

VOCÊ AINDA NÃO USA MARKETING DIGITAL COMO ESTRATÉGIA PARA A SUA EMPRESA?

Emanuel Ferreira, Especialista em marketing digital, professor e consultor da Agência Mais Resultado.

Se o marketing digital já era uma arma poderosa no planejamento de comunicação das empresas antes do isolamento social, agora ele se faz totalmente necessário. Na era da internet, as possibilidades de comunicação ganharam novos rumos: livre circulação de informações, instantaneidade de mensagens, conferências e maior interação entre público e corporações são apenas alguns exemplos das capacidades proporcionadas pela revolução tecnológica.

As ferramentas do marketing digital só reforçaram essas tendências de relacionamento com o cliente.

A partir de aplicativos inteligentes (automação), as instituições puderam medir melhor as variáveis mais importantes (métricas) para as tomadas de decisão. Isto reduziu os custos dos negócios e aumentou o alcance das campanhas, pois ficou muito mais fácil segmentar o público, direcionando as ações publicitárias para os mais interessados no consumo de determinados produtos e serviços.

No geral, as grandes empresas foram as primeiras a perceber



Foto: Emanuel Ferreira

esse movimento e logo adotaram o marketing digital em seus planejamentos de comunicação. Com as medidas de isolamento social, foram justamente os micros e pequenos empresários que sentiram de forma muito mais intensa o impacto econômico provocado pelo novo Coronavírus. Neste novo cenário, alguns começaram a entender que reorganizar seus métodos produtivos era a solução para minimizar os prejuízos e evitar a falência. E esta reorganização necessariamente passou pela implementação do marketing digital em suas rotinas.

Através do marketing digital, as pequenas empresas conseguiram se manter firmes no mercado, porque diversificaram a forma como oferecem seus produtos e serviços. Além de reduzir custos com pessoal e, sobretudo, com recursos materiais, elas ganharam em publicidade espontânea, o famoso “boca a boca”, que em meio virtual pode ganhar um alcance astronômico, caso seu negócio atenda bem ao público, por conta das redes sociais.

E não é só a organicidade (isto é, o público espontâneo) que propor-

ciona economia para as empresas. As campanhas de marketing digital podem também utilizar anúncios pagos como ferramenta para impulsionar os negócios. Com a diferença de que o aporte de capital não precisa ser tão grande quanto o é nas mídias tradicionais. A partir de R\$50, por exemplo, uma empresa pode anunciar e ter um retorno de mais de 100 vezes o valor do investimento.

Como toda adaptação é difícil e precisa de apoio, o CRCRJ e o Sindicato de Bares e Restaurantes do Rio de Janeiro (SindRIO), para apoiar os micro e pequenos, elegeram a Mais Resultado, especialista em marketing digital, como a agência preparada para ajudar esta categoria de empresários nesse momento de crise.

Não adianta um negócio adaptar seu processo produtivo sem o know-how necessário para a implementação de novos métodos. Por isso, acreditamos que o marketing digital pode, efetivamente, mudar o rumo da empresa no contexto atual.