



# Marketing Digital



# Introdução ao Marketing Digital



# GUIA DA AULA 5



# Defina estratégias



Acompanhe aqui  
os temas que  
serão tratados  
na videoaula.



**Estratégias de Marketing Digital**



**Canais pagos**



# Estratégias de Marketing Digital



Uma boa estratégia de Marketing Digital é definida após entender o negócio de cliente, as metas e objetivos, as dores do consumidor e detalhes desenhados no framework. Aqui estão algumas estratégias:

...



# Canais pagos



# CANAIS PAGOS

Utilizar canais pagos para alcançar as pessoas com segmentações assertivas e de acordo com o objetivo.

Por exemplo: se o objetivo do cliente é aumentar vendas, posso fazer anúncios para quem busca no Google (SEM) pelo produto do meu cliente; posso fazer uma campanha de remarketing para reimpactar potenciais clientes que acessaram o site, etc.

## **Social Media**

Anúncios em Facebook, Instagram, Youtube, Twitter, etc.

## **Search Ads**

Anúncios em páginas de busca, como Google, Bing, etc.



# CANAIS PAGOS

## Vídeo/ Stories

Youtube TrueView e Bumper Ads: vídeos antes e durante videos no canal; Social Media: vídeos que aparecem na timeline; stories, etc.

## Display

Anúncios em formato de banners em portais e sites parceiros do Google

Também é possível fazer esse tipo de mídia em grandes veículos de mídia como Globo, UOL, etc., em contato direto com eles ou através de programática

## Influenciadores

Escolher influenciadores digitais para divulgação é uma forma de gerar visibilidade. Existem veículos que de acordo com o briefing seleciona perfis no Instagram, Youtube por exemplo, de diferentes tamanhos.



# CANAIS PAGOS

## **Orgânico/ organic**

Resultados que aparecem na posição não paga dos buscadores (Google/ Bing, etc).  
Ações e estratégias de SEO ranqueiam o site para aparecer nos resultados não pagos.

## **Direto/ direct**

Acessos diretos ao site, sem realização de pesquisas em buscadores.

## **Referências/ referral**

As referências podem ser provenientes de diversas origens, incluindo postagens e banners em sites parceiros.

## **Marketing de Conteúdo**

Criação de conteúdos em blogs, e-books, infográficos, vídeos, audiobooks, podcasts e gerar conexão com o público.

## **Email marketing/ CRM**

Planejar uma régua de comunicação com newsletter, e-mails promocionais, transacionais ou até mesmo para nutrir leads.

## **Social Media**

Criação de posts em Facebook, Instagram, Youtube, Twitter, etc.



Para uma estratégia de marketing digital bem alinhada e completa, é importante que exista uma integração entre as áreas que citamos aqui nesse módulo.

Por exemplo, para que eu faça uma ativação em canais de mídia incentivando meu público-alvo a comprar meu produto eu preciso de outras áreas.

Sabemos que nem sempre esse cenário ideal de envolver todas as áreas em um projeto acontece, mas é importante sempre estar atento nas ações que acontecem em outras áreas para entender impacto em mídia ou outras ações.

...



# INTEGRAÇÃO DE ÁREAS

Jüssi\_TheEstrategicAgency



# Bons estudos!

