

E-Book



MARKETING Digital

Guia de Utilização



COM  TELE
A MESSAGING COMPANY



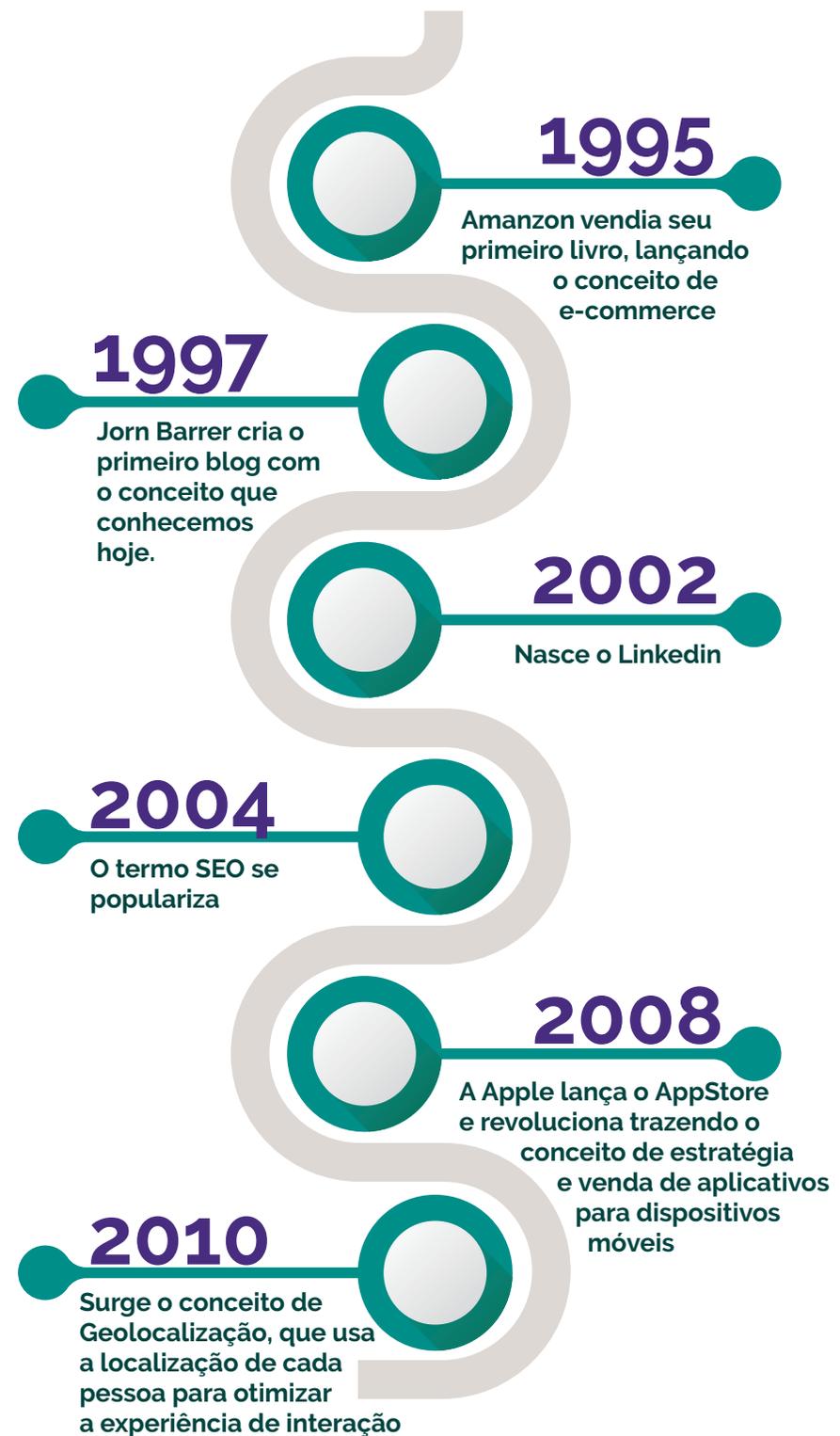
Índice

1. Introdução
2. Como tudo começou
3. O Desafio do Online
4. Como fazer Campanhas efetivas de Marketing Digital
5. E-mail Marketing
6. A Comtele

1. Introdução

Há alguns anos atrás apenas as grandes marcas e corporações tinham presença online, na sua maioria apenas para comunicação interna. Conforme a internet foi evoluindo seus usuários também evoluíram.

Nesse cenário as agências tradicionais de marketing começara a tentar entender esse novo perfil de consumidor, buscando por profissionais que soubessem entender essa evolução do mercado, visto que, o marketing já não era o mesmo.



