



Marketing Digital e Comunicação aplicada aos Negócios

Coletânea de artigos publicados sobre Marketing Digital, Comunicação e Empreendedorismo

Por: Edson H Baeta

Oportunidade e Atitude

Excelência não é uma habilidade. É uma atitude.

Ela vem de um compromisso de fazer o melhor com o que você tem disponível.

Excelência é muito valiosa e está disponível à qualquer pessoa que se comprometer a segui-la.

É algo que se procura em qualquer campo de trabalho, em qualquer clima econômico, em qualquer conjunto de circunstâncias.

Excelência vem do rigor de observar os detalhes necessários e permanecer focado no objetivo.

Excelência vem de um desejo sincero de fazer uma diferença positiva.

Observe todas as oportunidades que surgem na sua vida, atue com atitude e determinação, centre o foco na excelência para conseguir melhores resultados.

Pense nisso, existem muitas oportunidades esperando sua atitude positiva.

Conteúdo:

1. *Comunicação multidisciplinar aplicada aos Negócios*
2. *Para atrair mais clientes, Comunique-se!*
3. *Marketing de Conteúdo: Gerando conteúdo para gerar negócios*
4. *Empreendedorismo Colaborativo: A tendência para fugir da crise*
5. *É necessário que seu cliente saiba que você está disposto!*
6. *O Que o Vale do Silício tem a Ensinar aos Empreendedores Brasileiros?*
7. *Os 7 detalhes do Marketing Digital que fazem a diferença*
8. *Empreenda-se para Empreender!*
9. *Em tempos de crise, CRIE!*
10. *Enquanto você não o faz, a concorrência faz!*
11. *Sobre o Autor*
12. *Sobre a Alternativa A*



Comunicação você sabe o que é. E comunicação multidisciplinar, já pensou nessa possibilidade para a sua empresa?

Comunicação multidisciplinar é quando as ações são praticadas em maior ou menor integração para melhor atender os objetivos estabelecidos. É pensar em bloco. É multiplicar as possibilidades. A [Alternativa Comunicação Multidisciplinar](#) é uma agência formada por especialistas com soluções para impulsionar vendas e a imagem da sua marca. Marcas precisam ser construídas e agrega valor aos negócios. Em nosso trabalho, levamos em consideração os diversos recursos existentes para uma comunicação efetiva e a sua aplicação integrada uns aos outros. Assessoramos sua empresa na formulação do planejamento de marketing, nas estratégias de comunicação, na criação de campanhas publicitárias, conceituação de marcas e logotipos, embalagens, displays, posicionamento da imagem corporativa, elaboração de campanhas e peças promocionais, sites, e-commerce, comunicação nas redes sociais, apoio às vendas e eventos.

Comunicação é uma engrenagem do marketing. Marketing é um conjunto de atividades para garantir que se realize a venda. Um integra o outro e, ambos, somados às demais atividades produtivas e de apoio da empresa, venham gerar negócios e lucro.

Comunicação multidisciplinar aplicada aos Negócios

Comunicação multidisciplinar é quando as ações são praticadas em maior ou menor integração para melhor atender aos objetivos estabelecidos. É pensar em bloco. É multiplicar as possibilidades. São as técnicas empregadas em soluções para impulsionar vendas e a imagem da sua marca.

Marcas precisam ser construídas e ter valor agregado aos Negócios.

É preciso levar em consideração os diversos recursos existentes para uma comunicação efetiva e a sua aplicação, integrando ações, planos e estratégias.

Não basta ter um desenho bonito no seu logotipo. É preciso que sua imagem transpareça sua missão, suas metas, seu comprometimento com aquilo que empreende.

Comunicação Multidisciplinar, Marketing e Marketing Digital

Comunicação é uma engrenagem do marketing. Marketing é um conjunto de atividades para garantir que se realize a venda. Um integra o outro e, ambos, somados às demais atividades produtivas e de apoio da empresa, devem gerar negócios e lucro, obviamente.

A Comunicação Multidisciplinar abrange a formulação do planejamento de marketing nas estratégias de divulgação, na criação de campanhas publicitárias, conceituação de marcas e logotipos, posicionamento da imagem corporativa, elaboração de campanhas e peças promocionais, sites, interação nas redes sociais, apoio às vendas e eventos.

Sua marca deve figurar em todas as plataformas que, embora tenham maneiras diferentes de exposição, devem transparecer sua ideia central, de modo que facilite a identificação de seus serviços prestados.

Quando se fala em Marketing Digital, logo vem à mente a ideia de Redes Sociais. Seria apenas isso se estivéssemos falando apenas de exposição da marca.

Bastaria um perfil no Facebook, Twitter, Blog, etc, contendo apenas seu logotipo e conteúdo replicado nas diferentes plataformas.

Mas estamos falando de Visão Estratégica do Marketing Digital e a aplicação da Comunicação Multidisciplinar nos Negócios. Isso é diferente.

“Um dos segmentos que mais se reinventou nos últimos anos foi o marketing Digital, com diferentes maneiras de impactar os usuários da rede, transformando-os em clientes. As

inovações vão desde anúncios publicitários em redes sociais até layouts de sites pensados sob medida para estimular os usuários a consumirem.”

Uma boa comunicação, aliada a estratégias e ações pontuais fizeram, fazem e farão a diferença.

É preciso ter em mente que Design, Comunicação e Marketing são uma necessidade, não um luxo.

Os projetos que mais se destacam não são apenas os que fornecem o melhor conteúdo, mas aqueles que o fazem da forma mais eficaz e eficiente possível.

Isso significa que a maneira como sua comunicação é projetada e explorada consiste no fator essencial para transformar seus visitantes em clientes.

Você não precisa ser grande, precisa parecer ser grande

Isso faz todo sentido nesse contexto: você pode vender sua empresa muito bem e entregar um serviço qualificadíssimo, sem precisar estar em um centro comercial requisitado da sua cidade. O que você precisa é entregar resultados excelentes, ter uma imagem incrível e uma base de clientes e fãs engajada.

