

12

PILARES

DO DIGITAL

P A B L O M A R Ç A L

12

PILARES

DO DIGITAL

JORNADA

01

LANÇAMENTO

04

02

SOCIAL MEDIA

08

03

GESTOR DO TRÁFEGO

11

04

YOUTUBER

15

05

COPYWRITER

20

06

WEBDESIGNER

23

07

ECOMMERCE

27

08

BRANDING

32

09

CONTEÚDO

35

10

EXPERT

38

11

MULTIMÍDIA

41

12

AFILIADO

45

A vertical space shuttle launch is the central focus, set against a dark blue background. The shuttle is white with black markings and is surrounded by a large, billowing cloud of white smoke and fire. The entire scene is overlaid with a pattern of small, light blue squares and rectangles of varying sizes, creating a digital or pixelated effect. The number '01' is prominently displayed in the center, rendered in a bright blue, glowing font with a slight 3D effect.

01

LANÇAMENTO

O QUE É UM LANÇAMENTO DIGITAL?

Todas as pessoas e empresas que pensam em decolar no digital sabem da real necessidade de se ter uma estratégia para obter resultado e lucro desejados. O principal caminho usado pelos empreendedores digitais, e com resultados muito positivos, é o lançamento digital.

O objetivo por trás de um lançamento é conseguir alcançar leads de maneira eficiente, tudo com estratégias exponenciais focadas em aquecer o público até o tão esperado dia da estreia do produto.

Esse evento sempre é feito com data e hora marcadas para terminar, contando com técnicas massivas de vendas que abusam dos gatilhos mentais.



LANÇAMENTO

QUAIS OS TIPOS DE LANÇAMENTO?

Ao citar lançamentos, precisamos ter em mente qual o objetivo desejado, de acordo com o tipo de produto e o processo até o evento. Há seis tipos de lançamentos que você pode escolher para aplicar em seu planejamento de marketing.

LANÇAMENTO SEMENTE

Este é o tipo de lançamento digital mais barato e simples de se fazer, porque você não precisa ter um produto pronto para lançar. Você pode lançar um perfil, uma empresa ou uma pessoa.

A base é atrair pessoas interessadas em um assunto específico, conscientizando a audiência da dor e necessidade quem tem, para então consumir o produto, serviço ou conteúdo.

LANÇAMENTO INTERNO

É considerado um lançamento eficaz, porque usa a sua própria base de leads orgânicos, ou seja, os clientes já conhecem você. Entretanto, essa estratégia exige um esforço maior, pois requer o uso de mídias variadas para divulgar seu conteúdo, a fim de conseguir o engajamento necessário.

LANÇAMENTO

LANÇAMENTO EXTERNO

Este lançamento deve ser feito em conjunto com o interno, de forma estratégica, com o objetivo de conseguir criar lista de leads e parcerias. Requer um investimento mais alto, mas também pode levar a um faturamento bem alto, por alcançar e gerar interesse em um público maior que ainda não conhece o seu produto.

LANÇAMENTO METEÓRICO

Neste lançamento digital você oferece uma oferta exclusiva, mas com pouco tempo para adquirir o seu produto, entre 4 a 7 dias. Pode ser engatilhado por e-mail marketing, usando sua base de clientes ou uma lista de contatos, ou, até mesmo, com seguidores que já acompanham e consomem o seu produto.

LANÇAMENTO PERPÉTUO

Você pode usar o mesmo lançamento digital já feito, para atingir aqueles contatos que passaram a fazer parte de sua lista. Pode ser um curso, por exemplo.

Mas atenção: esta estratégia é eficaz quando você já realizou um lançamento de sucesso anteriormente, tendo como base um público aquecido.

LANÇAMENTO



02

S O C I A L M E D I A

ESSE É O OCEANO AZUL DO MUNDO DIGITAL

Não há profissionais suficientes e a demanda é eminente. Isso porque o Instagram é o maior cartão de visitas que existe hoje e a forma como você se posiciona nas redes sociais é determinante. Querendo você ou não, essa é a realidade.

O Social Media é o profissional responsável pelo gerenciamento dos perfis de uma empresa ou de um indivíduo nas redes sociais. Muito além da publicação do conteúdo, o Social Media é aquele capaz de desenvolver estratégias, baseado em pesquisas e conhecimento, mas principalmente na análise do comportamento das pessoas.

O foco total do seu trabalho é o resultado, que é o que no início vai permitir a captação de novos clientes e a mantê-los. O resultado é medido pelo engajamento do público, que é a resposta ao conteúdo publicado.