2. Como tudo começou...

Em 1995 a Amazon vendia seu primeiro livro, lançando o conceito de e-commerce. Em 1997 Jorn Barrer cria o primeiro blog com o conceito que conhecemos hoje.

No final dos anos 90 nasce um gigante da web que revolucionou o jeito de fazer marketing, o GOOGLE por Larry Page e Sergey Brin. Na virada do milênio a promessa seria os grandes portais de conteúdos. O termo SEO se populariza em meados de 2004, mas desde 1990 já se falava na preocupação em como os motores de busca trabalhavam os conteúdos. Em 2008 a Apple lançou o AppStore e revolucionou trazendo o conceito de estratégia e venda de aplicativos para dispositivos móveis. Em 2010 surge o conceito de Geolocalização, que usa a localização de cada pessoa para otimizar a experiência de interação. Exemplo disso: Foursquare.



Com a chegada das primeiras redes sociais se trouxe a necessidade de compartilhar ideias, interesses e criar laços sociais o que estava sendo esquecido por nós. Hoje, em constante expansão de usuários, segundo o Ibope NetRatings somos 79,9 milhões de internautas sendo o Brasil o 5º país mais conectado.

Para quem não tinha acesso a tecnologia alguma, todos esses avanços foram grandiosos, sendo que, pouco depois da década de 90, em 1997, a AOL – America Online, deu origem a uma ferramenta com as mesmas funções que o MSN (Messenger) teve, quando criado tempos depois. Aliás, tudo indica que foi a partir dessa ferramenta da AOL que surgiu o MSN.

Foi a partir de então que as pessoas começaram a criar as redes sociais, o que só se intensificou ainda mais com o surgimento do GeoCities, uma ferramenta que possibilitava às pessoas criarem suas próprias páginas de sites.

Por incrível que pareça, a maior rede social para profissionais é também uma das mais antigas, tendo sido criada em dezembro de 2002. A história do LinkedIn começou como uma plataforma de encontro de profissionais de vários

mercados em um só lugar — um grande banco de currículos, em outras palavras. No entanto, hoje a rede se diferencia como um dos principais canais de conteúdo para profissionais de qualquer área, gerando discussão e conhecimento dentro da plataforma, além de ótimas oportunidades de networking.



Sendo a maior rede social do mundo, a rede de Mark Zuckerberg e Eduardo Saverin começou como uma plataforma de conexão entre universitários, pensada e elaborada dentro do ambiente acadêmico. A história do Facebook já foi retratada em livros e filmes, ficando amplamente conhecida. Mas, o ponto-chave para analisarmos essa rede social é exatamente sua habilidade de estar sempre em transformação. À medida que outros usuários entravam, mais ela se modificava. O Facebook passou de uma rede

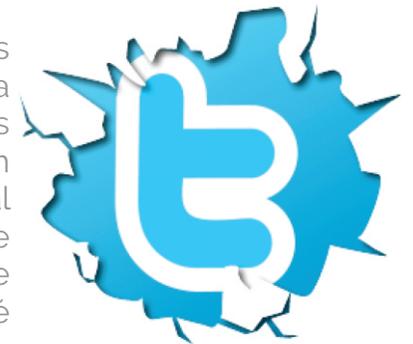
limitada de estudantes para uma a plataforma de integração e conexão de pessoas de todo mundo. A rede social se expandiu tanto que já existe um vocabulário próprio utilizado na plataforma!



O Instagram não nasceu como um serviço apenas para compartilhamento de fotos. Inicialmente, Mike Krieger e Kevin Systrom tinham em mente o Burbn, que foi considerado complicado, porque agregava muita coisa em um canto só. Era um aplicativo para fazer fotos, check-ins e planos para o fim de semana.

Em outubro de 2010 o Burbn se torna o Instagram, focado, inicialmente, apenas em fotografia. Era possível compartilhar as fotos do Instagram com o Facebook e o Twitter. Ao longo do ano de 2011, foram realizadas várias mudanças, como inclusão de novos filtros e melhoria da qualidade da imagem.

Também passaram a utilizar as hashtags, incluíram a funcionalidade do tilt-shift, bordas e rotação das imagens com um clique. Twitter é uma rede social que permite aos usuários enviar e receber atualizações pessoais de outros contatos (em textos de até 140 caracteres



conhecidos como "tweets"), por meio do website do serviço, por SMS e por softwares específicos de gerenciamento.

As atualizações são exibidas no perfil de um usuário em tempo real e também enviadas a outros usuários seguidores que tenham assinado para recebê-las. As atualizações de um perfil ocorrem por meio do site do Twitter, por RSS, por SMS ou programa especializado para gerenciamento.

Portanto vendo toda esta evolução vemos que cada era traz as suas oportunidades e desafios. A Era Digital apresenta-se como uma revolução profunda na sociedade, que por meio das tecnologias digitais de comunicação e informação tem afetado todas as dimensões da vida humana - trabalho, relacionamento, arte, lazer, educação, etc. - transformando-as.

