



MARKETING DIGITAL

COMO UTILIZAR NA MINHA EMPRESA





OBRIGADO!

NÃO É PRECISO ESCREVER, VAI SER ENVIADO POR EMAIL LINK

VERTENTE PRÁTICA, PARTILHA DE EXPERIÊNCIAS

NÃO HÁ MILAGRES — LÓGICA CONTINUADA E NÃO CASUÍSTICA

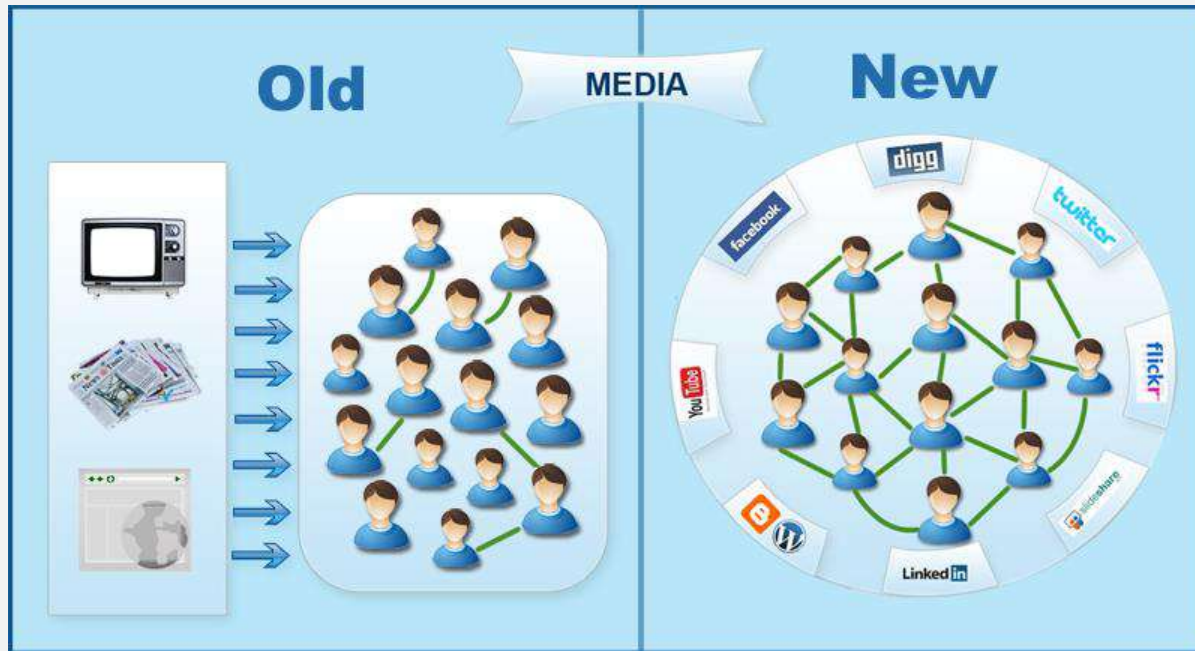


O INÍCIO

O QUE TEMOS PARA OFERECER?

A QUEM NOS DIRIGIMOS?

COMUNICAÇÃO ANTES E AGORA



CONSUMIDORES E MERCADO EM 2016



SOFISTICADOS, INFORMADOS

MENOS TEMPO DISPONÍVEL

MENOS SENSÍVEIS E LEAIS ÀS MARCAS

VALORIZAM SERVIÇO E FACILIDADE DE
COMPRA



FORTE CONCORRÊNCIA

PUBLICIDADE MENOS EFETIVA

MAIOR ESFORÇO DE CAPTAÇÃO

CUSTO DE FINANCIAMENTO ELEVADO

AFINAL O QUE OFERECEMOS?

A OFERTA DE UM BEM OU SERVIÇO QUE VISA SATISFAZER AS NECESSIDADES DE UM MERCADO

SIM, MAS O QUE É O PRODUTO?

QUE NECESSIDADES SATISFAZ?

QUAL É O MERCADO?

QUE BENEFÍCIOS (E NÃO FUNCIONALIDADES)

SERÁ ISTO?

QUEREMOS SER UMA MAIS-VALIA PARA O SEU NEGÓCIO, PERCEBER DE QUE FORMA NOS PODEMOS ADAPTAR PARA IR AO ENCONTRO DO QUE REALMENTE PRECISA, COM O OBJETIVO DE ENCONTRAR SEMPRE A MELHOR SOLUÇÃO PARA OS SEUS PROJETOS. INVESTIMOS EM RELAÇÕES DE NEGÓCIOS QUE SEJAM FLEXÍVEIS E QUE SE TRANSFORMEM REALMENTE NUM VALOR ACRESCENTADO PARA AMBAS AS PARTES.

