**Você sabe aonde está o seu cliente?**

Aquela velha máxima de quem não é visto não é lembrado está cada vez mais evidente hoje em dia, e é um ditado popular que é cabível em todos os nichos de mercado. Vivemos uma época na qual há números expressivos de profissionais de serviços, e a quantidade de produtos similares nas vitrines também. As formas de divulgação e comunicação com o público alvo estão em transformação e muitas empresas de pequeno e médio porte ainda não pegaram a nova onda. O panfleto é importante, anunciar em rádio e jornais também. Fazer uma peça bem produzida para outdoor/busdoor tem o seu valor. O marketing promocional também tem o seu destaque no mercado publicitário. São dezenas de armas que você pode municiar sua empresa e esperar os resultados. Agora pergunto: Como você vai mensurar estes tipos de campanhas? Qual o retorno do orçamento investido? Você atingiu o seu cliente em potencial?

Não é de hoje que há uma pequena movimentação de orçamentos publicitários para o meio digital. Não é mais novidade que as redes sociais são as principais ferramentas de integração entre todos os públicos. A era atual é da mobilidade. O seu cliente pode estar se deslocando dentro de um ônibus e navegando pelo Facebook, por exemplo. Seu outro cliente em potencial pode estar esperando para ser atendido no consultório odontológico e vendo as principais notícias dos últimos minutos pelo Twitter. Alguém pode estar em casa neste momento procurando algum vídeo que explique ou que demonstre um pouco mais sobre o seu produto ou serviço no You Tube; enfim, até quem está de bobeira curtindo as imagens no Instagram é um potencial cliente. Já percebeu que o seu cliente (que também pode ser o cliente do seu concorrente) está online neste momento? Aonde quer que esteja, seu cliente está navegando, está procurando se relacionar, se interar, pesquisar, comparar, tudo online, em casa, no trabalho, no carro, no ônibus, na fila, no restaurante, no bar... E a sua empresa? Está online agora?

Não basta abrir uma conta nas redes sociais, criar um site incrível ou iniciar um blog. Você precisa manter estas ferramentas com conteúdo relevante. Seu cliente precisa ver que sua empresa é atuante, e quando ele precisar ele pode contar com seus ambientes virtuais. Pesquisas revelam que antes de uma compra o consumidor passa, no mínimo, oito horas pesquisando sobre um determinado produto. Ou seja, o cliente ao comprar de você ele já pesquisou em dezenas de sites, já buscou informações, e tudo pela internet.

Então, a velha máxima de quem não é visto não é lembrado, vale, principalmente para o ambiente online. Personalize suas páginas, obtenha relatórios de resultados, invista aonde seu cliente está, não atire para todos os lados, pois as munições da publicidade tradicional torna-se cada vez mais cara e sem eficácia de comprovação de resultados.

Autor: Christian Vinícius

Jornalista da agência de conteúdo (@contemnoticia)

Este texto está sob a Lei 9.610/98 (Legislação de Direitos Autorais)

Permitida a reprodução mediante solicitação e citando a fonte.