digital não é um bicho de sete cabeças. Este livro traça um curso de ação prático para colocar seu site e mídias sociais de negócios em movimento, somando lucros às suas finanças. Esteja você apenas começando a desenvolver uma presença online ou se já estiver online há anos e ávido por gerar tráfego, este livro ajuda você a levar os prospects (os clientes em potencial) a diversos componentes de sua presença online e convertê-los em consumidores.

Marketing Digital Para Leigos, Tradução da 3ª Edição alavanca seu conhecimento offline de marketing em domínio da web. Como eu escrevi esse livro para proprietários de pequenos e médios negócios, onde é o dinheiro que manda, eu sugiro dezenas de ideias gratuitas ou de baixo custo de marketing de guerrilha que você pode experimentar online.

Nenhuma fórmula diz que empresas de calçados devem usar este método de marketing digital enquanto arquitetos devem usar aquele. Eu recomendo que você tenha em mente uma imagem de seus clientes ou fregueses enquanto ler este livro. Se você sempre se perguntar se determinado método vai atrair seu mercado-alvo, você tomará as decisões corretas. Responda à pergunta de seus fregueses: “O que eu ganho com isso?” e seu plano de marketing digital vai fazer maravilhas por você.

Sobre Este Livro

Este livro é um guia de referência de marketing digital, uma visão geral concisa para ajudá-lo a tomar decisões seguras nos negócios quanto à sua presença online. Ele é escrito como um bom texto para a internet: frases curtas, parágrafos curtos, capítulos curtos, possui muitas listas de itens e tabelas para que você possa encontrar as informações rapidamente.

Por favor, olhe as lindas figuras deste livro. Elas não só sintetizam mil palavras que você leria, como também são ótimos exemplos do que você está tentando realizar.

Folheie um capítulo quando se confrontar com determinado problema com marketing digital para achar a informação que você precisa imediatamente. O resto pode esperar.

Este livro foi planejado para empresários e não para fanáticos por tecnologia. Sempre que eu apresentar informações técnicas, sugiro que você compartilhe a dica com seu desenvolvedor web. Deixe que ele se preocupe com Apache Mod Rewrites para URLs amigáveis aos mecanismos de busca. Você se preocupa com seus negócios.

Convenções Utilizadas Neste Livro

Fazer alguma coisa do mesmo jeito repetidas vezes pode ser cansativo, mas a consistência torna as coisas mais fáceis de serem compreendidas. Neste livro, estes elementos constantes são as *convenções* e eu uso apenas algumas.

- ✓ Quando as URLs (endereço da web) aparecem dentro de parágrafos, legendas ou tabelas, elas ficam assim: `www.altabooks.com.br`.
- ✓ Termos novos aparecem em *itálico* na primeira vez em que são usados, cortesia da copidesque deste livro.
- ✓ Todas as marcas registradas e marcas de serviço, estejam indicadas ou não, são propriedade de seus donos registrados. Geralmente, essas marcas estão em letras maiúsculas, mas, levando em consideração a forma como as empresas escrevem seus nomes e produtos hoje em dia, não há garantia disso.
- ✓ Qualquer coisa que você tenha que digitar está em **negrito**, mas sinceramente não acho que você tenha que digitar alguma coisa nesse livro. Na maior parte, você só precisa pensar.

Felizmente, marketing digital é independente de plataformas e sistemas operacionais. Não importa se você está em um Mac ou em um PC, embora eu recomende uma conexão à internet de alta velocidade. Não é mais possível monitorar seu site, fazer upload de conteúdo, examinar as estatísticas ou pesquisar seu mercado com uma velocidade de tartaruga (internet discada).

Só de Passagem

Você não tem que ler nada que pareça irrelevante para o seu negócio! Você pode passar rapidamente pelo texto em um parágrafo marcado, por exemplo, com o ícone Papo de Especialista, porque a informação é destinada ao seu desenvolvedor. Você pode desviar das histórias nos quadros explicativos, embora você possa gostar de ler sobre as experiências de donos reais de negócios que experimentaram as técnicas de marketing em discussão. Algumas vezes, o quadro explicativo revela alguns segredos úteis de quem está por dentro do assunto.