O Marketing e suas vertentes também são fortemente impactados pela disseminação digital e a cada dia mais e mais empresas inserem o marketing digital em sua rotina de vendas e comunicação com seus clientes. O digital está se incorporando ao cotidiano das pessoas e nas ações de comunicação e marketing de forma cada vez mais integrada com as tecnologias off-line. Atualmente os discursos das agências e profissionais da área de marketing digital têm sido na direção de integração on-off utilizando cada plataforma da melhor forma possível para contribuir com a solução, em vez de o antigo pensamento maniqueísta de digital versus tradicional, que marcou o início da penetração das tecnologias digitais no mercado.

3.0 Desafio do Online

Nesse cenário complexo, o principal desafio para empresas que desejam trabalhar alinhadas com marketing digital, é conseguir orquestrar todo o aparato tecnológico sem perder o foco nos reais objetivos do negócio com o seu público-alvo/consumidor. É essencial perguntar: Qual é o objetivo do meu marketing? Quem é meu público e como ele se comporta? Qual a melhor maneira de atingir meus objetivos? Independentemente das tecnologias – digitais ou não – e de qualquer outro parâmetro, isso nos ajuda a manter a estratégia focada nos resultados.

Ferramentas que facilitam sua integração Online-> Apesar de parecer desafiador, o Marketing neste formato, é na verdade, uma enorme oportunidade para as empresas reforçarem sua marca e multiplicarem suas oportunidades de negócio, já que, cada vez mais, a internet vai fazer parte da vida das pessoas. Além disso, o Marketing inclui diversas frentes de atuação, como Marketing de Conteúdo, Email Marketing, redes sociais, enviar SMS Online, Web Torpedo outras, o que aumenta seu alcance e influência no processo de compra dos consumidores.

Algumas estatísticas que comprovam o quanto o Marketing Digital tem potencial para crescer:

-  **O orçamento de mídias digitais deve dobrar nos próximos 5 anos (Fonte: WebDAM.com);**
-  **87% dos usuários de internet agora possuem um smartphone (Fonte: Global Web Index);**
-  **O Inbound Marketing gera 54% mais Leads que o Outbound Marketing (Fonte: WebDAM.com);**
-  **Três milhões de anunciantes usam o Facebook para alcançar os seus consumidores (Fonte: AdWeek);**
-  **As empresas B2B que possuem blogs geram 67% mais Leads do que as empresas que não o têm (Fonte: WebDAM.com);**
-  **O Instagram passou a marca de 200 mil anunciantes 5 meses após abrir a sua plataforma de anúncios (Fonte: AdWeek);**
-  **93% das decisões de compra são influenciadas pelas mídias sociais (Fonte: Ironpaper);**
-  **Profissionais de marketing que priorizaram trabalhar com blog têm 13 vezes mais chances de obter ROI positivo (Fonte: Socialedia).**

4. Como fazer Campanhas efetivas de Marketing Digital

Hoje o processo de compra está cada vez mais na mão do consumidor. A informação sobre produtos e serviços deixou de ser privilégio das empresas e vendedores, e hoje está acessível principalmente por causa da internet. Pense bem: quando foi que você comprou alguma coisa sem pesquisar pelo menos uma vez na internet sobre isso, provavelmente faz tempo. Por isso, é importantíssimo que sua empresa invista em Marketing de Conteúdo: para que os consumidores a encontrem quando procurarem sobre as soluções de mercado que você oferece. Acontece que as pessoas não procuram apenas informações sobre produtos e serviços. Elas querem, antes de tudo, resolver problemas; o produto/serviço é só a etapa final deste processo. Por isso não basta produzir conteúdo sobre sua empresa e sua solução: você precisa criar valor para sua audiência e responder às dúvidas e dores que eles têm antes mesmo que saibam que seu produto ou serviço é a solução que eles precisam. Para isto algumas ferramentas são imprescindíveis como:

SMS Online/WEB Torpedo: Na era digital, os canais de comunicação com o cliente estão cada vez mais práticos e completos. A mobilidade fez as empresas repensarem os canais de suporte ao cliente e o atendimento multicanal se tornou uma necessidade.

Em razão desse cenário, conhecer o que a tecnologia oferece e os benefícios de produtividade é indispensável. Para saber onde investir como ponto de contato, é necessário descobrir onde o seu cliente está e usar as estratégias certas para impressioná-los.

