ARTIGO 01 EMPRESA: CEMBRA

## Insta de sucesso: Você sabe como ganhar seguidores no Instagram?

## *Sigo de volta, troco likes, analytics, hashtags, parcerias, posts, marcações... Tudo isso regado a um conteúdo muito dinâmico, extremamente visual, que procura envolver e capturar momentos inteiros, em um clique.*

## *Em tempos de distanciamento social, temos ainda a popularização e monetização do advento das lives! Esse é o Instagram, mais que uma rede social, um mundo repleto de possibilidades.*

## *Imagine ter um “sócio” assim? Imagine ter um bom produto, serviço nichado, e principalmente, valor de conteúdo, para ofertar em um universo tão vasto de ideias, troca de experiências, e interações? Você sabe como ganhar seguidores no Instagram?*

## *Nesse artigo vamos te apresentar pensamentos, e experimentações que já funcionam, e te mostrar caminhos promissores para ganhar uma boa base de seguidores no Insta!*

Com os recentemente anunciados pela própria plataforma, mais de 1 bilhão de usuários ativos em todo o mundo, o Instagram se tornou uma ferramenta valiosíssima para enriquecimento de base e conteúdo.

[No Brasil, a rede social conta com 66 milhões de usuários](https://exame.abril.com.br/tecnologia/estes-sao-os-dez-paises-que-mais-usam-o-instagram/), sendo o segundo maior mercado do aplicativo em todo o mundo.

Números que por si só impressionam, não fosse o fato adicional que a plataforma tem 80% dos seus usuários interagindo ativamente, com pelo menos uma marca. E se essa marca for a sua?

Antes de ser comprada pelo Facebook, o Insta tinha um total de usuários que somavam 30 milhões, em 2012.

Oito anos depois, um acréscimo estridente de mais de 970 milhões de contas. Uma valorização que aparentemente, não atingiu seu platô e muito menos seu ponto de descida.

Não é o acaso, muitas coisas explicam como o Instagram tem um crescimento constante e sólido.

## Solidez do Instagram: Quais os motivos que fazem essa rede social ser tão popular?

Gratuito, intuitivo, sociável e fresco. São ingredientes que transformam uma rede social criada em 2010, com a estrutura de seguidores e seguidos, compilar essa concretude. A definição mais simplista do Insta é uma foto instantânea, tão simples quanto possa parecer.

Socializar, compartilhar e interagir sobre o clique de um jantar, de uma ocasião especial, é um fator estratégico para a rede, não fosse assim, não teríamos lotes e lotes de filtros com cada vez mais inovação.

Basta abrir a câmera a se divertir.

Muito por isso, que lugar melhor para divulgar uma fotografia maravilhosa de um item do cardápio, de uma peça de coleção outono-inverno ou quem sabe de um jogo novo em desenvolvimento?

Acompanhada a imagem de relevância e boa qualidade, uma legenda que tenha valor real, que atinja massivamente seu público alvo, é quase que uma certeza de sinergia e bons resultados.

### *“Criamos o Instagram para pessoas que gostam de ver o mundo de uma forma supervisual. O começo de tudo é a foto, e não o texto que vai junto com ela. Logo no primeiro ano, nós tínhamos 2 milhões de fotos postadas todos os dias. Hoje, são 70 milhões de fotos por dia. Imagina imprimir todas essas fotos e colocar uma em cima da outra? Seria uma torre enorme. Para mim, não é só um app de comunicação, mas é uma forma diária de cada pessoa ou empresa contar a sua história...”*

# *Mike Krieger, Empresário, fundador do Instagram*

Ainda sim, o trabalho de uma empresa em rede social, deve ser profissional, correto e valoroso, especialmente naquela em que, quase como uma metáfora, a imagem seja o carro-chefe, a grande e virtuosa estrela da companhia. Transmitindo milhares de coisas no silêncio das telas.

Se o cara que consome o seu produto, a mulher que utiliza seu serviço, ou a família que valora seu conteúdo, está online no Instagram, não faz sentido que você, empreendedor, empresário, empresa, não esteja conectado, ampliando e aprofundando seu laços, entendendo mais e melhor do perfil do seu público.

É através de mais um braço como esse, que você estabelece um novo canal de confiança e transmissão/troca de ideias importantes sobre aquele universo que une a marca e seu cliente.

Imagine o quão frutífero não seria, divulgar um lançamento e ouvir diretamente da ponta final, de quem utiliza aquilo, uma recomendação, uma observação relevante, algo que melhore e engrandeça o que você pode oferecer?

Da mesma forma que, críticas e desagrados jogam uma luz muito interessante naquilo que eventualmente você não está vendo no seu negócio.

Dito isso, vamos elencar alguns pilares fundamentais para que você tenha um roteiro de como ganhar seguidores no Instagram:

* **Acompanhar as tendências:** Saber o que acontece no Brasil e ao redor do globo de mais relevante, é importantíssimo para mostrar quão atualizada, bem informada e participativa é a sua marca, o quão ela faz parte do todo, e não vive isolada.
* **Integrar plataformas:** Você provavelmente já dispõe de público, e presença em outras plataformas, Youtube, Facebook, Twitter e afins.

Aproveite a capacidade de unir forças, de fortalecer imagem, use a integração de contas do Instagram, e os recursos de compartilhamento, entre várias plataformas, para espalhar seu conteúdo!

