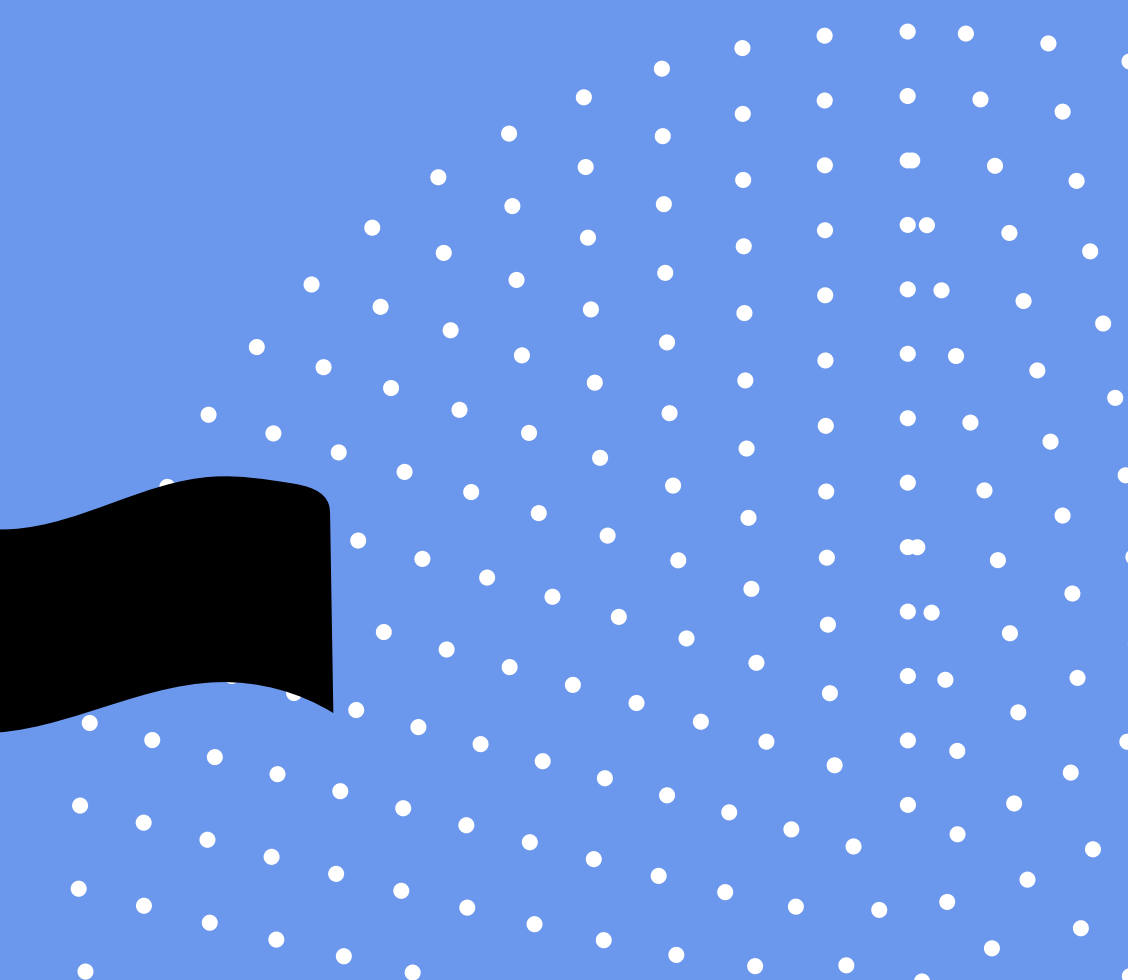
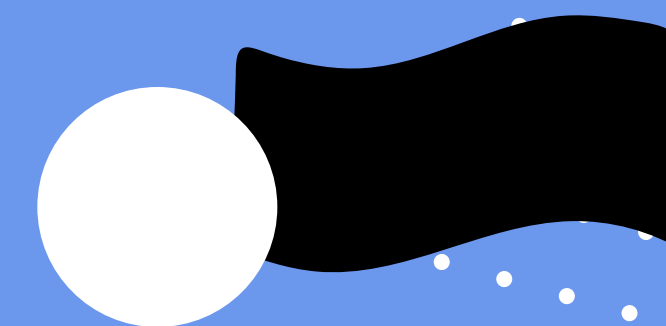
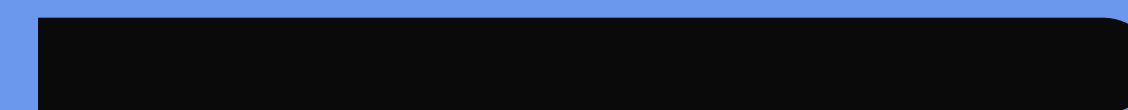




