

Como conquistar mais clientes na web

O GUIA DEFINITIVO PARA UMA PRESENÇA DIGITAL ASSERTIVA



Produzido por
NATHALY MARCONDES
ANALISTA DE MARKETING -
WEBBIZ

Produzido por
DANIELE VINCENZI
COORDENADORA SERVICE DESK -
WEBBIZ

Presença Digital

Muito se fala sobre presença digital nos dias de hoje, mas pouco se sabe sobre o que ela realmente significa. Se você pudesse definir presença digital, o que diria que ela é? Possuir perfis em plataformas de redes sociais? Ter seu próprio site? Produzir conteúdo de qualidade na internet? A verdade é que presença digital é tudo isso (e muito mais!). Te explico: presença digital nada mais é do que ESTAR PRESENTE NO AMBIENTE DIGITAL. Ou seja: mesmo que seu negócio não tivesse site, não possuísse perfis em redes sociais, nunca tivesse disparado nem um e-mail e nem utilizasse aplicativos para se comunicar com os clientes, somente a menção da sua empresa na publicação de qualquer consumidor, faria com que você estivesse presente no meio digital.

Então a presença digital não pode ser controlada? Depende. Justamente por essa imprevisibilidade é que se deve investir em presença digital própria. Vamos lá: ter clientes falando bem do seu negócio na internet é bom, não é? Ótimo! Mas como podemos garantir que esses clientes sempre vão se referir à marca de forma positiva? Bem... a resposta nesse caso é que não dá para garantir isso o tempo todo. No entanto, o que se pode (e deve!) fazer é garantir que sua presença digital seja marcada por mais menções positivas do que negativas. Como? Cuidando você mesmo da sua apresentação ao público na web!

A palavra é EXPERIÊNCIA

Quando o público busca por um produto ou marca na internet, nem sempre é só isso que ele espera encontrar. Vivemos em uma época onde gritar aos quatro ventos o quanto seu produto é melhor e mais barato que o dos concorrentes não convence o consumidor. O que ele quer é experimentar por si próprio e ter certeza que aquela empresa é a melhor opção para ele.

O segredo é distribuir amostras grátis? Sim e não. O que seus clientes esperam não é uma experimentação do produto em si, mas sim, uma experiência com sua marca que seja interessante ao ponto de não se esquecerem mais dela. É isso o que queremos ajudar você a desenvolver através deste e-book.

Presença Própria, Presença Paga e Presença Orgânica



Como falamos anteriormente, é possível estar presente na web de diferentes maneiras. O que as diferencia, normalmente, é onde e de que forma ocorrem. A presença digital pode ser dividida em três tipos:

1. **Presença Própria** - quando a própria empresa garante e gerencia seus conteúdos digitais.
2. **Presença Paga** - inserção de anúncios da marca em espaços pagos na web.
3. **Presença Orgânica** - conteúdo sobre a empresa gerado de forma gratuita.

Qual delas é a melhor? As 3 são fundamentais! Entenda mais sobre como garantir cada uma.

Presença Própria: obrigatória!



A presença própria é aquela construída e gerenciada pela própria empresa. Ou seja, ela pode ser CONTROLADA pela própria marca. Isso é interessante, porque aumenta as possibilidades de experiências positivas por parte dos usuários. Se é possível controlar como o negócio será apresentado na internet, também é possível prever com certa segurança quais serão os resultados obtidos através desta apresentação. Por isso, a presença própria é pré-requisito BÁSICO e OBRIGATÓRIO para qualquer empresa que busque conquistar mais clientes na web.

É possível garantir presença própria de formas muito simples, como:

- **criação do website próprio da marca;**
- canal de vídeo com conteúdo produzido pela marca;
- perfis oficiais da marca em redes sociais;
- etc.

