



MARKETING DIGITAL

Guia Absolutamente
Completo De
Marketing Na Internet

Alex Vargas

Um Pouco Mais Sobre Meu Trabalho

Vamos nos conhecer melhor? Então vamos bater um papo... segue abaixo meus principais contatos, espero você !

- Meu Treinamento Oficial: [Fórmula Negócio Online](#)
- Meu Blog Pessoal Sobre Empreendedorismo: [NucleoExpert.com](#)
- Meu Canal De Vídeos No Youtube: [Youtube.com/AlexVargasPro](#)
- Minha Página No Facebook: [Facebook.com/AlexVargasPro](#)
- Meu Perfil No Instagram: [Instagram.com/AlexVargasPro](#)

Marketing Digital pode ser definido como uso de estratégias que empresas e pessoas usam para divulgar produtos, serviços, desenvolver uma marca e criar conexão com pessoas por meio de canais de contato na Internet. O principal objetivo é atrair pessoas que tenham potencial para se tornar um cliente.

Estamos na era digital. E o **marketing digital é a principal estratégia que empresas e pessoas podem usar para ter sucesso** nestes tempos em que todos estão na Internet.

Hoje você vai entender **o que é marketing digital** e como usá-lo, *mesmo que você não tenha conhecimento nenhum sobre marketing e negócios*.

Se você está lendo este artigo, você está conectado à internet. E se você está conectado à internet é porque já está em contato com o Marketing Digital.

Todas as pessoas que usam a internet têm contato direto com **estratégias de marketing digital**, mesmo que elas não saibam o que é.

O **marketing digital surgiu praticamente junto com a internet** e, conforme a internet foi crescendo, o marketing digital foi crescendo junto.

Essa modalidade de marketing **revolucionou o mercado** e mudou totalmente a forma de comunicação das empresas com os seus clientes.

E o mais interessante é o **dinamismo do marketing digital**, uma vez que está em constante evolução e inovação.

Eu trabalho com marketing digital há mais de 15 anos e já perdi a conta da quantidade de cursos de marketing digital que eu realizei e ainda hoje eu me deparo com **novas estratégias e inovações fantásticas**.

O marketing digital nos desafia a todo tempo e essa é a grande magia de se trabalhar nesse ramo.

Nosso objetivo é que através desse guia você possa [ganhar dinheiro](#) e atingir resultados inimagináveis através das **poderosas estratégias do Marketing Digital**.

O Que é Marketing Digital

Marketing Digital pode ser definido como uso de estratégias que empresas e pessoas usam para divulgar produtos, serviços, desenvolver uma marca e criar conexão com pessoas por meio de canais de contato na Internet.

Vivemos na era da informação digital. Você consegue imaginar a sua vida sem a internet? Eu não consigo.

Eu dependo totalmente da internet para desenvolver o [meu negócio](#), pois é um negócio totalmente online.

Cada dia mais as pessoas passam mais tempo na internet e, com isso, o **marketing digital se torna cada vez mais atrativo**.

O marketing tradicional é focado em mídias tradicionais, como televisão, jornais e revistas.

Já o marketing digital se concentra exclusivamente em canais online. Porém, os objetivos são os mesmos.

Objetivos do Marketing Digital

O principal objetivo é atrair pessoas que tenham **potencial para se tornar um cliente**. Para isso, outros objetivos também são trabalhados no marketing digital.

No marketing digital, um conceito muito importante é o de [funil de vendas](#), pois através do funil é possível desenhar uma jornada do cliente, desde o ponto em que ele ainda não é cliente até a compra e o pós-venda.

Chegando a fidelização, onde o cliente ajuda na propagação da marca, defendendo ela e divulgando no boca-a-boca e nos meios digitais.

Quando o cliente chega neste ponto, ele tende a comprar novos produtos. E até neste ponto o marketing digital é fundamental, para criar uma esteira de produtos, vendendo mais para o mesmo cliente.

Importante usar conjuntamente o [marketing de diferenciação](#) para ter mais efetividade.

Principais Objetivos do Marketing Digital

- Desenvolver e fortalecer as marcas;
- Criar autoridade sobre um determinado assunto;
- Atrair novos clientes;
- Fidelizar clientes;
- Mais visibilidade da marca e dos produtos e serviços;
- Relacionamento com os consumidores;



Toda empresa tem o objetivo de vender, certo? Só que o marketing digital mudou radicalmente o processo de vendas.

Cada vez mais as pessoas usam a internet como referência de tudo.

Se antes a opinião do vendedor era suficiente para avaliar a qualidade de um produto, agora o potencial cliente vai pesquisar sobre esses produtos no Google.

Todo esse novo processo tem levado diversas empresas a repensarem sua forma de se relacionar com seus clientes.

Com a internet, tudo repercute em proporções grandiosas, tanto para o lado positivo, quanto para o negativo.

É preciso ter uma estratégia específica para lidar com os clientes atualmente **e aí é que entra o Marketing Digital.**

Conceitos Fundamentais de Marketing Digital

Para realmente ter **sucesso com o marketing digital** é preciso entender os conceitos fundamentais.

Vamos agora entender estes conceitos para que você possa entender o termos usados no mundo do marketing digital.

Todos estes conceitos são de grande importância para você montar uma estratégia vencedora.

Persona

A Persona é um perfil de uma pessoa imaginária, baseado em pessoas reais e representa o **perfil do consumidor ideal**.

É através da persona que são criadas estratégias e ações diretamente relacionadas para esse perfil de cliente ideal.

Dessa maneira, as ações são mais assertivas, conseguindo atingir o objetivo com economia de tempo e de dinheiro.

Leads

Os leads são pessoas que **demonstram interesse na oferta proposta** na ação de marketing digital.

Para entender melhor, aqui no blog, eu ofereço e-books nos artigos, estes e-books convertem visitantes em leads, pois o ato de clicar e baixar um e-book já demonstra um maior interesse sobre determinado assunto.

O próprio ato da pessoa visitar um site ou blog que fala de um determinado assunto, já demonstra que ela tem interesse e ela já pode ser enquadrada como lead.

Aqui no Blog, nós marcamos as pessoas que visitam os artigos e organizamos por assunto, fazemos isso através do Facebook Ads.

Os Leads fornecem suas informações através de ações intencionais. Dessa forma, podemos identificar possíveis clientes e oferecer conteúdo relevante, fazendo com que eles percorram pelo funil de vendas até o momento da compra.

Funil de Vendas

Os [Funis de vendas](#) mostram as **etapas por onde o consumidor** “caminha” até o momento da compra.

É uma jornada que começa com o entendimento de que ele tem um problema a ser resolvido (geralmente essa etapa é identificada [usando o marketing de conteúdo](#)) e que precisa da solução que você oferece, até a decisão da compra.

Landing Pages

Landing pages são as páginas de **captura de leads** com foco na conversão.

Ela funciona como uma troca, onde você oferece informações de valor para os leads em troca de suas informações.

Para você ver na prática a composição de uma landing page, [clique aqui e veja uma que estamos usando atualmente](#) e que está com alta conversão em leads.

SEO – Search Engine Optimization

O **SEO** (*Search Engine Optimization*), que em português significa “Otimização para Mecanismos de Busca”, são ações que possuem a finalidade de posicionar melhor o seu conteúdo nos resultados das pesquisas nos mecanismos de buscas, como o Google, por exemplo.

Através do SEO **você consegue estruturar o seu conteúdo dentro dos padrões estabelecidos pelos mecanismos de pesquisa**, ranqueando assim as suas páginas.

No SEO há dois grupos de fatores que são usados para posicionar o seu site e otimizar a experiência do usuário:

1- SEO On Page

No **SEO On Page** existem fatores que podem renkear as suas páginas.

Entre outros fatores, estão o título, as tags, as imagens, os links, a meta-descrição e o também o tempo de carregamento da sua página.

2- SEO Off Page

O **SEO Off Page** está relacionado a fatores externos que você não consegue ter um controle total.