CONHECER O TIPO DE CLIENTE



COMO ELE É? PERSONA



RECOLHA DE INFORMAÇÃO DE CLIENTES

QUEM SÃO?

DE QUE PRECISAM? O QUE DESEJAM?

QUE OBJETIVOS ESTÃO A TENTAR ATINGIR?

QUEM PARTICIPA NA TOMADA DE DECISÃO?

COMO É QUE TOMAM A DECISÃO DE COMPRA?

QUANDO É QUE PARECEM DECIDIDOS A COMPRAR?

ONDE É QUE PREFEREM COMPRAR?

BENEFÍCIOS, VANTAGENS

EM VEZ DE

FUNCIONALIDADES E CARACTERÍSTICAS

DESCOBRIR AS NECESSIDADES E DESEJOS

DOR

PROBLEMA

PRAZER — EU

STATUS — EU COM OS OUTROS





MAS PORQUÊ...

O MARKETING DIGITAL?

PORTO...

DISTRITO

2 027 191 HABITANTES (2009)

PAÍS

10,46MM HABITANTES

MAIS DE...

1.000 CAES DE SERVIÇOS FINANCEIROS

1.000 CAES DE ARQUITECTURA

1.000 CAES DE TIC



**PORQUÊ FICARMOS POR PORTO OU MESMO
PORTUGAL?**

**É POSSÍVEL FAZER CHEGAR A MENSAGEM ONDE
QUISERMOS, QUANDO QUISERMOS A QUEM
QUISERMOS**

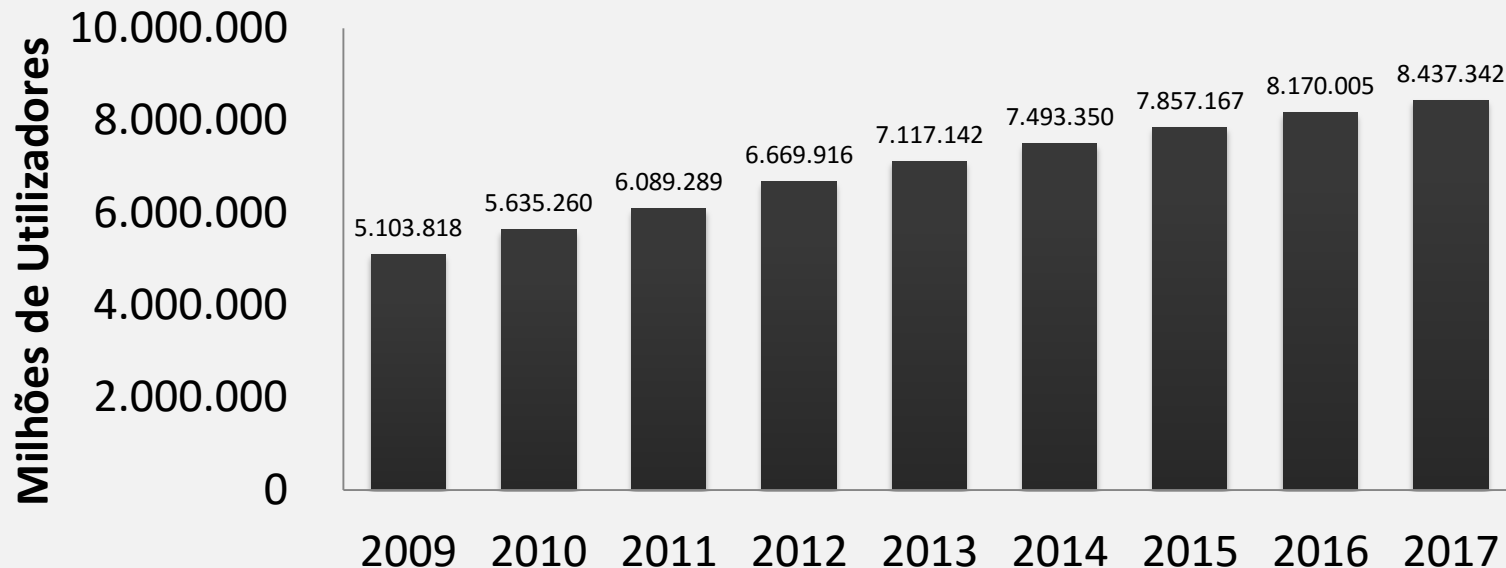
"Os portugueses já passam mais tempo na internet do que a ver televisão. Hoje cada português consome já 4,2 horas por dia na internet ... A internet torna-se assim o meio de comunicação social mais utilizado pelos portugueses"