As habilidades do Social Media incluem, dentre outras, liderar, delegar funções, clarificar o objetivo do perfil, desenhar a persona, desenvolver as linhas editoriais, além de dominar a linguagem do cliente.



S O C I A L M E D I A

É função do Social Media o Planejamento e Agendamento das postagens, análise das métricas, responder direct e comentários.



Não é função do Social Media a criação do conteúdo em si, mas a orientação do expert em como deve produzi-lo. Ele faz o link com profissionais em edição de vídeo e designer, a fim de dar liberdade para o cliente fazer o que ele faz de melhor: gerar conteúdo.

Os ganhos do Social Media dependem da quantidade de clientes que tiver, podendo, facilmente, ultrapassar os 3 mil reais. Para iniciar o trabalho, é necessário apenas um celular. Um computador pode ajudar bastante também. Você pode listar as empresas que você conhece que precisam desse trabalho, cujas mídias sociais estão desinteressantes.

As vantagens dessa profissão incluem a possibilidade de se trabalhar de qualquer lugar do mundo, fazer seu próprio horário e ter ganhos financeiros acima da média.

S O C I A L M E D I A



03

GESTOR DE TRÁFEGO

Tráfego é a forma de alcançar o público na internet, é pode acontecer de 2 maneiras: **orgânica ou paga.**

O **tráfego orgânico** é quando você já possui uma audiência ou deseja construir apenas produzindo conteúdo, e ganhando seguidores, para isso você pode utilizar as redes sociais, como YouTube e Instagram, que hoje em dia são as maiores. Você vai criar uma conta e produzir conteúdo para gerar audiência e assim ter público quando divulgar o seu produto, ou também para fazer parcerias com pessoas que já têm audiência para que elas divulguem o seu produto.

O **tráfego pago** é quando você utiliza anúncios pagos através de plataformas como os anúncios no facebook, e no google ads, nessas plataformas você paga para que elas possam exibir um anúncio do seu produto dentro das suas plataformas. Nesse caso, um profissional que domine o assunto se faz essencial.

O **Gestor de Tráfego** é uma das profissões mais requisitadas para a próxima década. Isso porque pode aplicar as ações necessárias e efetivas para aumento de vendas e posicionamento adequado da marca.



G E S T O R D E T R Á F E G O

O DESTRAVAR DIGITAL | @pablomarc1



É o profissional responsável pela administração do orçamento destinado ao Marketing. Seja quanto aos anúncios com pagamento por clique, cadastros ou venda de produtos. Com foco principalmente em Facebook Ads e Google Ads. Realiza os testes nas campanhas para identificar os pontos-chave para a melhor conversão.

O tráfego será o responsável pela conquista de novos clientes e seguidores. O público que entra e sai de suas páginas diz muito sobre o seu posicionamento e marca. O gestor analisa e acompanha esse comportamento.

Para obter o sucesso esperado em suas campanhas, é preciso criar um relacionamento com o seu público, e, para isso, você precisa conhecer sua persona e promover a melhor experiência.

GESTOR DE TRÁFEGO

O DESTRAVAR DIGITAL | @pablomarc1

Por sua visão estratégica, o gestor de tráfego corresponde diretamente ao crescimento de vendas. Ele é capaz de lotar a agenda de qualquer profissional, ao aplicar as estratégias corretas e segmentar bem o público.

Quanto maior a segmentação de seu público, maiores as chances de conseguir falar diretamente com ele. A medida que as pessoas se engajam, maior a credibilidade e confiança passada. Somente com um tráfego qualificado é possível fortalecer e aprimorar a imagem da marca.

As análises realizadas pelo gestor não só evita a perda de orçamento, como garante um aumento de vendas promovido pelo tráfego qualificado.

É um profissional muito bem pago, principalmente os que já possuem resultados bem expressivos.