Imagine que você queira saber a opinião do seu cliente sobre sua empresa, isto mesmo, sobre a qualidade do atendimento, qualidade dos serviços que você oferta no mercado, saber em quais pontos sua empresa acerta e conquista o cliente e em quais

ela precisa de mudança para evitar afastar o cliente do seu produto/serviço. E realizar tudo isto sem gerar incomôdo ao cliente, evitando demandar tempo ou gerar desconforto. Pensou em uma forma de fazer isto? Não? Então a Comtele te dá uma alternativa de contato com seu cliente de forma rápida e certa que é a Pesquisa ao Cliente via SMS Online/Web Torpedo para pesquisa da Comtele.

Fazer uma pesquisa de satisfação é uma ótima forma de saber o que os seus clientes realmente pensam, pois isto gera interações de alta performance com usuários do seu serviço. Uma boa pesquisa de satisfação é capaz de mostrar, de forma clara, as empresas um feedback ideal sobre o seu produto, evento ou serviço, resultando em informações precisas para que realize campanhas mais acertivas. Assim, os clientes dirão se estão dispostos a comprá-los novamente e de encontrar oportunidades de melhorar aquilo que você está entregando ao seu consumidor final. Vale a pena ressaltar que em uma pesquisa é interessante você solicitar ao seu cliente uma nota, uma justificativa e seu o seu cliente indicaria sua empresa, seu atendimento, seu suporte, seu produto/serviço, para outras pessoas.

Isto faz com que seu cliente se sinta apreciado, pois a opinião dele é muito importante. E nada melhor do que realizar este tipo de pesquisa via mensagens SMS via celular, pois é a melhor forma de ouvi-lo sem atrapalhar a sua rotina e obter as informações que deseja para determinada ação. A pesquisa de satisfação do cliente é uma maneira muito eficiente de determinar se sua empresa está entregando o serviço/produto que seu público-alvo procura. É uma das melhores comunicações entre empresas e clientes e usuários de um determinado serviço. É uma forma de marketing direto, onde a comunicação ocorre de forma pessoal e direta e torna as campanhas extremamente efetivas.

5.E-mail Marketing

O uso do email é o principal motivo de acesso à web no Brasil, segundo estudos do Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br). Uma das vantagens de se realizar uma campanha de Email Marketing é a receptividade que essa forma de comunicação oferece. A concentração por parte do público-alvo é muito maior quando a mensagem chega diretamente em sua caixa de e-mails. E analisando alguns números, verificamos que 91% dos consumidores relatam abrir o email ao menos uma vez no dia; 82% dos usuários mobile recebem e enviam emails diariamente utilizando smartphones. O email é a ferramenta de acesso mais utilizada na internet (você não consegue criar contas em redes sociais sem ter um email, por exemplo).

O envio de Email Marketing Comtele é uma ferramenta que oferece agilidade de implementação e avaliação de resultados. A mensuração dos envios pode ser feita, por meio de estatísticas de tráfego em seu site, que indicam quantas pessoas receberam o email, clicaram em um link ou efetuaram compras. Quando bem planejadas, as campanhas de Email Marketing oferecem altos índices de retorno.

Se o que estamos buscando com o email marketing é exclusividade e pessoalidade, não faz sentido enviar o mesmo conteúdo para todos os usuários cadastrados em sua lista, certo? É claro que você não enviará um email diferente para cada usuário, mas é importante que exista o mínimo de segmentação.

Segmentação em e-mail marketing é muito importante, e deve ganhar força na sua empresa com o caráter mais individual das mensagens. O toque pessoal referido aqui está na oferta de conteúdos ou produtos que atendam com proximidade os gostos e necessidades do público.

Enviar emails segmentados para públicos segmentados é uma forma de direcionar mensagens relevantes para aqueles que de fato desejam receber algum tipo de comunicação de sua empresa. Ao fazer isso, sua empresa se estabelece como fonte de conteúdo relevante, aumentando a autoridade e credibilidade do seu cliente junto a campanha enviada.

A satisfação dos clientes é a meta de toda e qualquer empresa, pois um negócio só sobrevive com clientes felizes e confiantes nos produtos/serviços que você dispõe a oferecer. Então aproveite as ferramentas que a Comtele possui e faça agora mesmo sua Pesquisa de Satisfação para uma melhora na qualidade da sua empresa!



6. A Empresa

A Comtele é uma empresa especializada em marketing virtual e está no mercado há mais de nove anos e os principais serviços oferecidos são:



SMS



E-MAIL MARKETING



TORPEDO DE VOZ

Temos como foco principal criar novas soluções de comunicação para que os nossos clientes consigam sempre transmitir a melhor mensagem aos seus consumidores através da conexão entre os mundos online e offline.

comtele.com.br



[/Comtele.mktvirtual](https://www.facebook.com/Comtele.mktvirtual)



(16)98130-4898



[atendimento.mltcorp](https://www.skype.com/atendimento/mltcorp)

COMTELE
A MESSAGING COMPANY