[Ver Notícia](#)

"Hoje, qualquer pequena empresa - pequena em dimensão, mas grande em ambição - pode posicionar-se para preencher um nicho de mercado que identificou algures no outro lado do mundo.. O marketing digital permite às PME portuguesas o acesso a mercados estrangeiros"

[Ver Notícia](#)

UTILIZADORES INTERNET EM PORTUGAL



Fonte: Estudo IDC/ACEPI – Economia Digital em Portugal 2009/2017c

**ENTÃO ONDE ESTÁ O NOSSO MERCADO E COMO
CHEGAR?**

ONDE, QUEM, COMO, O QUE FAZ



O CAMINHO DO MARKETING DIGITAL

PASSO-A-PASSO



QUAL A IMPORTÂNCIA DE UM SITE?

CAPTAÇÃO DE CONTACTOS

PARTILHA DE CONTEÚDO TORNA INTERESSANTE AOS OLHOS DO POTENCIAL CLIENTE

A IMAGEM CONTA! UMA MONTRA

OTIMIZADO GARANTE PESQUISAS ORGÂNICAS (AUTORIDADE)

7 ASPECTOS A CONSIDERAR NUM SITE

FACILIDADE DE EDIÇÃO/INCLUSÃO DE CONTEÚDO

ADAPTÁVEL A QUALQUER TIPO DE DISPOSITIVO

ATUALIZADO COM REGULARIDADE

FÁCIL DE NAVEGAR E APELATIVO — CENTRADO NO CLIENTE E NÃO NO PRODUTO

APELO À AÇÃO OU CONTACTO

MONITORIZADO PARA ANALISAR VISITANTES E RESPETIVO PERCURSO (ANALYTICS)

OTIMIZADO PARA MOTORES DE BUSCA GANHA RELEVO ORGÂNICO (NÃO PAGO)

É MESMO IMPORTANTE? PORQUE NÃO FACEBOOK?

CONTROLE DE IMAGEM, PERSONALIZAÇÃO

EDIÇÃO DE CONTEÚDOS, COLOCAÇÃO DE INFORMAÇÃO E ARTIGOS

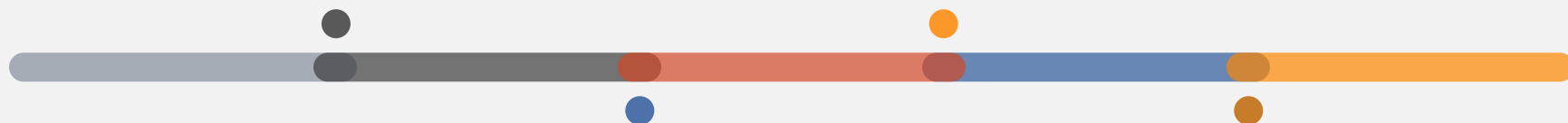
PROFISSIONALISMO E CUIDADO

POSSIBILIDADE DE SEGMENTAÇÃO POR MERCADO

CONTROLE DA JORNADA DO VISITANTE



E DEPOIS DO SITE?



ATRAÇÃO
CONTEÚDO
REDES SOCIAIS
EMAIL MKT

CONTEÚDO!

Caixa de entrada (71) - nu X Caixa de entrada (22) - nu X Observador X

observador.pt

Newsletters Conversas

OBSERVADOR

Facebook Twitter

Conhece mesmo o presidencialível em quem vai votar?

281 partilhas

Nas 7 entrevistas que fizemos aos candidatos presidenciais incluímos 8 questões pessoais. Eis os melhores momentos dessas conversas, para que possa escolher melhor.

PSD E CDS

De independente a partidário vão 7km de distância

A uma semana das eleições, os partidos apareceram na campanha de Marcelo, mas com conta peso e medida. Marcelo quer que Cristo volte a descer à terra, desta vez em Belém.

Sítios para esquiar em Espanha e em Itália

idealista

idealista anúncios imobiliários grátis para particulares

FOTOGALERIA EM DESTAQUE

Entre asneiras e mentiras, cartazes de

quando juntos

Factura-15-2016.pdf

Show all downloads



FALAR EM BENEFÍCIOS

REJUVENESCE

AMIZADE/UNIÃO

PRAZER SEM PECADO

AS 10 DICAS...

SABIA QUE...



FAZER COMO UM CHEF

PARTILHA TODO O CONHECIMENTO
GRATUITAMENTE

...MAS AS PESSOAS COMPRAM OS LIVROS E
VÃO AOS RESTAURANTES

CONTEÚDO!!!

AINDA FAZ SENTIDO?