GESTOR DE TRÁFEGO

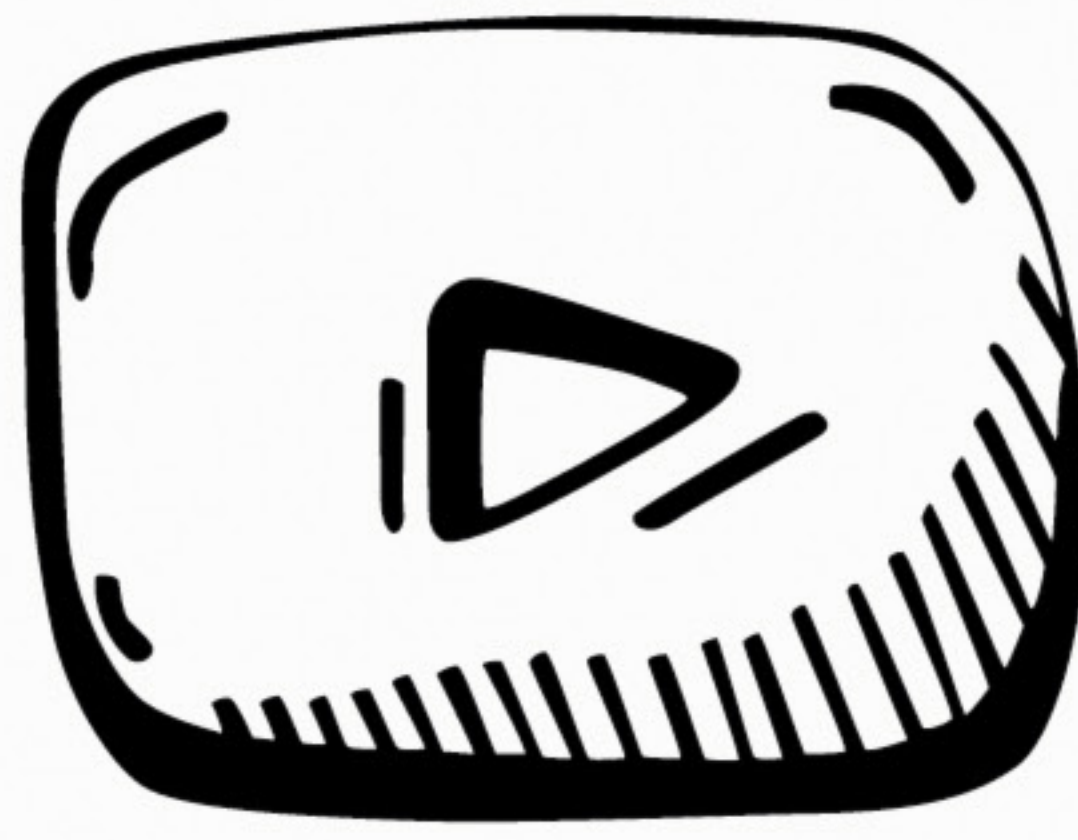
O DESTRAVAR DIGITAL | @pablomarc1

04

YOUTUBER

A laptop screen is shown in the lower half of the image. The screen displays the YouTube logo, which consists of the word "You" in a bold, sans-serif font, followed by a rounded rectangle containing the word "Tube" in a similar font. The laptop is dark-colored, and the keyboard area is visible at the bottom. The background of the entire image is a dark blue gradient with various geometric shapes like squares and rectangles scattered throughout.

YouTube



A PROFISSÃO YOUTUBER

Há alguns anos atrás, era impensável que alguém pudesse pagar as contas apenas com trabalhos na internet, porém hoje uma das profissões com maior impacto social é a de Youtuber, sendo inclusive chamados de pessoas que têm o poder de influenciar a próxima geração. Alguns, inclusive, contam com equipes de dezenas de funcionários, transformando um canal do YouTube em uma verdadeira empresa.

A atenção das pessoas nos dias de hoje é o produto mais caro do mercado, e pelo tamanho do YouTube como uma rede social de vídeos, na qual pessoas costumam passar horas do seu dia, o valor dos produtores de conteúdo é percebido com alto. Isso torna o mercado muito rico e atrativo para as empresas que buscam investir em publicidade, já que podem encontrar seus clientes dentro de suas casas e, assim, captar um grande público de pessoas.

YOUTUBER

Há diversos exemplos de YouTubers que possuem milhares de inscritos, e são considerados os maiores influenciadores quando se trata de quantidade de visualizações. Atualmente, o maior é o canal T-series, um canal indiano de clipe de músicas, que conta com 119 milhões de inscritos e atingiu a marca de 120.779.334.079 trilhões de visualizações acumuladas.

O Brasil possui os próprios gigantes na presença digital, sendo os maiores YouTubers brasileiros o canal KondZilla, que exhibe clipes de funk, conta com 59,7 milhões de inscritos e atingiu a marca de 31.436.114.185 trilhões de visualizações acumuladas, e o canal do Whindersson Nunes, sobre clipes de comédia e paródias, que conta com 40,4 milhões de inscritos e atingiu a marca de 3.508.748.857 trilhões de visualizações acumuladas.

Esses canais iniciaram pequenos, e com o tempo e a persistência começaram a crescer e construir um público que hoje os retorna com milhares de reais de ganhos com publicidade.