Ao aplicar a Comunicação Multidisciplinar aos seus Negócios, você poderá definir qual o seu público de interesse, e isso estabelecerá as estratégias e ferramentas que irá adotar para atingi-lo. Além disso, você:

- *Conhece a percepção que o público tem sobre sua marca;*
- *Estabelece a melhor estratégia para tirar o máximo do seu investimento em comunicação corporativa;*
- *Constrói um posicionamento efetivo para sua marca;*
- *Identifica os melhores meios para comunicar-se com seus clientes;*
- *Mensura o impacto pelos resultados;*
- *Desenvolve ações pontuais em pontos de interesse maior;*
- *São infinitas as possibilidades de comunicação. Principalmente quando se fala de Marketing Digital.*

Mas é preciso identificar e traçar os pontos importantes, onde ações são mais eficazes, e de acordo com cada ponto, definir uma estratégia única e eficiente.

É isso que a **Comunicação Multidisciplinar** faz para seu Negócio.

Para atrair mais clientes, Comunique-se!

De que adianta ter a melhor ideia e deixá-la no papel?

Um dos fatores decisivos para se manter um negócio é, depois de estruturá-lo, fazer com que as pessoas saibam que ele existe.

Você pode ter o melhor produto, mas se não aparecer, seu cliente ainda comprará do concorrente.

É preciso dizer: Ei, eu estou aqui! E apresentar seu produto da forma mais atrativa possível, desde que revele realmente o significado dele.

Neste cenário, a Comunicação Multidisciplinar do Marketing Digital aplicada aos Negócios surge como uma das melhores opções para divulgação, e tornar seu produto/Negócio conhecido!

Para atrair clientes para sua loja ou empresa, é preciso divulgação.

Não espere que os seus clientes venham até você. Não quer dizer que isso não possa acontecer, no entanto, você quer expandir o seu negócio. Você precisa levar a sua marca até eles, mostrar que são diferentes e tem novidades que podem ajudá-los de alguma forma.

A melhor forma de divulgar atualmente, é fazer o uso da tecnologia, como as redes sociais, mas existem diversas outras formas e meios diferentes para você ampliar o alcance de sua marca no meio virtual.

Sabendo usar essas ferramentas corretamente, é possível atingir ótimos resultados em pequeno, médio e até mesmo, longo prazo. Basta saber usar.

1. Inovações

Você já parou para pensar no que sua Empresa pode oferecer de diferente aos seus clientes e que a concorrência não oferece?

Todas as lojas ou empresas necessitam estar sempre inovando, para manter os clientes e se diferenciar das outras lojas ou produtos.

Comunique Novidades! Mostre que você é atuante e familiarizado com as tendências. Tenha este princípio implícito na sua marca!

2. Redes sociais

As redes sociais não lhe permitem apenas se aproximar dos seus clientes, mas conquistar

novos. Então invista neste novo meio de comunicação. Você precisa ter um presença online, precisa divulgar a sua marca e realmente, testar o potencial dela.

Os dados que são possíveis coletar nas redes sociais, te permitem fazer mudanças em sua loja/empresa, alterar sua estratégia de marketing e tomar as decisões com mais convicção. Ou seja, você consegue expandir o seu negócio e aproveitar as oportunidades.

Por estar na internet, há grandes chances de conseguir fechar parcerias de negócios! As oportunidades aparecerão com mais facilidade. Você está no século XXI, precisa aproveitar todas as ferramentas que lhe são disponibilizadas.

3. Mantenha o cliente informado.

Se a sua empresa tem um Blog/Site corporativo, esta é a melhor forma de fazer com que eles voltem para ler uma nova publicação. Assim também com o seu e-commerce, tente captar o máximo de e-mails para sua newsletter, para que seus clientes não percam nenhuma oferta.

A comunicação permite suporte e abre inúmeras ramificações de apoio ao seu negócio!

Inove, Utilize as ferramentas certas... e sucesso!



Marketing de Conteúdo: Gerando conteúdo para gerar negócios

A comunicação digital é cada dia mais importante para os negócios e para as empresas.

Não se trata apenas de tecnologia, mas sim de uma mudança significativa no comportamento do consumidor.

As pessoas utilizam cada vez mais a Internet como meio de comunicação, relacionamento, entretenimento, busca e pesquisa de oportunidades.

É por isso que para que sua ideia enquanto empreendedor se solidifique, sua empresa tem que estar onde seu cliente está.

Você deve ser encontrado por aqueles que buscam seus serviços.

Para consolidar um resultado satisfatório, é necessário traçar uma estratégia de marketing eficiente.

Uma das estratégias mais eficazes é o Marketing de Conteúdo.

Consiste no conjunto de ações de marketing digital que visam produzir e divulgar conteúdo útil e relevante na Internet para atrair a atenção e conquistar o consumidor final.

Além de apresentar seus serviços e sua ideia, seu site, ou blog, precisa ter conteúdo relevante!

É através disso que seus clientes são atraídos para o seu site, pois as ferramentas de busca varrem este conteúdo e o exibem.

O marketing de conteúdo envolve diversas técnicas e ações, como a correta concepção do site, a otimização do site para ferramentas de busca (SEO), a construção de um blog onde as atualizações sejam constantes para indexação, páginas nas redes sociais com conteúdo correlatos para gerar engajamento, entre inúmeras outras.

São linguagens diferentes, porém giram em torno do mesmo ponto: o marketing de conteúdo.

Basicamente, funciona da seguinte forma:

Site -> Blog -> Redes Sociais -> Site

- Site: é onde você apresenta seus produtos, serviços e portfólio. Ele tem um conteúdo mais institucional, porém dando ênfase ao seu ramo de ação.
- Blog: é um espaço onde você trata de assuntos pertinentes ao seu universo de atuação. Publicações relativas ao interesse do seu público alvo.
- Redes Sociais: é onde sua marca/ produto encontra seus clientes, interage com eles, que são direcionados ao seu site, para conhecer os seus serviços.

Note que é um ciclo. Cada qual com uma maneira de apresentar conteúdo, no entanto, todos “linkados” entre si.

Portanto, ao planejar a sua colocação na internet, tenha em mente o conteúdo.