O Capítulo 4, que discute a construção e a comercialização de uma loja online, se aplica somente se você planeja vender online. Se essa descrição

não se aplica a você, pule esse capítulo. Se você está apenas começando ou tem um orçamento limitado, pode ser que queira adiar a leitura da Parte IV. Em vez disso, fique com as técnicas básicas e acessíveis descritas na Parte III e as técnicas para mídias sociais descritas na Parte V até que seu site gere renda ou produza oportunidades sólidas.

Penso que...

Na minha cabeça, construí uma imagem de você, leitor. Eu parto do pressuposto de que você (ou o membro da sua equipe que você indicou) já

- ✓ Tem um computador com acesso à internet de alta velocidade.
- ✓ É (ou será em breve) o proprietário ou gerente de departamento em uma empresa de tamanho pequeno a médio.
- ✓ Escreveu ou planeja escrever um plano de negócios.
- ✓ Usa frequentemente aplicativos como Word ou Excel, e-mail e navegadores.
- ✓ Sente-se confortável fazendo buscas na web usando palavras-chave e mecanismos de busca.
- ✓ Consegue escrever e fazer contas básicas, principalmente quando os dígitos estão envolvidos.
- ✓ Conhece seu negócio e os mercados-alvo.
- ✓ Prefere uma abordagem pragmática que foca em resultados lucrativos e não na técnica.
- ✓ Tem paixão por seu negócio e um compromisso de fornecer um excelente serviço ao cliente.

Se minhas suposições estiverem incorretas, você provavelmente vai achar este livro fácil demais ou difícil demais de ler. Por outro lado, se minha descrição está correta, este livro é para você.

Como Este Livro Está Organizado

Dividi este livro em partes que seguem um processo cronológico de desenvolvimento, indo desde o planejamento dos negócios e pesquisa de mercado, passando pelo design de um site eficaz em termos de marketing, até a promoção online que impulsiona um tráfego qualificado.

Para informação sobre um tópico específico, verifique os títulos no Sumário ou dê uma olhada no Índice.

O livro foi concebido para permitir que você obtenha o máximo (ou o mínimo) de informação de que precisa em um determinado momento. Se está começando do zero, você deve iniciar pela Parte I. Se você já possui um site bem-sucedido e quer aumentar seu tráfego, comece pela Parte III.

Parte I: Dando Início ao Marketing Digital

A menos que você tenha uma fortuna sem fim e tempo infinito, você precisa ter alguma ideia do que está tentando realizar online antes de começar. Essa seção enfatiza a importância de planejar sua presença na web, uma vez que ela se cruza com outros aspectos de seu negócio, incluindo os financeiros. Repleta de formulários de planejamento e listas de verificação úteis, a Parte I mostra como se planejar para o sucesso desde o princípio.

Parte II: Construindo Sites para Sucesso no Marketing

Sites de negócios bem-sucedidos não acontecem por acaso. De uma perspectiva de marketing, um site bem-sucedido atrai os visitantes, os mantém no site e os traz de volta para visitas repetidas. A Parte II aborda a construção de um site e de uma loja online com marketing eficiente, bem como a implementação de ideias de marketing em seu site. Métodos de marketing onsite e viral são técnicas, na maioria das vezes, gratuitas ou baratas, o que as torna atraentes, especialmente para os negócios online que estão começando.

Parte III: Maximizando Seu Sucesso Online

Parte mais importante deste livro, a Parte III cobre os componentes absolutamente essenciais do marketing digital: otimização natural de mecanismos de busca, técnicas de marketing viral e campanhas de links. Também aborda métodos pagos, tais como e-mail marketing, webinários (seminários via web) e marketing em dispositivos móveis (smartphones e tablets). Embora alguns dos métodos nesta parte exijam tempo, a maioria não requer grandes recursos financeiros.

