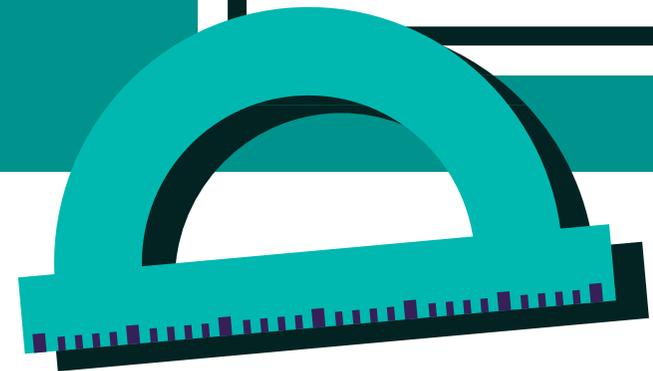
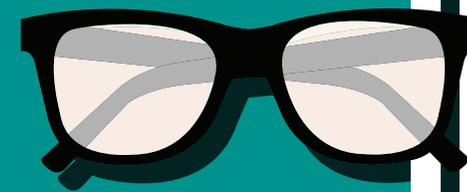
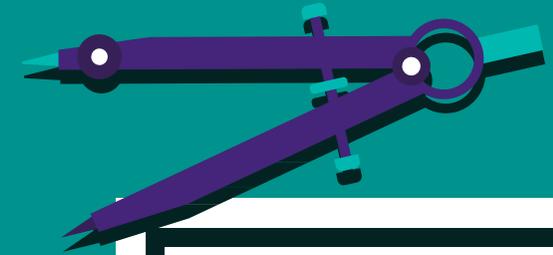


E-Book

# Marketing para Arquitetos, Engenheiros e Designers





# Índice

1. Introdução
2. O que é Marketing Digital e Por que pode ser Utilizado para seu Negócio
3. Defina seu Nicho de Negócios
4. Vamos identificar seu público-lavo e o nicho do seu negócio?
5. Utilize Comunicação Digital como Estratégia de Comunicação com Clientes
6. Produção de Conteúdo- Qual sua Importância
7. A Estrutura de um Funil de Vendas
8. Conclusão
9. A Comtele



# 2.0 que é Marketing Digital e Por que pode ser Utilizado para seu Negócio

Marketing é a ciência e a arte de explorar, criar e entregar valor para satisfazer as necessidades de um mercado-alvo com lucro. Marketing identifica necessidades e desejos não realizados. Ele define, mede e quantifica o tamanho do mercado identificado e o potencial de lucro.

O primeiro passo para começarmos a compreender o que é Marketing é definir o conceito. Marketing é uma palavra proveniente da língua inglesa, apesar de estar intrínseca à cultura mundial. Em inglês, market significa mercado e Marketing pode ser traduzido como mercadologia, um estudo das causas, objetivos e resultados que são gerados através das diferentes formas como nós lidamos com o mercado.

Segundo o American Marketing Association, a definição do termo é a seguinte: "O Marketing é uma atividade, conjunto de instituições e processos para criar, comunicar, entregar e trocar ofertas que tenham valor para os consumidores, clientes, parceiros e sociedade em geral." Ou seja, o Marketing é uma série de estratégias, técnicas e práticas que tem o principal objetivo de agregar valor às determinadas marcas ou produtos a fim de atribuir uma maior importância das mesmas para um determinado público-alvo, os consumidores.

Se engana quem acredita que o Marketing tem apenas como o objetivo vender algo. Este conceito se aprofunda em tudo que envolve este processo, bem como a produção, logística, comercialização e pós venda do produto/serviço.

Falando de uma forma bem resumida, marketing digital é o conjunto de atividades que uma empresa ou pessoa executa online com o objetivo de atrair novos negócios, criar relacionamentos e desenvolver uma identidade de marca. O marketing digital é mais fácil de mensurar, tem métricas mais claras e se tornou essencial para empresas de todos os mercados.