ebook



25 DICAS para ter a internet como principal aliada em **2025.**



Introdução

Não ter uma presença digital forte atualmente é um dos erros mais graves que você pode cometer na sua empresa.

A internet se tornou o caminho mais viável para se manter próximo de clientes, leads e parceiros comerciais. Por isso, investir na presença online agora é algo indispensável para qualquer empresa, seja ela grande ou pequena.

A internet está disponível 24 horas por dia, todos os dias. Por ela, é possível buscar soluções, comparar ofertas, encontrar depoimentos e relatos de experiência de clientes e, assim, embasar a tomada de decisão de compra.

Sendo assim, investir em marketing contribui positivamente para as vendas, reconhecimento de marca e autoridade no mercado.

Pesquisas recentes apontam que as mudanças no consumidor após o período de pandemia tiveram grande impacto nas estratégias de marketing.

Uma vez que as pessoas estão mais tempo conectadas, as empresas também precisaram estreitar essa relação com uma comunicação mais interativa e que não canse quem está do outro lado.

Nesse cenário, não dá mais para ficar parado ou esperando um mega orçamento para investir em marketing digital.

Você sabia que dá para começar esse trabalho de certa forma sozinho, com um baixo investimento e ainda ter ótimos resultados?

Para te mostrar como isso é possível, elaboramos um material repleto de dicas do mundo do marketing digital para você começar ainda hoje a implementar na sua empresa.

Abaixo, você descobrirá dicas de anúncios online, social media, produção de conteúdo, mail marketing e muito mais!

Aproveite a leitura!



Por que o marketing digital é importante para pequenas empresas?

Uma boa atuação online ajuda muito o pequeno empreendedor nos dias de hoje.

As redes sociais, por exemplo, são canais de venda muito fortes e que não geram custos, já que a utilização dos anúncios pagos são opcionais. Além disso, é possível atuar nas redes sem a necessidade de ter um profissional ou agência de marketing contratada.

Com o marketing digital é possível aumentar a visibilidade e fidelizar mais clientes. No entanto, não basta apenas estar na web, é necessário que exista uma estratégia para que isso dê certo.