Parte IV: Gastando a Verba do Marketing Digital

Use com moderação. As técnicas de publicidade e marketing nessa parte custam uma grana. Tanto o método de publicidade pay per click (custo por clique) quanto o de uso de banners podem alcançar os altos preços de

compra de mídia. Técnicas de marketing que usam tecnologia avançada e multimídia são caras para se desenvolver. Entretanto, a publicidade paga pode ser um fator importante em um planejamento estratégico de marketing.

Parte V: Aproveitando ao Máximo os Canais de Mídias Sociais

Canais gratuitos de mídias sociais são a última tendência, mas usá-los no marketing digital de maneira eficaz pode ser difícil. A Parte V o ajuda a identificar quais ferramentas de redes sociais (tais como Facebook, Twitter, LinkedIn, sites de compartilhamento de conteúdo ou outros) teriam melhor alcance em seu mercado e o auxilia a gerenciar o processo.

Parte VI: A Parte dos Dez

Como todos os livros *Para Leigos*, este aqui também tem A Parte dos Dez. Estes dois capítulos listam dez maneiras gratuitas de dar o pontapé inicial em sua campanha de marketing na web e dez dicas para revitalizar um site desgastado.

Ícones Usados Neste Livro

Para facilitar sua experiência, eu uso diversos ícones nas margens para indicar pontos de interesse específicos:



Sempre que dou uma sugestão que torne mais fácil algum aspecto do marketing digital, sinalizo com o ícone de Dica. É o meu jeito de compartilhar o que descobri da maneira mais difícil — de forma que você não precise passar por isso. Lógico, se você preferir aprender dando cabeçada, fique à vontade.



Este ícone é simplesmente um lembrete amigável. Este livro reúne mais detalhes do que uma pessoa normal é capaz de lembrar. Use esse ícone para ajudá-lo a se lembrar dos princípios básicos de marketing digital. Pesquise o restante quando precisar!



Ai! Este ícone equivale a um ponto de exclamação. Preste atenção a esses avisos para evitar armadilhas em potencial.



Algumas vezes me sinto obrigada a dar informação técnica aos desenvolvedores: nem sempre eles sabem tanto quanto acham que sabem. Marco essas informações com esse rapaz nerd, para que você saiba que é uma informação para compartilhar e não necessariamente para entender.



Este ícone é a sua deixa para ir ao site da Alta Books, em www.altabooks.com.br, e procurar pelo título do livro, onde pode encontrar material suplementar. Use-os para desenvolver seus próprios planos de marketing digital ou para acompanhar e analisar o que você já fez.

Alguns dos Capítulos Bônus possuem conteúdo adicional, mas todos têm listas múltiplas de recursos linkáveis. Por comodidade, clique nos links ativos para investigar alternativas específicas, ficar atualizado, assinar blogs ou newsletters ou simplesmente descobrir mais sobre o que pode caber entre as capas de um livro.

Por favor, observe que os softwares e sites listados nas tabelas de recursos são somente exemplos e não recomendações; as listagens não significam endosso a qualquer produto. Seu desenvolvedor precisa selecionar a correta aplicação de software ou link de recurso de terceiros com base em seu orçamento, recursos solicitados, facilidade de implementação e manutenção e a estrutura técnica de seu site.

De Lá para Cá, Daqui para Lá

Se você encontrar erros neste livro ou tiver sugestões para futuras edições, por favor, mande um e-mail para a autora em books@watermelonweb.com, não se esqueça de escrever em inglês ou, se preferir, escreva para a Editora Alta Books: altabooks@altabooks.com.br.

Agora vá se divertir com o marketing digital. Se você gostar do que está fazendo, já está no caminho para o sucesso.

