

GUIA COMPLETO

# COMO DIVULGAR O MEU NEGÓCIO



<a href="#"><u>Introdução</u></a>	3
<hr/>	
<a href="#"><u>Marketing é mesmo necessário?</u></a>	5
<hr/>	
<a href="#"><u>Como elaborar um plano de marketing</u></a>	7
<hr/>	
<a href="#"><u>Como divulgar o meu negócio na internet</u></a>	12
<hr/>	
<a href="#"><u>Conclusão</u></a>	23
<hr/>	
<a href="#"><u>Sobre o E-goj</u></a>	26

---

# Introdução

Para que o seu negócio seja notado e esteja cada vez mais próximo dos seus consumidores, é preciso promovê-lo. Perante isso, surge um problema ao qual precisa dar resposta: “Como divulgar a minha empresa?”





O marketing digital oferece as ferramentas necessárias para que uma empresa possa atrair público, solidificar relações e mostrar ao mercado quais as suas vantagens competitivas. Não existe uma fórmula mágica que todos devem seguir para atingir o sucesso, por isso, é preciso muito trabalho e foco nas metas estabelecidas pelos gestores e as suas equipas.

Para saber mais sobre isso, este guia completo mostrará quais são os benefícios de incluir as ferramentas de marketing digital nas suas estratégias, as funções de algumas delas e como é que essas ferramentas podem ajudar na divulgação do seu negócio.

**Continue connosco e boa leitura!**

---

# Marketing é mesmo necessário?

A resposta é sim! Neste tópico, vai descobrir porque o marketing é a resposta mais eficaz para promover os seus produtos e serviços.



## PLANEAMENTO

Qualquer empresa precisa de um planeamento estratégico com a finalidade de poder ter um olhar mais amplo sobre o seu negócio.

O empreendedor começa a estudar sobre o nicho que deseja conquistar e as metas que devem ser estabelecidas para sobreviver e prosperar e também quais os [elementos visuais](#) que vão definir a sua marca e que melhor traduzem a visão e missão da empresa.

## CANAIS

Se compararmos os dados das [redes sociais mais usadas](#) no mundo, verificamos que superámos a faixa de 4 mil milhões de utilizadores ligados através dos seus smartphones, tablets ou computadores. Não se pode negar essa realidade, nem tão pouco deixar de pensar estrategicamente a partir da leitura destes números.

Então, respondendo à pergunta do início do tópico, o marketing é realmente necessário e a sua empresa só tem a ganhar ao fazer uso dos seus canais.

---

# Como elaborar um plano de marketing?

A elaboração de um plano de marketing tem como objetivo destacar a sua marca e os seus produtos e serviços para atender às necessidades do seu público.

Neste tópico vai conhecer as 5 etapas do desenvolvimento de um plano de marketing.

## PESQUISA DE MERCADO

A pesquisa pode ser feita online, em sites como Sua pesquisa, BizStats ou SurveyMonkey, ou através de um serviço terceirizado. E, basicamente, **divide-se em dois tipos: primária e secundária**.



A **primária** é feita através de entrevistas, questionários e consultas específicas a um determinado público. As perguntas variam de acordo com as especificações em relação a um produto, no que se refere à sua embalagem, [design](#), escolha de cores, ou no que diz respeito ao serviço, como é o caso do atendimento e se existe qualidade nos seus processos, entre outros aspectos.

Já a **secundária** são aquelas que ficam disponíveis na internet e que foram feitas por empresas especializadas, como a Marktest, transmitindo dados que, com o tempo, serão atualizados, conforme uma nova recolha de dados. Servem para o empreendedor perceber quais os locais mais propícios à [venda](#).



## ANÁLISE DE DADOS

Existe uma análise que é focada nas principais atividades de 4 grandes grupos: preço, distribuição, promoção e produto, a que vulgarmente se chama os 4Ps do Marketing ou [Marketing Mix](#).

Outro tipo de análise que também merece destaque é a [análise SWOT](#), ou FOFA, que trabalha para identificar ou prevenir as iniciais dessa sigla: forças, oportunidades, fraquezas e ameaças.