Como, por exemplo, os backlinks que são links de outros sites que direcionam para o seu site ou blog.

Podemos citar também, os compartilhamentos sociais, os comentários e o tempo de permanência dos visitantes no seu site.

O fato de você não ter controle total, não quer dizer que você não deva fazer nada. Existem estratégias de SEO Off Page que são fundamentais que você aplique, [eu explico todas elas neste guia de SEO](#).

CTA (Call to Action) – Chamada para Ação

CTA (*Call to Action*), que significa **“Chamada Para Ação”** tem por objetivo chamar os visitantes para efetuar uma ação dentro do seu conteúdo, anúncio, ou qualquer comunicação dentro do marketing digital.

Para fazer as CTA´s são usados textos especiais e botões. É importante conhecer [técnicas de copywriting](#) para usar a escrita persuasiva.

Essas chamadas e botões do CTA irão direcionar os visitantes para o funil e, consequentemente, para a decisão da compra.



Como surgiu o marketing digital

O marketing digital se popularizou, junto com a internet, na década de 1990 e começou a ganhar cada vez mais espaço.

Foi nessa época que as grandes empresas passaram a perceber que precisavam entrar nesse mundo digital, para não ficar para trás.

Também foi nos anos 90 que surgiram as primeiras ferramentas de busca, como o MSN e o Yahoo.

Mas foi na década seguinte que o marketing digital ganhou força, junto com o Google e com as redes sociais.

Agora o marketing digital busca formas de fazer com que, cada vez mais, as empresas **deixem de abordar o cliente e sejam procuradas**, bem diferente do que era antes.

A importância do marketing digital

As pessoas estão cada vez mais conectadas e a tendência é isso continuar. Todos **os negócios são impactados pela Internet**, e a cada dia novas soluções surgem nos canais online.

A internet está tão intrínseca em nossa vida, que muitas profissões serão extintas e muitas outras serão criadas, o que já está acontecendo há um tempo.

E, diante desse cenário, o marketing digital se torna cada vez mais importante.

O marketing digital tornou o trabalho dos profissionais da área bem mais assertivo, com melhores resultados, em menos tempo.

Ainda há muito espaço para novos profissionais de marketing digital, que precisam cada vez mais se diferenciar e inovar.

Os 4 Ps do Marketing e o Marketing Digital

São também chamados de Mix ou Composto de Marketing, representam os 4 fundamentos básicos de uma estratégia de marketing.

Os **4 Ps do marketing** compõem o **Mix de Marketing** que são Produto, Preço, Praça e Promoção.

Uma estratégia de **marketing** bem sucedida usa esses conceitos de forma equilibrada.

Esse Mix de Marketing faz parte do processo aquisição de cliente e também ajuda a fidelizar esse cliente.

Os 4 Ps do Marketing vão direcionar as ações a serem realizadas em sua estratégia de marketing digital.

Os 4ps do marketing também são usado no Marketing Digital e ampliados no conceito de 8 Ps do Marketing, que veremos mais abaixo.

Produto (ou serviço)

É aquilo que você vai entregar ao cliente.

É preciso definir os detalhes do produto que está sendo oferecido ao cliente.

O nome do produto, sua função, como é a aparência do produto e como ele pode ser usado.

Praça

Praça é o local onde o produto ou serviço será divulgado, é como o cliente vai encontrar o seu produto.

Nesse P é necessário identificar onde o seu cliente em potencial vive e quais são seus hábitos de consumo.

Como, por exemplo, se esse público está habituado a comprar em lojas físicas ou online.

Preço

Preço é o valor, em dinheiro, do produto ou serviço que você está oferecendo.

Para definir o preço do seu produto você precisa calcular quanto custou para produzir, para entregar e qual o valor emocional dele para quem vai adquirir.

Promoção

Promoção são as ações para divulgar o produto ou serviço.

Neste sentido, promoção não significa um desconto, mas sim a promover o seu produto.

Para promover o produto é necessário identificar os melhores locais para divulgá-lo.

Os 8 Ps do marketing

Uma ampliação dos conceitos do mix de marketing que ajuda na efetividade da estratégia de marketing digital como um todo.

Como dito anteriormente, os 8 Ps do marketing são os 4 citados acima (produto, preço, promoção e lugar) e mais outros quatro que vamos ver a partir de agora:

Pessoas

Para que você consiga promover e vender o seu produto ou serviço é necessário identificar a persona.

Nesse P você precisa ouvir o público e identificar as suas dores para oferecer a melhor solução para elas.

Processos

Processos é tudo aquilo que envolve todo o trabalho desenvolvido.

São os processos que envolvem atendimento ao cliente, a padronização, a experiência do usuário, etc.

Posicionamento

O posicionamento é onde você determinou que o seu produto deveria chegar, depois de aplicar as estratégias.

É onde o seu produto vai estar posicionado no mercado, em consequência da aplicação das estratégias.

Performance

A performance é o que vai mostrar se as suas estratégias estão funcionando.

Isso porque é através da performance que você saberá se o seu negócio está alcançando os objetivos de todos os outros Ps.

Proporção e Alcance do Marketing Digital

Uma **estratégia bem sucedida de marketing digital** precisa mensurar o alcance de cada ação a ser realizada.

O marketing digital **não se limita aos meios eletrônicos**. Um [plano de marketing digital](#) bem elaborado é capaz de mensurar o alcance das ações que precisam ser realizadas.

Nós, seres humanos, somos seres completos.

Por mais que dividamos nossa vida em vida profissional, vida pessoal e vida social, somos a mesma pessoa e uma dessas “vidas” afeta as demais.

Pense comigo, se você está com problemas em casa, vai ter problemas no seu trabalho ou negócio. Você não vai conseguir ser produtivo como deveria e isso é normal!

Por isso que o marketing digital ultrapassa as barreiras digitais.

Eu trabalho com um sistema de afiliados e muito afiliados dos meus produtos realizam as primeiras vendas para amigos e parentes próximos.

Isso por que eles falam em casa sobre o produto e acabam fazendo uma venda naturalmente. **Isso acontece com todas as empresas.**

Mesmo aquelas que só atuam online, vão ter impacto nos seus resultados por fatores que acontecem offline.

Então, uma estratégia de marketing efetiva também contempla esses fatores.

As estratégias de marketing digital têm como alvo a geração de resultados para empresas de todos os tamanhos, inclusive os [empreendedores digitais](#). Para saber mais sobre [programa de afiliados](#), clique aqui.

Vantagens do Marketing Digital

As pessoas passam cada vez mais tempo conectadas, só esse fato já no mostra que focar as estratégias de marketing no digital é extremamente vantajoso.

O **marketing digital mudou completamente a forma de trabalhar o** marketing das empresas e melhorou a forma como as marcas se relacionam com os consumidores.

Além da economia de tempo e de dinheiro, tanto para as marcas quanto para os consumidores, eu posso citar outras vantagens do marketing digital. Confira!

Engajamento

Uma das grandes vantagens do marketing digital sobre o marketing tradicional é a facilidade com que os **clientes interagem** com as empresas.

Esse engajamento permite que os consumidores se sintam mais próximos das marcas, fazendo com que o foco deixe de ser o produto para ser o cliente.

No marketing digital, o que mais importa é a experiência do cliente, desde o primeiro contato com a marca até a realização da compra.

Com o marketing digital, os consumidores podem interagir com as publicações e ações das empresas, deixando sua opinião, sugestão ou avaliação, o que não era possível no marketing tradicional.

Análise de dados

O marketing digital permite que empresas façam **análises de dados para verificar a efetividade das suas ações**, e isso é fundamental.

É necessário identificar, através da análise de métricas, se você está conseguindo **convencer o público-alvo a comprar a seu produto**, através das suas ações e estratégias ou se é necessário fazer mudanças e também para fazer melhorias constantes.

Com o marketing digital, você pode identificar as falhas e fazer as mudanças necessárias de maneira rápida e eficaz.

Essa análise era praticamente impossível na época em que não existia internet.