Conteúdo Online

Leitura complementar

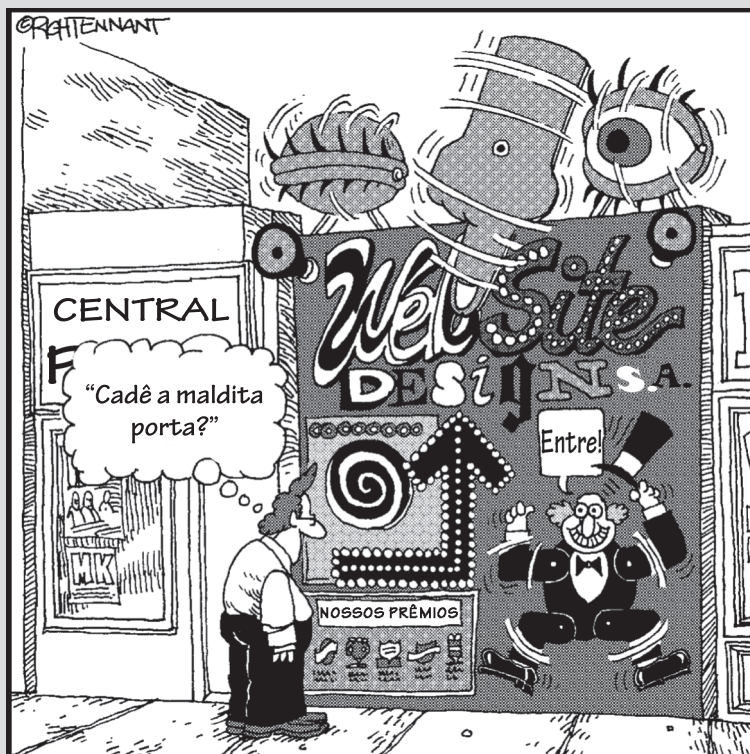
Dentro da série Para Leigos, você, leitor, encontrará diversos outros livros para leitura complementar, tais como livros sobre design, segurança, programação, marketing, gestão e outros... Visite o site da Alta Books e conheça a diversidade de temas.

Parte I

Dando Início ao Marketing Digital

A 5ª Onda

Por Rich Tennant



Nesta parte...

A não ser que você seja um ricoço, você precisa saber o que está fazendo antes de começar a gastar dinheiro e tempo em marketing digital. A Parte I ressalta a importância do planejamento web, uma vez que ele se cruza com outros aspectos de seu negócio, incluindo os financeiros.

O Capítulo 1 coloca o marketing digital e as mídias sociais no contexto do marketing geral. Você descobre que o que você já sabe sobre marketing é verdade, como a importância do retorno sobre investimento (retorno sobre investimento — Return On Investment, ROI). Ao mesmo tempo, o marketing digital confronta você com técnicas e termos novos, tais como o *funil de conversão*, que mede a porcentagem de visitantes do site que se convertem em compradores.

Antes de você criar — ou reprojeter — seu site para alcançar o sucesso, encare suas próprias limitações. Com exceção dos gênios que trabalham 48 horas por dia, todo mundo precisa de ajuda. No Capítulo 1, você também pode ver quando e como selecionar uma boa ajuda profissional e identificar algumas ferramentas online para ajudá-lo a ficar online.

Você pode facilmente ficar tão fascinado pela tecnologia web que pode perder de vista os objetivos de seu negócio. Tire partido das ferramentas básicas de planejamento no Capítulo 2 para manter o foco em suas finanças, mesmo que sua realidade de marketing torne-se mais complexa. Uma rápida revisão dos princípios básicos de negócios e de marketing desmistifica o marketing digital e posiciona você na linha de largada.

Capítulo 1

Levando Seu Marketing para a Web

Neste Capítulo

- ▶ Incorporando a web aos seus planos globais de negócios
- ▶ Ajustando seu marketing para a web e mídias sociais
- ▶ Compreendendo o que sua presença na web deve realizar
- ▶ Encontrando alguém para projetar seu site

É hipnose? Sedução? Simples amnésia? Não deixe que a baboseira tecnológica do “pontocom” deslumbre você a ponto de fazê-lo esquecer cada lição de negócios que você já aprendeu da maneira mais difícil. Você sabe que não existem soluções mágicas para o marketing offline; nem para o marketing digital. Você sabe que é lentamente que se constrói uma lista de clientes, testando uma variedade de técnicas, até que o marketing boca a boca surta efeito. Você quer ser bem-sucedido online? Então aborde a web da mesma forma com que aborda seu negócio offline — com um conhecimento dos princípios dos negócios, uma combinação de técnicas de marketing e com um foco indelével em seus clientes.