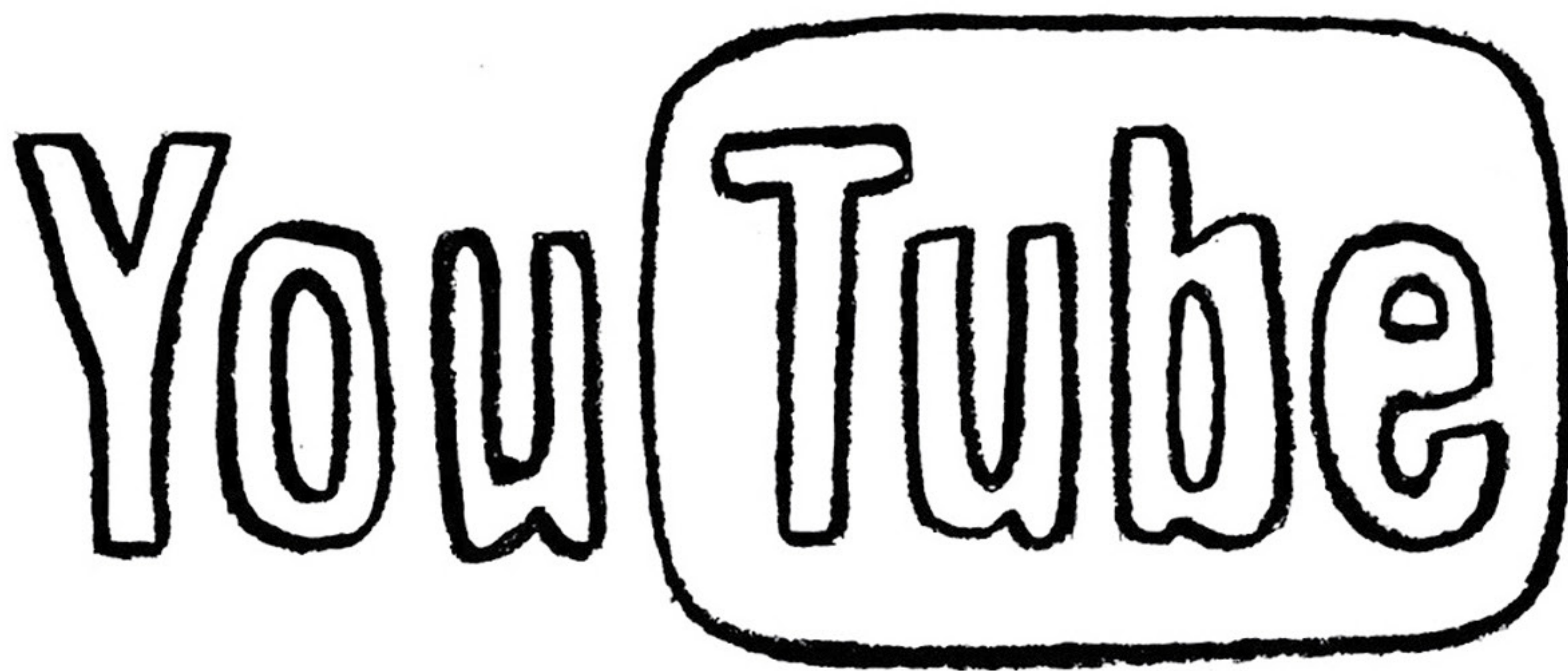
YOUTUBER

Os ganhos dos chamados YouTubers variam de acordo com o tamanho do poder de influenciar pessoas que possuem, seus inscritos e visualizações. Para os grandes os retornos conseguem vir diretamente da plataforma do YouTube com a monetização das propagandas por minutos visualizados dos seus vídeos, e também de acordos com marcas para fazerem divulgações de seus produtos dentro dos canais. Os ganhos de um YouTuber com média de 1 milhão de inscritos e visualizações constantes, variam em torno de 10 a 20 mil dólares mensais, e para YouTubers grandes podem facilmente ultrapassar 100 mil dólares por mês.

Para começar o primeiro passo é gravar vídeos, e para isso você precisa escolher um nicho ou público em que deseja atuar e começar a roteirizar, editar e gravar os vídeos, lembrando sempre de investir em thumbnails e títulos criativos para que mais pessoas cliquem e assistam seus vídeos. Para isso, você precisará manter uma constância de publicação de vídeos, e sempre ficar atento às novidades e assuntos mais comentados do momento, que costumam atrair mais atenção das pessoas, e, por isso, aumentam suas chances de crescer na plataforma.

**YOUTUBER**

Youtuber é uma profissão como qualquer outra, onde você precisará trabalhar muito para crescer, manter sua constância e ter resultados, e com toda certeza de que seu trabalho um dia será recompensado.

