

**DICAS FANTÁSTICAS
DE MARKETING PARA
MICRO E PEQUENAS
EMPRESAS**



SUMÁRIO

>> <i>Introdução</i>	3
>> <i>Como o marketing pode alavancar as vendas da sua empresa</i>	6
>> <i>Dicas campeãs de marketing para seu negócio</i>	9
>> <i>Não perca a conta!</i>	18
>> <i>Conclusão</i>	21
>> <i>Sobre a We Do Logos</i>	24

INTRODUÇÃO



Um das frases mais fáceis de se ouvir, hoje em dia, em qualquer contexto de conversa, é aquela que soa como "o mundo está mudando cada vez mais rapidamente". E é realmente essa a impressão que a gente tem, não é mesmo? Tudo hoje é bem diferente de quando éramos crianças – e também é assustadoramente diferente

de uma década atrás, cinco, dois anos atrás, semana passada!

Tudo muda em uma velocidade espantosa, e o mercado não fica atrás. Cada vez mais exigente e povoado de novos conceitos e boas ideias, o mundo dos negócios tem lugar para

todos, com alguns poucos e simples requisitos fundamentais: vontade de empreender, capacidade de planejamento, adaptabilidade e ímpeto criativo e inovador. É amparada nesses pilares que sua micro ou pequena empresa precisa trabalhar, lado a lado com eficientes estratégias de marketing que fazem as vendas crescerem, sua marca valorizar e o engajamento do público aumentar.

Aliás, conforme você vai descobrir, é impossível dissociar o marketing dos conceitos de empreendimento, planejamento, inovação e adaptabilidade - todos são, praticamente, sinônimos de marketing. Neste mini e-book você

encontrará, então, **dicas fantásticas** e muito úteis para dar aquele impulso em sua micro e pequena empresa - e, claro, que venham todas as mudanças!

COMO O MARKETING PODE ALAVANCAR AS VENDAS DA SUA EMPRESA



Marketing é um conceito bastante plural, que envolve uma infinidade de sub-conceitos e estratégias - e, se utilizado de maneira eficiente, pode ser o grande responsável por aumentar suas vendas, a lucratividade e o reconhecimento de sua marca.

Isso se dá, principalmente e basicamente, por meio do planejamento de gastos, da divulgação dos produtos e serviços oferecidos pela sua empresa nos diversos meios e pelo reforço dos valores positivos que cercam o universo de seu negócio. Na prática, isso significa que a sua empresa passará a ser reconhecida como

autoridade - ou, muito melhor, sinônimo - do produto ou serviço que é comercializado.

Temos ótimos exemplos de empresas que se tornaram referência em suas áreas, como a Endeavor no campo do empreendedorismo e a Apple em tecnologia. Esse reconhecimento, aliado a ações estrategicamente planejadas de divulgação, trazem aumento de receita e lucratividade. É um ciclo!

Além disso, uma empresa que possui uma **estratégia sólida** de marketing consegue lidar de maneira bastante efetiva com crises, sejam elas de cunho econômico-global ou de imagem,

e sobreviver a todas elas com poucas baixas. Isso ocorre porque a marca é forte, a base de consumidores é sólida e fiel e os investimentos estão bem equilibrados com os ganhos. Com marketing bem feito, não há crise que derrube seu negócio!

DICAS CAMPEÃS DE MARKETING PARA SEU NEGÓCIO



Com tantos benefícios que as estratégias de marketing bem executadas podem trazer para sua empresa, sem dúvida deve ter pairado no ar aquela pergunta: como fazer tudo isso? Claro, o mundo do marketing é extremamente complexo, envolve muitos campos de conhecimento (tanto de humanas quanto de exatas, por exemplo) e está

em constante mudança, necessitando sempre de atualização. Mas existem fatores essenciais e não tão complexos que, se observados, trazem ótimos resultados.