* **Presença e consistência:** Diante de tudo que falamos até aqui, é perceptível que a plataforma é dinâmica, é preciso manter sua presença de uma forma consistente, movimentando dentro de algum ciclo de tempo curto, com frequência, a conta e os seguidores.
* **Post Patrocinado:** Assim como no Facebook, aproveitar a possibilidade de utilizar a segmentação de um determinado público para melhorar o atingimento e performance de uma campanha, é uma estratégia chave para o crescimento.
* **De olho no seu concorrente:** Difícil encontrar regra mais antiga e mais valiosa. Aprenda com os erros de posicionamento, ou com um grande acerto em uma campanha envolvente do seu concorrente, afinal, aquele público, é um potencial grupo que pode se interessar pelo que você tem a oferecer.
* **Procure criar sua linha de atuação:** Você pode encontrar milhares de diferentes conteúdos sobre um único tema, ou seja, você terá modelos do que funciona, mas seu público busca algo em particular, seu conteúdo tem que ter sua assinatura, sem tom, sua originalidade.
* **Faça Parcerias:** Fornecedores, stakeholders, parceiros de apoio lateral... Agregar valor através do desenvolvimento de parcerias é sempre benéfico, se bem trabalhado para todos os envolvidos. A audiência inclusive, virá de uma parte para outra, qualificando a marca, com a confiança de empresas que endossam a parceria, como numa rede de credibilidade entre companhias.

## Você sabia?

Em 2017, o Instagram já contava com nada mais, nada menos que 25 milhões de contas no segmento Business. Você ainda tem dúvidas da importância em saber como ganhar seguidores no Instagram? Da real necessidade de fazer sua conta ser referência?

* **Sorteios:** Aproveite a audiência e a relevância que o sorteio de um produto ou serviço pode lhe gerar, com isso você tem mais espaço para aprofundar o que oferece, e tem uma excelente oportunidade de depoimento para validar seu feedback.
* **Hashtags:** Usando de forma consciente e assertiva, uma boa hashtag (#) pode significar um alcance muito mais amplo e maciço, uma vez que seu público pode te encontrar com mais facilidade e seu conteúdo pode ser mais bem trabalhado.
* **Legendas:** A legenda é parte da história que você está contando ali naquele contexto, deixá-la de lado é reduzir o seu trabalho de comunicação. Experimente CTA’s, perguntas e convites para interação nos comentários.
* **Responsabilidade Social:** Para fechar um ponto importante, que precisa fazer sentido antes da rede social, ou se somente nela, precisa ser bem estruturado, para não soar como oportunismo.

Ações de impacto social são amplamente bem vistas nas redes, desde que, faça sentido com os valores da empresa. Parcerias com projetos sociais, ações donativas, e relacionados, são formas de movimentar valores que estão acima da monetização.

Depois de uma viagem profunda dentro desse universo, dá para entender a necessidade de empresas e personalidades que fazem de sua imagem uma função de mercado, são pessoas físicas e jurídicas que sabem como ganhar seguidores no Instagram, sabem mantê-los e fazer com que a rede cresça.

Não é um achismo, é uma ferramenta valiosa, um recurso importantíssimo, uma tendência mercadológica.

Seu público tem interesse em te conhecer mais e melhor, otimizando tempo e refinando o conteúdo, tudo isso de forma profissional, bem executada e consciente.

Se você quer profissionalizar seu desempenho no Instagram e em outras redes e qualificar sua performance, conte com mais de 10 anos de excelência e seriedade no crescimento digital de pequenas e médias empresas, mergulhe na era digital clicando aqui!

ARTIGO 02 – EMPRESA: CEMBRA

# Google Meu Negócio: Como fazer marketing no seu bairro!

Você está com sede e por um acaso em um bairro que não conhece, o que você faz para achar o mercado, ou padaria mais próxima? Dá um Google.

Precisa urgentemente de um serviço específico, e não faz a menor ideia onde encontrar a marcenaria que só cuida de planejados? Dá um Google. Está em dúvida onde fica a sua loja favorita naquela cidade? Dá um Google.

Esse recurso é utilizado por 97% das pessoas que buscam informações sobre empresas. Sim, já virou rotina. E você, empreendedor, pode e deve utilizar esse recurso como uma ferramenta poderosíssima de análise, conhecimento e ampliação do seu negócio perante seu público local.

Saiba como fazer marketing no seu bairro usando o Google Meu Negócio!

Antes de tudo, é importantíssimo entender que estar na internet não é uma vantagem, é uma necessidade básica de mercado, é uma prerrogativa de sobrevivência a curto, médio e longo prazo.

Agora se você já está nesse mundo virtual, sabe o quão concorrido e acirrado é, estar nas primeiras posições nas pesquisas do Google.

Pois é, pensando nisso a empresa criou o Google Meu Negócio, ou Google My Business em sua versão em inglês, dentro dele, de forma GRATUITA você consegue divulgar sua empresa organicamente nos resultados de busca e mais, estabelece um contato colaborativo entre seu negócio e seus clientes, com interações que procuram agregar perguntas e respostas a respeito dos serviços e produtos ali oferecidos.

Dessa forma, a ideia é enriquecer ao máximo a quantidade de informações disponíveis sobre aquele empreendimento.

E aqui vamos usar [informações da própria plataforma do Google Meu Négócio](https://support.google.com/business/answer/3038063?hl=pt-BR#1), é a própria empresa lhe dando o caminho das pedras!

# Comece pelo gerenciamento de suas informações

Poderíamos sublinhar várias vezes esse ponto. Validar informações e responder perguntas de usuários, é um passo primordial para construir confiança e credibilidade online.

Além disso, também é uma excelente ferramenta de compreensão, para que as necessidades, dúvidas, e ideias dos seus clientes fiquem mais claras diante do seu business.