- ***Quem é o seu cliente?***
- ***O que se pretende dele?***
- ***Que informação o cliente busca?***
- ***O que posso oferecer como conteúdo?***

Defina seu público-alvo, de forma clara e específica

Pense quem é o seu consumidor. Aquele que de fato precisa e dá valor ao seu produto. O seu cliente ideal.

Planeje o conteúdo que você pode produzir para este seu consumidor. Pense no que o seu consumidor busca na Internet antes de decidir a compra.

Não produza conteúdo para você ou sua empresa. Produza conteúdo para atrair o seu cliente.

Não pense em produtos, pense em informações.

Pense como o seu cliente pensaria quando procura um produto ou serviço fornecido por uma empresa como a sua.

A comunicação Multidisciplinar se faz presente neste ponto, pois você terá de usar diversas formas de se apresentar a fim de alcançar seu cliente.

Conteúdo relevante gera interesse. Interesse, gera oportunidade.
Oportunidade gera negócios. Planeje bem, comunique-se melhor ainda!

Empreendedorismo Colaborativo: A tendência para fugir da crise

Quando se fala em empreender, logo vem à mente as dificuldades, a burocracia, o sacrifício inevitável, e certamente todos os obstáculos no caminho.

Empreender é sobretudo passar por cima, superar-se, ainda mais em meio a crise e falta de incentivo.

Porém, de uns tempos pra cá, tem surgido uma nova modalidade de empreendedorismo. Uma nova ramificação que tem se consolidado como solução viável e potente diante de um cenário desfavorável descrito nesses últimos artigos.

Trata-se do Empreendedorismo Colaborativo.

A velha história do *“juntar forças para vencer”*.

Pequenas empresas tem se apoiado cada vez mais em outras pequenas empresas afim de desenvolver pacotes de serviços que atendam a demanda do mercado, de forma colaborativa e competitiva.

Um exemplo:

A minha empresa desenvolve soluções web. Sites, Sistemas, Marketing Digital, Gerenciamento de Redes Sociais. Todos os clientes também precisam de materiais gráficos, ou seja, cartões, folders, papel timbrado e tudo o mais que tange a mídia impressa.

Através dessa necessidade, firmamos parceria com uma gráfica. Fizemos o site deles, as mídias sociais, em troca, fizeram nosso cartão de visitas, nosso material gráfico. E hoje, cada cliente que busca um serviço nosso, tem por opção um pacote completo que inclui mídia impressa.

Tudo isso feito através do Empreendedorismo Colaborativo. Da mesma forma, a gráfica também oferece serviços web aos seus clientes. E sempre que há interesse, nos procuram!

Trocar serviços. Agregar soluções.

Num mercado extremamente competitivo você tem que estar preparado para disponibilizar o que seu cliente quer!

Muitas das vezes ocorreu que um cliente chegou até nós querendo apenas um cartão de visitas. Repassamos o serviço à gráfica parceira, porém, intermediamos todo o processo. O cliente ficou satisfeito, e quando precisou de um site não pensou duas vezes. Veio até nós e nos contratou.

Recentemente fechamos uma parceria com uma empresa de hospedagem de sites. Agora oferecemos desenvolvimento de Sites *MAIS* hospedagem inclusa no pacote.

Através dessas parcerias é possível ampliar o ramo de atuação.

Nem que os ganhos sejam menores, mas pelo menos, você encontra-se em funcionamento e desenvolvendo algum trabalho.

Empreendedorismo Colaborativo significa Unir Forças para Vencer.

Outro caso recente:

Um escritório de contabilidade nos procurou para desenvolvermos o site e as mídias sociais dele.

Fizemos além. Trouxemos esse escritório como parceiro. Hoje eles cuidam da nossa contabilidade, e se algum cliente nosso precisar de orientação na área, nós indicamos.

Empreendemos em conjunto.

Sem dúvida alguma, existe uma empresa de outro ramo de atuação que pode colaborar para seu crescimento via troca de serviços.

Note bem: não se trata de permuta, e sim de colaboratividade.

Juntamos serviços para oferecer um pacote abrangente de soluções aos clientes.

E muitas vezes, o que o cliente precisa é ter apenas uma empresa cuidando de suas necessidades. Assim fica mais fácil centrar os esforços e o orçamento para desenvolvimento.

“Nada melhor do que saber que com apenas UM investimento mensal eu tenho todo o suporte que preciso para fazer meu negócio caminhar.”

Empreender de forma Colaborativa é isso.

Procure empresas parceiras de negócios. Outros ramos que podem te ajudar a oferecer um leque maior de soluções. Mesmo que os lucros sejam menores. Por vezes você vai ganhar

apenas uma porcentagem do serviço oferecido, mas valerá a pena, pois sua empresa estará em movimento.

Somos todos desenvolvedores de soluções e acima de tudo, vendedores.

E porque não vender outros serviços agregados aos nossos?

Uma das saídas para a crise é justamente juntar forças para empreender.

E isso vai desde dividir o mesmo espaço de trabalho (co-working) até oferecer serviços variados (Empreendedorismo Colaborativo).

Empreenda em grupo. Mantenha seu polo, sua identidade, sua meta e seu foco, mas esteja preparado para oferecer outros serviços que não os seus.

Procure empresas, empresários e negócios locais que possam agregar serviços. Firme parcerias. Todos divulgam, todos vendem!

Junte forças para empreender!

Este é o caminho!



É necessário que seu cliente saiba que você está disposto!

A comunicação no marketing digital tem se mostrado o fator principal no que diz respeito ao sucesso – ou não – das empresas.

Vivemos num mundo digital, onde as empresas que se destacam são aquelas que são atuantes e não desistem!

***Existe uma máxima: Quem não é visto não é lembrado!
E o que você, enquanto empresário, tem feito sobre a sua empresa?***

As pessoas sabem que você existe? Tem claras as oportunidades que você pode oferecer?

Tive uma surpresa recentemente. Um cliente que prestei serviços há cerca de 2 anos atrás. Sim ele me procurou. Mas porque?

Porque mesmo depois do negócio fechado, dos valores recebidos, ainda assim eu ligava quase todos os dias!