Presença Paga: seus concorrentes, com certeza, garantem



Se você tem um negócio, possivelmente já fez algo para promovê-lo. Seja um anúncio no jornal local, panfletagem no semáforo, spot na rádio da cidade, entre outros. Na internet, a questão da promoção funciona da mesma forma: portais e plataformas com alto índice de tráfego do público "vendem" espaços para que anunciantes possam divulgar suas marcas e produtos. Esse tipo de presença também é importante pois, diferente da mídia tradicional, a internet possibilita que você escolha exatamente o tipo de pessoas que quer atingir com seus anúncios, garantindo um retorno mais positivo. A presença paga pode ser garantida através de:

- publicações patrocinadas em redes sociais;
- compra de palavras-chave em mecanismos de busca;
- exibição de anúncios em banners de portais;
- etc.

Presença Orgânica: aproveite!



Nem sempre é fácil garantir uma presença orgânica eficaz para sua marca na internet, mas ela é extremamente necessária. Oras: se existem meios de se apresentar na web sem pagar por isso, melhor aproveitar esta vantagem! O problema é que, às vezes, as empresas não compreendem o que é necessário para estar em evidência no meio digital sem envolver investimentos. Isso porque não é muito fácil conseguir a tal da presença orgânica. Não é fácil, porém, não é impossível. Com estratégias bem definidas, você pode aproveitar o melhor que a internet tem a oferecer em matéria de visibilidade, sem colocar sua verba para propaganda em risco.

Algumas ações que ajudam a ter uma melhor presença orgânica são:

- **site próprio da empresa/negócio com um bom trabalho de SEO;**
- produção de conteúdo relevante ao público que você pretende atingir;
- oferecer experiências interessantes ao seu público no contato com sua marca na internet.

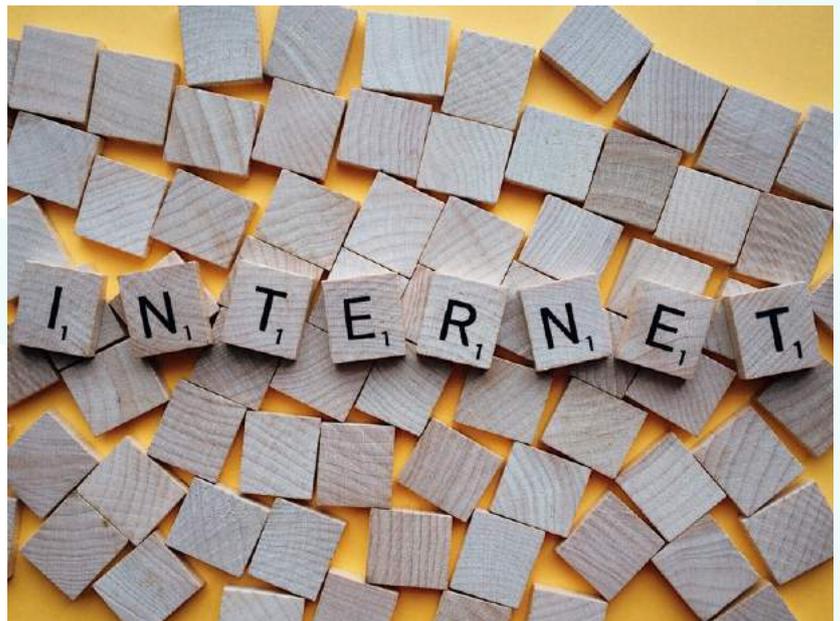
Sabendo de tudo isso...

Agora que ficou mais claro o que é presença digital, entender as técnicas para garantir uma apresentação consistente na internet vai ser o seu próximo passo para conquistar mais clientes online.

Antes de mais nada, é importante ter em mente que a presença própria é o seu ponto de partida. Não adianta investir em anúncios pagos na internet, nem esperar que sua empresa esteja em evidência gratuitamente, se você não tiver seu próprio ambiente online para receber seu público, seus possíveis consumidores.

Por isso, a princípio, vamos tratar da presença própria.