Além do desperdício de dinheiro, no marketing tradicional não tinha como saber quais estratégias estavam dando certo e quais não funcionavam.

Direcionamento

O marketing digital possibilita que as empresas atinjam as pessoas certas através de ações direcionadas.

Ainda que, com a ajuda da internet, as empresas consigam alcançar todos os perfis de pessoas em qualquer lugar do mundo, o **marketing digital é mais eficaz com direcionamento**.

Através de ações direcionadas, as empresas conseguem atrair as pessoas que possuem o perfil ideal de consumidor que a empresa busca.

Com o marketing digital, as empresas também passam a conhecer melhor o seu público-alvo, investindo no perfil ideal de clientes, evitando desperdício de dinheiro.

Maior alcance

Outra grande vantagem do marketing digital é a possibilidade de as empresas alcançarem potenciais clientes em qualquer parte do mundo.

Se no marketing tradicional, as marcas tinham um limite geográfico para atingir potenciais clientes, com o marketing online essa realidade mudou completamente, pois elas podem atingir e conquistar clientes de outras regiões, de outros países e até do outro lado do mundo.

Isso é bom não só para as empresas, que podem realizar mais vendas, como também para o consumidor, que pode conhecer outras possibilidades e escolher a marca e o produto com os quais se identifica mais.

Preço

Essa é uma boa vantagem do marketing online em relação ao marketing offline.

Sem dúvida os anúncios de rádio, TV, jornais e revistas são caros e não possuem o mesmo alcance que os anúncios online.

Além disso, no marketing offline não há como medir a eficiência dos anúncios como o marketing online é capaz de fazer.

No marketing digital há diversas estratégias com as quais você consegue verificar se o seu anúncio está trazendo resultado ou não.

E isso é fundamental para você saber quais medidas deve tomar e com um investimento bem menor do que teria no marketing offline.

Desafios do Marketing Digital

Trabalhar com marketing digital é muito bom, eu me sinto feliz por isso. Contudo, não é algo que não dê trabalho.

É bem possível trabalhar em casa, mas dá trabalho.

Como eu disse anteriormente, o **dinamismo desse mercado é surpreendente** e é necessário estar sempre buscando novas alternativas e testando novas estratégias.

Veja por exemplo, o meu Treinamento [Fórmula Negócio Online](#). Estamos sempre atualizando nosso produto para que ele esteja de acordo com o que os clientes esperam, melhorando conteúdo, suporte, etc.

E não paramos nisso, sempre estamos estudando qual é a melhor maneira de realizar o marketing do produto.

Este ano focamos em [estratégias de SEO](#), para melhorar o posicionamento dos nossos sites no Google.

E por que tivemos que fazer isso?

Anteriormente, eu focava em **estratégias de tráfego pago**, como o Taboola, o Outbrain, e, principalmente o Facebook Ads.

Mas, a cada dia que passa o Facebook Ads está mais rigoroso. No nicho que eu atuo então, nem se fala.

Já nem sei mais a quantidade de contas de anúncios que foram bloqueadas.

O que eu deveria fazer diante desse desafio? Procurar outras formas de gerar tráfego!

Por isso, tomamos a decisão de investir no SEO dos nossos sites e o resultado nos surpreendeu.

Marketing Digital na Geração de Tráfego

Gerar tráfego é o desafio mais importante para um empreendedor digital e isso é bem simples de entender.

Tráfego significa trazer pessoas até os seus **canais de comunicação online**, incluindo os canais de vendas.

Vamos a alguns exemplos:

- Usamos estratégias de SEO para gerar tráfego para este blog;
- O blog é uma fonte de tráfego para capturar e-mails para o e-mail marketing;
- O e-mail marketing gera tráfego para as páginas de vendas dos meus produtos;
- O blog também gera tráfego para as páginas dos meus produtos.

E qual é a relação da geração de tráfego com o marketing digital?

O marketing digital é exatamente isso, estratégias para gerar tráfego, atraindo potenciais clientes e fidelizando compradores.

Evolução do Marketing

Não quero transformar o artigo em aula de história do marketing, mas é importante conhecermos os pontos centrais da **evolução do marketing** e como chegamos ao marketing digital.

O desenvolvimento das mídias, como jornais, revistas, rádios, TV, etc., foram o motor propulsor do marketing.

Diversas formas de marketing foram sendo colocadas em prática e partiam de uma abordagem muito diferente.

O foco era no produto, a partir do produto tudo se desenvolvia.

Essa forma de marketing ficou conhecida como antigo marketing.

O novo marketing muda essa abordagem e o foco passa a ser o cliente. O produto só tem valor quando atende a uma necessidade do cliente.

A tabela abaixo, extraída do livro Marketing 3.0 de Philip Kotler, mostra a evolução dessa abordagem.

	Marketing 1.0 Centralizado no Produto	Marketing 2.0 Orientado pelo Consumidor	Marketing 3.0 Guiado por Valores
Breakthrough	Revolução Industrial	Tecnologia da Informação	Nova onda tecnológica
Objetivo	Vender produtos	Satisfazer reter consumidores	Fazer o mundo um lugar melhor
Como empresas vêem o mercado	Compradores em massa com necessidades físicas	Consumidores inteligentes com mente e coração	Humano inteiro, com mente, coração e espírito
Conceito-chave	Desenvolvimento de produtos	Diferenciação	Valores
Guideline das companhias	Especificação de produtos	Posicionamento de produto e corporativo	Missão, visão e valores corporativos
Proposta de valor	Funcional	Funcional e emocional	Funcional, emocional e espiritual
Interação com o consumidor	Transação de um para muitos	Relacionamento de um pra um	Colaboração de muitos para muitos

Fonte: Marketing 3.0, Philip Kotler

E mais recentemente, o Marketing mudou de novo, para o surgimento. Isso porque a era digital trouxe a urgência junto com ela.

As pessoas sentem que têm cada vez menos tempo, então precisam de agilidade em tudo que fazem.

O marketing digital está totalmente inserido no Marketing 4.0, pois essa nova abordagem foca nas necessidades dos clientes e em responder a elas de forma efetiva.

Assim, o cliente tem a sua demanda suprida de forma fácil e rápida.

Também cresceu a interação e o relacionamento com os clientes, tornando o processo de compra muito pessoal.

Hoje, as pessoas entram em contato com as empresas facilmente nos canais digitais e se sentem como parte da própria empresa.

Para você entender melhor, vou explicar quais são as fases do marketing.

Fases da evolução do marketing

O marketing vem evoluindo no decorrer dos anos. Conforma a sociedade muda, o **marketing também precisa mudar para se adequar a realidade.**

As 4 fases das quais o marketing foi dividido marcam as mudanças de comportamento do consumidor e fizeram com que as empresas se adaptassem a essas mudanças.

As 4 fases são:

- Marketing 1.0;
- Marketing 2.0;
- Marketing 3.0;
- Marketing 4.0.

Marketing 1.0

Essa foi a fase do marketing em que o **foco era o produto** e o único objetivo era vender, enquanto que os clientes eram vistos somente como compradores.

Na fase do marketing 1.0, as empresas buscavam se destacar pelo preço e funcionalidade do produto.

Além disso, nessa fase, a interação entre a marca e o cliente era praticamente zero.

Marketing 2.0

Na fase 2.0 do marketing, o cliente **ganhou espaço**.

Isso porque, com a chegada da internet, o mercado começou a mudar e os consumidores passaram a direcionar as vendas.

Surgia aí o marketing digital.

O marketing na era da tecnologia começou a se preocupar com a satisfação do cliente e, junto com o marketing 2.0, o comportamento do cliente mudou.

As pessoas começaram a consumir com base em suas emoções e vontades, não mais apenas por necessidade.

A partir daí as marcas perceberam que essa nova atitude do consumidor passou a gerar muito mais retorno e começaram a investir em produtos que despertavam as emoções do consumidor.

As empresas também passaram a enxergar o consumidor de maneira personalizada, criando um elo de confiança entre as duas partes.