QUEREMOS SER UMA MAIS-VALIA PARA O SEU NEGÓCIO, PERCEBER DE QUE FORMA NOS PODEMOS ADAPTAR PARA IR AO ENCONTRO DO QUE REALMENTE PRECISA, COM O OBJETIVO DE ENCONTRAR SEMPRE A MELHOR SOLUÇÃO PARA OS SEUS PROJETOS. INVESTIMOS EM RELAÇÕES DE NEGÓCIOS QUE SEJAM FLEXÍVEIS E QUE SE TRANSFORMEM REALMENTE NUM VALOR ACRESCENTADO PARA AMBAS AS PARTES.

CUIDADO!



CUIDADO!

VENDAS / ENCOMENDAS

Emissão de vários tipos de documentos
Pesquisa de Artigos por Referência,
Designação, Família ou Stock, de forma
Combinada;
Introdução de Artigos através de forma
individual, em conjunto, a partir de
outra encomenda anterior ou através de
Templates (conjuntos de artigos
definidos na sede, Ex: campanhas, etc...);

TEMPLATES POR SECTOR

Distribuição de tabaco (fator de correção)
Vending
Distribuição de Gás
Distribuição de Combustíveis
Distribuição de Café
Lotes (rastreabilidade alimentar)

FUNCIONALIDADES AVANÇADAS

Interpretação de códigos EAN 128
Desenho gráfico dos documentos
pelo utilizador
Registo de início e fim de dia
Inquéritos
Imagens dos artigos
Campos a utilizar

INTEGRAÇÃO COM DIVERÇOS ERPs

PHC
PRIMAVERA
SAGENEXT
GESTWARE
GESPOS
ETICADATA
CIL-MILLENIUM

FUNCIONALIDADES AVANÇADAS

Preços por cliente
Descontos por tipo de artigo/tipo de cliente
Descontos em valor (distribuição de combustíveis)
Vendas em grelha
Histórico de vendas por cliente
Registo de visitas

RECEBOS

Liquidação total ou parcial de vários
Documentos;
Impressão de conta corrente;
Consulta de histórico das linhas do
documento da conta corrente mesmo
que originado noutra equipamento ou
na sede;
Registo dos meios de pagamento,
cheque, dinheiro, multibanco, etc...

5 ASPECTOS A CONSIDERAR NO CONTEÚDO

FOCO NO CLIENTE E NA SOLUÇÃO E NÃO NA FUNCIONALIDADE. APELO À AÇÃO.

ATUALIZADO COM REGULARIDADE E CADÊNCIA

SEGMENTADO POR CADA TIPO DE MERCADO (CASADOS COM FILHOS PROVAVELMENTE NÃO QUEREM VER DESCAPOTÁVEIS...)

CURTO. AFIRMATIVO OU DESAFIADOR. COM HUMOR. QUE DESPERTE INTERESSE. ÚTIL.

DIFUNDIDO POR VÁRIOS CANAIS: EMAIL, REDES SOCIAIS, SITE, ETC. PODENDO SOFRER ALTERAÇÕES

DEVO FAZER EU, TER UM RECURSO OU SUBCONTRATAR?

REPARA AUTOMÓVEIS OU CANALIZAÇÕES? SE FOR EXPERT DEVE SER O PRÓPRIO, SENÃO DEVE TER ALGUÉM QUALIFICADO

RECURSO INTERNO — QUANTIDADE DE CONTEÚDO/INFORMAÇÃO/ANÁLISE JUSTIFICA O VALOR FIXO? É SUFICIENTEMENTE QUALIFICADO PARA DAR RESULTADOS? SABE TRABALHAR COM VÁRIOS CANAIS?

SUBCONTRATAÇÃO — NÍVEL DE SERVIÇO ACORDADO, ANÁLISE E AVALIAÇÃO DE RESULTADOS, INEXISTÊNCIA DE CUSTOS FIXOS NEM CURVA DE APRENDIZAGEM, MAIOR NECESSIDADE DE CONTROLO E EXIGÊNCIA.