“Olá! Avaliei nosso projeto... Tenho novidades!”

Nada chato, ou invasivo, mas o suficiente para o cliente perceber que eu estava interessado mais num projeto do que num contrato assinado.

Quando ele sentiu a necessidade de crescer algo ao projeto, não teve dúvidas. Me procurou. Eu me fiz presente. Nunca deixei que transparecesse a idéia de que apenas estava interessado no dinheiro dele.

Claro, somos profissionais. Precisamos de nossos ganhos e contratos. Mas antes disso, precisamos manter vínculo.

Nos artigos anteriores, sempre falamos da necessidade de estar presente em todas as mídias.

Agora, elevemos esta afirmação para outro patamar.

É necessário que seu cliente te ache, que saiba que você está disposto a se envolver no projeto dele, e junto dele, você encontre soluções.

Sim, além de desenvolvedores, somos consultores!

Existem alguns pontos importantes a serem destacados:

- ***O Marketing Digital deve mostrar seus serviços;***
- ***Mais do que serviços, deve mostrar soluções!***
- ***O cliente precisa saber que pode contar com você!***

Se você apenas mantém a sua página na internet, seus perfis em redes sociais, e seu portfólio, saiba que ainda falta algo!

Você precisa sempre deixar claro seus serviços, suas soluções, e seu apoio ao projeto do cliente!

A comunicação multidisciplinar vai além de exibições na rede. Ela deve sintetizar a sua opinião, seu compromisso, suas verdades e vontades!

Faça um teste! Procure o projeto onde você mais obteve sucesso.
Você verá que aquele que se destacou, foi justamente por sua dedicação!

Comunicação multidisciplinar é se fazer visto, mas deixar claro que existe uma plataforma cheia de projetos, de ideias, e de soluções que podem ser implementadas aos contratos assinados!

Não basta ter uma grande marca. É preciso que os clientes reconheçam o profissionalismo que existe por trás dela!

Seja criativo! Ofereça soluções! Ouse! Destaque-se!

E quando seu cliente procurar por alguém, inevitavelmente vai te encontrar!

O Que o Vale do Silício tem a Ensinar aos Empreendedores Brasileiros?

Na década de 90, surgiu um movimento muito poderoso no cenário musical, mais precisamente no universo do rock. O movimento Grunge. As atenções se voltaram para Seattle, nos EUA. De lá saíram bandas que fazem sucesso até hoje. Todo mundo queria ter uma banda e fazer sucesso. Até eu tive uma na época, e de vez em quando ainda reúno os amigos pra tocar nas horas vagas – e raras!

A questão é que Seattle era tão empolgante, que qualquer banda formada lá já trazia em si o DNA do sucesso.

Nós tivemos cerca de uma década antes a nossa própria Seattle. Brasília. Onde muitas das bandas mais influentes do cenário nacional se formaram.

Quer dizer que, talento, aliado à oportunidade é igual a sucesso?

Quase isso!

***Talento, aliado à oportunidade, INCENTIVO e CONDIÇÕES de DESENVOLVIMENTO!
Isso sim, é igual a sucesso.***

Hoje nós temos a “Seattle” do empreendedorismo. Se chama “Vale do Silício”.

Localizado numa faixa de aproximadamente 60km do sul de San Francisco até o sul de San Jose, esse conjunto de pequenas cidades no coração da Califórnia é o oásis do empreendedorismo mundial.

Lá nasceram Apple, Google, Facebook, Intel, HP, Sales Force, eBay, Evernote, Twitter, LinkedIn, Netflix, Yahoo entre diversas outras empresas de pequeno ou médio porte, mas com sua devida importância no cenário de inovação empreendedora.

O que é elaborado lá é praticamente sinônimo de sucesso. Tudo tende a dar certo!

Mas e a nossa “Brasília” do empreendedorismo?

Eis a questão! Esta ainda não existe, ou existe em partes!

Vamos avaliar o que se passa no “Vale do Silício” para podermos nos situar melhor.

Um recente estudo publicado pela Endeavour, apontou os seguintes itens:

1. Oportunidade

Quem empreende no Vale do Silício identifica a oportunidade a partir de um problema ou necessidade.

No Brasil, às vezes ocorre uma inversão: primeiro o empreendedor define o produto e depois tenta encaixar uma oportunidade.

2. Cultura Empreendedora

Lá, os alunos são estimulados a empreender desde o primeiro dia de aula. Os cursos não são desenhados para preparar os jovens a serem empregados de grandes multinacionais ou funcionários públicos. O foco deles é aprender a aprender. E o aprendizado é aplicado a resolver problemas que podem resultar na criação de novos empreendimentos!

3. Facilidades

Em minutos você consegue abrir uma empresa nos Estados Unidos e em dias você consegue fechá-la se não der certo. Comparando com o Brasil: Meses para abrir e anos para fechar. Por lá, não há medo do fracasso, pois o fracasso de ontem é o aprendizado de hoje para o sucesso de amanhã!

4. Custos

A infraestrutura de transportes, telecomunicações, energia, logística, segurança... funciona. As startups têm incentivos fiscais reais. Os mercados consumidores de qualquer segmento são enormes, logo há mais oportunidades. O governo americano evita criar empecilhos e malabarismos como temos por aqui, pois sabe que são as pequenas empresas que geram empregos, inovação e giram a economia.

4. Ecossistema

Investidores-anjo, investidores seed, venture capitalists, aceleradoras, incubadoras, organismos de fomento ao empreendedorismo, startups recém-criadas, startups em franco crescimento, empresas gigantes, universidades... o ecossistema empreendedor do Vale do Silício é maduro e explosivo! Já no Brasil não há uma relação clara entre as partes.

Levantados estes pontos da “Seattle” Empreendedora, ficou claro o porquê de não termos a nossa “Brasília” do Empreendedorismo estabelecida e em constante evolução.

A burocracia, os altos impostos, os custos, as dificuldades impostas por Leis ou emendas, e a falta de incentivo real, contribuem para um processo lento de crescimento e inovação no cenário empreendedor nacional.

Mas há uma saída?

Sim!

É necessário mudar a filosofia empreendedora do País.