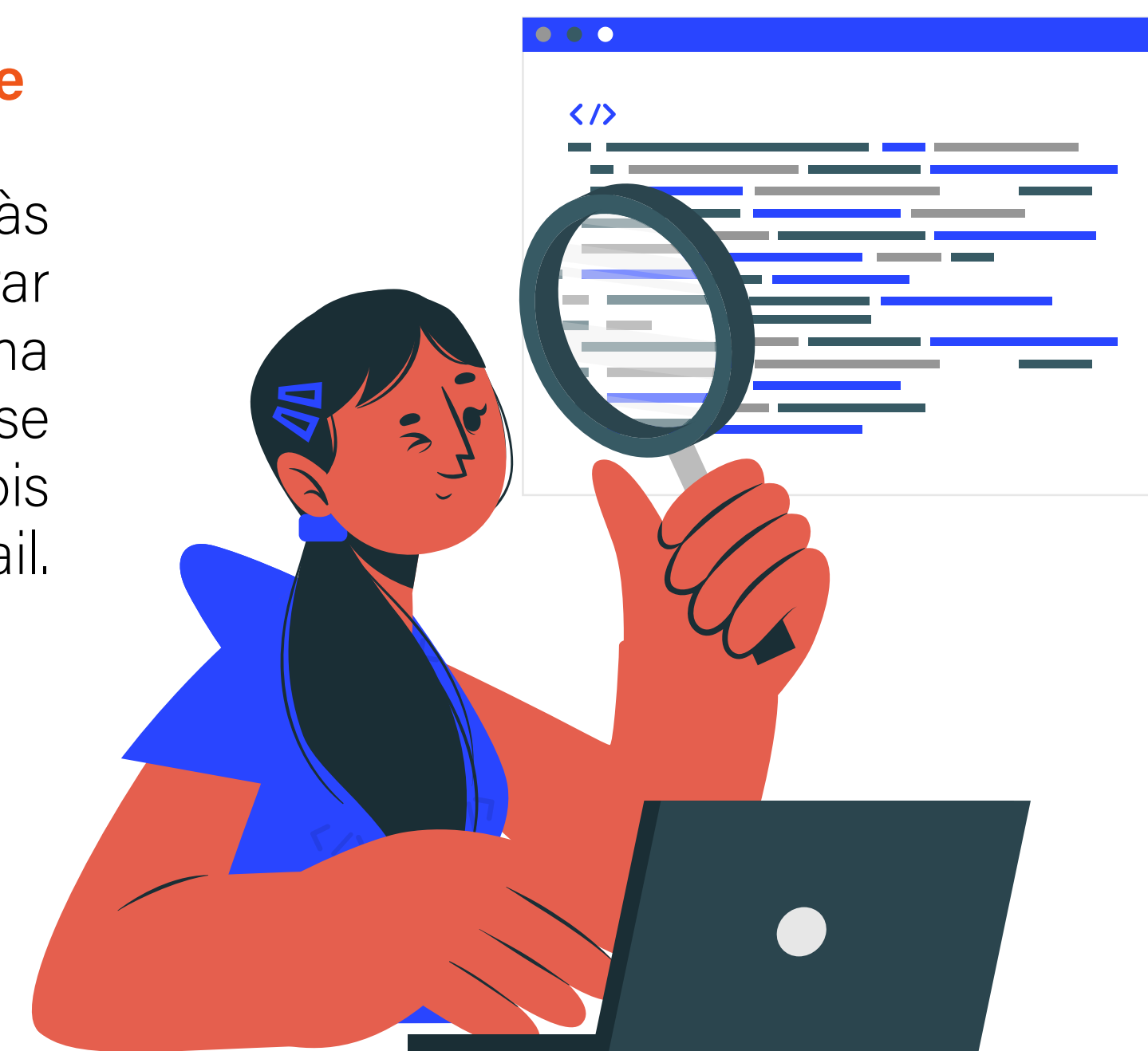
Vamos passar pelos pontos da estratégia mais adiante, não se preocupe. Nesse momento, é interessante que você conheça outros benefícios que o marketing digital traz para o seu negócio.

Comunicação mais direta com o cliente

Hoje em dia, recorrer primeiramente às redes sociais das empresas para tirar dúvidas ou fazer elogios e queixas é uma prática comum. Há alguns anos, esse contato era muito mais demorado, pois era feito por central telefônica e e-mail.

Se o seu time de marketing digital é bem elaborado, dar um retorno mais rápido para seu público e evitar problemas é algo completamente possível.

Além disso, o uso de redes sociais facilita a comunicação na hora de realizar pesquisas de opinião, mostrar posicionamentos e realizar promoções, por exemplo.



Chega de papo e vamos para as dicas!



Sobre produzir conteúdos:

Produção de conteúdo é a prioridade nº 1

Se sua empresa tiver que optar por um único grande esforço em Marketing Digital, opte pela produção de conteúdo. Além do valor do conteúdo por si só e na possibilidade de ser encontrado nas pesquisas do Google, ele tende a gerar resultados também nas ações dos canais de divulgação, como as redes sociais e email marketing.