É como se fosse uma catapulta, lançando seu empreendimento a um outro patamar, é uma excelente forma de fazer marketing no seu bairro usando o Google Meu Negócio.

Interação é a chave do sucesso

Uma vez presente na era digital, interagir com o que orbita sua empresa, é um dos pilares mais importantes para ampliar e solidificar seu negócio.

É por meio dessa interação que você tem uma oportunidade excelente de entender possíveis falhas e deficiências, implementar e demonstrar melhorias, e principalmente ouvir, e ler. Dar voz para aquele que sustenta o cerne do seu trabalho, o cliente.

Presença e conteúdo

Estar online não necessariamente significa ser presente, consistente e recorrente. Uma vez que você está no Google My Business, é condição fundamental que alimente seu conteúdo, que interaja, que se faça de fato e efetivamente presente, mas não só, que seja principalmente, **ATIVO**.

Usar as ferramentas métricas e de geolocalização, oferecidas pelo My Business e pelos recursos do Maps, podem te ajudar a entender quantas pessoas telefonaram diretamente daquele número exibido na busca do Google, ou ao pesquisar, onde estão, por exemplo.

O Google é uma grande personificação da “Internet das coisas”, estar bem representado, com boa responsividade, é a alavanca do “agir local e pensar global”. São justamente as pessoas que participam, que vivem seu negócio, muito provavelmente as que estão mais próximas, no seu bairro, no seu local, que enriquecem esse conteúdo.

É uma via de mão-dupla, criada para melhorar a experiência negócio-cliente, e vice e versa, é um pilar de construção essencial para fazer marketing no seu bairro usando o Google Meu Negócio.

Imagine o quão isso pode agregar para a sua pequena e média empresa? Imagine o quão importante sua entrada e profissionalização no mercado digital pode ser? Saber o que se espera de você, e o que você pode oferecer em ganhos, em melhorias, é uma chave do sucesso!

Se você quer elevar o nível e levar o seu negócio para o mundo, descubra como, quando e quem pode te ajudar nessa evolução, profissionalizando já! Vamos fazer um projeto juntos?

ARTIGO 03 EMPRESA: CEMBRA

# Como aumentar vendas, e divulgar sua marca utilizando o WhatsApp?

*Você provavelmente o utiliza todos os dias, manda áudio, foto, compartilha um vídeo, posta seu status, conversa, faz e acontece. E se eu te dissesse que você pode vender utilizando o WhatsApp? E até aumentar os ganhos! Aumentar minhas vendas no whatsapp, isso é possível? E se você pudesse inserir um nível de inteligência artificial, como um chatbot?*

*Com 2 bilhões de usuários ao redor do Planeta Terra e 130 milhões só em território nacional, você está de frente para uma plataforma que tem potencial, estrutura e recursos para elevar o seu negócio, a sua empresa, o seu plano de trabalho, em direção ao sucesso.*

Você pode imaginar que aplicativos de bons recursos e popularidade igual ou maior ao que se considera que o WhatsApp tenha, talvez tenham mais presença nos celulares do Brasil. Certo?

Errado. O Facebook Messenger por exemplo, está presente em 79% dos celulares brasileiros, enquanto o WhatsApp atinge e permeia cerca de 98,7% de todos os celulares do país.

Não bastasse isso, vale acrescentar que, segundo levantamento da divisão de análise e desempenho do time da Google, o aplicativo atingiu em 2020, 5 bilhões de instalações oriundas da Play Store.

Se isso ainda não te impressionou, que tal olhar para o fascinante’’ fato que em apenas um ano de existência, o WhatsApp Business, que nada mais é, um serviço criado especificamente para empresas, [já conta com aproximadamente 5 milhões de negócios cadastrados!](https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2019/01/24/whatsapp-business-completa-1-ano-com-5-milhoes-de-empresas-na-plataforma.ghtml) Já imaginou o quão você pode aumentar suas vendas no WhatsApp?

"As empresas já usam o aplicativo para compartilhar informações com seus clientes, agora terão um recurso mais eficiente e assertivo", afirmou Metu Singh, à época do lançamento do serviço. Metu é gerente de produtos do WhatsApp Business.

É, o WhatsApp passou a ser um braço de vendas, de contato, uma forma rápida e efetiva de relacionamento com o cliente.

Se você eventualmente pode utilizar essa ferramenta, por que você abdicaria de um elemento tão interessante? Você está disposto a aumentar suas vendas no WhatsApp, e conhecer os recursos de uma conta profissional?

Então fica com a gente até o final.

## O marco do ChatBot

Muito popular em mercados asiáticos, como um recurso de relacionamento intuitivo, mas ainda sendo uma novidade de poucos passos no mercado nacional, o chatbot, ou bot, nada mais é do que um software, programado para interagir por mensagens de texto.

Dentro desse universo, é possível encontrar aqueles bots que trabalham com inteligência artificial, e outros, que tem sistemas responsivos mais simplificados, trabalhando com retornos de perguntas com “Sim” e “Não”.

Quais são as vantagens de um ChatBot?

* Atendimento instantâneo
* Dinamizar o contato
* Filtrar informações
* Direcionar interesses
* Reduzir custo operacional
* Habilitar recurso digital
* Apresentar solução otimizada para seu público
* Aumentar responsividade de canais
* Ampliar faixas de atendimento, focando em atendimentos de menor complexidade
* Ampliar relacionamento e conhecimento sobre seu público
* Centralização de serviços múltiplos
* Evita a instalação de mais aplicativos ou dispositivos de apoio
* Utilização de uma interface conhecida e familiar a como vimos antes, quase uma totalidade de usuários brasileiros.
* Aumentar vendas diretas e indiretas

Desvantagens do ChatBot

Apesar de apresentar predicados bem interessantes, é necessário que de forma transparente coloquemos as principais aversões que os bots geram.