Cabe aos empresários já estabelecidos, olharem atentamente para os pequenos negócios, para os empreendedores emergentes e apoiá-los.

Comprar do pequeno, incentivar o desenvolvimento, oferecer oportunidades, sejam cursos gratuitos ou apoio institucional no desenvolvimento de novos negócios.

Todo empreendedor sabe que Empreender é muito complicado, ainda mais sem o devido apoio.

Mas não podemos esperar a boa vontade do Governo.

Cada empreendedor pode fazer a sua parte.

Baseando-se no nosso cenário atual, e naquilo que aprendemos com o Vale do Silício, se você já empreende, ou quer Empreender, fique atento à essas dicas:

- ***Identifique a oportunidade, depois o produto;***
- ***Invista em você, no seu crescimento e aprimoramento profissional;***
- ***Tenha uma rede de contatos que funcione;***
- ***Alie-se a outros empreendedores, troque serviços e contatos***
- ***Crie e dê oportunidades de crescimento para profissionais emergentes. Incentive-os.***
- ***Traga para junto de si pessoas com cultura empreendedora, cheias de ideias e vontade de crescer;***
- ***Observe o mercado. Busque contatos e costure parcerias inovadoras.***

O Profissional brasileiro está entre os mais criativos do mundo. Por natureza, sempre nos adaptamos e de certa forma tocamos em frente nossos projetos, apesar de toda a burocracia existente.

Mas isso pode mudar. E a mudança começa quando os Empreendedores olham para eles mesmos... E sobretudo, olham entre si.

Os 7 detalhes do Marketing Digital que fazem a diferença

Preste atenção aos detalhes, os detalhes fazem a diferença! Entenda 7 “pequenos” detalhes que podem mudar sua forma de ver e atuar no marketing digital.

Ao longo da história, notou-se que grandes feitos, conquistas épicas, ou mesmo fracassos e derrotas memoráveis foram desencadeados por detalhes. Sim. Meros detalhes que fizeram a diferença. Para melhor ou para pior.

Na Comunicação Digital para Negócios não é diferente.

A necessidade crescente de adaptar-se a um mercado altamente dinâmico faz com que Empresas de pequeno e médio porte acabem por adotar ações de comunicação equivocadas!

Não há uma compreensão realista da abrangência do Marketing Digital e Comunicação Multidisciplinar.

Para muitos Empreendedores basta ter um perfil no Facebook, convidar os amigos e ter algumas centenas de curtidas. Não há a preocupação em gerar conteúdo, em amarrar palavras-chave a fim de uma indexação privilegiada nos mecanismos de busca, não há preocupação com as imagens publicadas, nem mesmo com o próprio logotipo, que por vezes é apenas o cartão de visitas escaneado e publicado numa baixa resolução.

Isso se alia à criação de um “site simples”, feito em plataformas gratuitas, com um template que pode ser usado tanto por uma Pizzaria da esquina como por um Escritório de advocacia.

Não estou diminuindo os tipos de negócio. Cada um tem seu espaço e seu valor!

Estou dizendo que desta forma não se cria uma identidade da Marca!

Utilizam-se apenas modelos prontos e simplesmente são jogados na internet. Qualquer serviço ou ramo de atuação pode usar a mesma linha de comunicação.

O resultado?

Páginas e perfis em redes sociais são criados e esquecidos. Abandonados.

Sites desatualizados. Layouts duplicados, triplicados. Nada único, nada exclusivo.

Tudo isso reflete o valor agregado aos serviços que a Marca pretende oferecer.

Cabe aqui uma pergunta para reflexão:

Você Empreende ou apenas toca um negócio?

Note a diferença monumental entre as opções...

A Comunicação Multidisciplinar ajuda a criar um processo de posicionamento da Marca, que visa resultados positivos ao empreendimento.

Aqui vão algumas dicas para você se ater aos detalhes que fazem a diferença:

1) Não existe almoço Grátis!

Por mais que serviços gratuitos e plataformas de desenvolvimento pré definidas insistam em dizer isso, há sempre um preço a ser pago. Por vezes, está nas limitações impostas ou pela falta de exclusividade em relação a sua Marca.

Lembre-se: Marketing é Investimento, não Gasto.

Sempre que possível, opte por contratar serviços de empresas estabelecidas no mercado.

Além de maior segurança, os resultados podem ser mensurados de forma mais precisa.

2) Não existe um “Sitezinho Simples”

Você pode até ter um site com um menor volume de conteúdo ou informações publicadas. Mas ele está longe de ser simples. É preciso que a estrutura dele esteja alinhada com as novas tendências de indexação dos motores de busca, que seja atrativo, que transpareça suas metas e que transmita em essência os serviços que oferece.

3) Esteja presente nas múltiplas plataformas.

Em complemento à dica anterior, é necessário que seu site seja responsivo (não reagrupado). Seu projeto precisa aparecer e figurar em Tablets, Smart Phones, e Monitores de diversas resoluções, mantendo o conteúdo e adaptando-se ao formato de exibição (O google por exemplo, não indexa mais sites fora desse padrão!). Isto as plataformas gratuitas não permitem, por isso, opte pelos serviços de um profissional que o oriente e forneça essa solução.

4) Não me deixe só!

Após criar seu perfil nas redes sociais, nunca deixe de atualizar. Não espere que as curtidas apareçam do nada. Gere conteúdo. Publique diariamente assuntos relevantes ao seu público e ligados a seu tipo de Negócio. Isso gera engajamento. Um profissional de Gestão de Mídias Sociais pode te auxiliar neste processo.

5) Seja exclusivo!

Embora você possa atuar em ramos semelhantes aos de seus concorrentes, tenha exclusividade na sua identidade visual. Não opte por templates. Isto servia apenas há anos atrás, no início, para medir o impacto dos negócios online. Hoje é desnecessário provar a força que a comunicação na internet tem!

Tenha um site exclusivo.

6) Não Confunda “fazedores” com “Criadores”

O mercado está povoado de “fazedores de sites”. Aqueles pseudo-profissionais que cobram barato, entregam um pacote embrulhado em jornal, e não dão suporte, orientação ou atendimento necessário.