Evite usar parágrafos longos

O conteúdo na web costuma ser muito mais dinâmico que o conteúdo offline. As pessoas leem mais rapidamente e não costumam “digerir” grandes blocos de texto. Procure quebrá-los e deixá-los escaneáveis, usando parágrafos, subtítulos e imagens.

Uma maneira simples de desenvolver tópicos é escrever posts em formatos de lista. É um tipo de post que costuma gerar bastante resultado.

Ofereça uma boa experiência para cada usuário

As pessoas procuram por informação, mas elas procuram por informação rápida, de fácil acesso e em um formato agradável ser consumida. Por isso, certifique-se de que seu site oferece seu conteúdo de forma rápida e acessível em todos os formatos pelos quais sua pessoa consome.

Pense bem: quantas vezes você já desistiu de consumir algum conteúdo porque a página demorou a carregar? Quantas vezes você desconfiou de um site e saiu porque o layout era meio “suspeito”? É importante evitar essa sensação no seu público.

Importante!

Foque em ajudar a sua audiência, e não só em se divulgar

Evite fazer com que o conteúdo da sua empresa seja sempre autopromocional.

Na internet esse tipo de abordagem não vai funcionar. Para conseguir ter retorno concreto com as ações de Marketing Digital, foque em conteúdos que resolvam as dores descritas nos seus perfis de clientes.

Redes Sociais



Tenha uma identidade visual clara

Sabe quando você vê uma imagem na internet e já sabe de qual empresa se trata? Isso acontece porque esse negócio tem uma identidade visual bem definida, o que também é importante para fortalecer sua marca.

Crie conteúdos de qualidade

Para construir uma presença sólida nesses canais, é preciso produzir conteúdos de qualidade — e com constância. Por isso, conheça bem as necessidades da sua persona e faça publicações com respostas para os problemas dela.

Uma dica é criar um calendário editorial de postagens para manter a periodicidade, com temas e datas de publicação.

Crie stories para gerar mais engajamento e Leads

Os stories são uma ferramenta muito prática para manter a sua marca em evidência. Da mesma forma que as pessoas mostram seu cotidiano, você pode fazer o mesmo com a sua empresa.

Apresente novidades, mostre a rotina da sua equipe e interaja com os seguidores. Mas aproveite também para compartilhar seus conteúdos mais relevantes.

Marque presença nas redes que contam com a maior parte do seu público

Só porque existem muitas redes sociais não significa que sua empresa deva estar em todas. Invista com mais força nas redes sociais que fazem mais sentido para o seu negócio.



Mail Marketing

Defina as ações que você pretende realizar com suas campanhas de Email Marketing

Para conseguir gerar o resultado esperado com as campanhas de Email Marketing, você deve estabelecer um objetivo. É uma pergunta que somente você poderá responder: meu objetivo é vender, informar, educar, baixar seus materiais, gerar indicações? Com esse foco, você irá priorizar suas ações com base nele e gerar mais resultados para seu negócio.

Use GIFs

Já que não conseguimos usar os vídeos dentro dos emails, o que fazer então para gerar movimento e despertar a atenção do público? Assim como as imagens, os GIFs aumentam ainda mais os atrativos do email, pois o "movimento" deles cumpre com esse papel de atrair a atenção.

Para mandar bem com anúncios:

Invista em palavras-chave mais específicas

Assim como falamos em SEO, na compra de Ads também é essencial realizar uma boa pesquisa de palavras-chave. Vá a fundo e procure por termos mais específicos: geralmente eles têm menos concorrência e o preço é mais baixo.

Invista nas imagens dos seus anúncios

A imagem é a parte de maior destaque de um anúncio no Facebook, por exemplo. Procure usar bem as cores para chamar atenção. Fotos de pessoas também costumam se destacar. A não ser que a empresa seja muito conhecida, a logo não costuma funcionar bem.

Não faça Email Marketing com cara de SPAM

Evite emails escritos com a cor vermelha ou com características normalmente associadas a SPAM.