Marketing 3.0

No marketing 3.0, as marcas passaram a se importar com os **valores do consumidor** e passaram a se preocupar com a sustentabilidade.

Então, as marcas passaram a adotar e divulgar sua visão, seus valores e sua missão.

A partir do marketing 3.0, as empresas começaram a se preocupar os valores dos seus clientes.

E essa nova atitude fez com que as marcas se aproximassem dos clientes, que a partir de então, passaram a ser mais exigentes.

Na fase 3.0 do marketing, os consumidores começaram a estudar o produto, antes da decisão da compra.

Eles passaram a pesquisar, avaliar e comparar preço, valores, etc.

Por causa dessa nova atitude do consumidor, as marcas começaram a dar mais atenção aos detalhes dos seus produtos, para entregar aquilo que o cliente busca.

Marketing 4.0

O marketing 4.0 é a cereja no bolo do marketing 3.0 e ainda não está totalmente inserido no mercado brasileiro.

Essa fase tem a intenção de aprimorar as estratégias do marketing digital, aumentar o desejo e as emoções relacionadas os produtos, diminuindo o tempo de interação do cliente.

Com essa nova fase, tudo fica mais rápido, o que é ótimo, pois cada vez mais as pessoas desejam agilidade e facilidade para adquirir um produto.

E o marketing 4.0 chegou para tornar **tudo mais fácil e eficiente** para o consumidor, alinhando o digital e o físico, trazendo a internet das coisas para o dia-a-dia das pessoas.

Como fazer Marketing Digital

Uma vez entendido o que é marketing digital, precisamos entender **como fazer marketing digital**.

Está certo o que eu disse sobre o dinamismo dessa modalidade de marketing, mas existem estratégias que são fundamentais para o sucesso com marketing digital.

Elas são usadas pelos maiores especialistas no assunto e são primordiais para se alcançar os resultados esperados.

Essas estratégias para implementar o marketing digital é o que veremos a partir de agora!

Marketing de Atração – Inbound Marketing

O objetivo do marketing de atração (ou Inbound Marketing) é **criar estratégias para ser encontrado facilmente pelos potenciais clientes**, atrair e fidelizar esses clientes.

É através do marketing de atração que você, como empreendedor digital, vai descobrir as necessidades do seu público-alvo e, depois disso, vai criar um canal de comunicação para poder oferecer a solução que esse público procura.

Depois de atrair as pessoas certas, você vai, aos poucos, criando a sua audiência e se relacionando com ela até construir um elo de confiança e certa intimidade entre vocês.

Conhecendo bem a sua audiência, você vai poder criar e oferecer conteúdo de valor para ela, ajudando a resolver algum problema ou oferecendo sempre uma solução.

Então, como o marketing de atração possui o objetivo de fazer a sua marca ser vista, a publicação consistente de conteúdo de valor vai te ajudar a identificar quais são os interesses do seu público-alvo.

O marketing de atração trabalha com a seguinte metodologia:

Atrair

Está focado na construção de algo relacionado a um assunto de interesse do público-alvo, para atrair a sua atenção.

Depois de atrair, esse público vai começar a se relacionar com o seu conteúdo e estará cada vez mais inclinado a comprar de você.

Converter

Converter está ligado à ação do visitante em deixar as suas informações (nome, idade, e-mail, etc.) em troca de um benefício (um e-book, um infográfico, etc.).

Uma das mais eficientes formas de converter é oferecer conteúdo relevante para o usuário em páginas voltadas para conversão, pois é nesse tipo de página que você vai poder falar dos benefícios do produto que está promovendo.

Além disso, nas páginas voltadas para conversão você pode disponibilizar formulários para que o visitante possa deixar as suas informações, o que torna mais fácil a conversão desse usuário.

Relacionar

Depois de atrair e converter um usuário em lead, você precisa criar um relacionamento com ele e “educá-lo” sobre o assunto do seu produto até deixá-lo pronto para comprar.

A partir desse relacionamento, você vai poder utilizar estratégias para fazer o lead caminhar pelo funil de vendas até se tornar cliente.

Vender

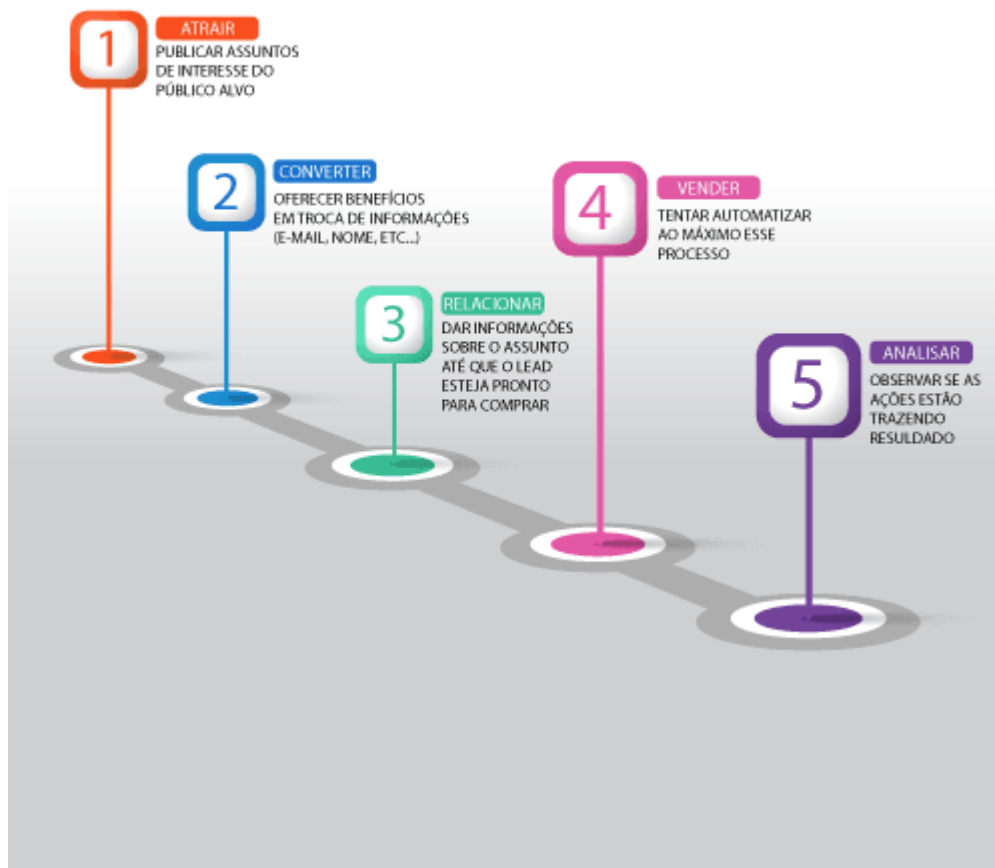
A venda pode ser realizada dentro do seu blog ou através de contato direto do usuário com você.

Para organizar, medir e ajudar em todo o processo de venda, você pode fazer uso de softwares.

Assim, o [processo de venda fica automatizado](#) e muito mais ágil e efetivo.

Analisar

Analisar se as **estratégias utilizadas estão funcionando e verificar se elas estão trazendo retorno financeiro** também faz parte da metodologia do marketing de atração.



Marketing de Conteúdo no Marketing Digital

Podemos dizer que o **Marketing de Conteúdo é uma das estratégias que compõe o marketing digital**. E sem dúvida alguma, uma das mais efetivas.

O **marketing de conteúdo** pode ser definido como uma estratégia de marketing digital que foca em criar conteúdo de valor, a partir das

necessidades das pessoas, as atraindo e estabelecendo um relacionamento. E, com esse relacionamento, gerar um retorno financeiro.

O marketing de conteúdo foca na criação e publicação de conteúdo útil e valioso, direcionado para um público específico, para conquistá-lo e convertê-lo em clientes.

É através do marketing de conteúdo que você vai se posicionar bem nos mecanismos de busca, onde o seu público-alvo vai procurar por materiais que ofereçam uma solução para um problema.