Procure por Profissionais de Criação que desenvolvam um projeto de Posicionamento da Marca e Marketing Digital personalizado, único, onde você terá assistência, suporte, orientação e consultoria baseada em resultados obtidos, para promover melhorias em seu projeto.

7) Credibilidade é tudo!

Este é um assunto para outra coluna (Empreendedorismo), mas cabe bem aqui também. Jamais venda uma imagem que não reflete aquilo que você realmente pode arcar, se responsabilizar, entregar, promover ou realizar.

Seja o melhor dos “pequenos” mas não seja o pior dos “grandes”. Cuide para que o conteúdo e imagens estejam alinhados aos seus propósitos. Isso pesa muito na escolha de profissionais

que vão cuidar da sua imagem junto ao público, aqueles que vão gerir e desenvolver seu projeto. É importante, que desde o princípio suas metas e ações estejam bem definidas para que você não construa uma imagem além daquilo que pode oferecer.

Como eu disse no artigo anterior, “Você não precisa ser grande, precisa parecer ser grande”.

E isso se dá, na medida em que seus esforços empregados na qualidade da entrega dos serviços prestados primem por ser grandes também.

Se você Empreende (e não apenas ‘toca um negócio’), sabe muito bem da importância dos detalhes contidos nestas dicas acima.

A maneira como sua Marca, seu Produto ou seu serviço chega até seu público é fundamental para obter sucesso. Você não vê comerciais de salgadinhos (petiscos) no intervalo de Telejornais ou Novelas. Você os vê nos intervalos dos Programas de debates esportivos, afinal, um futebolzinho combina com um salgadinho e uma cervejinha.

Comunique-se com seu público onde seu público está!

Adapte-se à ele. Seja multidisciplinar! Ele precisa te encontrar, onde quer que ELE esteja!

A Comunicação Multidisciplinar te auxilia a se posicionar em diversos segmentos de exposição, definindo estes detalhes com clareza, e esses detalhes fazem a diferença!



Emprenda-se para Empreender!

Quer mudar o mundo? Comece arrumando seu quarto!

Quando falamos em Empreendedorismo, somos logo remetidos à ideia de abrir um negócio, trabalhar por conta própria, adquirir a tão desejada liberdade financeira, enfim, uma série de acontecimentos que serão possíveis uma vez que saibamos empreender da maneira correta.

Este raciocínio não está errado.

Empreender é justamente isso. É fazer acontecer. É criar condições para que se realizem metas, objetivos, planos, projetos, desejos e sonhos.

É mapear o ponto de chegada e traçar o caminho até lá.

Porém, há um detalhe muito importante. Quase crucial, se não em sua totalidade, em sua grande parte. Sem ele, será muito difícil atingir o sucesso naquilo que se almeja.

Trata-se do Empreendedorismo Pessoal. Sim. Antes de mudar o mundo, arrume seu quarto. Organize-se para poder organizar. Empreenda a si mesmo.

Semelhante ao Coaching, o Empreendedorismo Pessoal utiliza técnicas de auto gestão, que trarão mais organização ao seu dia a dia e, por consequência, maior produtividade.

Todas as pessoas que obtém êxito em suas atividades são primeiramente as pessoas que obtiveram sucesso sobre si mesmas.

Mudar a maneira de pensar. Mudar os hábitos, costumes e ações que geram um estigma de procrastinação, preguiça, desânimo, falta de organização, falta de comprometimento, irresponsabilidades, etc.

Tudo isso vem da nossa vida pessoal e se transfere para a vida profissional.

Não conheço nenhum excelente empreendedor que não seja, antes, um excelente ser humano. O Macro Cosmo reflete o Micro Cosmo.

Ninguém vence algo se não vencer a si mesmo.

Falar de mudança de hábitos e conquista do Sucesso pode parecer didático demais. Ninguém tem a fórmula mágica para obtenção de resultados satisfatórios e que nos deem a tão sonhada realização profissional e pessoal.

Mas existem maneiras, métodos, pensamentos e ações que podem facilitar o caminho, ou mesmo apontar onde podemos melhorar e o que devemos fazer para administrarmos melhor nosso percurso rumo às conquistas.

Eu, por exemplo, estipulo metas. Nada absurdamente severo. Algo simples, anotado à lápis no velho caderno Universitário.

Penso no que almejo para um ano. Dentro desse período exploro as possibilidades para chegar lá mês a mês. Dentro dos Meses, divido por metas semanais, diárias e por hora.

Assim, se compõe um planejamento simples, onde pequenas ações pontuais geram grandes resultados a longo prazo, ou no caso, ao final de um ano.

Desta forma, me organizo melhor, me torno mais produtivo e através de pequenas ações diárias posso atingir o propósito satisfatório que planejei.

“Arrumando meu quarto”, estou pronto para arrumar o “mundo”.

Me organizei, agora posso organizar meu Empreendimento.

As mesmas técnicas empregadas para gerir meu comportamento, podem ser aplicadas para gerir meus negócios.

Faça um teste (vale tanto para a vida Pessoal como Profissional). Anote num caderno:

- 1. Como você (Ou seu Negócio) pretende estar ao Final do Ano?**
- 2. O que você pode fazer para que isso se torne possível?**
- 3. Quais são as suas principais dificuldades?**
- 4. Quais os fatores favoráveis?**
- 5. Quais os pontos que você pode melhorar?**
- 6. Como e quando você pode melhorar?**

Após identificar esses pontos, você já terá um planejamento simples, porém eficiente que o levará a obter maior possibilidade de realizar seus objetivos. Eles não ficarão soltos no ar, flutuando. Você os organiza e se compromete com eles.

Vamos a um exemplo:

1) Como você (Ou seu Negócio) pretende estar ao Final do Ano?

-Pretendo estar bem posicionado no mercado em que atuo

2) O que você pode fazer para que isso se torne possível?

– Me dedicar mais, pesquisar, estudar, costurar parcerias, enviar propostas

3) Quais são as suas principais dificuldades?

– Falta de tempo, fator financeiro, concorrência

4) Quais os fatores favoráveis?