Hoje sabemos que mais de 90% dos processos de compra têm início em uma busca online. Por isso, o marketing digital e o marketing de conteúdo vieram para ficar. O marketing digital proporciona maneiras de se comunicar com seu público de forma direta e personalizada. Apesar de, originalmente, esta modalidade de marketing ter sido adotada apenas por grandes empresas, hoje ela é utilizada por empresas de todo porte, E-commerces, negócios físicos, indivíduos que vendem produtos online e pessoas que vendem serviços e que querem ampliar sua audiência.

Agora mesmo você deve estar pensando como implementar o marketing nos seus negócios pode te ajudar.

Hoje sabemos que estratégias de marketing são essenciais para qualquer profissão, e não seria diferente para os arquitetos, engenheiros ou design e principalmente para aqueles que desejam ter o seu nome reconhecido no mercado e se tornar uma autoridade conquistando e captando novos clientes (e claro, fidelizando aqueles que já possui).

A vantagem de utilizar o marketing digital como estratégia é que você consegue escalar cada vez mais o seu negócio e isso ocorre porque você vai entregar a mensagem certa para a pessoa certa no momento certo, pois existem diversas ferramentas que vão te ajudar a segmentar o seu público e saber qual o melhor horário para se comunicar com ele.



# 2.O que é Marketing Digital e Por que pode ser Utilizado para seu Negócio

Esse é um fator muito interessante de se observar, pois, se o seu negócio é local, por exemplo, isso também deverá ser levado em conta na hora de planejar: é preciso uma estratégia que utilize recursos que darão prioridade para a região que você deseja atingir. Se a sua meta é expandir o seu escritório, serviço ou marca para outras cidades, estados e até mesmo outros países, então você conseguirá fazer isso com muito mais facilidade do que se você fosse apostar apenas no marketing tradicional.

Já que a maioria está na internet, por que não usar isto a favor do seu negócio? O início do planejamento de marketing digital deve contemplar quem faz parte do seu público. Após ter o site, blog ou mesmo uma página bem estruturada em uma rede social (desde que seu público também esteja por lá), sua empresa pode perceber que muitos resultados positivos nascem somente desta ação. Isso acontece porque, diferentemente do mundo off-line, o mundo on-line permite que quase todas as ações sejam mensuradas. Ao término de uma campanha de marketing, por exemplo, é possível ver o quanto foi investido, quanto foi captado e o que virou venda de fato. Esta é a melhor forma para acertar seus investimentos e obter o ROI (do inglês Return Of Investment) positivo

Ainda falando em ferramentas, enviar SMS ou E-mails como forma de se relacionar com o cliente é uma estratégia ágil e eficiente, e por consequência, ainda muito utilizada. Muitas empresas começaram a utilizar uma comunicação mais humanizada para se aproximar de seus clientes e ao obter métricas desses canais digitais, você consegue saber a taxa de abertura deles, quantas pessoas abriram, quantas não abriram e assim, melhorar e ajustar a sua comunicação.

Na internet tudo é imediato. Assim, você realiza uma campanha de SMS OU E-mail ou via Facebook e, em seguida, esta corre o risco de ser lida por milhares de pessoas. Aliás, não somente lida: comentada, compartilhada, espalhada. Tudo na hora! Pode até acontecer um efeito viral: aquele que é tão compartilhado e tão comentado que cai no gosto de muitas pessoas. O ROI, neste caso, é garantido! Mas vamos supor que, por exemplo, a sua publicação não se torne um viral. Com a estratégia correta aplicada em seu planejamento, a segmentação do público que você precisa que veja este produto ou serviço é mais uma das vantagens do marketing digital sobre o marketing tradicional. As chances são mais do que positivas, acredite. Quando começamos a trabalhar em qualquer nicho de mercado, existe um fator

que será determinante no sucesso: a autoridade perante o grupo de pessoas com que se está falando. Antes de mais nada, você precisa entender a importância que é ser uma autoridade nos seus negócios.