Então, publique conteúdo de valor e de maneira consistente para o público que você deseja atrair.

Publique seu conteúdo em diferentes canais, para atingir um público maior, seja nas redes sociais, através de e-mails e, principalmente, em um [blog](#).

Blog

O blog é o [lugar onde você vai trabalhar](#) o marketing de conteúdo do seu negócio digital.

É através do blog que você vai conseguir construir a sua audiência, criar um relacionamento com ela e conquistar a sua confiança.

Em seu blog, você pode publicar o que quiser, sobre qualquer assunto e não vai correr o risco de ser bloqueado, punido ou banido, como é o caso do Facebook, caso você fuja das regras, por exemplo.

Além disso, [criando um blog](#) você estará construindo o seu negócio, de maneira segura, progressiva e permanente.

Com um blog você vai poder trabalhar o SEO do conteúdo, aumentando o seu alcance, além de poder trabalhar com anúncios de maneira tranquila.

Além disso, todo o esforço que você fizer para criar conteúdo e para trabalhar estratégias de captação de leads formará uma base firme para o seu negócio,

afinal, o blog é seu, as regras são suas e você não corre o risco de perder tudo o que construiu.

Site

Você já percebeu o quanto é importante ter um site para construir o seu negócio online e poder trabalhar as suas estratégias de marketing de maneira progressiva e segura.

Agora você vai compreender também o quanto é interessante para uma empresa criar um site institucional.

Primeiro, quero que você entenda que site e blog não são a mesma coisa.

O blog é mais pessoal, onde você vai publicar conteúdo de assuntos específicos, direcionados a um público-alvo.

Já um site é mais focado em produtos e serviços, de maneira direta e “agressiva”, portanto, seria mais voltado para empresas.

Com a [criação de um site](#) a empresa aumenta a sua credibilidade, pois, quando uma pessoa procura por um produto ou serviço, vai se sentir mais segura e confiar mais na empresa que dispõe de um site com todas as informações que ela precisa.

Redes Sociais

As [redes sociais são ótimas ferramentas para trabalhar o marketing de conteúdo](#) do seu negócio, afinal, elas permitem que os clientes e potenciais clientes interajam com grandes e pequenas empresas.

Para conseguir promover as suas ações de marketing e publicar o seu conteúdo, [ter uma página](#) nas principais redes sociais, como Facebook, Instagram e Twitter é uma estratégia que não dá para descartar.

Através da interação que os consumidores têm com as marcas, dentro das redes sociais, que eles escolhem comprar daquela que mais se identificou e que mostrou que atende às suas necessidades.

Marketing de Conteúdo para as Redes Sociais

Se você conseguir definir uma boa estratégia de redes sociais, vai conseguir aumentar o tráfego para dentro do seu conteúdo e ainda conseguirá aumentar a comunicação com o público e, dessa forma, aumentar o alcance do seu negócio.

Então, veja a seguir, como definir a sua estratégia:

1. Defina as metas e os objetivos e mensure o desempenho;
2. Identifique o perfil dos seus potenciais clientes e trabalhe sua estratégia nas redes sociais em que o seu público está;
3. Crie um perfil nessas redes sociais, para aplicar as suas estratégias de maneira mais efetiva;
4. Monte um calendário para organizar as suas publicações e acompanhar os resultados;
5. Acompanhe as métricas e faça melhorias em suas estratégias.

Os Blogs no Marketing Digital

O crescimento da internet trouxe mudanças extremamente significativas, entre elas, o boom dos blogs.

Existem, somente no Brasil, mais de 200 milhões de blogs. E isso é interessante para destacar o papel fundamental do marketing de conteúdo para o marketing digital.

Os blogs se tornaram **fundamentais para uma estratégia de marketing de conteúdo** de sucesso.

Desde empreendedores digitais individuais a grandes empresas, os blogs predominam como estratégia de marketing de conteúdo e, claro, como estratégia de marketing digital.

Por que os blogs funcionam no Marketing Digital

O fenômeno dos blogs funciona de forma extremamente poderosa para o marketing digital.

Lembra que eu disse que a nova abordagem do marketing foca nas necessidades dos clientes?

Então, uma das formas mais usadas para suprir as necessidades é fazendo pesquisas no Google.

Quando você precisa de algo, não vai até o Google fazer uma pesquisa? Ou pesquisa no Facebook?

Os blogs são criados para ser respostas para as perguntas de potenciais clientes. O sistema é realmente fantástico!

Veja como exemplo, este blog. Cada artigo é criado em cima de pesquisas que as pessoas fazem na internet.

O termo marketing digital é pesquisado milhares de vezes por mês no Brasil e, se você está lendo este artigo, é porque tem interesse em marketing digital.

No marketing digital, uma necessidade pode ser expressa como um interesse que leva a pessoa a tomar uma ação, mesmo que seja uma simples ação de fazer uma pesquisa no Google sobre um determinado interesse.

Links Patrocinados – O que são?

Os links patrocinados estão nos anúncios que você publica para que os usuários o encontrem nos resultados dos mecanismos de busca e nas redes sociais.

É através desses links patrocinados que você vai gerar renda por cada clique.

Você precisa trabalhar a palavra-chave para que o seu anúncio tenha relevância e seja encontrado facilmente.

É dessa maneira que você consegue atingir o público que já busca por aquela palavra-chave e pode relacionar o link patrocinado com a resposta que esse público procura, direcionando-os até a sua página de vendas ou captura de leads.

A importância dos Links Patrocinados para o Marketing Digital

Os links patrocinados são muito importantes para o marketing online pois são uma maneira de atrair um público específico e direcioná-lo para dentro do seu blog.

Você precisa conhecer as ferramentas de gestão de anúncios para despertar o interesse dos visitantes, porém, também vai precisar investir em campanhas, para que os seus links patrocinados atinjam o objetivo desejado.

Aplicação de Links Patrocinados

As formas mais comuns de aplicar os links patrocinados são as seguintes:

- Anúncios nas redes sociais;
- Anúncios nos mecanismos de pesquisa;
- Anúncios através de banners em sites e blogs.

E-mail Marketing – Estratégia Fundamental no Marketing Digital

Todas as mensagens enviadas por e-mail com **objetivos comerciais são e-mails com objetivo de marketing.**

Mesmo que isso seja feito de forma indireta, até um e-mail de conteúdo é um **e-mail marketing**.

O objetivo final de toda ação de marketing é a venda de um produto ou serviço.

Muitos “especialistas” questionam a efetividade do e-mail marketing e eu discordo totalmente deles.

O e-mail marketing é uma ferramenta incrível e altamente efetiva.

Claro que, com o passar dos anos, a efetividade caiu um pouco, mas, trabalhando corretamente e em conjunto com outras estratégias, o e-mail marketing se torna extremamente poderoso.

Para poder usar essa estratégia você precisa de uma ferramenta de e-mail marketing que te permita capturar os e-mails de potenciais clientes, e realizar o envio de e-mails em massa.

Vantagens do E-mail Marketing

A lista de e-mails

Todo e-mail que você captura parte de uma ação do potencial cliente (*no marketing digital, o potencial cliente é chamado de lead*), assim, a sua lista é exclusiva e com alto valor.

A sua lista será composta por pessoas interessadas naquilo que você propõe, aumentando suas chances de venda.

Segmentação

Suponha que você venda produtos de emagrecimento.

Existem diversos assuntos relacionados a emagrecimento, assim, você pode segmentar os seus leads conforme o interesse deles, enviando e-mails mais efetivos.

Controle

O sistema te permite mensurar todos os dados, como taxa de envio, taxa de aberturas, cliques nos links dos e-mails, entre outros.

Isso te permite realizar testes e fazer correções para aumentar a efetividade.

Automação

A automação no e-mail marketing é fundamental, pois ela vai fazer boa parte do trabalho.

Toda vez que alguém se inscrever na sua lista de e-mails, automaticamente o lead receberá uma sequência automática de e-mails programados.