Muitas pessoas ainda preferem o contato humano, o que desestimula a compreensão de um avanço tecnológico.

Da mesma maneira, há determinados assuntos que contém um alto nível de pessoalidade ou de especificações que os tornam quase que vedados ao contato único e exclusivamente, humano.

# Você sabia?

Cerca de 65% dos usuários, utilizam o Whatsapp ativamente pouco antes de dormir, representando em geral, o pico de usuários ativos durante todo um dia com 24horas. Consegue pensar no seu negócio, usando essa informação para aumentar suas vendas no whatsapp?

Separamos abaixo algumas dicas especiais, para que você possa além do bot, dispor de alternativas muito bacanas para crescer o negócio, acompanhe com a gente:

## Utilize o WhatsApp Business

Pode parecer uma bobagem, mas acredite, existem diferenças consistentes entre mais um número cadastrado em uma conta individual qualquer, e a credibilidade gerada por uma **conta comercial.** Com ela por exemplo, seria possível manter o número fixo e informações adicionais relevantes logo aos olhos do cliente, em seu perfil.

# Acrescente seu número de conta comercial em outras redes sociais!

Preciso dizer mais alguma coisa? Aqui você tem uma excelente base de divulgação de mais um recurso, mais um canal de relacionamento, em um lugar que você sabe que funciona.

## Atenção redobrada nos contatos

Diria que é a dica mais importante, uma vez que a maioria das outras é mais facilmente aplicável, pois, por incrível que pareça, muitos microempreendedores, e empresas de médio porte, perdem a mão ao insistir excessivamente em contatos não autorizados e vendas forçadas.

Isso por si só, pode lhe gerar um cliente insatisfeito, uma reputação arranhada e um problema com o Procon. Não arrisque, só procure quando o contato for autorizado, não aposte em agressividade tendo uma forma de contato tão próxima, como o número de WhatsApp do seu cliente.

Gere a atração, resolva um problema, crie algo ou inove o que existe. O WhatsApp é um braço importante, mas não pode ser uma ferramenta de vendas forçadas e massivas.

# Utilize listas de transmissão

Seguindo na linha da segurança e credibilidade na informação, aposte em conteúdos relevantes, objetivos e propositivos, e distribua para uma lista de contatos. As respostas serão individuais, pois para cada membro da lista com as mensagens enviadas, se trata de uma conversa em separado, e virtualmente, só você terá ciência do todo.

## Não se esqueça do WhatsApp Web!

Dica importante! Ainda que você tenha facilidade em lidar com a conta da empresa pelo celular, é uma alternativa excelente utilizar aquela conta em um desktop, em um computador ou notebook. O recurso é gratuito, e necessitará somente do reconhecimento de QR CODE.

* Integre suas plataformas e venha para o jogo.

Utilizar a audiência já criada e captada no Instagram, Facebook, ou Twitter por exemplo, pode significar um ganho de base em tempo, gigantesco. Especialmente se você conseguir transformar aquele conteúdo em algo valoroso, os aplicativos e bases, são o caminho, não o destino.

Em suma, já pensou em como isso pode agregar valor à sua marca? Você enxerga seu produto sendo distribuído ao conhecimento de várias pessoas no Whats? Sabe a relevância que tem uma ferramenta com mais da metade da população do Brasil usufruindo e interagindo ativamente?

Percebe a necessidade que surge de participar disso, e não ficar de fora de um crescente e sólido mercado alicerçado pelas redes sociais, na era digital? É condição imediata entrar, profissionalizar, e criar os caminhos que podem aumentar exponencialmente suas vendas.

Conheça quem pode lhe oferecer a melhor expertise do mercado, e te ajudar a alcançar o topo do bairro, da cidade, da região e quem sabe do país! Saiba mais.

ARTIGO 04: EMPRESA: DAGOSTINI

## Pandemia do Covid-19: Os impactos do vírus nas empresas em 2020!

*Vivemos tempos difíceis. São cenários indefinidos, palavras incertas, sentimentos inseguros diante de possibilidades que pouco estão sob nosso controle, em nossas mãos.*

*Tempos que vêm justamente agora, no que já parece ser, uma das maiores e mais sensíveis pandemias que a humanidade já enfrentou.*

*Certamente, a COVID-19 estabelece alguns paradigmas nunca confrontados de uma forma tão sentida, em um âmbito tão mais globalizado e em uma era tão mais tecnológica. Diante disso tudo, é possível prever algo para o futuro com alguma assertividade? Você consegue pensar, por exemplo, em qual é o impacto da covid-19 nas empresas, em 2020?*

Podemos olhar para tudo isso de duas formas completamente diferentes, mas que se complementam em uma análise mais profunda, levando em conta uma imagem maior.

A primeira, é olhar para o mercado, para as instituições, e para a economia, considerando um contexto macro, e entender o que temos até agora de indicativos, estimativas, considerações e afins.

A segunda, é compreender que algumas coisas já estão postas. Isto é, existem mudanças e principalmente a ideia que vamos martelar muito aqui, **transformações** que, necessariamente estão ocorrendo e assim permanecerão, modificando a forma com a qual lidamos com as informações, com o meio, com o que nos orbita e nos aflige direta e indiretamente.