✓ **Você deve ter claros os fundamentos dos negócios antes que possa ter uma presença online verdadeiramente bem-sucedida.** Muitos sites tropeçam em questões de negócios simples como custos, merchandising, suporte administrativo ou atendimento ao consumidor. Muitos confundem receita com lucro e acabam descobrindo nos demonstrativos financeiros trimestrais que seus sites estão afundando no Mar Vermelho.

✓ **Marketing Digital bem-sucedido exige uma combinação de métodos.** Em nenhum lugar deste livro você vai ler que a solução para todas as suas preocupações na web encontra-se em conteúdo, otimização de mecanismos de busca, campanhas de links, publicidade pay per click (custo por clique), e-newsletters, Facebook ou uma única técnica de marketing digital ou offline. Muitas são necessárias, mas nenhuma delas sozinha é suficiente para trazer todo o tráfego de que você precisa. Em vez disso, você deve selecionar criteriosamente a partir de um amplo cardápio de marketing: um pequeno aperitivo, um bom acompanhamento, talvez um prato principal que obtenha o máximo de seu orçamento em publicidade e de seus esforços. Ah, e não esqueça as mídias sociais como sobremesa.

- ✓ **O cliente é a medida de todas as coisas na web, desde o design do site ao marketing.** Não deixe que a tecnologia ou inclinação pessoal distraiam-no de focar naquilo que o cliente quer. E não se deixe levar pelo que a tecnologia web pode fazer.

A partir desses princípios, você pode perceber que o marketing digital se ajusta dentro da definição de marketing com a qual você já está familiarizado. Quando são bem implementadas, as técnicas online podem oferecer um mix de marketing com uma melhor relação custo-benefício, maior flexibilidade ou uma expansão mais fácil para novos mercados do que as técnicas offline. Com este livro como seu guia de referência, você pode dominar essas novas ferramentas, acrescentando um quê de aventura, além de lucros, às suas finanças.



Se não faz dinheiro, não faz sentido.

Reajustando Seu Mix de Marketing

Se você já está em uma atividade comercial, você sabe que precisa gastar dinheiro para ganhar dinheiro. Pode ser que você tenha que redistribuir seu orçamento de marketing para liberar capital para o marketing digital. Eis um método para fazer sua análise de marketing progredir de projeções para um planejamento grandioso. Primeiro, faça uma lista com quatro colunas, organizada da seguinte maneira:

- ✓ A primeira coluna lista todas as técnicas de marketing que você usa atualmente.
- ✓ A segunda coluna lista o mercado-alvo que você alcança com essas técnicas.
- ✓ A terceira coluna lista quantos novos clientes essa técnica lhe proporciona.
- ✓ A quarta coluna lista quanto você gasta por ano com essa técnica.

Se você já está nos negócios há um tempo, pode ser que tenha esquecido alguns de seus investimentos recorrentes de marketing. Eis alguns exemplos para refrescar sua memória: anúncio nas Páginas Amarelas, identificação visual, cartão de visita e papel timbrado, design de logomarca, constar da listagem da associação empresarial local, camisetas para o time de futebol da região, anúncio em jornal ou outra mídia impressa, mala direta, distribuição de panfleto, boca a boca, inserções nas rádios e outdoors. Se você não tem certeza de onde estão vindo os novos clientes, pergunte a eles! Você pode se surpreender com o alcance da sua publicidade.

Se você não tem dinheiro extra para investir no desenvolvimento e promoção de sua presença na web, decida quais métodos já existentes você pode eliminar em benefício de um marketing digital com melhor custo-benefício. Se você duplicar seu alcance a um menor custo online, você pode aplicar a diferença em seu site.



O que você já sabe de marketing é verdade. Lucre com seu próprio sucesso. A menos que você esteja começando um novo negócio online, seus novos clientes serão parecidos com os antigos. Você já sabe como vender para eles, de que eles necessitam, o que apela às suas emoções e o que satisfaz seus desejos íntimos. Seu site e seu marketing digital devem fazer o mesmo. Tire vantagem do que você já sabe com sua cabeça e com seu instinto.

