



COMO CONTRATAR UMA AGÊNCIA DE MARKETING DIGITAL?

POR REJANE TOIGO



Circulam pela internet denúncias envolvendo serviços de agências digitais que teriam enganado clientes, cobrando para fazer lançamentos de cursos online, não entregando tudo ou em parte o serviço que se comprometeram a prestar.

Já chegaram em nossa agência algumas situações parecidas, envolvendo agências e profissionais que não conhecemos. Então produzimos esse material para elucidar alguns pontos sobre o serviço de marketing digital, principalmente para os info produtos no formato de cursos online.

O objetivo desse material é instruir pessoas que pretendem contratar uma agência para fazer o lançamento do seu curso on-line ou alavancar serviços através do marketing digital, para que não percam tempo e dinheiro com profissionais desonestos que se aproveitam da falta de conhecimento sobre esse universo.

A intensão é colaborar com a regulação do mercado em que nossa empresa atua e garantir que ele se fortifique.

Dividimos o assunto em **6 tópicos** que se deve atentar ao realizar a contratação de uma agência de marketing digital:

PAGAR AOS POUCOS!



1. PAGAMENTO

A primeira coisa a saber é que não se deve pagar antecipadamente pelo trabalho, e sim ir pagando aos poucos, na medida que vai acompanhado a confecção do trabalho e na medida que se observa com certeza que o projeto está sendo, de fato, executado.

Mas como saber se o projeto está sendo executando? Lendo até o final desse material tudo ficará bem compreensível.

Funcionalidades

Tudo o que sua empresa precisa em Marketing Digital em uma única plataforma.



Automação
de Marketing
/ Nutrição de
Leads



Landing
Pages e
Geração de
Leads



Email
Marketing



Otimização
para
Buscadores
(SEO)



Mídias
Socials



Gestão de
Contatos e
Lead Scoring



Análise e
Planejamento

2. AUTORESPONDER

A segunda coisa que se precisa saber, principalmente por quem pretende fazer um lançamento de curso on-line, é que é necessário a contratação de um serviço de autoresponder. **Autoresponder é uma plataforma digital para de armazenamento dos dados de contatos, os leads**, que são as pessoas que se interessaram pelo conteúdo e deixam o e-mail para manter contato ou receber suas informações e atualizações. É também através do autoresponder que são construídas páginas de captura para que as pessoas se cadastrem na lista, e também algumas funcionalidades como envio de e-mails em grande volume e de forma segmentada, análise de posicionamento do site entre outras funcionalidades.

É possível fazer um lançamento sem autoresponder? Na Like nós achamos que não. Mas não duvidamos que alguém tenha resultado no seu próprio lançamento de curso online sem usar um autoresponder. O que fica realmente difícil é executar o lançamento de outras pessoas, de vários clientes, sem usar uma ferramenta de autoresponder.

RD Station

O RD Station é a **plataforma completa** para sua empresa gerar mais Tráfego, Leads e Vendas.

Esse autoresponder deve ser contratado por VOCÊ, e a agência vai apenas gerencia-lo em seu nome, recebendo por esse trabalho. **Então, todos os dados referente aos seus cadastrados são seus, esse patrimônio é seu ou da sua empresa.** As pessoas forneceram o e-mail para você e não para a agencia, durante as suas campanhas nas redes sociais. É você que detém a permissão para se comunicar com essas pessoas e não a agência, ela deve fazer isso em seu nome e jamais em nome de terceiros.

Assim sendo, vc deve ter acesso a essa plataforma com poder de remover a agência da administração dos cadastros dos seus clientes, na hora que quiser fazer isso. **Com o seu acesso, você ou alguém da sua confiança deve acompanhar periodicamente o crescimento da audiência,** bem como o envio de e-mails, o posicionamento do seu site nas ferramentas de busca e o comportamento dos seus leads perante o conteúdo que vc disponibiliza. Tudo isso está disponível dentro do auto responder e por tudo isso é fundamental que vc seja o contratante da ferramenta.

Existem várias ferramentas de autoresponder disponíveis no mercado e **você pode decidir juntamente com a agência a melhor opção para o projeto.**

Aqui na Like Marketing, por uma questão de especialização, **nós optamos por utilizar uma única ferramenta de autoresponder.** Nossa opção em trabalhar com apenas com uma plataforma objetivou alcançar o domínio completo de todas as aplicabilidades, pois quando utilizamos muitas ferramentas simultaneamente, acabamos por não conhecer a fundo nenhuma delas. Dessa forma, expomos ao cliente que, caso venha a contratar a Like e seu projeto de marketing digital exija a metodologia de Inbound Marketing, nós só trabalhamos com a plataforma **RD Station.**



PAGUE DIRETAMENTE ÀS MÍDIAS!