Se pergunte o seguinte, você vai olhar para a solidez da responsabilidade social da sua empresa da mesma forma? Negócios fora da internet, tem alguma capacidade de sobrevivência em períodos de isolamento social? É possível manter um negócio com vários níveis de operação e contato manual, sem afetação? Qual é o real *impacto da covid-19 nas empresas, em 2020?*

Pense nisso, e retomaremos mais ali na frente.

Antes disso, vamos olhar alguns dados juntos.

## Qual é o tamanho da crise econômica?

Qual será o cenário, ao final de todo o processo de mitigação extrema ou mesmo erradicação quase que completa do vírus? É possivelmente uma grande dúvida, que exige o decantar do tempo para uma precisão maior de resposta.

O que não significa dizer que já não tenhamos um claro cenário de derretimento, desaceleração e até, uma boa dose de caos em vários setores da economia mundial.

O que já é... É uma crise sem precedentes conhecidos pós revolução tecnológica. Podemos utilizar uma [projeção recente do FMI (Fundo Monetário Internacional) para verificar que estamos caminhando para maior recessão de todo o mundo, desde os eventos da Grande Depressão em 1929.](https://brasil.elpais.com/economia/2020-04-14/fmi-preve-contracao-de-3-na-economia-mundial-em-2020-a-maior-desde-1930.html)

O Fundo estima uma retração de cerca de 3% na economia global. O que por si só, já é um grande golpe, especialmente considerando que em 2019, o FMI registrou 2,9% de crescimento na economia mundial.

*“Esta crise não se parece com nenhuma outra. A queda da produção associada à emergência de saúde e às medidas de contenção relacionadas fazem parecer pequenas as perdas da crise financeira global. É muito provável que este ano a economia mundial experimente sua pior recessão desde a Grande Depressão."*

*Economista-chefa do Fundo Monetário Internacional, Gita Gopinath.*

Sofrerão mais sensivelmente, economias mais avançadas e com danos severos por conta do Coronavírus, como por exemplo, Itália e Espanha que dispõe de estimativas de contração na ordem de -9,1 e -8%, respectivamente.

No Brasil, a estimativa do FMI, mantendo alguma proporção com países emergentes afetados massivamente pelo COVID-19, é que a economia nacional fique no negativo em -5,3%.

[Em um recente boletim Focus do Banco Central](https://exame.abril.com.br/economia/mercado-volta-a-diminuir-previsao-do-pib-do-brasil-para-2020/), a pesquisa de clima entre economistas e alguns indicadores do mercado, estabelece que estaríamos tratando de uma negativação de 3,76% em 2020.

Temos dois cenários entre -3 e -5,5, o que não significa que não podem ser revisados, claro que podem, e de uma forma otimista, esperamos que, com um avanço maior em direção ao neutro, ou a uma positividade sonhada.

Fato é que, muito provavelmente nosso principal indicador econômico, nos revela uma história que já vivemos, em capítulos mais ou menos dramáticos. De todo modo, já é um excelente indicativo do *impacto da covid-19 nas empresas em 2020,* bem como em outros níveis da economia.

## A era da transformação, você está preparado?

É de fundamental importância a compreensão de uma mudança que deve partir do indivíduo para o meio, isto é, antes de uma abordagem mais ligada a monetização, é interessante percebermos que a palavra “valor” cada vez mais ganha contorno de princípio antes de finanças, de arcabouço ético, antes de mercado.

Ou seja, de certa forma, poderemos observar um movimento social reflexivo, que pode gerar uma sociedade de costumes, ideais e práticas distintas.

Independente do resultado desse processo evolutivo, olharemos para algo novo, dentro do que esperamos, ser em breve, nossa realidade, coisas como:

## Quanto menos, melhor é.

Sim, é crescente um movimento social para se minimizar impactos, reduzir o crescimento “por crescer” capitalista, focado em grande parte somente na maximização de lucros. A própria crise que se avizinha, revisita a ideia de que é possível se viver com menos, e talvez viver melhor.

* Menos físico, mais digital!

É bastante perceptível que tudo aquilo que se encontra ou fora da internet, ou mal organizado dentro dela, sofre massivamente com algum tipo de barreira de movimentação física. Afinal, ter um produto, ou um serviço, que só oferece atendimento presencial, estoque físico e afins, sem soluções online, é parar no tempo e fincar os dois pés estagnados no chão.

## Novos modelos, novos negócios.

Na mesma linha, pensar em soluções que eliminem cadeias de operação manual, que tragam comodidade, conforto e qualidade, são excelentes alternativas para se destacar.

## Trabalho remoto

Fator interessantíssimo, morar próximo ao trabalho ou criar uma rotina/escopo de home office será uma missão de transição importante para as empresas no mercado nacional e internacional. A ideia é que o foco seja tangível de acordo com a produtividade, e não, horas de escritório.

* Aperfeiçoamento

O tempo de ociosidade ou de quarentena, levou uma parcela significativa dos consumidores, trabalhadores e empresários a se debruçar sobre o conhecimento de línguas, cursos de especialização, aprimoramento de funções e boas práticas. É uma tendência o EAD como forma de agregação de valor.

# Fique longe! Mas aprenda, esteja atento!

Nessa esteira, os negócios que têm maior possibilidade de movimentação mais rápida, de retomada mais eficiente, estão relacionados ao EAD, entretenimento online, ferramentas para trabalho remoto, telemedicina e planos de saúde.

Num segundo momento, uma procura maior e uma tendência de estabilização a longo prazo, podem ser vistas na área de produtos de higiene mais específicos, alimentação, e internet/telefonia.

Em um terceiro, negócios em queda atual, mas com boa chance de aumento na retomada, são eletrodomésticos, roupas e produtos/serviços de beleza.