O EMAIL MARKETING

Exmos. Senhores,
Destacamos as seguintes ações de formação a realizar na EXEMPLO SA

(clique na ação para saber mais)

[**GESTÃO DE PROJECTOS | 11 e 12/Dez:**A Gestão de Projetos tem um papel fundamental na organização e tratamento da informação de uma empresa, tal como no desenvolvimento dos processos internos da mesma. Por este motivo, torna-se importante a aquisição dos conhecimentos necessários para a aplicação de uma metodologia correta, eficiente e com todos os instrumentos de apoio para a planificação e gestão de projetos. Ação de 14h com monitoria de Maria Armanda Monteiro. Será aplicado 20% de desconto a inscrições realizadas em Novembro.](#)

[**RH: GESTÃO ADMINISTRATIVA DE RECURSOS HUMANOS | 11 e 12/Dez:** Conheça o impacto das alterações a serem introduzidas pelo OE2015; Lei 23/2012 de 25/06 e Dec-Lei 133/2012 de 27/06 , Lei 69/2013 de 30/08, Lei 70/2013 de 30/08 em vigor desde 01 de Out 2013, Lei nº 76/2013 de 7/11. CCT - Novas regras 2014 - Lei 55 2014 de 25 ago, Lei 27 2014 de 08 Maio - Novos critérios - Ext.Posto Trabalho, e Lei 48-A 2014 de 31-07 - susp-pag. trab- supl 2014. Conheça ainda as principais alterações ao nível do trabalho suplementar, descansos compensatórios \(Lei 48-A 2014 de 31-07\), banco de horas, regimes de adaptabilidade, absentismo injustificado, indemnizações por despedimento, bem como as políticas ativas de emprego \(requisitos e benefícios\) na contratação de trabalhadores %u2013 empresas start-up. Ação de 14h com monitoria do Dr. Paulo Reis onde serão abordados estes e outros temas segundo as ultimas atualizações da Legislação laboral, Código Contributivo, OE2015.](#)

[Aproveitamos a oportunidade para comunicar outros cursos a realizar brevemente](#)



Estimado/a nunoasser,

Notamos que não abriu a newsletter da MinilTheBox por algum tempo. Adicionamos imensos novos gadgets, acessórios e equipamentos - dê uma olhada para ofertas exclusivas e ofertas especiais e ganhe promoção de USD \$10 na sua próxima compra de USD \$50 ou mais.

Use Este Código no Checkout: RE10B

Comece a Comprar Agora >

Cupom Válidos Até 30 de Março 2014

O EMAIL MARKETING

IMAGEM

PARTILHAR INFORMAÇÃO

DEMONSTRAR INTERESSE

PERSONALIZAÇÃO

**JÁ ALGUMA VEZ COMPROU NUM EMAIL NÃO
SOLICITADO?**

QUE FORNECEDORES?