## ESTRATÉGIAS DE MARKETING

Muitas empresas são facilmente confundidas no mercado justamente por usarem a mesma abordagem e o mesmo posicionamento, dentro ou fora de um ambiente online.

Tendo isso em consideração, a sua empresa precisa mostrar quais as suas vantagens competitivas no mercado. Pode focar-se em alguns aspectos como: bom suporte ao cliente, qualidade na entrega de produtos ou melhor forma de resolução de problemas online.

## PLANO DE AÇÃO

Neste ponto, é essencial **trabalhar com métricas**.

Elas farão com esteja mais comprometido com a análise de resultados para estudar posteriormente os melhores horários, ocasiões e demais oportunidades em que a sua marca possa estar presente, fazendo toda a diferença na vida daqueles que querem o produto ou serviço que foi feito a pensar neles.





## ORÇAMENTO

É tudo uma questão de investimento e nem sempre o empreendedor tem disponível uma grande quantia de dinheiro para adquirir aquilo que deseja. Delimitar um orçamento é essencial na vida do profissional que pergunta “como divulgar a minha empresa com baixo custo?”. As crises acontecem e mais vale prevenir quando se trata do seu próprio negócio.

Por isso, faça também um [planeamento de custos](#) para as atividades de marketing e restantes ações que ajudarão a divulgar sua marca e fortalecer a sua presença online.

---

# Como divulgar o meu negócio na Internet?

São vários os recursos disponíveis para divulgar a sua marca e fortalecer a sua presença em ambientes online. Vamos conhecer alguns deles?



## FACEBOOK

Disponível na internet desde 2004, o site criado por Mark Zuckerberg é uma unanimidade e com o passar dos anos mostra novas atualizações que beneficiam tanto os utilizadores que desejam comunicar com a sua rede de amigos, como as empresas que querem promover os seus negócios através do [Facebook Ads](#).



O Facebook conta também com um [Marketplace](#), que ajuda na divulgação de produtos de diversas categorias daqueles utilizadores que desejam realizar trocas ou vendas.

Além disso, ele conta também com a possibilidade do cliente entrar em contacto com a sua empresa através do Messenger, a sua ferramenta de chat e uma ótima oportunidade para criar um vínculo e investir em [mensagens personalizadas](#).

## YOUTUBE

Voltada exclusivamente para o vídeo, esta empresa, que pertence ao Google, conquistou a liderança da sua categoria e possibilitou que muitas empresas divulgassem conteúdos relacionados com assuntos do seu nicho com a possibilidade de serem monetizados pela sua originalidade. Ao contrário das outras redes, não requer uma conta para o utilizador aceder às mais variadas opções de conteúdo.



## TWITTER

Feito para promover frases objetivas em 280 caracteres, o Twitter não já não é tão popular como foi em 2009, nem tem a mesma quantidade de utilizadores que as empresas de redes sociais das quais o Facebook é dono. No entanto, ainda é muito usado para divulgar opiniões e interagir sobre os assuntos do momento através de hashtags.



## INSTAGRAM

O [Instagram](#) possibilita a divulgação de fotos, vídeos e outros conteúdos visuais. Depois do Facebook comprar a empresa em 2012, o Instagram tem vindo a trazer muitas novidades na plataforma.



O [IGTV](#), por exemplo, permite o upload de pequenos filmes de até uma hora, e no Stories, pode fazer posts que duram até 15 segundos.

Com esta rede social é possível fazer campanhas profissionais e usar a sua [ferramenta de analytics](#) para análise de resultados da sua performance online. Já para não falar da oportunidade de se tornar um [digital influencer](#) e aumentar o número de seguidores.

## GOOGLE

Apesar das redes sociais serem ferramentas que ajudam na aproximação aos clientes, o Google ainda é a principal opção em relação à pesquisa por referências e informações mais aprofundadas. “Como divulgar a minha empresa”, “De que maneira escolher o melhor canal de marketing” e “Formas oportunas de engagement” são algumas das perguntas realizadas nessas pesquisas.

Para ter um lugar de destaque nas pesquisas, o empreendedor conta com a ajuda do [Google Ads](#). Com esta ferramenta a sua empresa pode otimizar campanhas, monitorar resultados e estabelecer um limite de gastos. Também está disponível a opção de fazer anúncios no [Google Shopping](#).