Nesse sentido, trouxemos algumas dicas e orientações sobre conceitos e estratégias

básicas de marketing que são fundamentais para os micro e pequenos empreendedores se destacarem no denso caldo que é o mercado hoje.

Tenha um sólido planejamento

O plano de marketing é, de longe, o elemento mais importante que você, empresário, deve considerar antes de qualquer outra coisa. É por meio dele que todas as outras ações serão norteadas, tomarão forma e serão executadas, e é nele que serão feitos todos os registros do que se pretende fazer, do que está sendo feito, do que já foi feito e dos resultados conjuntos de todas

as ações. Tudo isso será "desenhado" em cima de um determinado cenário, que será também analisado nesse planejamento.

Por isso, tire um tempo para pensar e escrever cada um dos seguintes tópicos - isso deve ser feito em companhia dos sócios da empresa.

Conheça o ambiente de marketing

Analise e considere fatores como a situação do segmento de mercado onde sua empresa atua, a capacidade de crescimento, a legislação pertinente, além de seus pontos fortes e fracos. Você provavelmente já pensou em tudo isso na hora de conceber o negócio, mas é importante ter essas informações bem esmiuçadas.

Conheça seus clientes

Básico: defina quem são seus consumidores e saiba tudo sobre eles, quais seus anseios e necessidades que podem se tornar verdadeiras demandas de mercado. Mas atenção! Alguns públicos são um pouco mais complexos de

se trabalhar. Se sua empresa vende produtos alimentícios para crianças, por exemplo, as ações de marketing têm de visar também os pais, que são as pessoas que efetivamente compram e pagam pelo produto.

Conheça seus concorrentes

Saiba quem é cada um dos outros "players" (concorrentes) do seu segmento: o que fazem, o que vendem, no que ganham e no que perdem. Importantíssimo para "calibrar" suas atividades com o mercado e entender como o segmento se comporta de uma forma geral. A pesquisa desses players pode ser feita pela internet, avaliando concorrentes - seus sites, redes sociais - além

de entrar em contato por todas as alternativas (e-mail, telefone, chat) que eles têm disponíveis para ver como se comportam e como é a forma de atendimento.

Desenhar estratégias e ações

Hora do que realmente interessa: o que fazer? Com base no que se pretende (fazer com que o cliente consuma com mais frequência ou aumentar o número de consumidores?) e nas informações dos itens anteriores, você decidirá se anunciará no jornal, fará uma promoção ou divulgará nas redes sociais, dentre outras opções que variam de negócio para negócio.

Monte um cronograma e registre todos os resultados

Estabeleça datas-limite para a elaboração, implantação, início e fim de todas as ações - e, principalmente, colha todos os dados possíveis sobre elas, tabulando tudo. Utilize ferramentas como o Google Drive para ajudar na organização e compartilhamento de arquivos, MindMeister para auxílio na visualização e criação de um plano, ZeroPaper para gerir a parte financeira da empresa e Negocioteca para que você tenha um relatório gratuito e básico de Marketing.

Esses dados serão de extrema importância para a tomada de decisões no futuro, ajudando inclusive a determinar o rumo das campanhas e

a vida útil de produtos.

Sua empresa precisa estar na internet!

Com a explosão de popularidade verificada na última década, a internet se transformou em terreno fértil para as estratégias de marketing, principalmente na forma de marketing digital. Todos estão na internet hoje - então sua empresa também precisa estar!

Possuir um endereço digital e um site, hoje, é imprescindível para qualquer empresa - principalmente as micro e pequenas, uma vez que necessitam de canais baratos e que atinjam

uma grande parcela do público consumidor. Dessa forma, o site da empresa já não é mais somente um "folder" ou "cartão virtual", com descrição, fotos, endereço e contato, e sim uma rica plataforma de relacionamento com o público e difusão de conteúdo especializado - item que colabora, e muito, para o reconhecimento e fortalecimento da marca.