MAILCHIMP

2.000 CONTACTOS GRATUITOS

PREÇO MAIS ELEVADO DEPOIS DOS
2.000 CONTACTOS

TEMPLATES SIMPLES

ACOMPANHAMENTO RESULTADOS
POR TELEMÓVEL

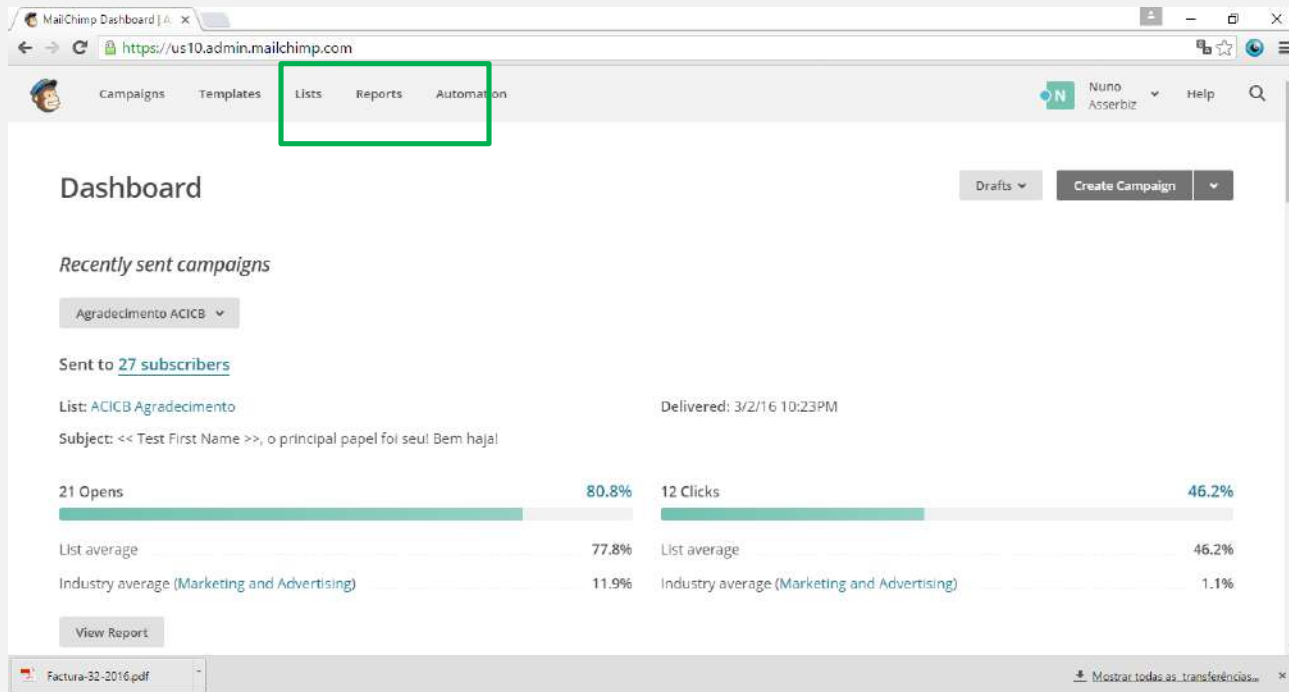
E-GOI

500 CONTACTOS GRATUITOS

POSSIBILIDADE AQUISIÇÃO PACOTES

EMPRESA PORTUGUESA, SUPORTE
EM PORTUGUÊS

O QUE PODEMOS TER





PARA QUÊ COMUNICAR BEM?
O QUE É QUE NOS TRAZ?

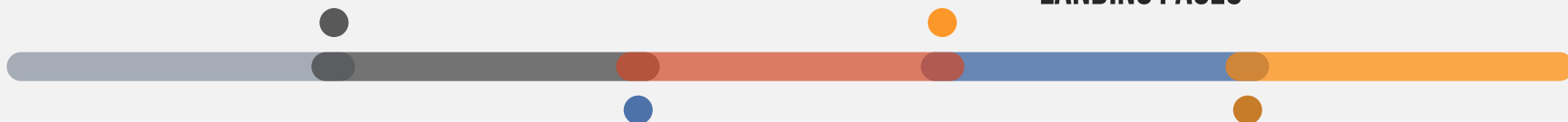
JÁ ATRAÍMOS...

CONVERSÃO

SMS MARKETING

CAMPANHAS
PATROCINADAS

LANDING PAGES



5 MOTIVOS PARA (AINDA) USAR A SMS

95% TAXA DE LEITURA (NÃO HÁ OUTRO CANAL COMO ESTE)

AÇÃO IMEDIATA, CONSUMO RÁPIDO

ÚNICO CANAL EM QUE PODEMOS CONTROLAR A HORA DE CHEGADA E DE VISUALIZAÇÃO (MOMENTOS, LEMBRETES)

NÃO DEPENDE DO TELEMÓVEL (TODOS SÃO COMPATÍVEIS)

PLANEAMENTO, GESTÃO E ENVIO RÁPIDOS, FÁCEIS E COM INVESTIMENTOS REDUZIDOS

MAS...

INTRUSIVO — DEVE SER USADO QUANDO JÁ EXISTE UMA LIGAÇÃO

USAR ESPORADICAMENTE — PARA NÃO DESVALORIZAR OU “DETESTAR”

CAMPANHAS PATROCINADAS

GOOGLE ADWORDS

FACEBOOK MARKETING

COMUNICAR COM O SEGMENTO PRETENDIDO

7 RAZÕES PARA USAR A PUBLICIDADE

RESULTADOS IMEDIATOS NA CAPTAÇÃO DE VISITANTES

SEGMENTAÇÃO POR PALAVRA-CHAVE E PÚBLICO-ALVO (GEOGRAFIA, IDADE, INTERESSES)

POSSIBILIDADE DE MEDIÇÃO E AFINAÇÃO

IMPULSIONA AÇÃO...E POTENCIAL COMPRA

IMPLEMENTAÇÃO RÁPIDA

INVESTIMENTO CONTROLADO

MULTI CANAIS DE ACORDO COM O TIPO DE CONTEÚDO

DIFERENÇAS ENTRE FACEBOOK E ADWORDS

FACEBOOK

SEGMENTAÇÃO FINA (INTERESSES,
GÉNERO, LOCALIZAÇÃO)