## MARKETING DE CONTEÚDO

Esta metodologia consiste em quatro pilares: atrair, ao oferecer conteúdo relevante, converter, ao aproximar o utilizador do seu negócio para transformá-lo numa [lead](#), vender, ao ajudar na sua decisão de compra, e encantar, que é quando a empresa mantém o contacto para estabelecer uma relação duradoura com o objetivo de [fidelizar os clientes](#).

Descubra a seguir quais são os benefícios desta estratégia no momento de saber “como divulgar a minha empresa”.



## AUMENTA O ENGAGEMENT

Com a criação de conteúdo de qualidade e a sua distribuição em ambientes online, a sua marca vai ganhando reconhecimento e tornando-se referência no segmento. Isso promove a interação e a possibilidade das pessoas dialogarem sobre um determinado assunto na sua página, ajudando a construir de uma rede de contactos e educando o mercado.

## MAIS VENDAS

Através de fluxos de nutrição, vai permitir que a lead tenha consciência das suas necessidades e ajuda nas resoluções dos seus problemas. Com o aumento do seu engagement e a consistência que a sua marca ganhou, torna-se mais fácil ter confiança dos clientes para optarem pela sua empresa sempre que quiserem comprar os seus produtos ou serviços.



## CONSISTÊNCIA DA MARCA

Ao educar o mercado, também consegue promover os seus produtos e serviços. As pessoas sentem-se mais à vontade para comprar produtos ou serviços de marcas que transmitem confiança e têm um bom posicionamento. Uma forma estratégica para aumentar as vendas é procurar manter essa reputação positiva na internet.



## BLOG CORPORATIVO

Com tantas ferramentas, canais e estratégias, o empreendedor pode ficar perdido ao responder com consistência à pergunta “como divulgar a minha empresa?”. No entanto, existe um local onde pode disponibilizar conteúdos, e divulgá-los nas suas redes sociais: trata-se do [blog corporativo](#).



Pode aumentar o tráfego ao seu blog e obter uma posição privilegiada em sites de pesquisas, usando [técnicas de SEO](#). Por outro lado, trabalhar na criação de [personas](#), ajudará a direcionar melhor os seus textos.

Ao criar um blog, não se esqueça de optar por um design responsivo, devido ao grande número de pessoas usam dispositivos móveis, e escolha uma boa plataforma. Se já tiver um site para a empresa integre o seu blog, pois isso vai ajudar a aumentar o tráfego do seu blog e vice-versa.