Há alguns detalhes que podem ser seguidos para que seu email não pareça indesejado:

- Limite o assunto cerca de 50 caracteres e sem CAIXA ALTA;
- Evite usar demasiadamente termos como promoção, free, clique aqui, grátis, crédito, etc;

Mais algumas dicas sobre ads:

Faça remarketing para seus seguidores

Cada vez mais as publicações orgânicas, aquelas realizadas diretamente em sua página no Facebook, tem menor alcance. Por esse motivo, a realização de anúncios pagos são necessários para você alcançar mais pessoas. A dúvida que geralmente surge é se o anúncio deve ser realizado para alcançar também os seguidores das suas fanpages.

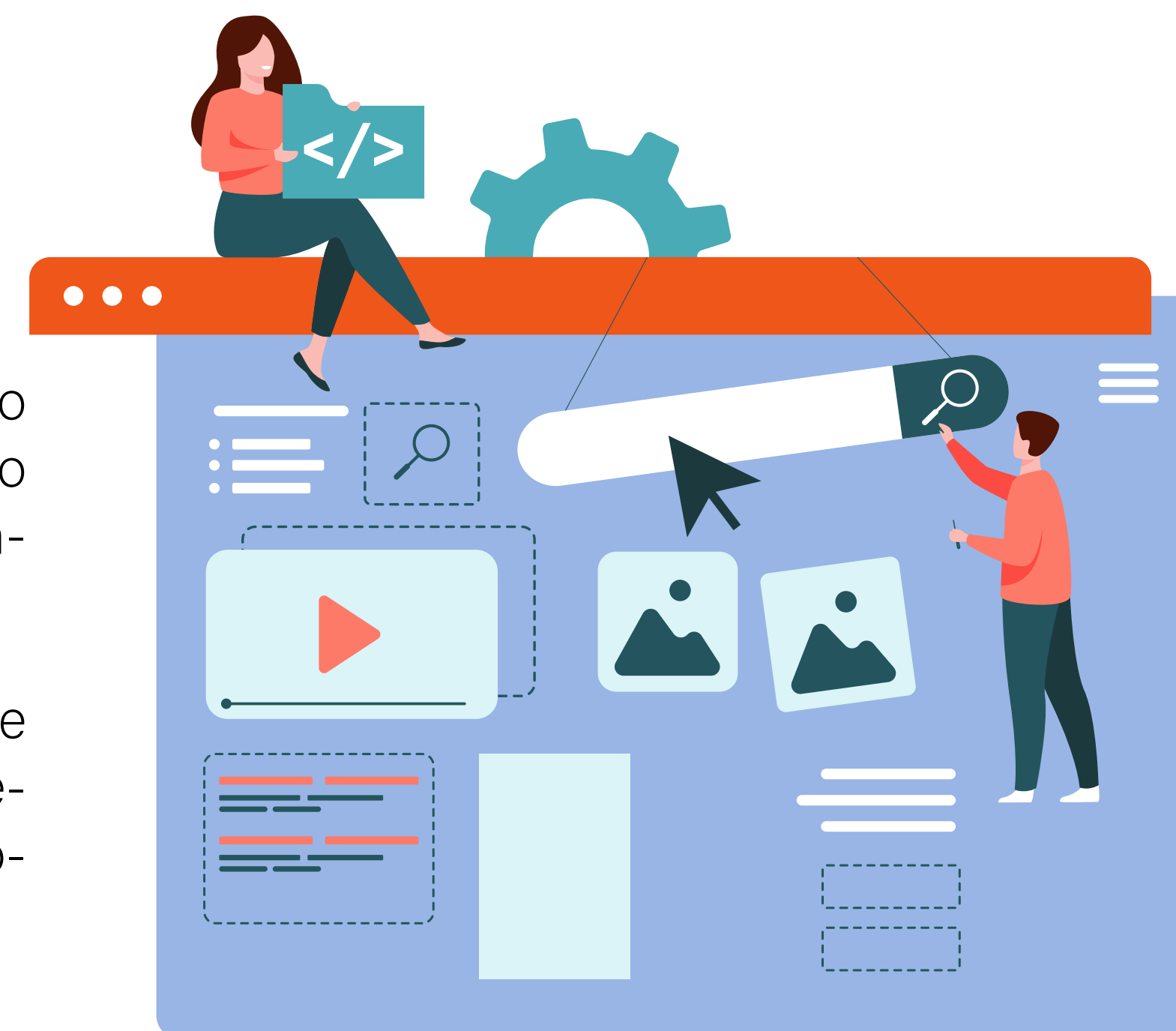
Se avaliarmos, o público que segue sua página muitas vezes já conhece sua empresa e pode estar num estágio de decisão no funil de vendas. Portanto, é interessante utilizar remarketing com este público nos anúncios de fundo de funil que visam a venda de um produto/serviço.