Além disso, é necessário também pensar em estratégias sólidas para as redes sociais,

como Facebook, Twitter, Pinterest, Youtube, dentre outras. Se existe uma resposta para a pergunta “onde, na internet, estão as pessoas?”, certamente é: nas redes sociais. Todos estão ali, se relacionando, opinando, e principalmente, compartilhando e avaliando conteúdo - e o seu produto está incluso nessa dinâmica. Quer coisa melhor do que um depoimento positivo sobre seu produto, que atinja milhões de pessoas, de forma gratuita?

Outro ponto forte do uso da internet como plataforma de marketing é sua alta capacidade de mensuração. Se sua empresa possui um e-commerce, esse é um dos grandes trunfos:

você sabe exatamente por onde o usuário navegou, quais produtos olhou e onde clicou. São dados importantíssimos para decidir, por exemplo, que produtos deixar em destaque na página inicial. Você também tem com precisão o número de pessoas que visitaram o seu site e todas as páginas individuais dentro dele, a localização de cada uma delas e quais palavras-chave ela utilizou nas ferramentas de busca (como o Google, por exemplo) para chegar até as páginas do seu site. Informações que valem ouro!

Branding: Sua marca mais forte!

Antes de falarmos sobre branding, é necessário definirmos outro conceito básico e importante: a marca. Marca é tudo aquilo que representa uma empresa e que pode ser traduzida por um dos sentidos básicos: visão, olfato, paladar, tato e audição. Logos, frases, grafismos, cores, cheiros, sabores; tudo isso faz parte da marca. Em suma, ela precisa ter em si todos os valores que a empresa possui e transmitir esse conceito para todos os seus consumidores, na forma de sensações e emoções.

O branding, então, é um processo que envolve

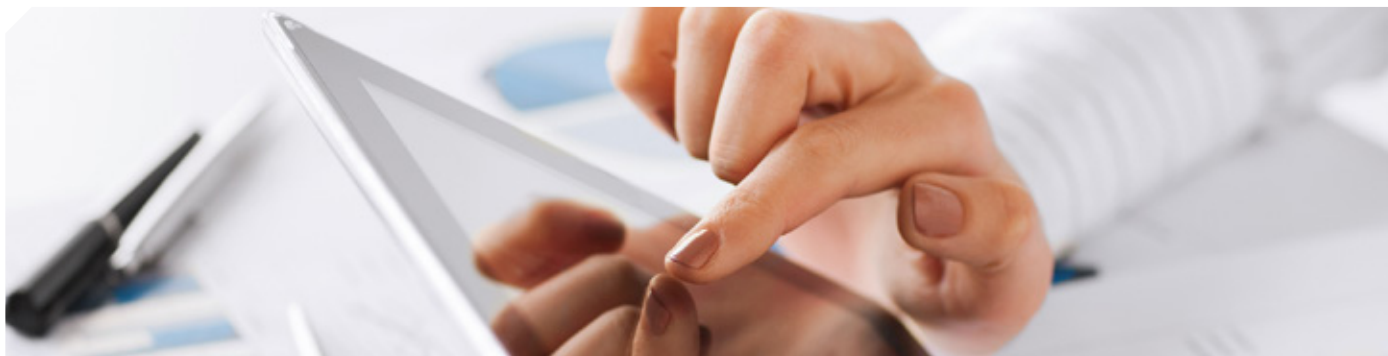
diversas estratégias de marketing, comunicação e posicionamento, com o objetivo de criar uma nova marca ou manter (ou reforçar) no mercado uma marca já existente. Por meio do branding, ela mantém ou muda seu posicionamento perante o consumidor e o mercado, levando em consideração seus valores, sensações e emoções que se deseja transmitir.

Um processo de branding, então, é muito importante para que a marca de sua micro ou pequena empresa tenha força e transmita de forma positiva todos os valores e conceitos nela

impressos. Isso fará com que o consumidor confie em seu produto, consuma com frequência e passe a recomendá-lo sempre!