A hand-drawn version of the YouTube logo. The word "You" is in a simple, rounded font. The word "Tube" is also in a rounded font but is enclosed within a rounded rectangular border, mimicking the original logo's design.A decorative footer graphic consisting of a dark blue, wavy shape at the bottom of the page. It contains faint, stylized outlines of the YouTube logo and the word "YOUTUBER" in a light blue color.

YOUTUBER



05

COPYWRITER

COPYWRITING É A ARTE DE ESCREVER TEXTOS QUE VENDEM.

Que convençam o leitor a fazer uma ação, tomar uma decisão, geralmente a de comprar algo, utilizando diversas técnicas de persuasão, que é imputar algo na mente de alguém, e dissuasão, que é retirar a ideia da mente.

Se você é bom com as palavras e domina o poder de persuasão, essa pode ser uma profissão muito promissora, pois, com esse tsunami digital, todo mundo precisa de um copywriter.

O Copywriter pode trabalhar em redes sociais, em blogs, criando conteúdo, escrevendo legendas, cartas de vendas para empresas, texto de páginas de vendas para experts em lançamentos, enfim tudo o que envolve textos de vendas.

Os ganhos podem ser altíssimos, é uma profissão ainda não muito conhecida no Brasil, mas que já existe há décadas nos EUA, e por ser ainda desconhecida no Brasil, você tem grande chances de se destacar e ser um expert nesse nicho.



COPYWRITER



Comece estudando, lendo boas copys todos os dias, aprenda sobre as emoções das pessoas, principalmente dores e desejos, leia muito, para ter um bom repertório. Estude sobre gatilhos mentais, aprenda a usar o poder de persuasão, escreva de maneira direta e interessante.

As pessoas compram por emoção, mas justificam com a razão, conhecer bem quais são as emoções do seu público-alvo é o que vai garantir boas copys.

COPYWRITER



06

WEBDESIGNER

No surgimento da internet as interfaces dos sites eram totalmente rudimentares se comparadas a hoje em dia. Eram construídas por frames, hiperlinks mantidos em azul e botões quadrados, o que seriam motivos para usuários saírem dos sites hoje em dia. Foi então que, como um dos braços da profissão de designer, surgiu o Web Design.

O Web Designer busca transformar as plataformas de códigos dos sites em interfaces amigáveis e bonitas para o usuário final, trazendo todos os elementos da identidade visual da marca para o site, para que ele se destaque, e a experiência do usuário ocorra de forma positiva.

Encontramos uma grande variedade de profissionais no mercado hoje em dia, e, assim como designers, muitos possuem suas próprias identidades e assinaturas, que são feitas com base nos elementos que mais utilizam em suas criações. Como o design é o que costuma chamar mais atenção do usuário, bons profissionais são disputados pelas empresas que buscam atrair cada vez mais os usuários para dentro de suas plataformas.



WEBDESIGNER

O DESTRAVAR DIGITAL | @pablomarc1



Esses profissionais utilizam de ferramentas de edição de imagens, programas como Photoshop e Illustrator para criar seus designs em parceria com o programador ou administrador, para que assim possam transformar uma plataforma criada por códigos, ou ferramentas CMS como o WORDPRESS, em interfaces que deixem uma experiência positiva para o usuário final.

O salário de um Web Designer costuma variar do seu valor no mercado, e das suas experiências positivas adquiridas ao longo da carreira, que formam o seu portfólio. Esses profissionais trabalham de maneira direta para empresas com salários em média de R\$ 1800,00 reais, e também no formato de freelancers onde não trabalham para somente uma empresa fixa, mas prestam serviço para diversas empresas e clientes, cobrando por tipo de trabalho, assim sua renda varia da quantidade de clientes que consegue atender mensalmente.

WEBDESIGNER

O Web Designer precisa conhecer primeiramente as ferramentas de design, que são principalmente o PHOTOSHOP, ILLUSTRATOR ou COREL DRAW, e, com elas, buscar aprender sobre diagramação, disposição de textos, design de cores, design de interfaces e branding, para que com o tempo e a experiência, o profissional possa se tornar referência dentro da sua área de atuação como Web Designer.



WEBDESIGNER

O DESTRAVAR DIGITAL | @pablomarcas1



07

E-COMMERCE

As lojas sempre estiveram na sociedade desde o começo de nossa civilização, porém com o surgimento da internet cada dia mais o conceito da maneira como vendemos produtos têm sofridos grandes mudanças, e com isso hoje em dia temos a oportunidade de abrirmos um negócio totalmente focado no digital, o chamado e-commerce.