3. ANÚNCIOS

A terceira questão importante é referente aos anúncios em mídia paga. Ou seja os anúncios em Facebook ou Google por exemplo. **O pagamento deve ser feito diretamente a essas plataformas.** Nunca entregue o dinheiro de anúncios para a agência. Você deve quitar um boleto em nome do Facebook ou do Google ou ainda colocar o seu cartão de crédito diretamente no Facebook ou Google na SUA CONTA de anúncios, onde você autoriza a agência a fazer os anúncios em seu nome.

Você deve ter acesso a sua conta de anúncios nessas plataformas e receber da agência relatórios de aproveitamento do seu dinheiro nas campanhas. E mesmo que você não tenha habilidade para interpretar esses dados, eles são seus, e ainda pode contratar um outro profissional para analisar esses dados juntamente com você.

Além disso, quando terminar um projeto digital e você decidir fazer outro, com outra agência, será necessário analisar o desempenho das suas campanhas anteriores para executar um novo trabalho, que já não parte do zero.

Ou seja, tudo que acontece com o seu dinheiro é seu, não é da agência. Para fazer anúncios, o anunciante constrói públicos na internet e esses grupos de públicos devem estar salvos na conta de anúncio que é sua. **Não abra mão do histórico das suas campanhas em mídia, isso será o norte para as próximas campanhas.**



4. RELATÓRIOS

Exija relatórios ou, se tiver habilidade, acesse o gerenciador de anúncios no Facebook e o Google Adwords e investigue como as campanhas estão indo. **Tenha em mãos esses acessos e desconfie da agência que tentar dizer o contrário.**

A agência tem obrigação enviar relatórios mostrando o crescimento da sua lista de cadastros, ou ainda treinar você ou sua equipe para que possam efetuar o acesso aos dados de evolução do seu projeto diretamente na plataforma de autoresponder contratada e nas plataformas de mídia contratadas.

VOCÊ É O ANUNCIANTE!



5. ATIVOS DO CLIENTE

Como já exposto, tanto o autoresponder quando as contas de anúncios são do cliente e não da agência. Nós aqui na Like ainda treinamos o cliente para acessar e conferir o desempenho diariamente. Fazemos isso porque nós sentimos mais seguros com a segurança do cliente em torno do nosso trabalho.

Quanto aos anúncios, você deve estar visualizando esses anúncios nas redes sociais, você deve estar recebendo Feedbacks dos seus amigos e conhecidos sobre eles, **e se não estiver, é porque eles não estão sendo efetuados.**

Inclusive, você deve preencher uma das suas páginas de captura e constar na sua própria lista de e-mails como se fosse um lead, para receber todos os e-mails enviados em seu nome pela agência. **Essa é também uma forma de controlar a entrega e a qualidade do serviço que vc contratou.**

PARTICIPAÇÃO NOS LUCROS



6. PERCENTUAL DE VENDAS

Depois de entender os itens acima, é importante saber que muitas agências também trabalham por um percentual das suas vendas, tanto para produtos físicos quanto para infoprodutos.

Isso é perfeito, se for conveniente para o cliente e para a agência. Mas, em alguns casos não é necessário efetuar esse pagamento direto para a agência.

A maioria das plataformas de disponibilização e cobrança dos cursos on-line já **possuem a possibilidade de inserir um co-produtor**, ou seja a empresa que projetou e vendeu o seu produto, que pode ser uma agência, recebe direto da plataforma na medida que as vendas vão acontecendo .

A close-up photograph showing two hands, one in a blue striped shirt and one in a white shirt, both holding black pens and signing documents on a light-colored surface. The text 'O CONTRATO' is overlaid in large white letters on the left hand.

O CONTRATO

7. CONSTRUÇÃO DA VISIBILIDADE DIGITAL X VENDA

Aqui na Like nós optamos por NÃO trabalhar só pelo percentual. Cobramos pelos serviços, que são diferentes de cliente pra cliente. Nossa agência não efetua somente lançamento de cursos, trabalhamos com empresas que vendem produtos físicos e serviços, nos quais não participamos dos lucros.

Então, para qualquer cliente, cobramos para efetuar o desenvolvimento de websites, pela produção de conteúdo para blogs e redes sociais, SEO - que é o posicionamento do site nas ferramentas de busca e pela elaboração e gerenciamento de campanhas de anúncios no Facebook e Google. E ainda, recebemos pela gerência do autoresponder, confecção de materiais como e-books e outros, paginas de captura e envio de e-mails. **Tudo isso funcionando simultaneamente é o que chamamos de INBOUND MARKETING.**

No caso do infoproduto, a estratégia passa na maioria das vezes pela construção do próprio produto, ou seja, nossa equipe trabalha pelo desenvolvimento do curso, ajudando o expert em algum assunto a transformar o seu conhecimento em aulas em video. Na maioria dos casos fazemos e editamos as vídeo aulas e configuramos os serviços de venda e disponibilização dos cursos.

