10 PASSOS PARA O SUCESSO DE UMA

CAMPANHA DE *MARKETING* DIGITAL

Um dos maiores erros das empresas na contemporaneidade é acreditar que o *marketing* digital é algo fácil de fazer. Ainda que pareça simples, principalmente quando vemos crianças e adolescentes fazendo vídeos virais no YouTube, campanhas digitais não são realmente para qualquer um. Você provavelmente já tentou e deve ter “dado com os burros n’água”, não foi?

Na verdade, esta variável do *marketing* é mais complexa do que as estrelas infantis do YouTube nos levam a acreditar. Criar uma ótima postagem e se esforçar, pode não ser o suficiente, ao invés disto, você precisa criar e executar campanhas integrais de *marketing* digital. Essas campanhas devem ser estrategicamente projetadas e criadas para ajudá-lo a se conectar com os seus novos e potenciais clientes, construindo relacionamentos sólidos que impulsionarão as suas vendas a **longo prazo**. Neste sentido, valer-se de plataformas, como a Primebid que te coloca cara a cara com o seu potencial cliente, acelerando o seu processo de vendas pode ser uma ótima saída.

**Leia também:** O porquê de utilizar uma plataforma para contratar um fornecedor

Embora grandes campanhas levem tempo para serem criadas, existem 10 passos para o sucesso de uma campanha de marketing digital que você pode seguir, aprenda:

“ESPIONE” OS SEUS CONCORRENTES

Pesquisar a sua concorrência e fazer o “cliente oculto”, são etapas cruciais que muitos profissionais se esquecem no *marketing digital*. Estas simples atividades, podem dizer o que está funcionando para a sua concorrência. Assim, você pode obter um *insight* valioso para elaborar e melhorar as suas campanhas.

Por exemplo, você pode ver como os seus concorrentes tratam alguns tópicos e quais tipos de conteúdo eles criam... Se eles compartilham tutoriais ou fazem perguntas e respostas... Quais postagens obtêm mais resultados... A que horas eles postam? Com que frequência? E que tom utilizam nos *posts* — formal, descontraído etc. Se vendem de forma agressiva ou se estão apenas dando um empurrãozinho sutil?

Desvendar as estratégias digitais de seus concorrentes permitirá que você crie campanhas ainda mais fortes para a sua marca, conferindo-te vantagem. Você pode realizar pesquisas manualmente e/ou usar ferramentas de pesquisa da concorrência e depois compilar os dados.

ELABORE A SUA ESTRATÉGIA

Crie estratégias sólidas às suas campanhas. Fazer isso pode ser complexo, portanto, comece pelo básico:

* Primeiro, escolha a meta de sua campanha. Por exemplo, se você quer criar uma comunidade *online*, direcionar mais *leads* para o seu *site* ou ajudar a promover o seu *blog*?
* Depois, escolha quais as métricas você utilizará para monitorá-la. Digamos que você queira direcionar os *leads* para o seu *site*; então, você deve mensurar o número de usuários que entram em contato diretamente com você — de forma orgânica — e os que clicam nos *links* que você promove;
* Em seguida, elabore a chamada e ao menos um conteúdo em torno da meta estabelecida, contudo, de forma que o seu público o ache atraente.

PROMOVA A CHAMADA EM DIFERENTES FORMATOS

Finalizada a chamada, utilize diferentes plataformas para entregar a sua mensagem, como infográficos, vídeos e postagens em *blog*. Desta forma, você entenderá o que funciona melhor para o seu negócio.

Por exemplo, promova um serviço em cada um desses diferentes tipos de mídia, depois veja em qual o seu público respondeu melhor. Favoreça e invista mais esforços nos que deram mais resultados, conquanto, continue usando os menos assertivos. Isso manterá os seus canais interessantes e os seus usuários mais engajados.

ENCONTRE O EQUILÍBRIO ENTRE OS CONTEÚDOS

Ter equilíbrio entre conteúdos promocionais e não promocionais é, especialmente, importante por causa do novo algoritmo do Facebook. Se você compartilhar apenas conteúdos promocionais nas redes sociais, as pessoas perderão o interesse e deixarão de segui-lo. No entanto, se você compartilhar apenas conteúdos não promocionais, os resultados esperados podem não acontecer

Neste sentido, para facilitar, adicione ao seu *feed* conteúdos de fontes externas (não escritos por você). Por exemplo, encontre uma fonte confiável com temas e assuntos do seu segmento — *facilities*, segurança etc. — e repasse os conteúdos com melhor desempenho. Assim, o seu público poderá acessar conteúdos que de outra forma, teriam se perdido, e você poderá construir relacionamentos. Ainda assim, sempre que possível, crie os próprios conteúdos, como fazemos aqui na Primebid.