Claro que se tornar uma autoridade conhecida em algum campo de conhecimento não é a coisa mais fácil do mundo. Mas, com o universo digital, é possível utilizar estratégias de produção de conteúdo, e aos poucos você vai mostrando à sua audiência que é um entendedor do assunto com muito mais facilidade. As pessoas que são autoridade se esforçam todos os dias para aprender mais, adquirir mais conhecimento, testar o que dá e não dá certo, e ter a capacidade de passar o que aprendem para outras pessoas.

As pessoas que são autoridade se esforçam todos os dias para aprender mais, adquirir mais conhecimento, testar o que dá e não dá certo, e ter a capacidade de passar o que aprendem para outras pessoas. Dar atenção para quem segue o seu trabalho é fundamental!

Existem diversas maneiras de criar autoridade para vender mais produtos e serviços e gerar mais resultados através da internet e vamos abordar as melhores formas.

# 3. Defina seu Nicho de Negócios

Antes de começar um texto sobre público-alvo é importante entender que é público-alvo e o que é nicho de mercado. Sim, porque são duas coisas diferentes. Para dar rumo a um negócio, é necessário escolher um nicho.

Nicho de mercado é o produto ou serviço especializado que você oferece ao seu cliente ideal. O seu nicho é o seu "o que" e ele deve ser muito específico.

Atuar em um nicho de mercado é basicamente oferecer uma solução "quase perfeita" para um problema de um grupo específico de pessoas. Ou de empresas. Por seu caráter específico, o volume de vendas em nichos tende ser mais baixo, mas as margens de lucro geralmente são mais altas. Outra vantagem: grandes empresas e sites não se interessam por mercados de nicho pois não enxergam reais possibilidades de ganhos, deixando o terreno livre para pequenos empreendimentos online.

Sem dúvidas, escolher um nicho de mercado não é tarefa fácil. O grande segredo do sucesso em um nicho de mercado é descobrir quais necessidades não estão sendo supridas em mercados maiores e identificar se as pessoas estariam dispostas a pagar um valor a mais por um produto/serviço que atenda àquela demanda específica. Inclusive é bastante comum que um nicho seja iniciado por alguém que não encontrou a solução ideal para seu problema e decidiu fazê-la e oferecê-la para quem mais partilhasse das mesmas dores e desejos.

Definir o que será vendido e o público a ser atingido são aspectos básicos e essenciais para delimitar o seu nicho de mercado. Por isso, antes de mais nada, defina quais serão os produtos comercializados e para quem você pretende vendê-los: esta segmentação é imprescindível para seu sucesso. Quanto mais específico for seu nicho, maiores as chances de dar certo. Para delimitar seu público-alvo, faça uma avaliação do tamanho deste público, seu poder de compra, seus interesses, faixa etária, sexo e outras características importantes para traçar o perfil do seu cliente. Na hora de definir o tipo de produto a ser vendido, assegure-se de pesquisar seus custos de compra/fabricação e distribuição, o número de e-commerces semelhantes que já existem no mercado e quais as vantagens de comercializar estas mercadorias na web.

Gostar e entender o básico sobre seu nicho em qualquer negócio – e não é diferente em qualquer comércio. Portanto, na hora de definir assuntos que sejam compatíveis com suas experiências – tanto profissionais quanto pessoais. Possuir conhecimento e interesse sobre o nicho é promissor. De fato, tais fatores facilitam a rentabilidade. A partir daí, é importante para o seu público, os melhores fornecedores e um atendimento especializado do que valorize seus clientes.

é fundamental para ter sucesso quando se trata do seu e-negócio. Portanto, busque a natureza da sua empresa, busque seus gostos, conhecimentos e pessoais. certo segmento já é um começo bastante a criação de um negócio. buscar os produtos mais interessantes fornecedores e um atendimento clientes.