Alto retorno

O ROI (retorno sobre o investimento) é um dos mais altos no marketing digital, chegando em média a mais de R\$ 35,00 para cada R\$ 1,00 investido. Muito bom, concorda?



Aula Completa de Marketing Digital

Ferramentas de E-mail Marketing

É através de uma ferramenta ou sistema de e-mail marketing que você vai gerenciar suas campanhas de e-mail marketing.

Existem dezenas dessas ferramentas no mercado, porém é necessário escolher bem, para que a ferramenta possa cumprir as principais funções.

Nem todas as funções estão disponíveis em todas as ferramentas. Sem contar a taxa de entrega, que muda de um sistema para o outro.

Como escolher a melhor ferramenta para E-mail Marketing

Para escolher a melhor ferramenta de e-mail marketing que para usar em seu negócio, basta conferir, entre outras coisas, se ela possui:

Automação

Ela precisa automatizar os e-mails que você envia para a sua lista;

Segmentação

A ferramenta precisa utilizar as informações dos leads para segmentar as ações e manter uma comunicação afetiva com a lista;

Métrica

A ferramenta de e-mail marketing que você escolher deve possuir a capacidade de mensurar e analisar as suas ações;

Anti-spam

Precisa ter um sistema de autenticação para diminuir os riscos de os e-mails das suas campanhas caírem na caixa de spam.

Essas são apenas algumas das funcionalidades que uma boa ferramenta de e-mail marketing deve possuir.

Escolhendo bem a ferramenta que você vai usar em seu negócio online, você consegue gerenciar a sua lista de e-mails de maneira ativa e eficiente.

Contrate uma boa ferramenta de e-mail marketing e, aos poucos, implemente e otimize esse, que é um canal direto que você possui com seus clientes e potenciais clientes.

Através de uma boa ferramenta de e-mail marketing você consegue se comunicar com a sua lista de maneira pessoal e automatizada.

Você pode segmentar e automatizar o gerenciamento da sua lista de contatos, gerando mais valor para o seu negócio e diminuindo gastos de tempo e de dinheiro.

Eu recomendo para os meus alunos dois sistemas:

- **Aweber:** Sistema americano com a maior taxa de entrega do mercado. Eu usei por vários anos e continua sendo excelente opção ([clique aqui para conhecer a Aweber](#));
- **Lead Lovers:** Sistema brasileiro muito completo. Recentemente, nós atualizamos o Fórmula Negócio Online com aulas de Lead Lovers ([clique aqui para conhecer a Lead Lovers](#)).

Tipos de e-mails

O e-mail é um dos canais pelos quais você chega até o seu cliente, de forma pessoal, mesmo que seja de maneira totalmente automatizada.

Você pode enviar diferentes tipos de e-mails para a sua lista, dependendo da sua intenção.

Vou citar 5 tipos de e-mails que você pode enviar para a sua lista de contatos. Confira a seguir:

Newsletter

Esse é o tipo de e-mail que você vai enviar para a sua lista, de maneira totalmente automática, de maneira consistente.

Como o nome sugere, é um tipo de jornal onde você divulga suas mensagens, conteúdos e materiais.

Informativo

E-mail informativo serve para passar informações relevantes para a sua lista. Ele é mais utilizado com a intenção de divulgar um evento ou uma notícia.

Educacional

Esse tipo de e-mail tem o intuito de oferecer uma solução ou esclarecer dúvidas. Portanto, ele deve ser mais focado no conteúdo.

Através do e-mail educacional você vai oferecer materiais educativos (como o próprio nome sugere), de interesse da sua lista.

De nutrição

Esse tipo de e-mail tem o intuito de induzir a sua lista a tomar uma ação, pois ele tem a intenção de nutrir a sua lista de contatos para prepará-la para a compra.

Enquanto o e-mail educacional precisa conter mais conteúdo, o e-mail de nutrição precisa ser mais direto, mais curto, levando o leitor a “caminhar” pelo funil de vendas.

Transacional

Esse é o tipo de e-mail em que você vai sugerir uma oferta, uma possível transação.

Mas cuidado para não exagerar. O ideal é utilizar a estratégia 80 x 20, em que 80% dos e-mails que você envia para a sua lista é de puro conteúdo e 20% é com ofertas.

Esse tipo de e-mail precisa estar focado na conversão da lista, por isso, precisa conter um botão de CTA, com um link que direcione o usuário para a página de vendas.

Ganhar Dinheiro com Marketing Digital

Marketing Digital nas Redes Sociais

Os profissionais de marketing precisam direcionar suas ações para onde o público está. E o público está nas Redes Sociais.

As **redes sociais** cumprem um papel fundamental para o sucesso de uma estratégia de marketing digital. Elas fazem com que as ofertas de venda dos seus produtos cheguem aos potenciais interessados.

As próprias redes sociais usam marketing digital para lucrar. Elas, além de serem redes sociais, são plataformas de anúncio e lucram muito, mas muito mesmo com isso. O lucro do Facebook em 2016 foi de 26,8 bilhões de dólares!

As redes sociais se tornaram um importante canal de comunicação entre empresas e clientes.

Tanto os pequenos, quanto os grandes negócios utilizam as redes sociais. É fácil perceber isso, basta você ver a quantidade de pequenos negócios que utilizam o Facebook para vender.

Como fazer marketing digital nas redes sociais

O marketing digital nas redes sociais pode ser feito basicamente de duas formas:

- **A primeira é através de estratégias gratuitas, como a criação de uma Fanpage, grupo no Facebook e a criação de contas nas redes sociais.**

Para que você seja bem-sucedido dessa forma, não basta postar anúncios diretos dos produtos que você vende.

Você precisa publicar conteúdos interessantes, como textos, imagens e vídeos que gerem aproximação entre você (ou sua empresa) e os clientes;

- **A segunda forma é através de anúncios pagos.**

Todas as redes sociais de grande porte têm um programa de anúncios, pois é assim que elas ganham dinheiro.

Entre esses programas, o mais utilizado é o Facebook Ads. Existem várias estratégias para anunciar no Facebook e a mais efetiva delas é fazer anúncios que pareçam publicações dos usuários. São os chamados anúncios nativos.

No curso [Fórmula Negócio Online](#) disponibilizo um módulo completo sobre essa estratégia.

O curso está formatado para ser mais do que um curso de marketing digital, mas um método completo de sucesso com um negócio online.

No link a seguir abordamos mais sobre [Marketing nas Redes Sociais](#).

O poder dos vídeos no Marketing Digital

Boa parte do meu crescimento nos últimos anos veio dos vídeos. É inegável o poder que os vídeos têm no marketing digital. Eles aproximam muito a relação com os potenciais clientes.

Em todos os nossos projetos de Marketing Digital os vídeos são fundamentais para geração de tráfego.

Importante dizer que **nenhuma estratégia de marketing digital funciona de forma isolada**, elas são potencializadas quando usadas conjuntamente.

E isso se aplica aos [vídeos no YouTube](#).

Eu confesso que comecei o trabalho no YouTube um pouco tarde, mas antes tarde do que nunca. Certo? 😊

Em pouco mais de um ano de trabalho no YouTube saímos de praticamente zero a 80 mil inscritos, aumentando muito a efetividade do meu funil de vendas.

Só que, para que essa estratégia funcione é necessário um trabalho de qualidade, sempre buscando entregar valor primeiro.

Grave vídeos de assuntos que as pessoas estejam interessadas, e não de vendas de produtos.

Vimos até agora várias formas de atrair potenciais clientes, depois disso, é necessário implementar estratégias que garantam a maior conversão em vendas possível e é aí que entra o funil de vendas.

Funil de vendas no Marketing Digital

Todo o processo de vendas no marketing digital passa por um funil de vendas.

Um funil tem uma entrada grande e uma saída pequena e isso nos mostra que vamos precisar alcançar muitas pessoas para realizar uma venda.

O marketing digital é o que sustenta a entrada de pessoas no funil. A geração de tráfego é exatamente isso, colocar potenciais clientes dentro desse funil.