UTILIZAÇÃO DE MULTIMÉDIA

POTENCIAL CLIENTE VÊ CONTEÚDO
SEM PESQUISAR

ADWORDS

SEGMENTAÇÃO POR PALAVRAS
CHAVE PESQUISADAS

UTILIZAÇÃO DE ANÚNCIOS TEXTO E
BANNERS

POTENCIAL CLIENTE SÓ VÊ EMPRESA
QUANDO PESQUISA/SITES
RELACIONADOS

PONTOS FORTES E FRACOS

FACEBOOK

MAIOR ALCANCE

MAIOR DISPERSÃO

UTILIZAÇÃO DE ELEMENTOS

VISUAIS

ADWORDS

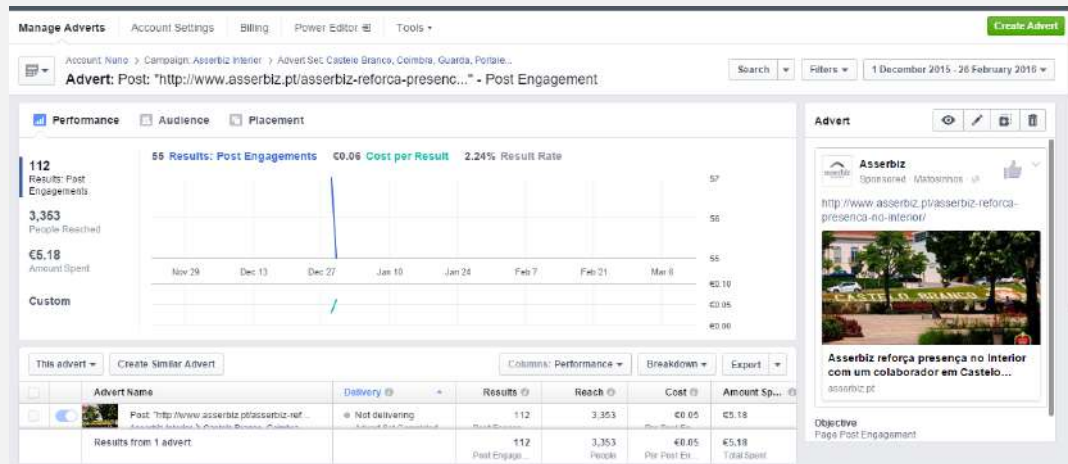
MENOR SEGMENTAÇÃO

IMPLICA AÇÃO/PESQUISA

MAIOR PRECISÃO

O QUE É UM INVESTIMENTO CONTROLADO?

QUE TAL 5€ PARA CHEGAR A MAIS DE 3.000 PESSOAS E TER 40 LIKES?



O QUE É A SEGMENTAÇÃO?



Size
100,000

Type
Saved Audience

Source
Location: Portugal: Castelo Branco (+40 km) Castelo Branco District; Coimbra (+40 km) Coimbra District; Guarda, Guarda (+40 km) Guarda District; Portalegre, Portalegre (+40 km) Portalegre District; Viseu (+40 km) Viseu District
Interests: Small business, Finance, Accounting, Financial services, Insurance, Startup company, Lawyer, Home Business, Small office/home office or tradutor
Age: 30–50
Language: Portuguese (Portugal)

[facebook.com/ads/manager/audiences/detail/?ids=6039484751](https://www.facebook.com/ads/manager/audiences/detail/?ids=6039484751)

E ENCAMINHA-SE PARA O SITE?

E ENCAMINHA-SE PARA O SITE?

NÃO,

ENCAMINHA-SE PARA

UMA LANDING PAGE

PORQUÊ?

PERSONALIZADA AO CONTEÚDO

FÁCIL DE NAVEGAR

PERMITE OBTER CONTACTO



Workshop GRATUITO - ESGOTADO!

“Como utilizar o marketing digital na minha empresa”

A ANJE – Associação Nacional de Jovens Empresários com apoio da Câmara Municipal de Gondomar irá realizar, no próximo dia 23 de Março de 2016, no Edifício GoldPark, um Workshop subordinado ao tema “Como utilizar o marketing digital na minha empresa”

“Não pergunta o que o marketing digital pode fazer por si, mas sim o que pode fazer com o marketing digital”.

Este Workshop terá como principal objectivo proporcionar aos participantes conhecimentos das ferramentas: Como ganhar novos clientes, atingir novos mercados, e avaliar a satisfação de Sites, Redes Sociais, E-mail Marketing e Publicidade.



Quando e onde irá acontecer

 Quarta-feira Edifício Goldpark	17.30 - 19.00
--	---------------

A IMPORTÂNCIA DE UMA LANDING PAGE

O UTILIZADOR NÃO SE “PERDE”

CONTROLAMOS A SUA EXPERIÊNCIA

SIMPLES, FÁCIL, PRÁTICA

FOCADA, DIRETA AO ASSUNTO

OTIMIZADA

PODEMOS SEGMENTAR CAMPANHAS

**CONVERSÃO... AGORA É VENDER!
E AGORA É CONSIGO!**



JÁ CRIÁMOS, ATRAÍMOS E CONVERTEMOS...
...E VENDEMOS!
A AGORA?

MEDIR, MEDIR, MEDIR!

MEDIR, MEDIR, MEDIR!

