

Crie seu plano de marketing on-line

aprenda

com o Google™

www.vendedorautonomo.com.br

Para administrar uma empresa bem-sucedida, é preciso ter visão e um plano. A mesma coisa é válida para promover essa empresa on-line. Use esta planilha como um guia para criar um plano de marketing on-line que ajudará sua empresa a crescer.

1 Visão

Escreva qual é sua visão de sucesso.

Minha empresa será:

2 Meta de marketing

O que você pretende alcançar promovendo sua empresa on-line? Você pode ter muitas metas de marketing, mas comece com a mais importante. Seja o mais específico possível.

Minha meta de marketing é:

Exemplo: inscrever 200 novos clientes locais para uma consulta gratuita até agosto.

3 Produto/serviço

Escolha o produto ou serviço que deseja promover para atingir sua meta de marketing. Pode ser seu produto mais vendido ou uma oferta que é popular com diferentes grupos de clientes.

Produto/serviço:

Agora, relacione dois ou três tipos de cliente que podem se interessar pelo produto ou serviço escolhido e os aspectos de sua oferta de que eles podem gostar.

1. gostam de minha oferta porque .
2. gostam de minha oferta porque .
3. gostam de minha oferta porque .

Exemplo para arranjos florais personalizados:

As pessoas ocupadas gostam de minha oferta porque as flores são uma opção rápida e fácil de presente.

Casais gostam de minha oferta porque os buquês são uma declaração de amor, um pedido de desculpas e todos os outros aspectos relacionados.

4 Estratégia de marketing

Atinja sua meta de marketing selecionando as melhores maneiras de comercializar seu produto ou serviço para as pessoas interessadas nele. Bons planos de marketing incluem diversas maneiras de alcançar clientes, mas, por enquanto, escolha uma que agregue o valor desejado e envolva tempo e recursos que você pode assumir.

Listagens locais

Objetivo: alcançar clientes em sua área e aumentar as vendas locais

Requisito: uma configuração única com atualizações semanais a mensais

Exemplo: mostre sua página do Google Places

Anúncios on-line

Objetivo: mostrar seus produtos e serviços às pessoas que estão procurando por eles

Requisito: configuração única, custo por clique e atualizações semanais

Exemplo: crie uma campanha publicitária para "arranjos florais personalizados" usando o Google AdWords

Pesquisa orgânica

Objetivo: melhorar a classificação de seu website para que ele apareça nas primeiras posições nos resultados de pesquisa

Requisito: alto nível de esforço inicial e atualizações conforme necessário

Exemplo: crie um site útil e rico em informações e desenvolva páginas que descrevam o conteúdo de modo claro e preciso

Rede social

Objetivo: criar uma comunidade de clientes

Requisito: uma configuração única com atualizações diárias ou por hora

Exemplo: crie uma página para sua empresa em sites populares de redes sociais

Sites de ofertas e descontos

Objetivo: aumentar negócios por meio de seu website ou loja física com incentivos e descontos de grupo

Requisito: configuração conforme necessário; baixo custo, porém pode afetar os lucros

Exemplo: ofereça 10% de desconto nas terças-feiras nos principais sites de descontos/ofertas

Sites de críticas

Objetivo: fazer com que os clientes classifiquem e recomendem seus produtos e serviços

Requisito: uma configuração única com atualizações mínimas

Exemplo: enviar e-mails para clientes pedindo que eles avaliem seu produto nos principais sites

Etapas de ação

Determine as etapas que devem ser seguidas para pôr em prática a estratégia de marketing escolhida.

Estratégia de marketing:

Etapa 1:

Etapa 2:

Etapa 3:

5 Como vender seu produto ou serviço

Independentemente da estratégia de marketing escolhida, é necessário vender seu produto ou serviço. Para descobrir qual é a melhor maneira de vender o produto para as pessoas interessadas nele, escreva um anúncio.

Use um dos tipos de cliente indicados acima e o motivo pelo qual eles gostam de sua oferta para escrever um anúncio atraente. Use estas três dicas como orientação:

1. evite jargões e fale sobre seu produto ou serviço usando a linguagem do cliente
2. pense nas necessidades e nos desejos do cliente e chame sua atenção para os títulos e o texto descritivo
3. informe aos clientes em potencial o que eles devem fazer em seguida com uma frase de chamariz direta como "Compre agora" ou "Inscreva-se"

Escreva seu anúncio

Título:

Texto descritivo:

Frase de chamariz:

6 Orçamento

Para atingir sua meta de negócios, você precisará calcular o tempo e o dinheiro que gastará em sua estratégia de marketing. Use as estimativas de tempo e custo das etapas de ação para completar a seguinte equação:

$$\text{R\$ } \boxed{} + \boxed{} \times \text{R\$ } \boxed{} = \text{R\$ } \boxed{}$$

Custos preliminares ou de configuração + Horas gastas com gerenciamento x Sua taxa por hora = Custo da estratégia de marketing

7 Acompanhe seus resultados

Sempre acompanhe seu progresso para garantir a obtenção dos resultados desejados. Existem maneiras diferentes de acompanhar seu sucesso, dependendo da estratégia de marketing escolhida.

Se você anunciar on-line com o Google **AdWords**, poderá usar recursos de relatório e o **Google Analytics** para acompanhar cliques e clientes. Para obter informações sobre o **Google Analytics**, acesse www.google.com.br/analytics.