Existem diversos funis de vendas que podem ser desenvolvidos no marketing digital.

Eu falo mais sobre isso no meu [treinamento completo](#), mas quero deixar aqui um modelo muito efetivo, que é chamado de funil de vendas simples (*um pouco alterado, após vários testes*).

Esse é o modelo que eu mais utilizo para vender os meus cursos.

Exemplo de funil de vendas simples

Fase #01 – Tráfego

A primeira fase é a boca do funil, que consiste em alcançar o maior número de pessoas.

O marketing digital nessa fase é intenso. É possível aplicar estratégias de segmentação para melhorar a qualidade do público.

Quanto maior for o interesse das pessoas no assunto sobre o seu produto, maiores serão as suas chances de venda.

Para essa fase eu utilizo estratégias de tráfego orgânico e tráfego pago, sendo meus principais canais, o Blog e o [Canal do YouTube](#).

Fase #02 – Captura de Leads

O desafio nessa segunda fase é transformar visitantes em leads.

A ação que caracteriza que o visitante se tornou um lead é quando ele se cadastra através de um e-mail.

Para incentivar esta ação eu ofereço uma isca digital, que é um e-book de alta qualidade em troca do e-mail.

Fase #03 – Primeira Oferta do Produto

A primeira oferta do produto é feita logo após o lead se inscrever por e-mail.

O lead é, automaticamente, encaminhado para a página de vendas do produto.

Poucas pessoas compram nessa fase, mas o contato com o produto já “prepara o terreno” para uma futura venda.

Fase #04 – Sequência de E-mails

Todos os leads que não realizaram a compra na fase #03 são encaminhados para uma sequência automática de e-mails, onde é entregue e-mails com conteúdo e ofertas de vendas do produto.

Esse modelo de funil tem alto poder de conversão, por isso, recomendo que você o utilize em sua estratégia de marketing digital.

Funil de Vendas Simples



A primeira fase é a boca do funil, consiste em alcançar o maior número de pessoas. O marketing digital nessa fase é intenso. É possível aplicar estratégias de segmentação pra melhorar a qualidade do público.

O desafio nessa segunda fase é transformar visitantes em leads. A ação que caracteriza que o visitante se tornou um lead é quando ele se cadastra por e-mail.

A primeira oferta do produto é logo após o lead se inscrever por e-mail. Ele é automaticamente encaminhado para a página de vendas do produto.

Todos os leads que não realizaram a compra na fase #03 são encaminhados automaticamente para uma sequência automática de e-mails, onde é entregue e-mails com conteúdo e ofertas de vendas do produto.

www.nucleoexpert.com

Mídias Online usadas no Marketing Digital

As mídias são meios de comunicação. E as mídias online são meios de comunicação na Internet.

Você pode encontrar 3 tipos de mídias online:

- **Mídia adquirida;**
- **Mídia paga;**
- **Mídia pertencente.**

Mídia adquirida

Esse tipo de mídia está relacionado com a interação do usuário com o seu conteúdo, como comentários, compartilhamentos, citações, etc.

Mídia paga

Mídia paga é quando você promove o seu conteúdo através de anúncios, remarketing, publicidade em redes sociais, etc.

Mídia pertencente

Já a mídia pertencente é o tipo de mídia que, como o próprio nome já sugere, pertence a alguém.

Alguns exemplos de mídia pertencente são os blogs, sites, perfis nas redes sociais, canal no Youtube, etc.

Análise de resultados – Métricas no Marketing Digital

Para conseguir obter bons resultados em seu negócio digital, você precisa saber fazer uma análise confiável.

E para isso, você vai precisar dos seguintes fatores:

- Analisar corretamente os resultados para definir quais serão as melhores decisões a tomar;
- Analisar as métricas corretas para definir os melhores parâmetros. Ou seja, analisar se o gasto para conseguir mais leads está muito alto e se, realmente, está trazendo resultados positivos;
- Analisar se as etapas de conversão estão configuradas corretamente, para pode analisar os dados com segurança, sem o risco de contar com resultados errados.

Principais Métricas do Marketing Digital

Para identificar se as suas estratégias de conteúdo e relacionamento estão dando resultados positivos, é necessário fazer o acompanhamento de algumas métricas do marketing digital.

Dessa maneira, você poderá não só analisar os resultados das suas ações, como também fazer melhorias.

Essas métricas são as seguintes:

Custo de Aquisição de Clientes (CAC)

O CAC são os gastos que uma empresa/ou empreendedor tem para conseguir conquistar novos clientes.

Essa métrica deve ser calculada mensalmente, para que as variações repentinas sejam analisadas.

Lifetime Value (LTV)

Essa métrica é mais utilizada por empresas que trabalham com serviço de assinatura. Ela mostra quanto a empresa pode ganhar de lucro por cada cliente em um determinado período.

Custo por Lead (CPL)

O custo por lead permite que a empresa identifique o valor de cada lead gerando.

O CPL funciona dividindo o valor investido em marketing digital pelo número de leads gerados.

Custo por Aquisição (CPA)

Nessa métrica, o valor que a empresa investe é dividido pelo número de vendas realizadas.

Sem dúvida, o CPA também é um indicador muito importante para o marketing digital.

Receita Mensal Recorrente (MRR) e Receita Anual Recorrente (ARR)

Esse é o modelo de métrica onde o cliente vai ter os seus gastos divididos entre vários meses e onde a receita mensal e anual é aumentada para conseguir um ticket médio maior do produto ou serviço.

Retorno sobre Investimento (ROI)

O ROI (retorno sobre investimento) é a métrica que avalia o custo-benefício em relação ao que foi investido.

Nessa métrica, a empresa soma todas as vendas e subtrai o valor de tudo que foi gasto.



Ferramentas de Marketing Digital

As ferramentas de marketing na internet vão te ajudar a acompanhar os resultados do seu negócio, através do acompanhamento de dados importantes e te ajudando a desenvolver as melhores estratégias.

Aqui abaixo você vai encontrar algumas dessas ferramentas para você conhecer e poder escolher as melhores a serem utilizadas em seu negócio. Confira!

Ferramentas de SEO

Há ferramentas de SEO com várias estratégias e finalidades para conseguir alcançar um bom posicionamento nos mecanismos de busca.

Pesquisa de palavras-chave

A pesquisa de palavras-chave permite que você utilize os termos que os usuários já buscam e te ajudam a ser encontrado com facilidade nos mecanismos de busca.

Através dessas ferramentas, você vai poder utilizar a palavra-chave do segmento e vai poder descobrir a quantidade de pesquisas que são feitas por mês para aquele termo.

Recomendo o [UberSuggest](#).

SEO técnico

As ferramentas de SEO técnico servem para identificar e corrigir falhas de SEO, verificar a sua autoridade e a da concorrência, entre outras funcionalidades.

Uso aqui o [SemRush](#) para fazer uma auditoria do site.

O SemRush é uma excelente ferramenta de análise de SEO e foi desenvolvida para analisar tanto os resultados orgânicos quanto os pagos.

Essa ferramenta também mostra quais são as palavras-chave que trazem mais tráfego para o seu blog e ainda pode fazer análise de dados de outros domínios, podendo vincular todos os seus negócios em uma única conta do SemRush.

Backlinks

São ferramentas que te ajudam a verificar os links que você recebe. Ela verifica a qualidade dos links e analisa quais deles devem ser redirecionados ou removidos. Atualmente uso [HREFS](#).

Ferramentas de Análise

Para que você possa entender os resultados das suas estratégias, você deve utilizar as ferramentas de análise:

Análise de métricas e análise de concorrência.

Análise de métricas

As ferramentas de análise de métricas permitem que você acompanhe, por exemplo, o tráfego do seu blog, a origem do tráfego, etc.

Análise de concorrência

Você precisa analisar a sua concorrência para aprender com ela e saber onde deve melhorar.

Exemplo de ferramenta de análise: [Google Analytics](#).

O Google Analytics é uma ferramenta gratuita e fácil de trabalhar.