Um pouco mais distante no horizonte, cinemas, eventos, hotéis e viagens são todos, excelentes pilares econômicos, mas muito afetados nesse instante, sofrendo massivamente o *impacto da covid-19 nas empresas em 2020.*

Dito isso, aprecie os números, os processos, entenda o que pode e deve ser otimizado, eliminado, o que pode estar em diferença ou em desacordo com o que você e seu planejamento estratégico buscam, revire do avesso e tome suas decisões balizadas em fatos concretos, em métricas, estimativas reais e bem fundamentadas.

Se você precisa disso tudo e ainda quer e pode mais, nós te convidamos a conhecer quem agrega, pessoas que buscam soluções inteligentes e apontam gargalos desapercebidos, pessoas capazes de transformar seu negócio, conheça!

ARTIGO 05 EMPRESA: CEMBRA

## ATENÇÃO! VOCÊ SABE COMO DIVULGAR SEU NEGÓCIO ALÉM DAS REDES?

Pense rápido: Tem algum negócio que você conheça que não está com um pé nas redes sociais? É o seu caso? Não? Independentemente se for ou não, na verdade, o desafio aqui é mostrarmos como um negócio pode, profissionalmente, ser divulgado mesmo que fora das redes, mesmo que fora do Insta, do Facebook e afins.

As redes sociais de fato são aliadas importantes, mas você pode perfeitamente construir outros alicerces que serão braços interessantes de um negócio em crescimento, e podem por consequência, gerar resultados expressivos, se bem trabalhados.

Aqui vamos procurar ao máximo te ajudar a entender como divulgar sua empresa além das redes sociais.

Vamos a seguir, listar alguns ótimos tópicos para que você expanda seu pequeno e médio negócio!

Participe de eventos e feiras

Uma excelente alternativa de divulgação até em grande parte orgânica, é marcar presença em eventos e feiras. A lógica aqui é estar atento nos movimentos do seu segmento e do mercado, buscando aos poucos ter mais trânsito e por consequência adquirir tráfego nesse tipo de ocasião.

Os eventos podem proporcionar o contato direto com clientes de maior impacto e com fornecedores ou prestadores de serviço com um valor agregado consideravelmente maior.

As feiras são capazes de reunir dentro de um mesmo local ou objetivo, todo um universo de profissionais e empresas que orbitam diferentes esferas entre si. O que significa dizer que nem tudo que ali será oferecido é essencialmente relevante para o seu negócio.

Entretanto, o que você está buscando ali não é um único negócio, uma feira do segmento proporciona, quando bem representada e articulada, a chance real da abertura de portas tão sonhada por empreendedores!

É aproveitando essa oportunidade que negócios são alinhavados, parcerias são suscitadas, e serviços são iniciados. O uso correto de uma ferramenta poderosa assim, pode alavancar seu empreendimento em uma excelente nova jornada já sendo por si, uma alternativa no pensamento de muitos proprietários quando se questionam: Como divulgar minha empresa além das redes sociais?

# Aproveite, use e abuse de parcerias

Se você oferece produtos, serviços, insumos, plataformas, expertise em um mercado muito nichado, não importa, aproveite o valor agregado que você pode oferecer, a credibilidade compartilhada que pode explorar e a expansão que pode ser gerada, simplesmente com uma parceria.

Claro que, você deve estudar meticulosamente a forma de fazê-lo, como apresentar a proposta, como escolher um parceiro íntegro, com autoridade e credibilidade, que tenha relação com algo dentro do seu negócio, algo feito com pressa, ou sem um acompanhamento prévio pode levar você ao efeito contrário, e arranhar sua marca.

Da mesma forma, algo bem executado gerará valor para ambos os lados de uma parceria frutífera. Erros naturalmente podem ocorrer, mas contar com expertise extra e mais pessoas produzindo algo com o objetivo de acertar, pode ser um grande diferencial.

## Crie um Site

Como divulgar minha empresa além das redes sociais?

O mais próximo de uma rede social, a nível digital, mas com uma ideia mais abrangente, é um site. Criar um site é uma premissa importantíssima para o crescimento e solidez de uma marca.

É onde você reúne o maior número de informações, concentra um público que procura de fato pelo que você oferece, e tem a oportunidade de explorar amplamente, tudo que você em geral, tem de limitar em outras plataformas. Encare o seu site, como sua vitrine no século 21.

É aqui que começamos a engatinhar em um tema central para um empresário, a capacidade que ele tem e deve ter, de compreender e investir em marketing digital.

A importância do Gifting

Muitas vezes confundida com a ideia de brindes como moeda de troca ou amortização de pedido de desconto, a política de gifting tem um contexto maior, e mais interessante. A ideia fundamental é fazer com que seu cliente perceba que você enxerga valor nele.

Isso pode ser feito primordialmente se destacando em relação ao mercado e estabelecendo uma relação mais profunda, frutífera e sincera com seus consumidores.

A data de aniversário, um presente de casamento, ou de fidelidade, uma celebração de anos de parceria, tudo isso precisa ser feito mostrando algo particular, como se um amigo estivesse lhe dando um presente almejado, justamente porque ele conhece você, conhece seus hábitos, suas preferências, seus gostos.

Um gesto assim tem um significado, a humanização das relações, conforme você verá na nossa dica extra a seguir.

**Dica Extra: Humanize!**

**Humanizar as relações entre seu cliente e sua empresa é uma ferramenta sustentável e equilibrada de construir um ambiente de trabalho mais saudável e assertivo, além de uma experiência de compra ou consumo mais rica e proveitosa, gerando fidelidade, autoridade e valor para um empreendimento.**

## Datas especiais

Que oportunidade melhor para criar ações, elaborar planos, executar tendências ou explorar temáticas sazonais, que as próprias datas festivas/feriados especiais?