# 4. Vamos identificar seu público-alvo e o nicho do seu negócio?

Outro aspecto importante para quem está em busca de um nicho de mercado lucrativo é saber qual a necessidade e o desejo do seu público-alvo. Estes pontos podem ser identificados através

de uma conversa com essas pessoas, de uma pesquisa mais aprofundada de mercado ou ainda através de mecanismos de busca na Internet. Este termômetro virtual é capaz de fornecer dicas preciosas sobre as demandas atuais do público geral. Utilizando as ferramentas Google Trends e Google Adwords, por exemplo, é possível ter acesso a estatísticas de procura por determinadas palavras-chave no Google, como volume de buscas, locais onde são pesquisadas, sazonalidade, etc.

Lançando mão destes recursos, será mais fácil identificar necessidades incipientes do público, ou seja, segmentos potenciais e lucrativos de atuação.

Agora que você já sabe quem é o seu público e já sabe qual a melhor rede social para você trabalhar, você precisa entender exatamente quais são as dificuldades do seu público. Existem vários meios de conhecer melhor o seu público! Temos o Facebook, Twitter, SimilarWeb, Google, Youtube,

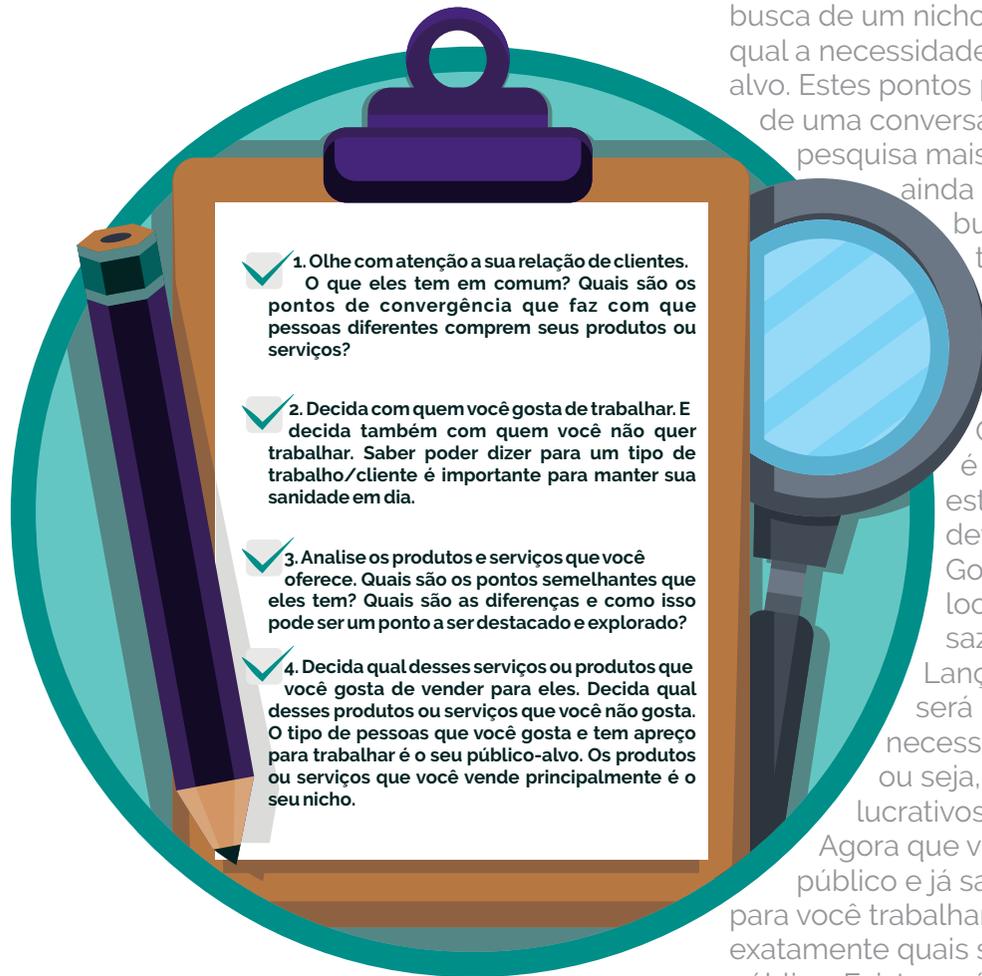
Blogs e etc. Ou seja, qualquer rede social ou site que permita comentário é um bom local para dúvidas que expressam a dificuldade daquelas pessoas. Por exemplo, no Youtube você pode pesquisar sobre algum assunto específico, entrar em um vídeo com bastante visualizações e começar a ler os comentários, as pessoas literalmente dizem o que precisam.