Atingindo o seu público atual online

Se você não faz isso há um tempo, escreva um parágrafo descrevendo seus clientes atuais: idade, sexo, nível de renda, escolaridade, região geográfica ou cargo (se você trabalha com business-to-business). O que mais eles compram? O que eles gostam de ler? É fácil pesquisar seu mercado online.

Caso precise, segmente seus clientes em diferentes grupos que compartilhem as mesmas características. Tente descobrir qual segmento de clientes passa tempo online. Será que eles ainda usam e-mail? Será que eles pesquisam online as compras antes de fechá-las? Que outros sites eles visitam frequentemente? Que formas de mídias sociais, caso haja, eles gostam de usar? Eles estão ligados aos seus smartphones? Eu examino mais detalhadamente a pesquisa de seu mercado online no Capítulo 2. Quando você projetar seu site e implementar sua campanha de marketing na web, use esses perfis para decidir o que fazer e onde gastar.

Incorporando as mídias sociais

Redes sociais — serviços online que estimulam a interação entre você e seus clientes ou entre seus clientes — apresentam tanto oportunidades quanto desafios. Por um lado, serviços como o Facebook (networking, ou rede de contatos) e o Twitter (serviço de mensagens curtas) tornam acessíveis quantidades enormes de novos clientes em potencial. Por outro lado, é difícil para o seu público-alvo encontrar sua página de mídia social em meio a tanta confusão. Na Parte V, eu discuto muitas opções de mídia social para que você possa selecionar as melhores para você.

Aqui estão alguns pontos-chave sobre as mídias sociais para ter em mente:

- ✓ **Contrariamente à opinião popular, as mídias sociais não são de graça.** Embora muitos serviços de mídia social não cobrem nada inicialmente, eles podem consumir seu tempo de maneira extremamente rápida. Tempo é dinheiro!
- ✓ **Você não pode usar as mídias sociais em vez de ter um site ou blog** com seu próprio nome de domínio. Pesquisas mostram que as pessoas ainda recorrem ao seu site como a primeira fonte de informação sobre sua empresa; apesar da popularidade das mídias sociais, o site é fundamental.

Encontrando novos clientes

Se você pretende usar a web para encontrar novos clientes, decida qual dos seguintes objetivos você busca:

- ✓ Expandir seu alcance geográfico.
- ✓ Buscar um novo perfil demográfico de consumidor ou de segmento integrado da indústria para os produtos existentes.
- ✓ Vender novos produtos e serviços para públicos completamente novos.



Todas as máximas do marketing de guerrilha se aplicam online. Rifles e não espingardas! Mire em um mercado restrito de cada vez, ganhe dinheiro e então o reinvesta, buscando outro mercado. Não espalhe o seu dinheiro de marketing da mesma forma com que as abelhas espalham o pólen — um pouquinho aqui, um pouquinho ali. Isso diluirá seu orçamento de marketing e reduzirá a probabilidade de obter clientes novos.

Escreva para o seu novo público-alvo o mesmo tipo de perfil que você escreveu para seus clientes existentes. Conforme lê este livro, combine os perfis de seus mercados-alvo com uma determinada técnica para encontrar o mais adequado.



Planeje seu trabalho e trabalhe no seu plano. Cada problema de marketing tem um número infinito de soluções. Você não precisa encontrar um que seja perfeito, apenas um que funcione para você.

Compreendendo os Princípios Básicos do Marketing Digital

Embora este livro esteja repleto de infinitos detalhes que compõem uma campanha de marketing digital bem sucedida, você precisa ter em mente apenas três pontos abrangentes:

- ✓ Os seus planos se encaixam com as necessidades e interesses de seu público-alvo?
- ✓ Os seus planos fazem sentido financeiramente?
- ✓ Os seus planos estão dentro de suas capacidades de colocá-los em prática?