Com essa ferramenta, você receberá estatísticas de visitas, poderá analisar quais são as ações que estão dando certo em seu negócio e quais devem ser melhoradas.

Ferramentas de Design

O design é extremamente importante para as estratégias de marketing na internet. Tão importante quando o conteúdo escrito é o conteúdo visual.

Além disso, a escolha de um bom design transmite a ideia que você deseja através do seu blog.

É fundamental saber escolher um design que gere uma conexão com o visitante e que represente a identidade visual do seu negócio.

Ferramentas de Imagens

Você poderá encontrar ótimas imagens com pouco ou nenhum investimento, através de bancos de imagens que disponibilizam imagens para você utilizar onde desejar, de maneira gratuita.

Exemplo de ferramenta de imagens: [Canva](#).

Ferramentas de Vídeos

Um dos formatos de conteúdo mais consumidos na internet, sem dúvida é o formato em vídeo.

Então, você pode utilizar ferramentas de vídeo em suas estratégias de marketing de internet.

Aqui usamos o [Camtasia](#) e o [Adobe Premier](#) para editar os vídeos.

Ferramentas de Automação

As ferramentas de automação vão facilitar o seu trabalho de marketing na internet, permitindo que você faça testes, dispare e-mails, gerencie seus leads, etc.

Ferramentas de Redes Sociais

Para que o seu negócio tenha sucesso com as estratégias de marketing digital, é necessário utilizar ferramentas de redes sociais, pois elas permitem que você agende uma data e um horário para fazer suas publicações, acompanhar as métricas em diversas redes sociais.

Ferramenta que usamos para gestão das Redes Sociais: [HootSuite](#)

Ferramentas de Gestão de Projetos

Para que você consiga gerenciar os seus projetos de maneira mais fácil e simplificada, coordenando as ações necessárias para o bom funcionamento do seu negócio para que consiga atingir as metas e objetivos traçados, você precisa, no mínimo, fazer um planejamento de estratégias.

Ferramenta que usamos para gestão dos nossos projetos: [Trello](#).

Planejamento de Marketing Digital

Para que as suas estratégias de marketing tenham sucesso é necessário fazer um planejamento.

Colocar as ações de marketing sem planejar é o erro de muitos empreendedores.

Para que você não cometa esse erro, invista um tempo para planejar as suas ações. Dessa forma você será mais assertivo e economizará recursos.

O planejamento de marketing digital é dividido em algumas etapas:

1- Relatório

Faça um relatório do estado atual do seu negócio para que você consiga identificar os erros e acertos das suas ações e saber o que pode ser feito.

A partir de um relatório detalhado, você vai saber quais atitudes deverá tomar para ter mais sucesso.

2- Persona

Um bom planejamento de marketing digital também envolve estudar a persona, para conseguir mais informações sobre o público que você deseja atingir.

Estudando a sua persona você vai conseguir desenvolver estratégias para atingir as pessoas certas, aumentando suas chances de conversão.

3- Objetivos

Com objetivos definidos, você vai saber para onde quer levar o seu negócio.

E para que os objetivos para o seu negócio sejam atingidos mais facilmente, você pode traçar metas de curto, médio e longo prazos.

4- Recursos

Com objetivos definidos, você vai identificar quais são os recursos que você possui para que esses objetivos sejam atingidos.

Quando falo em recursos, quero dizer não só no âmbito financeiro, mas também de tempo e mão de obra, por exemplo.

5- Cronograma

Para você organizar o seu tempo e todas as suas tarefas, o ideal é criar um cronograma.

Com um cronograma bem elaborado você vai conseguir visualizar todas as tarefas que você precisa fazer e quanto tempo tem disponível.

6- Acompanhamento

Depois de todas essas etapas realizadas, é hora de acompanhar tudo e avaliar o que trouxe bons resultados e aquilo que deve ser melhorado.

Marketing de Afiliados e o Marketing Digital

O marketing de afiliados é potencializado com o marketing digital. Com as estratégias corretas, muitas vendas são feitas.

Eu não poderia deixar de falar sobre [o marketing de afiliados](#) que, para mim, é uma das melhores formas de ganhar dinheiro através da internet.

Sendo afiliado de um produto (seja digital ou físico) você pode promovê-lo através de um blog, canal no Youtube, páginas em redes sociais, como o Instagram e o Facebook e ganhar uma boa comissão por cada venda que realizar.

Cada vez que alguém comprar através do seu link de afiliado você recebe a comissão automaticamente.

Esse é um assunto bastante amplo e que eu sempre estou postando conteúdo no blog. Você poderá conferir, através dos artigos já publicados aqui.

Motivos para trabalhar com marketing de afiliados

#1 – Como afiliado você vai conseguir ganhar dinheiro mais rápido do que se você fosse criar o seu próprio produto;

#2 – Sendo afiliado você vai promover um produto que a sua audiência já tenha interesse e, quando decidir criar o seu próprio produto, você correrá menos riscos e terá mais chances de ter sucesso com ele.

#3 – Como afiliado e promovendo o produto ideal para a sua audiência, você vai conquistar a confiança dela e vai conseguir vender os produtos que for lançar no futuro.

Vantagens do Marketing de Afiliados

Baixo custo

Para começar a trabalhar com marketing de afiliados você não precisa investir muito dinheiro.

É fácil de trabalhar

No marketing de afiliados você só precisa promover o seu link de afiliado em seu blog, canal do Youtube, páginas nas redes sociais, anúncios, etc.;

Você não precisa ter um suporte

Sendo afiliado digital você não vai precisar oferecer um suporte, pois todo o processo de venda é feito pela plataforma e o suporte é fornecido pelo produtor;

Você não precisa ser um especialista

Outra vantagem de trabalhar com marketing de afiliados é que você não precisa ser um especialista no nicho que escolher trabalhar.

Basta ter um bom conhecimento sobre o assunto para indicar os melhores produtos para a sua audiência e publicar conteúdo útil e de qualidade para ela.

São muitas as estratégias que podem ser implementadas e muitas delas você pode aprender em um curso de marketing digital.

Comunicação

Como já citei antes, nunca houve um canal de comunicação tão aberto entre empresas e clientes.

Hoje, os consumidores conseguem se comunicar diretamente com as marcas e criam uma relação de confiança com os seus clientes.

A empresa que mantém um bom relacionamento com seus clientes consegue ganhar confiança, boa reputação e, desse modo, aumentar as vendas.

Alcance

Os meios de comunicação tradicionais, como jornais e revistas não conseguem um alcance tão grande quanto os meios digitais.

Isso sem falar do alto investimento e do quanto é difícil segmentar o público no marketing tradicional.

Curso de Marketing Digital Recomendado

Muitas pessoas têm essa dúvida: *“Com tanto conteúdo disponível na internet, será que eu preciso fazer um curso de marketing digital?”*

Realmente tem muito conteúdo gratuito na internet, inclusive eu mesmo disponibilizo muito conteúdo. Eu publico de três a cinco artigos por semana neste blog e mais três vídeos por semana no YouTube.

Porém, se você quer ir além, é necessário fazer um bom curso de marketing digital. O ideal é que o curso de marketing digital te deixe preparado para usar todas estratégias e ainda te capacite a criar outras novas.

O Fórmula Negócio Online pode ser considerado como um curso de marketing digital, porém, ele está programado para te levar além. Oferecemos um conteúdo atualizado, com suporte dedicado e uma área de interação entre alunos.

Pode até parecer papo de vendedor, mas não é. Vou deixar um link para que você veja a quantidade de depoimentos de pessoas que estão tendo sucesso com o meu curso de marketing digital.

[Clique aqui](#) e desça a tela para ver os depoimentos! 😊



Clique Aqui
SAIBA MAIS - FórmulaNegócioOnline.Com



Alex Vargas

Quer mudar sua vida? Vem comigo, eu te ajudo... Prometo que aqui nesse Blog você não vai encontrar enrolação, bla bla bla, apenas o que realmente funciona!