Normalmente, pessoas que trabalham na área de Arquitetura, estão em redes sociais como Instagram, Pinterest, Picframe e youtube, que são redes que trabalham a parte mais visual.

Quando falamos em bater o martelo sobre qual nicho de mercado você irá atuar, é preciso pensar em uma estratégia. Nada pode ser feito aleatoriamente. Neste momento, existem dois caminhos que geralmente são utilizados por pequenos e médios empreendedores que ainda estão indecisos em relação ao mercado.

O primeiro caminho possível para se escolher um nicho de mercado é bastante simples. Durante toda a sua vida, você acumulou diversos hobbies, certo? Chegou a hora escolher um deles e pensar em uma forma de monetizá-lo. Tudo bem, parece simplista no começo, mas pense: se você já tem um interesse natural pelo assunto, provavelmente conhece um pouco sobre o mercado e sabe exatamente o que os consumidores estão buscando (até porque você é um deles).

O nosso segundo caminho para a escolha do seu nicho de mercado é mais aconselhável. Gosto de pensar nele como algo pragmático, difícil de dar errado. É muito simples: faça um estudo de mercado, detecte um problema e crie uma solução.



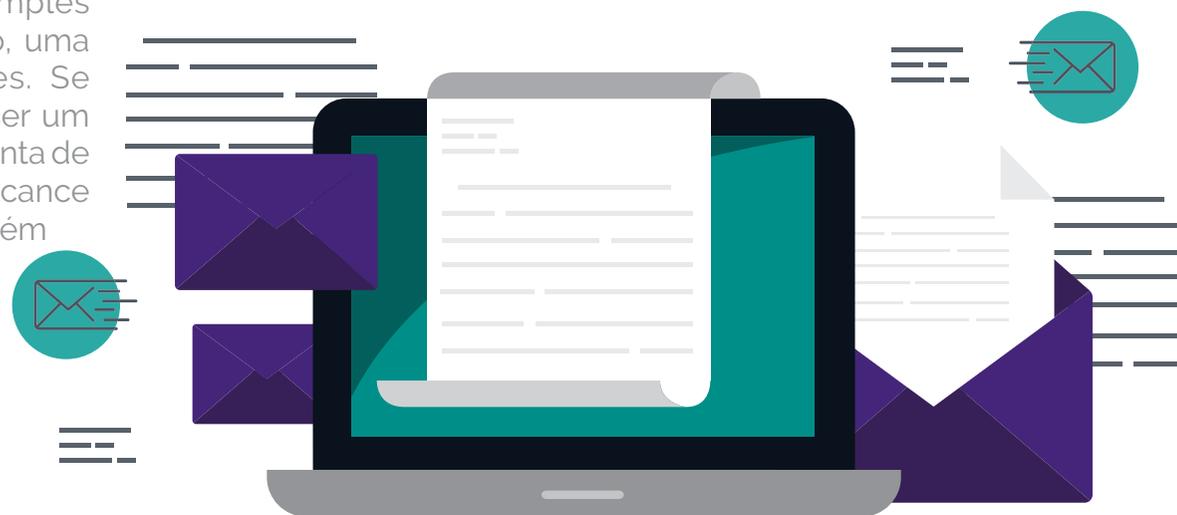
- ✓ 1. Olhe com atenção a sua relação de clientes. O que eles têm em comum? Quais são os pontos de convergência que faz com que pessoas diferentes comprem seus produtos ou serviços?
- ✓ 2. Decida com quem você gosta de trabalhar. E decida também com quem você não quer trabalhar. Saber poder dizer para um tipo de trabalho/cliente é importante para manter sua sanidade em dia.
- ✓ 3. Analise os produtos e serviços que você oferece. Quais são os pontos semelhantes que eles têm? Quais são as diferenças e como isso pode ser um ponto a ser destacado e explorado?
- ✓ 4. Decida qual desses serviços ou produtos que você gosta de vender para eles. Decida qual desses produtos ou serviços que você não gosta. O tipo de pessoas que você gosta e tem apreço para trabalhar é o seu público-alvo. Os produtos ou serviços que você vende principalmente é o seu nicho.