PUBLIQUE CONTEÚDO EXCLUSIVO E POPULAR

Este passo soa um pouco oximoro, afinal, como um conteúdo pode ser tendência e único ao mesmo tempo? Contudo, é uma ótima estratégia. Encontre tópicos que sejam tendências ou estratégicos, e dê o seu toque neles, a exemplo, se muitas empresas estão escrevendo sobre as dificuldades do segmento de *facilities* durante a quarentena, crie um apresentando as soluções para essas demandas. Afinal, você, sua empresa e seus serviços são únicos, portanto, não crie *posts* padronizados.

AGENDE OS SEUS POSTS PARA OTIMIZAR A SUA ROTINA

Tentar criar um conteúdo e postá-lo na hora não vai funcionar. Portanto, procure otimizar as suas campanhas, bem como a sua rotina, agendando as publicações. Por exemplo, se você sabe que o melhor horário para postar é as 10h, você pode escrever o seu artigo agora e programar em todas as suas mídias que ele seja publicado nesse horário.

Você pode criar com antecedência um calendário de mídia social, agendando postagens a serem publicadas em horários e datas específicas. Essa abordagem reduz significativamente a quantidade de tempo que você gastará em diferentes plataformas para fazer o *upload* do conteúdo, dando a você mais tempo para se concentrar na criação de um conteúdo de qualidade, que te faça aumentar o engajamento dos usuários. Uma dica, é usar um software que integre a suas mídias e distribua o conteúdo com data e hora marcadas.

USE FERRAMENTAS DE ESCUTA SOCIAL E INTERAJA COM O SEU PÚBLICO

As ferramentas de escuta social são excepcionalmente poderosas. Elas permitem que você veja o que as pessoas estão comentando sobre a sua marca, o que pode ser diferente do que estão dizendo sobre ela. Essas ferramentas de escuta social monitoram o impacto de suas campanhas e capturam o que as pessoas estão falando. Você também deve verificar especificamente quais dúvidas as pessoas têm sobre os seus serviços, marca e segmento, oferecendo ideias valiosas à elaboração de conteúdo. Uma alternativa às ferramentas, mesmo que menos eficazes, são as pesquisas de satisfação que podem ser feitas com os seus clientes, seguidores etc.

CRIE UMA *HASHTAG* EXCLUSIVA PARA CADA CAMPANHA

As *hashtags* são entidades poderosas no Instagram e no Twitter. Elas podem ajudar a impulsionar o engajamento e a mensurar os resultados de suas campanhas. Ao criar uma *hashtag* exclusiva à sua marca, bem como às campanhas específicas, você consegue rastrear mais facilmente o envolvimento e as devolutivas dos usuários, mesmo que esses não se lembrem de marcar a sua empresa nas postagens. As *hashtags* personalizadas não devem substituir as mais comuns. Para maximizar o alcance e a rastreabilidade, use os dois tipos.

FAÇA *LIVES*

As *lives* são uma grande tendência nas redes sociais, se você não está se aproveitando disso, está perdendo uma excelente oportunidade. Transmita ao vivo no Facebook ou Instagram ou no YouTube e fale sobre tópicos relacionados às suas campanhas sociais.

Para aumentar o engajamento, hospede sessões de perguntas e respostas, respondendo às questões dos clientes feitas antes e depois da *live*. Depois que a transmissão terminar, salve e compartilhe em suas mídias como se fosse um vídeo normal.

ANALISE O SEU DESEMPENHO

Ainda que as suas campanhas estejam em andamento ou concluídas, não deixe de monitorá-las. Analise regularmente o sucesso de suas campanhas e as ajuste se necessário. Você pode obter informações valiosas sobre o que funcionou bem e o que não funcionou. Essa análise também oferece uma chance de identificar o conteúdo mais relevante, o qual você pode reaproveitar, o vinculando novamente.

Seja uma das primeiras pessoas a receber as novidades do universo de *facilities* e terceirização, assinando a nossa Newsletter… Siga-nos nas Redes Sociais.

#top10 #10passosparaosucesso #marketingdigital #vendas #serviços #*facilities* #primebid

Agora que você já sabe quais são os 10 passos para o sucesso de uma campanha de marketing digital, entenda como podemos te ajudar:

Quer terceirizar? Então clique aqui e receba 5 propostas em até 24h. Você é um fornecedor?

É fornecedor? Clique aqui para acelerar as suas vendas com a Primebid.