– Sou capacitado, conheço bem o meu ramo de atuação, confio em mim!

5) Quais os pontos que você pode melhorar?

– Organizar melhor o tempo e ser mais atento às possibilidades

6) Como e quando você pode melhorar?

– Posso separar 2h por dia para estudar e pesquisar oportunidades

Pronto. Você tem a sua lista “To Do” (A fazer). Já está comprometido pelo menos durante duas horas por dia. Sabe que nesse período (estipulado por você mesmo) terá que cumprir as metas declaradas na sua lista.

Aquelas duas horinhas citadas, onde você vai tirar um tempo para estudar e pesquisar oportunidades farão diferença ao longo do período total.

Mas atenção: Não se sabote! Altere a lista quantas vezes for necessária, mas jamais engane a si mesmo.

Altere para mais, nunca para menos.

Mensure sua evolução ao final do dia.

Eu costumo escrever na minha lista palavras de incentivo pra mim mesmo:

“Valeu!! Meta concluída com êxito!! Parabéns!!! Continue Assim”.

Isso me motiva. Eu percebo a minha evolução e tenho a tendência de me desafiar com metas maiores, claro, ciente das minhas condições.

Não vou, por exemplo, estipular uma meta diária para estudar durante 8 horas. Não há como conciliar com as outras metas propostas.

Esteja ciente das suas condições, mas não se limite usando desculpas que podem ser eliminadas facilmente com o mínimo de empenho.

Empreender requer dedicação, empenho e esforço.

Crie hábitos de sucesso!

São estes pequenos exercícios, estes esforços diários que compõe uma ação muito mais ampla e abrangente.

E quando você está com o quarto arrumado, com as coisas em ordem, fica muito mais aconchegante para deitar-se, e sonhar com um mundo melhor!

Estabeleça metas. E as cumpra.

Planeje-se. Cuide de você, de seus projetos.

Empreenda-se para empreender!



Em tempos de crise, **CRIE!**

Recentemente, tenho me deparado com alguns empreendedores, e parece que existe um discurso ensaiado e plenamente afinado entre eles:

CRISE! Não Se arrisca durante a crise!

São empresários que possuem empresas promissoras, produtos bem colocados no mercado. Outros, tem uma ideia ainda não consolidada e em fase de desenvolvimento.

Mesmo assim, a temática da “crise” sempre está em primeiro plano e é usada como desculpa para não inovar, não arriscar, não desafiar as perspectivas negativas do mercado. Concordo que nesses tempos arriscar capital ou investimento alto é perigoso, porém, existem outras maneiras!

Em tempos de crise, CRIE!

Existe uma velha história contada em salas de reuniões entre empresários:

Uma gigante fábrica de sapatos convocou dois dos seus melhores executivos de vendas e novos negócios para uma viagem à África.

A intenção era expandir os negócios. Para tanto, a empresa queria a opinião dos seus consultores.

Os dois executivos passaram uns dias lá. E, ao retornarem, cada qual deu seu relatório.

O primeiro descreveu a seguinte situação:

“Os costumes de lá são estranhos. Todos andam descalços! Ninguém usa sapatos! É extremamente recomendável NÃO investir lá!”

Já o segundo, relatou o seguinte:

“Eles não usam sapatos! Desconhecem o calçado! Excelente oportunidade de negócio!”

O cenário de crise está instaurado, isso é evidente. Mas seria a crise uma barreira, ou uma oportunidade?

O empreendedor moderno tem que criar em meio as dificuldades.

Uma boa oportunidade é a diversificação.

Encontrar um meio termo que se encaixe.

No caso da fábrica de sapatos, o ambiente era de extremos.

Ninguém usava sapatos.

Investir ou não?

A saída foi investir em sandálias.

Um meio termo.

Os habitantes se sentiam confortáveis como se estivessem descalços e, ao mesmo tempo, protegiam os pés como se estivessem com sapatos.

A empresa inovou, diversificou, e encontrou um meio termo.

Muitas empresas perdem mercado insistindo em um modelo engessado, num produto que não tem mais espaço, numa filosofia empreendedora ultrapassada.

A gestão do empreendimento é absolutamente mutável!

Sim, existem princípios e métodos intocáveis, porém, dado o cenário atual, quem não se adaptar, não resiste!

E se adaptar é ter criatividade. Ousar para se manter ativo.

Trazendo este exemplo para a nossa realidade podemos adaptar o conceito criativo implícito e desenvolver soluções em meio à crise.

Pergunte-se:

O que posso fazer de diferente para manter ou atrair novos clientes?

O que está dando certo até agora, eu vou manter. O que está errado, eu devo mudar!

Seja flexível!

Construa um tipo de negócio adaptável.

Avalie seus serviços, seu produto, sua maneira de atendimento, de entrega e execução dos prazos.

Em algum ponto você poderá melhorar e inovar.

Enquanto você não o faz, a concorrência faz!

Em tempos de disputa passo a passo no mercado, qual sua estratégia para chegar à frente da concorrência?

Não importa seu ramo de atividade. Nem o tamanho da sua empresa ou empreendimento. Seja você um empreendedor ou profissional liberal, seja você um freelancer ou profissional alocado em alguma empresa, certamente você não é o único no seu raio de atuação.

O Mercado ao seu redor e seus clientes em potencial, estão sendo diariamente minados ou bombardeados por informações diversas, advindas das mais variadas formas de comunicação. Seu público alvo, seja ele qual for, tem em mãos uma diversificação significativa de oportunidades de realização de negócios.

Por vezes, seu cliente fica em dúvida sobre qual empresa/ e ou profissional escolher para executar os serviços que precisa. Isso se deve ao alto índice de ofertas espalhadas por aí, e em tempos de negócios digitais, estas ofertas não se restringem mais apenas ao seu bairro, cidade ou país. Seu concorrente pode estar ao seu lado, ou em qualquer lugar do mundo.

Para alcançar seus objetivos profissionais e comerciais, qual estratégia você tem adotado para sobressair-se diante daqueles que oferecem os mesmos serviços que os seus?

