



15 DICAS PARA O MARKETING DIGITAL DO SEU ESTABELECIMENTO

Aproveite estas 15 dicas preciosas e comece a trabalhar de uma maneira mais inteligente e não desgastante.

A large, white, hand-drawn number '1' with a textured, brushstroke appearance, positioned on the left side of the slide.

Tenha sua persona bem definida: Tanto para as estratégias de marketing tradicional quanto para o marketing digital, você precisa saber com quem está dialogando;

Construa sua presença on-line: sua empresa precisa ter presença virtual forte para se manter ativa no mercado.

A large, white, hand-drawn number '2' with a textured, brushstroke appearance, positioned on the right side of the slide.

A large, white, hand-drawn number '3' with a textured, brushstroke appearance, set against a dark blue background.

Tenha seu site sempre atualizado: o site da sua empresa é a representação virtual do seu negócio ou loja física e, muitas vezes, o primeiro contato do consumidor com ele.

Seja Mobile First:
a chave do sucesso para atingir esses consumidores é, justamente, proporcionar uma experiência de uso positiva para os dispositivos móveis.

A large, white, hand-drawn number '4' with a textured, brushstroke appearance, set against a dark blue background.

5

Faça um bom plano de marketing: orientar a empresa para seguir pelo melhor caminho identificado através de pesquisas de mercado e outras ferramentas.

Tenha um blog:
é fundamental para a
melhor classificação do
seu site nos resultados dos
mecanismos de busca,
gerando mais tráfego

6



Produza conteúdo de qualidade: criar conteúdo que envolva as pessoas para, assim, conseguirem uma boa classificação e serem encontradas na web.

Não se esqueça do SEO (Search Engine Optimization): Otimização de sites - forma de aumentar o número de acessos e são um dos elementos que mais influenciam no tráfego orgânico;



9

Invista em redes sociais: ter o perfil nos canais mais utilizados por sua audiência é essencial para criar um vínculo com ela.

E-mail marketing: é possível personalizar a mensagem de tal forma a criar um sentimento de exclusividade para o cliente e estreitar a relação entre vocês.

10

11

Venda benefícios e não produtos: o ideal é que deixe bem claro para o visitante os benefícios proporcionados pelo seu produto ou serviço.

Conheça cada etapa do funil de vendas: isso significa atrair mais pessoas que ainda não conhecem seu negócio através do seu conteúdo, trabalhar e nutrir prospects até o momento em que estejam prontos para efetuar a compra.

12

13

Não esqueça o CTA (Call To Action): incentivar o visitante a fazer uma determinada ação através de uma linguagem mais imperativa.

Calcule o ROI (Retorno sobre o Investimento): calcular o ROI de cada ação e descobrir, por exemplo, o custo de cada lead ou de cada conversão.

14

15

Performance quanto mais rápido, melhor: Invista em otimizações do seu site para melhorar a performance.

Para se aprofundar sobre os temas recomendamos o site do Sebrae para realização dos cursos gratuitos em sua plataforma.