Crie grupos menores de palavras-chave

Quando definir uma lista de palavras relevantes, separe em grupos muito pequenos, mantendo juntas apenas as palavras muito parecidas. Com isso, podemos criar anúncios que tenha forte relação com cada keyword, gerando assim mais cliques e menor preço.

Defina as características do seu público para os anúncios nas redes sociais

Quando definir a segmentação de um anúncio nas Redes Sociais, lembre-se que não é o Google Ads, ou seja, não insira palavras como se a pessoa estivesse buscando por aquilo. Pense em características como cargo, idade, sexo, localização e interesses gerais do seu público alvo.



Crie versões diferentes para os anúncios de Facebook e Instagram

No Facebook e Instagram Ads, coloque no ar diversas opções de anúncios, inserindo variações de textos e imagens. Assim poderá encontrar uma versão com taxa de cliques maior, o que vai tornar o custo por clique mais barato.

Landing pages e conversões:

A importância das queridas LPs

Em linhas gerais uma landing page é um formato de site que pode ser identificada a partir de duas características:

- Contém um formulário
- A página é planejada para atrair e manter a atenção do visitante, ter respostas para o que ele busca e ainda convertê-lo em um lead.

A Landing Page tem um objetivo em especial: capturar os dados de um lead. No segmento de ensino por exemplo, esse objetivo é coletar dados importantes de potenciais alunos que possam ser “nutridos” posteriormente para que decidam se matricular.

A persuasão de uma boa Landing Page

Uma landing page bem trabalhada, clara, atrativa para o usuário, o incentiva a olhar o produto que deseja, a se sentir tentado a comprar ou executar a ação que sua página propõe. Seja adquirir um produto, baixar um e-book ou uma série de vídeos com conteúdo exclusivo.

É exatamente esse ponto que define a importância da landing page para seu negócio: o foco dela é a geração de leads. Ela deve despertar o interesse do usuário em estabelecer contato com seu negócio, seja para tirar uma dúvida, comprar o produto ou fazer um orçamento.

Utilize seus conteúdos para encontrar os seus Leads Qualificados

Procure oferecer conteúdo educativo de valor para quem preencher um formulário e descubra, de uma maneira indireta, pessoas que estão procurando melhorar o desempenho em sua área de atuação, o que são excelentes oportunidades de negócio.

Use templates amigáveis para dispositivos móveis

Como uma das maiores premissas do Google é entregar uma experiência positiva para seus usuários, naturalmente páginas responsivas para celulares e outros dispositivos móveis são priorizadas. Por isso, se o seu foco é SEO, é imprescindível usar templates de landing page mobile-friendly (ou seja, adaptadas para dispositivos móveis).

Analisar dados é importante!

Tudo pode ser mensurado, mas foque no que mais impacta nos seus resultados

Um dos grandes diferenciais do Inbound Marketing em relação ao marketing tradicional é o detalhamento na mensuração de resultados, que podem ser apresentados por meio de um relatório de Marketing Digital.

Afinal, no ambiente digital, tudo pode ser mensurado:

- O número de acessos a um determinado blog post;
- A taxa de abertura de uma campanha de Email Marketing;
- Quantas vendas cada canal gerou para sua empresa.

Mas ter esse poder nas mãos não significa que você deve olhar para tudo ao mesmo tempo.

Ter uma enxurrada de dados pode atrapalhar suas análises. Por isso, foque inicialmente no que é mais relevante para sua operação, com os dados que vão demonstrar o ROI das principais ações.