Além dos tradicionais, do fim de ano, cabe olhar com mais ousadia e inventividade para o Dia das Crianças, Páscoa, Carnaval, para a destacadíssima Black Friday, inclusive sabendo flexibilizar e distribuir descontos em períodos mais abrangentes do que a semana de ofertas em si.

Seu negócio, independente do segmento e natureza, realmente não pode ter nenhum tipo de ligação ou margem de benefício e trabalho diante dessas datas?

Use a criatividade!

E você ainda se perguntando...

Como posso divulgar minha empresa além das redes sociais?

Ora! Faça conexões, traga curiosidades sobre a data, ofereça provas, materiais gratuitos, incremente a experiência que pode atrair um possível consumidor, a conhecer mais profundamente tudo que você tem para lhe oferecer.

Você sabia que 73% das empresas brasileiras possuem um site, ou uma ferramenta de marketing de conteúdo e valor? Todas as suas estratégias fora das redes, podem passar maciçamente pela construção responsiva, intuitiva e leve de um site com a sua cara, com a cara do seu negócio!

E não só, sua loja virtual, sua marca bem posicionada no Google e uma série de portas se abrindo para divulgar e combinar as ações offline, já pensou no resultado que um trabalho de qualidade e referência pode te proporcionar?

Então traga sua marca para esse upgrade, venha conhecer o plano que vamos elaborar juntos para incrementar e te fazer crescer de uma forma sustentável! O seu tempo é investir agora no futuro, e na gestão de alta performance, conheça a chance de inovação, feita especialmente para você!

ARTIGO 06 Empresa: QIHOST

# Qual é a melhor hospedagem de site para empresas? Veja aqui!

*Ter um site, que escolha acertada! É o ponto de partida, a plataforma de lançamento para gerar solidez, autoridade e credibilidade da sua marca, no mundo digital.*

*O site é o lugar onde você tem a possibilidade de agregar o maior e mais detalhado número de informações, de uma forma fluída, limpa, com a sua assinatura presente e forte, sob as camadas do conteúdo.*

*Contudo, já que é fundamental ter um site, é tão importante quanto, saber qual é a melhor hospedagem de site para empresa, para a sua empresa!*

*Ter problema com o site, uma experiência ruim para o seu cliente, ou mesmo uma dificuldade de suporte com seu prestador de serviço, tudo isso te gera uma dor de cabeça grande, então nesse sentido, é primordial ter um parceiro de qualidade, algo integrado e forte.*

“Os consumidores agora estão no poder, eles sabem muito mais do que você mesmo como companhia… Antigamente, a única coisa que você sabia sobre uma empresa era o que ela te dizia naquele comercial de 30 segundos” – [Philip Kotler](https://rockcontent.com/blog/philip-kotler/?utm_source=blog&utm_campaign=rc_blogpost), especialista autor, escritor e produtor de conteúdo de marketing digital e tecnologia em negócios.

Uma pesquisa da Content Trends feita recentemente, em 2018, revelou que mais de 70% das empresas tem algum tipo de investimento em marketing digital e suas nuances.

Não por menos, o marketing digital é uma catapulta de acesso, quanto maior a qualidade e mais bem feita a execução, maiores as chances de sucesso prático.

Assim sendo, um site é o ponto de equilíbrio, e a plataforma mãe de todo um projeto que pode e deve ser maior e ainda mais completo.

Mas para isso, o site deve necessariamente dispor do melhor que você puder incrementar e oferecer.

Então vamos do princípio, o que seria hospedar um site? E afinal, qual é a melhor hospedagem de site para empresas?

Bem, para entender essas questões, antes é necessário dar um passo para trás e compreender o que significa essa “hospedagem”.

## O que é a hospedagem de um site?

Basicamente, a hospedagem é essencialmente o espaço, o lugar que seu site vai ocupar no ambiente da web, é exatamente dessa maneira que você mantém seus dados e seu site online.

A partir desse entendimento, é preciso que se entenda que várias empresas no mercado oferecem esse serviço, com mais ou menos recursos e disponibilidade.

Dica Extra: Aqui cabe uma dica importante, como diversas empresas atuam no mercado, é importante entender exatamente o que você precisa, quais serviços são realmente necessários, e garantir que os essenciais sempre funcionem muito bem, caso contrário nem faz sentido dispor de uma série de opcionais.

Qual é a diferença entre hospedagem e domínio?

Muitas pessoas têm dúvida em relação a esses conceitos, o que é natural, uma vez que, se você for pensar bem, eles caminham na mesma direção, para um mesmo lugar, juntos. Direção é uma ideia importante aqui.

Sendo a hospedagem, o lugar onde tudo estará no seu site, como se fosse uma espécie de espaço físico, mesmo dentro de um ambiente virtual, o domínio é o endereço do seu negócio na internet.

Trocando em miúdos, podemos imaginar o domínio como a avenida em que sua loja está localizada, e a hospedagem, o salão onde ela fica, o espaço da loja, propriamente.

É importante pensar também, que esse espaço que o conteúdo ocupa, é virtual, mas precisa estar contido em um local que armazene as informações, esse local é um espaço físico, concreto, a ele é dado o nome de **Servidor**.

Isso dito, o que é importante, o que devemos levar em consideração para definir qual é a melhor hospedagem de sites para empresas?

Aqui não necessariamente temos uma ordem de relevância, tudo que vem a seguir tem importância central.