Você já parou para avaliar suas estratégias? Todo profissional que almeja o sucesso deve constantemente avaliar suas ações e revê-las a todo momento, traçando periodicamente um modelo de atuação.

Traçamos algumas idéias-base, que servem como guia para todo tipo de negócio, seja para empreendedores, ou profissionais:

#1. Marketing

A velha máxima do “quem não é visto não é lembrado” cabe perfeitamente aqui. Sempre divulgue seu trabalho, seja via site, redes sociais, mídia impressa, ou equivalentes. Nunca deixe de investir em comunicação. Marketing não é gasto. É investimento!

#2. Profissionalismo

De nada adianta uma boa divulgação se você não for um profissional bem preparado. Invista em sua atividade. Renove seus conhecimentos, recicle. Além de oferecer um excelente serviço, ofereça um atendimento dedicado! Seu cliente nunca vai se esquecer de quem não se esquece dele.

#3. Organização

Organize-se. No mercado atual é comum sermos forçados a executar várias tarefas ao mesmo tempo, porém, não podemos ser devorados pelas atividades sem dar conta de todas elas com o mínimo de competência possível. Divida seu dia em horas de atividade. Dedique uma ou duas horas para cada item (dependendo do volume e prioridade delas), organizando seu cronograma de atuação. Trace metas e prioridades. Faça cada uma delas da melhor forma possível!

#4. Avaliação

Faça constantes avaliações sobre suas estratégias. Liste o que você faz e periodicamente avalie os resultados. O que está dando certo, mantenha. O que não está dando resultados, refaça. Avalie sem mentir, inclusive sobre sua produtividade e foco!

#5. Diferenciação

Seja você o profissional diferente. Ofereça aquele “algo a mais” que a concorrência não oferece. Isto pode estar embutido no atendimento diferenciado, no prazo melhorado (sem comprometer a qualidade do serviço, claro!), ou naquele plus. Pode ser por intermédio da sua expertise, dos seus cases de sucesso, das suas grandes realizações. Porém, seu cliente precisa saber disso. Assim, voltamos ao tópico #1 desta lista. Divulgue suas melhores conquistas. Nunca deixe suas redes sociais, seu site, abandonados. Invista na sua divulgação. Pois enquanto você não o faz, de uma maneira ou de outra, a concorrência faz!



Estamos à disposição para consultoria em marketing digital e desenvolvimento de soluções para alavancar seu negócio. Precisando, fale com a gente: contato@alternativaa.com.br

Bons negócios e sucesso!

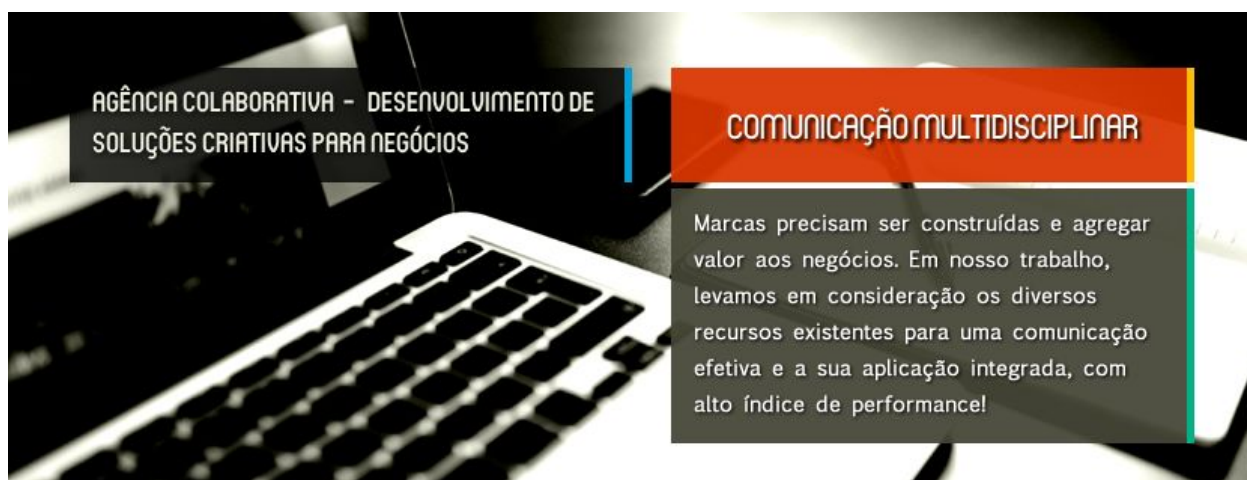
Sobre o autor



Atuando há mais de 15 anos no mercado Online, Edson H Baeta fundou em 2012 a [alternativa a - comunicação multidisciplinar](#). Uma agência colaborativa com o foco no desenvolvimento de soluções com alto índice de performance, onde atua como Coordenador Executivo de Operações e

Desenvolvimento. Adquirindo experiência como CEO e CCO em passagens por outras Empresas, especializou-se em Marketing Digital e Empreendedorismo.

Sobre a Alternativa A



Somos uma agência colaborativa com o foco no desenvolvimento de soluções criativas para negócios. Empregamos soluções inovadoras e intuitivas, gerando resultados! Soluções que abrangem a concepção de métodos de divulgação e marketing que gerem negócios, com alto nível de performance!

Marcas precisam ser construídas e agregar valor aos negócios. Em nosso trabalho, levamos em consideração os diversos recursos existentes para uma comunicação efetiva e a sua aplicação integrada uns aos outros.

Assessoramos sua empresa na formulação do planejamento de marketing, nas estratégias de comunicação, na criação de campanhas publicitárias, conceituação de marcas e logotipos, embalagens, displays, posicionamento da imagem corporativa, elaboração de campanhas e peças promocionais, sites, e-commerce, comunicação nas redes sociais, apoio às vendas e eventos.



Estamos à disposição para consultoria em marketing digital e desenvolvimento de soluções para alavancar seu negócio!

www.alternativaa.com.br

contato@alternativaa.com.br



Marketing Digital e Comunicação aplicada aos Negócios

Coletânea de artigos publicados sobre Marketing Digital, Comunicação e Empreendedorismo

Por: Edson H Baeta