NÃO PERCA A CONTA!

4 NÃO PERCA A CONTA!



Um dos fenômenos mais comuns em marketing é a apropriação de termos, conceitos e técnicas de outras áreas - e o ROI é um desses casos, vindo diretamente do mundo das finanças. A sigla, em inglês, significa "return over investments", que quer dizer "retorno sobre investimentos". É exatamente o que parece ser: o rendimento obtido a partir de

uma dada quantidade de recursos investidos - uma ferramenta primordial para saber com alto grau de precisão se suas ações estão ou não tendo sucesso. O ROI é amplamente utilizado em campanhas de comunicação e marketing na internet, em especial as de links patrocinados, por serem ações cuja natureza permite mensuração

quase total de seus resultados.

Fazer esse tipo de cálculo é importante para que você não se perca nas contas, investindo mais que deveria em ações que não estão trazendo tantos benefícios assim. Em marketing, cada centavo destinado a ele é precioso, e desperdícios não são perdoados pelo mercado. Ou seja: você deve continuar investindo naquilo que traz bom retorno e diminuir ou cortar os recursos daquilo que não está trazendo resultado.

Além disso, o cálculo do ROI ajuda a definir qual o impacto das ações de marketing nas finanças gerais da empresa, permitindo uma visão global

de todo o processo e uma melhor tomada de decisões, e também a adoção de metas mais compatíveis com a realidade de mercado.

CONCLUSÃO

5 CONCLUSÃO



Neste mini e-book apresentamos muitas ideias e conceitos, todas diferentes entre si, com objetivos e naturezas bastante distintas - mas todas elas fazem parte da mesma rede de informações, totalmente integrada, que chamamos de plano de marketing. Toda essa massa de dados está interligada, relacionando as necessidades do

consumidor com os objetivos de lucratividade e crescimento de sua micro ou pequena empresa.

Falamos, no início deste e-book, sobre as grandes mudanças que vêm acontecendo, tanto na sociedade quanto no mercado - entidades absolutamente interligadas -, e sobre

a capacidade das empresas em se adaptarem a essas mudanças. Depois de colocadas aqui todas as dicas e orientações de marketing para micro e pequenas empresas, concluímos que o principal fator que contribui para essa adaptabilidade é o conhecimento. Confirmamos essa afirmação fazendo uma simples e rápida recapitulação: conheça seu produto, seu mercado, seu público, saiba onde ele está e o que que quer, saiba quanto e onde você investe, quanto ganha e quanto perde, saiba onde é melhor investir. **Saiba, conheça tudo.**

Sem dúvida, tudo o que foi pontuado aqui será de grande utilidade para você, micro ou

pequeno empreendedor. Ah, e não restrinja seus conhecimentos: estude muito sobre todos os assuntos aqui abordados e esteja sempre aberto a novas informações. Devemos nos capacitar cada vez mais, principalmente quando tratamos da entidade mais sensível a mudanças de nossa realidade: o mercado.

SOBRE A WE DO LOGOS



A We Do Logos é empresa pioneira na concorrência criativa no Brasil, já se posicionando como a maior da América Latina no segmento. A ideia é bastante simples: empresas se cadastram e divulgam as características de determinado projeto e uma base de designers cadastrados apresentam propostas. Vence aquela escolhida

pela empresa.

Formato consagrado em grandes mercados, como EUA e Europa, o Design Contest System (Sistema de Concorrência Criativa, em tradução livre) serve como ponte entre milhares de artistas e designers que buscam divulgar seu

trabalho e outros milhares de empreendedores que necessitam de soluções visuais para seus negócios, definindo preço e prazos e acompanhando todas as etapas do trabalho.

Se interessou pela nossa proposta de trabalho? Então [entre em contato](#) com a gente!

WeDoLogos

wedologos.com.br

0800 8871 571