VISITANTES NO SITE

CONTACTOS NOVOS

OPORTUNIDADES

% CLIENTES SATISFEITOS

RECOMENDADORES

COMO FAZER UM ESTUDO DE SATISFAÇÃO?

PROGRAMAR UM INQUÉRITO, ENVIAR POR SMS OU EMAIL, ANALISAR AS RESPOSTAS

RELACIONAR SATISFAÇÃO COM CICLO DO CLIENTE

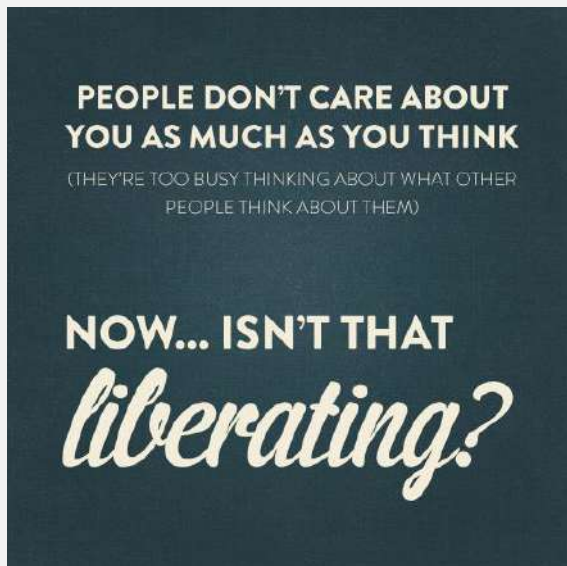
TRABALHAR SOBRE OS INSATISFEITOS



BÓNUS!

**REFORÇAR O QUE FALÁMOS E
FERRAMENTAS LOW COST DE MARKETING DIGITAL**

1 — NINGUÉM SE IMPORTA CONNOSCO



PARA O POTENCIAL CLIENTE, O PRINCIPAL
É...

ELE!

LEMBRA-SE DE COMO TRATA O
TELEMARKETING?

2 — ALTERAR A FORMA DE PENSAR



VANTAGENS PRIMEIRO

FOCAR NOS BENEFÍCIOS E RESULTADOS

“O QUE EU GANHO COM ISSO?!”

DAR PRIMEIRO (DEMOS, CONTEÚDO)

3 — “FIND A NICHE AND YOU GET RICH!”

TODOS, ALGUÉM...DEMASIADO VASTO!

TORNAR-SE O ESPECIALISTA, O “GURU”

PERMITE MAIS €€€

MAIS FÁCIL DE COMUNICAR



4 — FALAR A LINGUAGEM DOS RESULTADOS

RESPONDER ÀS QUESTÕES, ADOÇAR OS DESEJOS

LIDAR COM DOR, PROBLEMA OU PRAZER

APELAR ÀS EMOÇÕES

EVITAR RÓTULOS



5 — ENTREGAR A MENSAGEM

CRIAR UMA HISTÓRIA, SITUAÇÃO COM

DOR PROBLEMA OU PRAZER

CRIAR UM CENÁRIO DE RESOLUÇÃO

DESCREVER O CAMINHO E APRESENTAR A SOLUÇÃO

DECLARAR O QUE OFERECE E APELAR À AÇÃO



6 — CONSISTÊNCIA E DETALHE



PREFERIR MARKETING ATIVO AO PASSIVO

(ARTIGOS, NETWORK, WORKSHOP)

DIVERSIFICAÇÃO ESTRATÉGICA

(NÃO TER MUITOS CANAIS — POUCO TEMPO
MAS APOSTAR EM VÁRIOS)

ADEQUAÇÃO À PERSONALIDADE E MERCADO

7 – LANÇAR, MEDIR, AJUSTAR!



NÃO DEIXAR PARA DEPOIS

ÓTIMO INIMIGO DO BOM

USAR E ABUSAR DE MÉTRICAS

CORRIGIR E AJUSTAR

QUESTIONAR

FERRAMENTAS LOW COST DE MARKETING DIGITAL

EMAIL MKT — EGOI ATÉ 500 CONTACTOS — MAILCHIMP ATÉ 2.000 GRATUITO

INSTAPAGE — 35€/MÊS CRIAÇÃO DE LANDING PAGES (MICRO-SITES)

SMS — 35€ - 1.000 SMS

**SE TIVER APENAS 1.000€ PARA INVESTIR NOS
PRÓXIMOS 6 MESES, ONDE É QUE VAI COLOCAR AS
SUAS “FICHAS”?**



E MAIS UMA VEZ OBRIGADO!

NUNO.SELEIRO@ASSERBIZ.COM