# 5. Utilize Comunicação Digital como Estratégia de Comunicação com Clientes

Identificado o seu nicho agora temos que pensar na Estratégia de Comunicação. Em uma era digital, se comunicar com seu cliente com ferramentas que ele utiliza no seu dia a dia é de suma importância para estar presente na rotina do seu cliente.

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 digital 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.

O **E-mail marketing** é uma ferramenta muito poderosa tanto para melhorar o relacionamento com o cliente quanto para realizar vendas. Resumidamente, ele é uma mensagem personalizada que impacta diretamente o seu público. Pode ser uma simples mensagem contendo um aviso, divulgação de um evento, uma venda, informativo eletrônico, entre outras finalidades. Se trabalhado da maneira correta, o E-mail Marketing pode ser um grande aliado para realizar novas vendas. Através da ferramenta de envio de Email Marketing Comtele você terá um excelente alcance pois um email é a coisa mais simples e fundamental que alguém pode ter na Internet e as pessoas já têm a ferramenta totalmente incorporada às suas vidas. Não são poucas as pessoas que vão além e são até compulsivas com seu uso, passando o tempo todo com a caixa de email aberta e conferindo cada nova mensagem que chega. Isso é extremamente comum, principalmente em ambiente corporativo. Somado a isso, o fato de quase todo mundo ter um smartphone faz o email ganhar ainda mais força. Além disso, os emails são uma forma de contato mais direta e personalizada.



# 5. Utilize Comunicação Digital como Estratégia de Comunicação com Clientes

**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.

Hoje, o relacionamento que você mantém com o mercado é cada vez mais valorizado. Grande parte das empresas, de qualquer setor, possuem sua própria lista de clientes, afinal, o relacionamento que você mantém com a lista de E-mails é fundamental para que você aumente sua receita sem ter que aumentar o custo de divulgação.

Se queremos que os visitantes sigam retornando para o nosso site, precisamos oferecer sempre novos conteúdos. O ideal é fixar uma frequência de atualizações e segui-la sem alterações. Por exemplo, se você atualizar toda quarta-feira, as pessoas que acessam com frequência vão saber que toda quarta-feira á uma novidade por lá.



# 6. Produção de Conteúdo- Qual sua Importância

Diversas empresas e negócios perceberam que a criação de conteúdo é uma estratégia essencial para trazer novos clientes para comprar os seus produtos e serviços. E essa estratégia tem um nome: chama-se Inbound Marketing, mais conhecida como marketing de conteúdo no Brasil. A estratégia baseia-se na ideia de criar e compartilhar conteúdos voltados para um público específico para criar um bom relacionamento.