# Suporte Técnico

Um grande calcanhar de Aquiles de diversas empresas, o suporte precisa fazer basicamente o que você imagina que deve, te dar todo o auxílio necessário, preferencialmente 24 horas por dia, 7 dias por semana.

Qualquer coisa que eventualmente dê errado em seu site, naturalmente necessitará de um suporte técnico capacitado, que possa prestar todo o apoio e de uma maneira didática, estabelecer o que deve ser feito, além de claro, corrigir os problemas para evitar danos maiores.

Armazenamento

Chave do sucesso ou possível pesadelo, o armazenamento é uma peça fundamental para que você atente na contratação. Até porque, o mercado oferece de opções ilimitadas a restrições de 40, 50GB para armazenar seu conteúdo.

Você precisa estar atento ao quão você realmente necessita, e veja, é algo que tem uma certa proporção, quanto mais conteúdo naquele ambiente virtual, maior será a necessidade de um espaço para “guardá-lo” com segurança e responsividade.

Capacidade de Tráfego

Uma ideia que segue o mesmo nível de atenção do armazenamento para definir qual é a melhor hospedagem de site para empresas, é quando tratamos de capacidade de tráfego, nessa hora, estamos falando da capacidade que o servidor de hospedagem tem, de responder e atender ao acesso daqueles arquivos ali armazenados.

Ponto delicado, afinal, ninguém que tenha um site gosta de saber que seu site caiu devido ao número de procura, possivelmente é um grande gap de perda de vendas, por exemplo.

Quantidade de domínios

Isso pode ser um grande pulo do gato para a estratégia do seu negócio, se você pensar em mais endereços na web, em criar mais negócios com necessidades online, você deve olhar com carinho, para quantidade de domínios possíveis de se concentrar com uma mesma empresa.

Ao chegar aqui você já deve ter uma boa ideia do que precisa, mas calma, ainda tem dois conceitos importantes para que você leve desse artigo.

## Como posicionar um site entre os primeiros?

Estar no topo das buscas de pesquisa do Google, é um elemento importantíssimo para garantia de melhores resultados. Imagine que você está utilizando a busca, você iria até a quinta página de resultados para conseguir o que precisa?

Por isso você deve atentar:

* **Performance:** Seu usuário não pode passar 30 minutos para que a página carregue, tem que ser dinâmico, e eficiente.
* **Conteúdo de qualidade:** Seu cliente ou leitor percebe quando você está preenchendo somente espaço, ele está em busca de soluções, de valor, dê o que ele precisa.
* **Design e marketing**: Da mesma forma, a persona que está vasculhando seu site, não pode ser bombardeada com publicidades mil, e com uma interface difícil de entender e navegar, seja claro, com uma interface simples e limpa, e o marketing no tom adequado, nem mais, nem menos.

Em suma, você deve pensar no Google como um alguém que preza muito pela qualidade da experiência do seu usuário, como você também deve fazer. Tenho certeza de que, de pronto, existem exemplos frescos de sites excelentes, e outros nem tão bons assim.

O algoritmo procura cada vez mais, refinar a busca para enriquecer e qualificar a experiência de seu maior ativo, todos nós que buscamos algo na internet!

3 dicas importantes de como otimizar seu site para aumentar o número de visitas

Chegando até aqui, já cabe uma breve e valiosa análise de como impulsionar o acesso ao site que você pretende criar:

* **Título:** Você pode e deve usar no título da sua página, de um artigo, de um blog, a ideia de “palavra-chave” é por meio dela que o mecanismo de busca fará a maior parte das associações para exibição do resultado. O que seria realmente chave sobre o que você faz, sobre a solução que tem, e poderia ser usado dessa maneira?
* **Conteúdo:** De nada fará ser sentido um título que localize seu site, ou informação, se o que estiver contido nele for só preenchimento de espaço. Novamente, pense na experiência do usuário, o que seria relevante para seu cliente? Pense em ENTREGAR VALOR, e não só vender ou persuadir, até porque, você pode fazer ambos indiretamente, dentro do seu conteúdo.
* **Links:** Construir uma boa estrutura de links é muito importante, todos eles, claro, devem ser relevantes e confiáveis, eles podem levar para pesquisas externas com comprovações cientificas, dados, veículos com credibilidade. Mas principalmente, você pode fazer essa interação de links internamente, com os seus conteúdos mais antigos, gerando mais informação e nível de detalhamento, o que é muito bem avaliado por usuários e buscadores.

O que parece ser simples e banal, tem sua necessidade técnica. Se você busca crescimento para o seu negócio, cabe avaliar todas essas informações e compilar o que é essencial, definindo assertivamente qual é a melhor hospedagem de sites para sua empresa.

Francamente, analisando todos os dados, buscaria algo que me pudesse conceder um período gratuito, para que pudesse entender todos os recursos e a qualidade ofertada.

É interessante pensar também, em domínios ilimitados? Contas de e-mail ilimitadas? Ou quem sabe até mais ousado, um certificado de segurança SSL totalmente gratuito? Não é uma aposta, é uma garantia.

Um selo certeiro e definitivo de competência e qualidade. É isso que você quer associado à sua marca? Suporte, alta performance, qualidade e comprometimento!

Então junte-se a uma gama de pessoas, que fizeram de seus negócios máquinas de qualidade de vida, digitalize já, saiba mais!

Não está totalmente convencido? Não tem problema.

Caso não esteja satisfeito com os serviços, você tem a garantia de cashback, e seu dinheiro de volta!

Agora acho que está bem mais fácil entender qual a melhor hospedagem de site para empresas, é aqui! Fale com um de nossos consultores online!