E-commerce ou comércio eletrônico é um modelo de negócio onde a loja onde são vendidos produtos está totalmente alocada dentro da esfera digital, possuindo ferramentas para executar todos os processos de vendas, desde a entrada do cliente ao envio do produto, tudo isso de forma digital. A plataforma mais comumente utilizada são os sites, onde você pode montar sua loja e criar vitrines digitais que com a ajuda do tráfego podem levar seus produtos diretamente para dentro da casa do cliente em seu celular ou computador.

Existem muitas vantagens em se ter um e-commerce: os custos são muito menores, a quantidade de pessoas que você pode alcançar é infinitamente maior, você pode escalar o seu negócio faturando muito mais e ter lucros exponenciais, pode ter a liberdade de trabalhar de onde quiser, e muitas outras vantagens.

E - C O M M E R C E

Nos primeiros meses da pandemia, 13% da população comprou pela internet pela primeira vez. Outros 24% dos brasileiros fizeram mais compras online.

Por outro lado, milhares de empresas faliram por não estarem posicionadas na internet. A tecnologia antecipa o futuro! Antecipa os ganhos e resultados que você levaria muitos anos para alcançar!

Comece posicionando seu negócio nas redes sociais, crie um site, e domine as ferramentas para colocar seu negócio em superexposição através de tráfego pago. O segredo está em atrair a atenção!

As maiores e mais conhecidas lojas digitais são exemplos de que o mercado digital chegou com força total, já que costumam ser muito mais lucrativas do que as lojas físicas, pela possibilidade de ir atrás do cliente com anúncios e não ficar parada em um ponto físico, onde é limitada ao tráfego de clientes.

E - C O M M E R C E

Essas lojas utilizam de ferramentas digitais com programação e interfaces CMS como WORDPRESS para criar sites que funcionam como verdadeiras vitrines virtuais, em que o cliente pode fazer o seu pedido e ainda consultar todas as informações sobre o produto de maneira fácil e rápida.

O potencial lucrativo de lojas virtuais é impossível de ser medido, pois geralmente depende do quanto você conseguirá marcar sua loja na mente do cliente, ou seja, fazer o branding, conseguir sua confiança e atrair mais clientes, lojas pequenas costumam possuir um faturamento que varia de 2 a 4 mil reais, podendo ultrapassar milhões de reais ao escalar de maneira inteligente.

Os primeiros passos para começar um e-commerce é verificar se você já tem ou não um produto para vender. Caso já tenha, pode procurar um produtor de sites para que juntos montem sua loja, ou até mesmo optar por ferramentas como Shopify, que buscam ser plataformas onde qualquer um possa criar uma loja virtual de maneira rápida e prática.

E - C O M M E R C E

Se você não tem um produto, você pode buscar estudar sobre o mercado de DropShipping, que nada mais é do que enviar o produto diretamente do fornecedor para o cliente, atuando como um representante de vendas e mediador do processo, onde você ganhará uma margem por cada produto vendido.



E-COMMERCE



08

BRANDING

Branding é uma estratégia de gestão da marca, seja ela uma empresa ou um indivíduo, para que seja percebida e lembrada de forma positiva. É composto por um conjunto de ações alinhadas ao posicionamento, propósito e valores da marca.

Na construção visual, você sempre precisa gerar sentido (razão) e significado (emoção). Sentido é criar um padrão a partir de referências que são testadas. Usamos muito a palavra sentido para dizer sobre quando existe algo que logicamente nós identificamos (faz sentido!).

Significado tem a ver com gerar conexão emocional a partir de elementos pré-aprovados pelo sentido. É no significado que transbordando elementos únicos que expõem nossos princípios e valores.

A internet é um mecanismo de gerar sentido e significado. Ao digitar a URL, você gera o sentido, o endereço. Mas ao se conectar ao conteúdo, gera o significado. Com o IP correto, há harmonia entre sentido e significado. Quando você constrói algo na internet, você gera significado, não só nas pessoas, mas em si mesmo.



BRANDING

É importante que você crie uma marca autêntica que ressoe com suas motivações. Sem isso, torna-se cada vez mais difícil se comunicar e fazer negócios online.

Tudo é branding e até a maior religião do mundo faz branding. O diferencial de uma pessoa ou marca que faz branding a nível mundial é de não seguir um padrão, mas agir de forma a se adaptar ao meio, à cultura, aos costumes e às tradições das pessoas do lugar onde quer chegar. Para você gerar branding é preciso estudar o mapa de mundo das pessoas que estão onde você quer estar e se adaptar a essa circunstância.