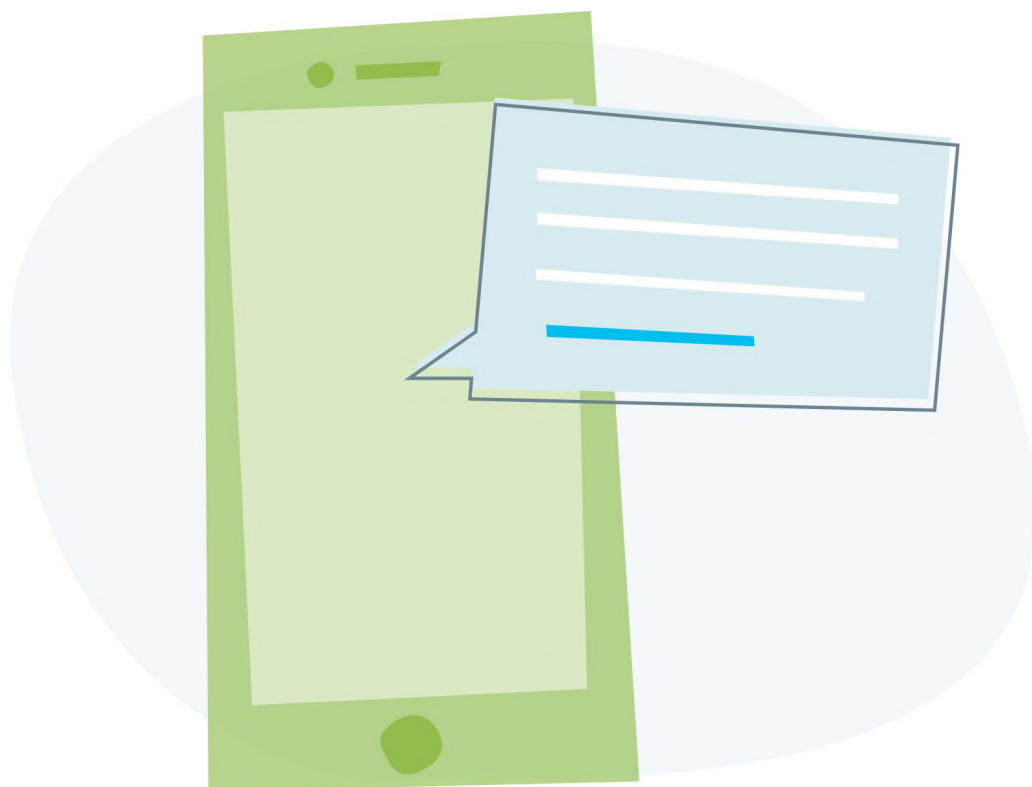
## EMAIL MARKETING

Para obter notoriedade é preciso estar nos meus suportes que o seu público e a cada estratégia de marketing deve trabalhar para enriquecer a sua presença online.

No entanto, no e-mail, é tudo baseado na permissão: conquista o endereço dos seus clientes, cria um mailing e a partir dessa etapa os conteúdos de qualidade serão distribuídos.

Com o [e-mail marketing](#) pode oferecer conteúdos ainda mais aprofundados, como e-books e newsletters, e ter um contacto mais profissional com o seu cliente. Existem empresas que compram listas de e-mail, mas isso é errado, porque vai aumentar imenso a probabilidade de ser marcado como [spam](#).





## SMS MARKETING

Imagine que que vai realizar um evento e que precisa comunicá-lo em massa?

O [SMS marketing](#) pode ser usado com essa finalidade mas campanhas de relacionamento como o aniversário dos clientes ou ações promocionais em datas comemorativas com a Black Friday ou o Natal.

## NOTIFICAÇÕES PUSH

Como o smartphone se tornou um grande aliado nas multitarefas do dia-a-dia, é normal que os utilizadores tenham o hábito olhar instantaneamente para as notificações que recebem, por exemplo, sobre interações nas suas redes sociais ou promoções de um site de compras que apresenta uma validade limitada. Por isso, as [notificações push](#) são um canal que pode usar para divulgar a sua empresa.



---

# Conclusão

Como certamente pôde perceber ao longo deste e-book, são muitos os canais e estratégias para promover o seu negócio, estabelecer contacto com as suas personas e criar estratégias para um melhor engagement e interação. Para que consiga divulgar a sua empresa e prosperar, é preciso um trabalho e comprometimento constantes.



## Veja também:





---

# FICOU INTERESSADO NOS CONTEÚDOS MAS QUER IR MAIS ALÉM?

---

E se pudesse usar alguns destes canais para  
começar a divulgar o seu negócio agora  
mesmo?

[QUERO DIVULGAR O MEU NEGÓCIO >>](#)





### O e-goi é uma plataforma de marketing

automation com vários canais de comunicação incluídos entre os quais podemos destacar o e-mail marketing. **O utilizador pode ter à sua disposição serviços que vão desde a captura de leads à relação completa e automática em todos os estágios do funil de vendas** – seja por e-mail, notificações web push ou SMS entre outros canais disponíveis.

Em relação ao envio de emails (email marketing e newsletters), pode mapear os resultados, realizar envios de SMS, confirmação de compras, envio de campanhas de voz e notificações push para apps.

Além disso, permite a criação e a gestão de listas de contactos: importar, remover e adicionar contactos, criar formulários para aumentar a base de dados e criar campanhas com templates gratuitos prontos a usar com um editor super simples!

E o melhor: é uma ferramenta em português, que disponibiliza formas de pagamentos específicas utilizadas em Portugal, sendo uma grande vantagem competitiva em relação a outras empresas internacionais. Para quem deseja aumentar ainda mais as vendas do seu e-commerce, o E-goi é a ferramenta ideal para implementar novas estratégias e criar campanhas de marketing digital!