Palavra-chave: consultoria de marketing, consultoria de marketing digital, agência de marketing

Tags: consultoria, marketing, marketing digital, consultoria de marketing, consultoria de marketing digital, estratégias de marketing

Segundo a consultora Compre e Confie, durante a pandemia do Coronavírus as vendas digitais cresceram 40% no Brasil. Em um mundo dependente da internet, uma **consultoria de marketing digital** representa a vida ou a morte de uma empresa.

A pandemia acelerou em meses tendências que eram previstas para cinco ou dez anos. O mercado é hoje cada vez mais digital. Em meio a tantas mudanças, você pode estar desnorteado, mas há uma boia que evitará seu naufrágio. Salvar empresas é o serviço de uma **consultoria de marketing.**

O consultor de marketing digital é o profissional que posicionará sua marca ou produto no novo mercado. Para inseri-lo de vez nessa nova dinâmica, separamos algumas estratégias de marketing assertivas para o seu negócio. Confira a seguir:

Esqueça esse papo de persona

Muito provavelmente você já sabe o que é persona. Entretanto, para os recém-chegados, a persona de um negócio é um cliente hipotético definido a partir do público que interagem nas mídias sócias de uma empresa. É peça chave da linha editorial de uma campanha de marketing.

Para compô-la, são necessárias informações básicas como sexo, faixa etárias, renda mensal estimada, formação acadêmica, região onde mora... E é aí que está o problema. Se eu desse essas informações de um pessoal qualquer, você poderia afirmar que a conhece? Não mesmo.

Para conhecer seu público, é necessário ir além da persona. Você deve conhecer como ela vive, aonde ela está, o que ela gosta, o que ela odeia.... Enfim, coisas que há anos só um amigo próximo saberia. No entanto, hoje, graças à internet, são informações publicadas nas redes sociais.

O trabalho de construir uma persona com esse nível de detalhamento parece fatigante. Entretanto, posso afirmar que seus resultados serão infinitamente melhores. Seu conteúdo atacará problemas reais do cliente, e não suposições distantes da vida prática.

Para aplicar essa estratégia, visite os perfis do seu público e interaja nos estories que postam. Tome nota a respeito de padrões comportamentais: lugares que costumam frequentar, opiniões sobre política ou polêmicas em evidência. Assim você mergulhará no universo dos seus clientes.

Em marketing digital, o caminho mais fácil ou comum pode significar sua derrota. Já existe muita gente fazendo mais do mesmo, ouse inovar. Saiba que cada minuto que você passa conhecendo seu público, retornará em faturamento de uma campanha bem arquitetada.

Se você quer construir seu público do zero ou já tem um lead e precisa aperfeiçoá-lo, agende uma **consultoria de marketing digital** com a equipe da <https://www.tenhamaisleads.com.br/> e veja seus resultados decolarem.

O cliente não quer saber nada sobre o seu produto

Se você acompanha TV há muito tempo, talvez tenha percebido uma mudança drástica nas propagandas em geral. Para exemplificar essa estratégia assertiva, tomaremos como exemplos as propagandas das grandes marcas automobilísticas do mercado nacional.

Na primeira década do século XX, ainda eram comuns no Brasil propagandas focadas nas qualidades do veículo. O locutor narrava a quantidade de cilindradas, a potência os recursos digitais e uma infinidade de termos técnicos.

Hoje, as propagandas focam em que problemas podem ser resolvidos pelo produto. Se a família está crescendo, “nosso carro é espaçoso e seguro”. Se você é um homem de negócios “esse carro conferirá a você autoridade e personalidade”. Percebe a diferença?

Antes falava-se muito do produto, e nunca do por que o cliente precisa comprá-lo. Hoje, mais que produtos, vende-se problemas resolvidos. Vender a solução para uma inquietação foi e sempre será o maior negócio do mundo.

Seu público não está nem aí para o quanto seu produto é bom ou quanto tempo você estudou para concebê-lo. Eles desejam (ou nem sabem que desejam) que você resolva um problema (que talvez eles nem saibam que tenham). Lembre-se disso toda vez que estiver montando uma campanha.

Se você quer uma consultoria capaz de resolver os problemas que sua empresa nem sabe que enfrenta, marque uma **consultoria de marketing digital** com a<https://sejavistoo.com.br/>.

Sua página deve voar tão rápido como um mês de férias

Se você manja de marketing digital, já sabe da importância de manter seu site ou blog ágil. Entretanto, é necessário destacar a importância dessa estratégia para os noviços do mundo digital. Sites de busca, como o Google, têm critérios bem definir para ranquear os resultados de pesquisa.

Quando você digita qualquer frase no Google, por exemplo, o site apresentará páginas que melhor se adequam à sua pesquisa. Em milissegundos, a ferramenta de busca varrerá a internet buscando por palavras-chave que o usuário inseriu na caixa de diálogo.

Como o resultado precisa ser entregue quase que instantaneamente, o Google não pode esperar. Dessa forma, sites lentos e pesados costumam ser desprivilegiados e aparecem atrás daqueles que respondem rapidamente.

As ferramentas de buscam também punem páginas que apresentam textos que não abordam as palavras-chave de maneira enfática. Assim, se você possui blog ou site, precisa ter muita atenção com essa estratégia.

Contrate uma **consultoria de marketing** capaz de turbinar seus resultados de busca e atrair público: <https://sejavistoo.com.br/>.

Responda antes que eles perguntem

Blogs e site de empresa costumam apresentar a sessão FAQ. Lá estão as principais dúvidas sobre o serviço, formas de pagamento ou como proceder ante possíveis erros na plataforma. O que muitos ignoram é que essa aba pode auxiliar na construção de uma campanha de marketing.

O que é mais pesquisado nessa sessão, geralmente, é o que mais interessa ao público. Então, porque não utilizar essa inquietação como norteadora da produção de conteúdo da página? É possível conceber até um produto através do estudo detalhado desse “feedback” secreto.

Se a aba “cancelamento da assinatura” é muito visitada, ofereça período de degustação para que o cliente experimente seu produto. Caso seja “para quem o serviço é direcionado? ”, ofereça conteúdo no front explicando o perfil dos consumidores.

Para mais estratégias como essa, busque **agências de marketing** com relevância e experiência no mercado digital brasileiro. Contate a <https://www.tenhamaisleads.com.br/> e veja seus resultados crescerem como nunca.

Você aprendeu algo novo como esse artigo? Aplicará alguma dessas estratégias no seu negócio? Deixe nos comentários.