BRANDING

The background is a dark blue image featuring a person's silhouette reading a book. Overlaid on this are various digital elements: small squares of different sizes, some with internal patterns, and faint, larger-scale patterns resembling data or code. The overall aesthetic is tech-oriented and intellectual.

09

PRODUTOR
DE CONTEÚDO

Para os profissionais que ganham a vida trabalhando na internet, a maior dificuldade em se manter sempre ativo e relevante, é a produção de conteúdo, já que a maioria das plataformas de redes sociais costumam beneficiar os produtores que postam regularmente, e punem severamente os que não mantêm uma rotina de postagens.

Para suprir essa demanda do mercado, surgiu uma profissão que há poucos anos era impensável. O produtor de conteúdo para a internet é alguém que ganha a vida elaborando conteúdo para as redes sociais, que são os principais canais que os influenciadores utilizam para se comunicar com seu público, entre elas estão principalmente, YouTube, Instagram, Facebook, e ultimamente o TikTok.

Esses profissionais costumam atuar no background, criando publicações que serão utilizadas para preencher as redes sociais dos influenciadores e para criar uma relação constante com seu público. São encontrados principalmente nas grandes agências de marketing ou como freelancers, gerando conteúdo para vários influenciadores ao mesmo tempo. Participam ativamente da elaboração da maneira e a linguagem com que uma empresa ou influenciador vai ser comunicar com seu público.

PRODUTOR DE CONTEÚDO

Se engana quem pensa que sua função é somente criar publicações. Os produtores de conteúdo aplicam estratégias de planejamento de conteúdo baseadas em diversas pesquisas sobre o público alvo, que incluem desde características básicas como idade e sexo, a características psicológicas de como esse público pensa, age e toma decisões. Daí surgem e-books, textos para blogs, informativos, roteiros, resumos, mapas mentais, e outras diversas opções de conteúdo.

Para começar a atuar nessa profissão, o primeiro passo é aprender as estratégias por trás da criação de conteúdo, o que varia bastante dependendo da rede social ou site que o cliente está buscando, os requisitos principais são a estrutura de planejamento de conteúdo, avaliação, pesquisa e métrica do público alvo, além da habilidade de produção de textos e ideias para alimentar as redes sociais.



PRODUTOR DE CONTEÚDO



10

EXPERT

Expert, ou especialista, é uma pessoa que se ocupa exclusivamente de um ramo particular de uma ciência, de uma arte, ou de qualquer outra. É aquele que é reconhecido como autoridade dentro de um determinado assunto. Esse reconhecimento faz com que as pessoas, de modo geral, se interessem em consumir qual seja o conteúdo ou produto que esse profissional desenvolver.

O expert é a “inspiração” do lançamento, a partir dele é que são desenvolvidos todos os cursos, livros, e produtos de forma geral. Ele é o dono do perfil, a pessoa que o produz o conteúdo. É aquele que praticou algo por pelo menos 10000 horas.

Para se tornar um expert, pense em um assunto que você é realmente bom, que entende e tem domínio. Se você quer ter certeza que é um expert no assunto, pergunte para as pessoas mais próximas a você se elas te vêem como alguém que tem autoridade no assunto que escolher.

**EXPERT**

O segundo passo é começar a gerar conteúdo na internet, mas não aleatório, precisa ser algo que transforme a vida das pessoas que consomem. É preciso que você gere valor na vida das pessoas. Somente a transformação é capaz de fazer com que as pessoas se tornem realmente fiéis a você e ao seu conteúdo, ao ponto de se tornarem fãs, verdadeiros advogados seu ou da sua marca. Se sua dificuldade é começar, ative a sua criatividade modelando outros perfis.



EXPERT



11

MULTIMÍDIA

O maior produto de hoje é a atenção, minutos e visualizações são os carros chefes de grandes empresas como Google e Facebook, por isso a habilidade de chamar e reter atenção é uma das mais importantes para qualquer negócio. Existem profissionais especialistas nessa função, que os multimídias.

Multimídia é um campo no qual há diversas áreas de produção e uma grande demanda para resolução de problemas que existem técnicas diversas e bastante complexas. A posição de um multimídia varia da forma que ele atua, podendo ser tanto na produção audio visual, quanto na parte gráfica.

Designers e editores de vídeos são responsáveis pelo criativo da marca, ou seja, toda a parte da identidade visual e presença digital. São eles que fazem o rosto e a imagem de uma empresa, e, se bem feitos, com certeza espalharão suas qualidades em seus produtos. Sendo assim, grandes empresas têm investido cada vez mais na multimídia.