Use as análises para priorizar o canal de tráfego de acordo com seu negócio

Após a identificação dos principais canais de tráfego é a hora de priorizar de acordo com a necessidade de seu negócio para o momento. Se o tráfego for alto (muitos visitantes), você pode utilizar pop-ups, banners e integrações de formulários que ajudarão você a capturar Leads sem a necessidade de alto investimento em mídia paga. Já se o tráfego for baixo (poucos visitantes), você terá que avaliar se a sua estratégia prevê um retorno em curto, médio ou longo prazo.



**Espero que tenha aprendido algo com
nossas dicas para 2025!**



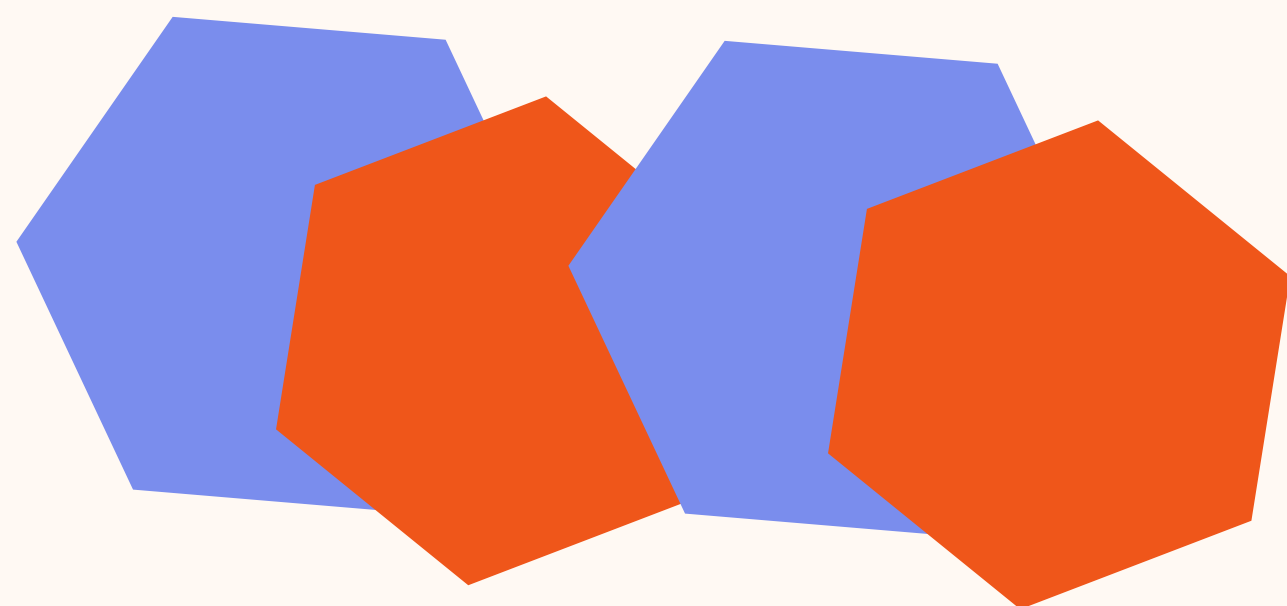
Conclusão

Como empreendedor, você certamente chegou até aqui um pouco mais tranquilo, com o conhecimento que precisa para iniciar o seu marketing digital sem medo e errando menos.

Trouxemos aqui uma análise mais ampla dos conceitos, por isso todas as dicas devem ser contextualizadas de acordo com a realidade da sua empresa.

Para complementar esse e-book, nós temos diversos posts nas nossas redes sociais pra te ajudar a aumentar ainda mais as vendas da sua empresa. É só seguir **@agenciaevex** no Instagram e tirar o maior proveito possível!

Caso ainda fique com alguma dúvida é só entrar em contato com a gente através de um dos nossos canais que estão na próxima página desse ebook.



EVEX

**@agenciaevex • www.agenciaevex.com.br
contato@agenciaevex.com.br**

Baseada no Rio de Janeiro • 42.697.569/0001-06