Por esse trabalho, normalmente somos renumerados com um percentual das vendas que é tratado com o cliente, pois entendemos que o sucesso das vendas e aceitação do produto depende também do nosso empenho e da nossa expertise em construir o curso.

Existem N formas de contrato com as agências, o que importa é que seja conveniente para ambas as partes e que a forma contratada seja realmente cumprida por todos.

O que é importante para quem está contratado uma agência é ter em mente que é necessário acompanhar minuciosamente os resultados do trabalho e ter o controle das ferramentas que estão sendo usadas para captar leads e se relacionar com eles.

Tudo isso é fundamental para não ter o projeto prejudicado, adiado ou custando caro por um trabalho sem a qualidade esperada.

O papel da agência é aprontar o seu carro de corridas, trabalhar com você para que tenha velocidade e desempenho, mas o piloto tem que ser você mesmo. **O carro tem que ser seu, portanto não pegue e não ofereça carona a enganadores.**

OUTRAS QUESTÕES A SEREM OBSERVADAS DURANTE O PROCESSO DE CONTRATAÇÃO DE UMA AGÊNCIA

É sempre útil fazer uma análise do comportamento da pessoa que está tratado com você essa contratação. O representante da agência digital pode dar pistas de falta de idoneidade ou conhecimento suficiente para executar o seu projeto de marketing digital.

Listamos aqui alguns aspectos para você observar:



RESULTADOS

Prometer resultados ousados ==>> ou seja, se o representante da agência afirmar que seu produto é sensacional e que vc está prestes a ficar milionário, desconfie.

99,9% dos projetos de sucesso, e isso inclui infoprodutos, começaram pequenos e cresceram na medida que as pessoas envolvidas foram se aperfeiçoando e com isso aprimorando as técnicas de venda, o próprio produto e a forma de se relacionar com os clientes no pós venda.

E tudo isso é um processo e não um milagre. É trabalhoso, precisa de tempo, dinheiro e dedicação. **Fuja de quem faz promessas mirabolantes, pois o risco é grande.**



FORMAÇÃO

Observe a formação do indivíduo que está tratando com você como dono ou responsável pela agência. Para montar uma estratégia de produto é preciso entender de marketing, e não só de ferramentas de marketing digital. É como se vc aceitasse fazer a sua casa com o mestre de obras e não contratasse um engenheiro ou um arquiteto. O mestre tem muita experiência sem duvida, já executou muitos projetos, mas pode não ter conhecimento de base para enxergar as nuances que o mercado apresenta. E isso pode significar o fracasso de um projeto.

Ter feito o curso Fórmula de Lançamento ou similar ou ainda participado de algum Master Mind pode servir de formação para quem vai gerenciar o próprio lançamento, mas pode ser muito pouco para quem vai se responsabilizar pelo investimento de outra pessoa em um lançamento. Observe se o profissional realmente tem conhecimento em administração de marketing, procurando saber mais sobre a formação acadêmica dele.



MARKETING PESSOAL

O indivíduo é palestrante e é amigo de todos os "ban ban ban" emergentes do marketing digital e se promove nas redes sociais através de fotos intimas com gente famosa? Cuidado!!!

Quem tem conhecimento mesmo não precisa de famosos para chancelar a si mesmo. **Quem sabe o que faz não precisa posar de amigo de infância de gente influente.** Quem sabe fazer tem bons clientes de longa data e é nesses clientes que você tem que chegar para perguntar sobre a conduta da agência.

Lembre-se, no mercado digital praticamente não existe indicação gratuita de trabalho, existe afiliado que ganha percentual com essa indicação. E é muito comum que pessoas não poupem discurso forjado para ganhar um percentual dos contratos com indicações. Fique esperto!!!



A EQUIPE

Por fim, saiba mais sobre a equipe que trabalha nessa agência. Conheça a equipe e converse com eles, mesmo que on-line. Faça questão de saber a formação de todos e tenha certeza que essa agência é profissional e está amparada por uma equipe qualificada.

Ninguém executa um projeto de marketing digital sozinho. Uma agência de marketing digital é uma empresa complexa, que exige uma equipe multidisciplinar com habilidades específicas.

É necessário no mínimo de alguém que entenda muito de anúncios no Facebook, anúncios no Google, conheça muito de estratégia e produção de conteúdo, entenda de estratégia de produto, SEO, programação e design. **Uma pessoa só não consegue dominar e executar todas essas funções sozinho, e todas elas são elementos fundamentais para a execução de um projeto eficiente de marketing digital.**

Agradecemos por buscar informações e esperamos que esse material tenha sido útil!

— O T I M I Z A M O S C A N A I S D I G I T A S P A R A G E R A R L U C R O A O S E U N E G Ó C I O .

INTELIGÊNCIA & ESTRATÉGIA DIGITAL