O conceito de Inbound Marketing surgiu oficialmente nos Estados Unidos e começou a se popularizar a partir de 2009, após o lançamento do livro "Inbound Marketing: seja encontrado usando o Google, a mídia social e os blogs", de Brian Halligan e Dharmesh Shah. De lá para cá, o Inbound Marketing explodiu de vez, e a cada dia mais empresas de diferentes portes estão aderindo ao método para conquistar mais clientes, gerar mais vendas e reforçar sua autoridade perante a audiência. Em uma tradução livre, o termo Inbound Marketing pode ser definido como marketing de atração. A principal diferença entre o marketing tradicional – que chamamos de Outbound Marketing – e o Inbound é que, no segundo, quem procura a empresa é o cliente e não o contrário.

Apesar da tênue diferença, o Inbound Marketing atingiu patamares que o marketing tradicional não conseguiu. O principal deles é que, no Inbound Marketing, a área de marketing da empresa é um centro de investimento e não um centro de custo.



# 7. A Estrutura de um Funil de Vendas

O Funil de Vendas é uma ferramenta metódica essencial para toda empresa que deseja crescer em vendas, pois ele impulsiona a produtividade em prospecções, acompanhamento do processo comercial e fechamento de negócios. Por meio desta ferramenta o gestor comercial pode avaliar individualmente os vendedores ou por grupo comercial seus resultados e produtividade, o vendedor pode agir de forma mais inteligente em suas prospecções e agilizar o tempo do negócio. Tão importante em saber quantas oportunidades eu ganhei, é entender quantas eu poderia ganhar e em que fase do processo elas estão.

Muitas vezes, os funis de vendas mais eficazes giram em torno da ideia da venda baseada em valor e na perspectiva do cliente. Esta é uma técnica muito comum, que responde aos valores fundamentais de um cliente e prospera na venda usando esses valores do ponto de vista do comprador.

Ao fazer isso e, vender com base em perspectivas e resultados por parte do comprador, sua equipe de vendas se conecta com os clientes em um nível mais profundo do que outros e age de maneira pragmática na abordagem das necessidades. Esta técnica de uso do funil de prospecção, é claro, exige saber o que o cliente mais valoriza no seu produto.

É um processo que consiste em conduzir ou acompanhar o seu cliente a partir do momento em que ele toma conhecimento de uma solução vendida pela sua empresa até o fechamento do negócio. Trata-se de um modelo estratégico que mostra cada etapa seguida pelo consumidor até fechar a compra

Então é preciso fazer uma pesquisa preliminar para encontrar essas informações durante as primeiras conversas ou tendências de mercado. Sabendo o que é importante no seu produto para o seu cliente você consegue melhorar a forma com que o cliente vê o seu produto e tira o foco dos custos iniciais de investimento.



# 8. Conclusão

A construção do seu negócio de sucesso requer, não somente alguns procedimentos aqui apresentados, mas também, uma mudança de postura. Não adianta arriscar a aplicação das ferramentas aqui apresentadas, se você não tiver uma direção do que deseja alcançar. Será como um arqueiro, segurando o seu arco e atirando flechas aleatoriamente. Mesmo com um equipamento de ponta, se o mesmo não tiver um alvo pré estabelecido, suas flechas serão em vão.

Se você chegou até o final desse E-book, acredito que você esteja iniciando sua jornada no marketing digital, e nesse meio existem infinitas possibilidades. Saber onde começar a implementar as ações não é uma tarefa fácil. Além de exigir uma mudança na postura da empresa, abandonado o foco na conquista de novos clientes e se preocupando a manter os clientes já conquistados, a satisfação de seus clientes está diretamente ligada ao sucesso alcançado no uso de seus produtos e serviços, exigindo que sua empresa invista em canais de atendimento eficiente e na criação de uma equipe que ajude seus clientes a ter sucesso no relacionamento com sua marca.

Observando cada um destes detalhes sua empresa fará com que sua empresa se diferencie dos concorrentes, conquistando clientes fiéis que poderão atuar como promotores de sua marca.

Comtele te ajuda em todo o processo necessário e auxilia sua empresa a poderá obter os melhores resultados!



# 9. 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](http://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