"É importante ter em mente que a presença própria é o seu ponto de partida."



SITE: casa própria X REDES SOCIAIS: casa alugada

Construir seu próprio site não é tão complicado assim e é a melhor opção para se apresentar na web



O que é melhor: ter uma casa própria, ou uma casa alugada? A resposta parece óbvia: a casa própria seria uma melhor opção. Mas a verdade é que, mais uma vez, tudo dependerá da situação. Em marketing digital, costumamos comparar o site das empresas como suas casas próprias, e os perfis em redes sociais como casas alugadas. A ligação entre eles é simples: no seu site próprio, você consegue um nível de personalização muito maior. Assim como na casa própria você pode pintar as paredes da cor que preferir e realizar qualquer reforma que desejar, no seu website é possível definir alguns elementos essenciais para padronizar a identidade visual da sua marca, como as cores utilizadas, imagens, textos, fontes, menus, etc.

Já na casa alugada, é necessário que o proprietário permita as mudanças que você deseja realizar no imóvel. Caso contrário, elas não poderão ser executadas. Da mesma forma, você não pode modificar a cor do fundo do seu perfil no Facebook, ou decidir qual fonte será utilizada nas suas publicações no Instagram. Você fica sujeito, até mesmo, a possíveis mudanças nas características e padrões dessas plataformas, bem como a instabilidades pelas quais elas possam passar. E se elas saírem do ar, você também sai.

O ponto aqui não é fazer você desistir dos perfis do seu negócio nas redes sociais. Eles também são muito importantes para atingir seu público! O problema é que não são suficientes: a melhor alternativa é mantê-los ativos juntamente com seu próprio site, e utilizá-los para aumentar o tráfego para o portal da sua empresa.

Resumindo...

Confira a lista do que é necessário para garantir bons resultados com presença própria



Para ter uma presença digital própria consistente, é necessário:

- 1. Ter seu próprio site** - Para isso, verifique a verba que você tem disponível para investir. Sites desenvolvidos por programadores têm um excelente resultado, mas costumam ser mais caros. Existem plataformas de construção de sites que oferecem ferramentas fáceis para criar seu próprio portal, com mensalidades acessíveis, como no caso da www.webbiz.com.br, garantindo um portal personalizado e incrível para receber seus clientes.
- 2. Ter perfis oficiais nas redes sociais certas** - Entenda onde está seu público. Você atua com moda ou design? Instagram e Pinterest parecem perfeitos para você. Sua empresa está no ramo de B2B? Talvez o LinkedIn seja uma boa opção. Compreenda quais as redes sociais preferidas dos seus consumidores e crie os perfis profissionais da sua marca nestas plataformas.
- 3. Integrar redes sociais e site** - Valorize seu site através das suas publicações nas redes sociais. Direcione seu público para que ele encontre você nas plataformas de social media e seja redirecionado ao seu próprio portal.
- 4. Produzir conteúdo de qualidade** - Incremente seu site com textos e vídeos profissionais, onde você possa falar sobre assuntos de interesse do seu público e referentes a sua marca. Esses conteúdos são ótimos para serem replicados nos seus perfis de redes sociais e têm potencial para gerar maior presença orgânica para sua empresa através de compartilhamentos dos seus fãs.

Invista sem errar!

A Presença Paga requer cuidados para que seja um verdadeiro investimento, e não um gasto supérfluo

"Investimento sem estratégia é só mais um gasto sem finalidade definida."

Investir em mídia paga na web é necessário. Mas investir sem estratégia é o mesmo que gastar dinheiro sem ter uma finalidade definida. É preciso saber ONDE você investe e PORQUE você investe.

Quando pensar em anunciar na web, procure identificar qual o tipo de público que você espera atingir. Isso pode te ajudar a escolher os melhores locais para veicular seus anúncios. Além disso, plataformas como as redes sociais e os sites de busca proporcionam uma ótima segmentação de público, ou seja, é possível configurar suas campanhas patrocinadas de forma que somente sejam veiculadas para pessoas com determinado perfil.

