



Digital Minds

Uma abordagem estratégica para se conectar e interagir com seus clientes on-line





Digital Minds

Uma abordagem estratégica para se conectar
e interagir com seus clientes on-line

3ª Edição - 2021

Vila Velha - ES



Editora e Publicações

Conclusão:

CONSOLIDANDO TODAS ESSAS INFORMAÇÕES DIGITAIS

Autor: Valerie Brown-Dufour,
Presidente Global da WSI, Canadá

Tradução: Caio Cunha, Gerente
Geral da WSI Brasil

Muita coisa foi vista neste livro — tanto que a maioria das empresas levaria muitos anos para implementar tudo o que foi apresentado aqui.

Falou-se sobre planejamento e preparação: a importância de analisar seu mercado, sua oferta e sua concorrência. Foi fornecida uma estrutura para definir o seu público-alvo usando a metodologia das *buyer personas*.

Discutiu-se a amplitude dos atuais recursos de marketing digital, e foram trazidas algumas ideias de como gerar demanda para sua marca e como planejar sua estratégia digital em torno dos diferenciais do seu negócio e do seu público-alvo.

As melhores práticas de *inbound marketing*, ou marketing de atração, foram examinadas, incluindo como converter seus contatos digitais em *leads* com os quais pode interagir.

Agora você está familiarizado com uma série de táticas poderosas de marketing digital — do marketing de conteúdo e marketing de vídeo ao SEO —, assim como com a importância de manter os dados de seus clientes seguros e protegidos.

Há anos se tem consciência de que é muito melhor para as empresas reterem seus clientes atuais do que investir para atrair novos clientes. Isso parece ainda mais essencial na era digital, na qual eles são infinitamente fiéis às marcas em que confiam e extremamente comunicativos on-line sobre suas compras e experiências.

A questão não é mais se a sua empresa deve usar marketing digital, mas, sim, como deve usá-lo. Há diversas maneiras de se implementar o marketing digital, muitas das quais, inclusive, você pode aprender e aplicar por conta própria por meio de uma infinidade de recursos disponíveis on-line. Recomenda-se fortemente, porém, a parceria com agências digitais, como a WSI. E mesmo que escolha o caminho do faça-você-mesmo, saiba que a WSI está aqui para apoiar e educar você e sua empresa sobre marketing digital.

A WSI se dedica a ajudar empresas como a sua a transformar sua estratégia de marketing, que deixa de empregar um simples funil para adotar um flywheel de marketing, o qual coloca seus clientes no centro do ecossistema de vendas, atendendo-os em todos os aspectos de marketing, vendas e serviços.

A escolha é sua, mas o futuro é claro: os clientes continuarão a impulsionar o mercado, e não o contrário. Os negócios

vencedores serão aqueles que colocarem o cliente em primeiro lugar e no centro das atenções.

No mundo atual do marketing, a pergunta não é se você está adotando marketing digital. A pergunta correta é se você está usando o marketing digital de forma melhor do que seus concorrentes. Com o passar dos anos, o marketing digital se tornou cada vez mais complexo e concorrido.

Se você deseja atrair mais *leads* para gerar mais vendas, fortalecer a sua marca no digital e criar uma base forte de clientes leais, uma simples ação de marketing digital básica, provavelmente, não surtirá efeito. Você precisa de um plano de marketing que vai superar a sua concorrência no digital e comunicar fortemente com seu público-alvo. Se a sua estratégia digital não está gerando os resultados que você deseja, pode precisar de alguns ajustes.

Neste livro, algumas das lideranças em marketing digital mais experientes da WSI irão guiá-lo por 14 estratégias principais de um plano de marketing digital eficaz. Você aprenderá como proceder a uma análise competitiva bem fundamentada, identificar suas *buyer personas* bem definidas para elaborar um plano de marketing que faça sentido para o seu negócio. Você também vai aprender as melhores práticas: mídias digitais, *chatbots*, marketing de vídeo, SEO, mídias sociais e geração de *leads* que podem ser implementadas imediatamente.



“Estas páginas estão repletas de conhecimento, esclarecedor e inovador, do mundo digital – uma área que, hoje em dia, ainda deixa muitos empresários com dúvidas. Este livro deve estar presente na lista de leitura de todos os empreendedores e profissionais de marketing.”

Dave Kerper, autor do best-seller do NY Times de Likeable Social Media & The Art of People

“O marketing digital não é mais uma opção. É uma obrigação. O Digital Minds lhe dará a base necessária para fazer o marketing digital realmente contribuir para o seu negócio.”

Jack Porter-Smith, diretor-presidente da WSI Paid Search e Top Contributor do Google

“A Internet e a tecnologia mudaram a forma como as empresas interagem com seus clientes e potenciais clientes. Este livro mostra como as empresas podem facilmente adaptar suas estratégias ao cenário digital, em constante mudança.”

Brian Church, sócio-diretor da CSG e ex-diretor-presidente do LinkedIn Canadá.

“A comunicação por mobile e o nosso mundo digital constantemente interativo mudaram o comportamento do comprador e a forma como os profissionais de marketing se comunicam com os clientes. Desde anúncios no Facebook até chatbots, o Digital Minds oferece soluções digitais inovadoras, unicorn growth hacks, que ajudarão as empresas a vencerem online.”

Larry Kim, CEO da Mobile Monkey