Se você avaliar tudo que faz com esses critérios, você se sairá bem.



Neste exato momento, crie duas novas pastas nos favoritos do seu navegador, uma para os sites que você adora e outra para sites que você odeia. Melhor ainda, configure uma conta no StumbleUpon (www.stumbleupon.com) ou outro site de marcadores sociais. Estes serviços reúnem todos os seus favoritos em uma única conta online e conveniente, acessível de qualquer lugar. Com um clique, você pode marcar qualquer site que você veja para referência futura.

Quaisquer que sejam suas atividades online, crie o hábito de marcar com tags ou acrescentar como favoritos os sites que atraem você e aqueles que você não suporta. Não se preocupe se você ainda não tem o vocabulário para explicar suas reações. No momento em que você estiver pronto para conversar com um desenvolvedor sobre a criação de um site novo ou renovar um que já exista, a sua biblioteca de sites guardados pode fornecer informações essenciais de design.

Compreendendo o que Sua Presença na Web Deve Realizar

Um site de negócios deve ter êxito em vários níveis para atrair um cliente em potencial ou um visitante para sua órbita de marketing. Sem apelo visual inicial, seu site não tem nenhuma chance de se fixar nas mentes dos visitantes. Se seu site não possui um conteúdo forte, os visitantes não têm uma razão para ficar tempo suficiente para descobrir o que você tem para oferecer e como você é maravilhoso. E sem uma razão para voltar, os visitantes podem nunca desenvolver confiança suficiente para comprar seus produtos ou serviços. O Capítulo 3 abrange o design com mais detalhes, mas a introdução a seguir ajuda.

Capturando a atenção do visitante

Você tem apenas quatro segundos (isso mesmo — *quatro* segundos) para fazer uma primeira impressão. Não é tempo suficiente para que um visitante leia seu conteúdo. É tempo suficiente apenas para que nossos cérebros reptilianos baseados em emoção reajam à cor, ao layout, ao design, à navegação (talvez) e talvez a um título. Se você ainda não capturou as pessoas em sua rede cibernética até então, elas vão embora, provavelmente para nunca mais voltar. Na Figura 1-1, Encountour (www.encountour.com) usa um slogan de marketing que prende a atenção: “Viajando Despido, Completamente Vestido” (localizada no canto superior esquerdo abaixo do logo), juntamente com excelentes recursos visuais, para atrair os espectadores.

Fontes, imagens, atividades — tudo no site deve atrair o público-alvo que você está tentando alcançar. Você não colocaria cores vivas em um site que vende urnas para cinzas de animais de estimação, ou cores pastéis em um site destinado a adolescentes. Um site high-tech em prata e preto passa uma sensação e tem uma aparência muito diferente do que um site que vende decoração de estilo rural com xadrez e bichinhos. Um site que vende produtos caros precisa de muito espaço em branco (vazio) para dar a impressão de riqueza; um site de descontos funciona bem se for abarrotado de imagens. É por isso que eu recomendo encontrar um designer que conheça comunicação de marketing.

Slogan de marketing

Figura 1-1:
O slogan é
um dos vários
atrativos do
Encountour.



Fazendo com que os visitantes permaneçam

Tempo de permanência é o termo técnico que significa manter as pessoas em um site. Se seu visitante médio visita menos de duas páginas de seu site ou permanece menos de 30 segundos, a maioria deles só vê sua home page e sai correndo! Veja o Capítulo 6 para mais informação sobre estatísticas do site. Você precisa de mais cibercola. Idealmente, você deseja que o visitante médio permaneça no site por um mínimo de três páginas e por pelo menos alguns minutos. Caso contrário, eles não terão tido tempo suficiente para descobrir o que você tem para oferecer.

Construa um rastro aderente com conteúdo, calls to action (chamados à ação), coisas a fazer, mídia para baixar e interação com elementos do site. Cada ação dos usuários e cada clique que eles dão os une de forma cinestésica ao seu site. Por exemplo, gURL.com (mostrado na Figura 1-2) é notável por sua aderência, o que faz com que seja especialmente atraente