Saber onde você pretende chegar com seus investimentos também pode te ajudar a ter melhores resultados com eles. Isso porque fica mais claro para identificar se uma campanha está funcionando como o previsto, e corrigi-la a tempo se necessário, e também para escolher o conteúdo a ser divulgado.

Não se esqueça: conteúdo veiculado de forma paga também pode se tornar mídia orgânica! Se a capacidade de engajamento daquilo que você publicar for grande, o público se interessará por ele de forma espontânea, e passará a republicá-lo gratuitamente, aumentando seu alcance.

Crie experiências únicas em todos os tipos de presença!



Independente do local onde você apresenta sua marca, o mais importante é COMO você a apresenta!

"Seus consumidores esperam ser surpreendidos ao entrar em contato com sua marca. Então: surpreenda-os!"

Quem empreende sabe que qualquer mercado hoje em dia está saturado, com muitos concorrentes que não brincam em serviço! Por esse motivo, o consumidor já se sente cansado de marcas que só sabem falar de si mesmas e do quanto elas são melhores que as demais, que ficam apenas empurrando seus produtos para ele sem nem o conhecê-lo direito. Ele quer experiências agradáveis, menos propaganda e mais entretenimento.

É preciso mostrar aos seus clientes que você se importa com eles. Que você os conhece melhor do que ninguém e, justamente por isso, pode ajudá-los com seus produtos ou serviços. E como você pode fazer isso? Produzindo conteúdos que falem mais sobre assuntos que interessam seu consumidor e que, de forma leve e sutil, possam se relacionar à sua marca e fazê-lo conhecê-la.

Ter um canal de vídeo que aborde temas interessantes para seu público é um primeiro passo bem fácil de ser dado. Você ainda pode integrar os vídeos em seu site, aumentando a visibilidade deles. Nutrir sua base de clientes com conteúdos interessantes enviados via e-mail também é uma estratégia interessante, mas lembre-se de enviar o material somente a quem se inscreveu por vontade própria para recebê-lo.

Seus consumidores esperam ser surpreendidos ao entrar em contato com sua marca. Então: surpreenda-os!

Não se esqueça!



Tudo o que precisa estar na sua mente para conquistar mais clientes:

- 1. Mesmo que você não queira, você já está na web:** qualquer menção a sua empresa na internet já é suficiente para que você esteja no ambiente digital. Vale a pena investir para que sua apresentação ao público que navega pela web seja a melhor possível.
- 2. O primeiro passo para garantir presença digital própria é ter um website** – outras estratégias de presença digital não fazem sentido caso você não tenha seu próprio espaço na internet para receber seu público.
- 3. Vá onde seu público está** – crie perfis oficiais do seu negócio em plataformas de redes sociais que possuam maior tráfego de consumidores alinhados ao perfil que você quer conquistar.
- 4. Investir bem é investir certo** – antes de anunciar na internet, trace uma estratégia certa sobre ONDE anunciar e PORQUE anunciar.
- 5. Pense além da simples propaganda** – lembre-se de que seus consumidores não procuram por mais propagandas que empurrem produtos a eles, mas sim, por experiências agradáveis e marcantes com sua marca.

Comece pelo começo...



Construa agora mesmo seu próprio site para garantir uma presença digital própria de qualidade

Você ainda não tem um website para o seu negócio, mas gostaria de começar a atrair mais clientes pela internet? Não tem problema... Já diziam nossos avós que é necessário começar pelo começo. Então, mãos à obra! Acesse www.webbiz.com.br para conhecer nossa plataforma e começar a construir seu próprio site sem complicações. E se surgir alguma dúvida, é bem fácil: entre em contato com nossa equipe de suporte especializado ao cliente pelo **0800-202-5500**.

O mais importante é dar o primeiro passo. O resto do caminho você conquistará em breve!