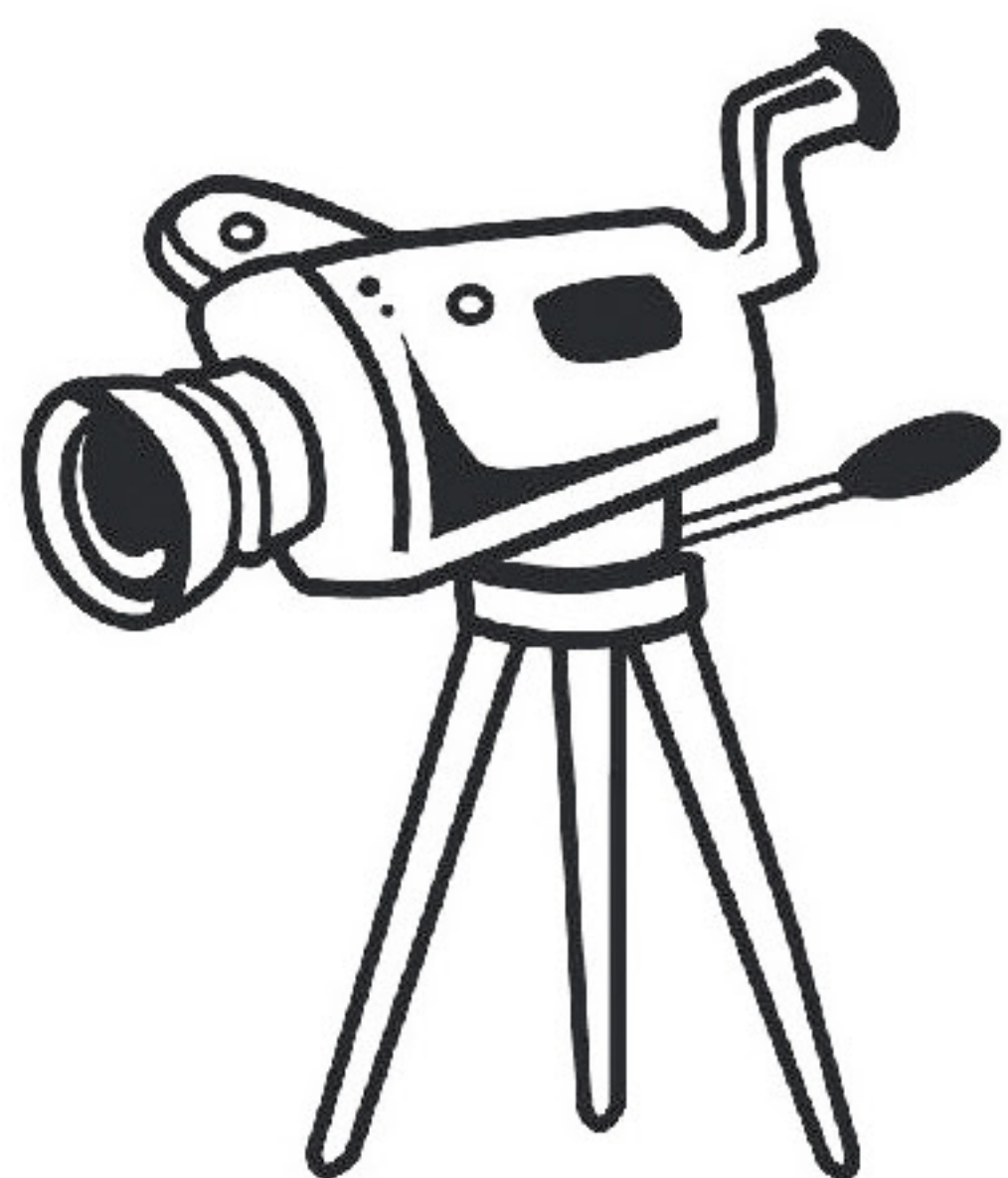
Os grandes profissionais atuam produzindo para as grandes empresas, e seus designs estão em basicamente todos os lugares, afinal em tudo hoje em dia tem propaganda. O que antes vinha de um folheto caído na rua, a um telão em uma avenida, hoje acontece primordialmente nas redes sociais.

MULTIMÍDIA

Os editores, de foto e vídeo, utilizam de programas como PHOTOSHOP e ADOBE PREMIERE para transformarem sua criatividade em grandes propagandas. Porém, o trabalho não está somente nas ferramentas, os profissionais que se destacam são aqueles que estudam profundamente branding, diagramação e identidade visual, tudo com o intuito de chamar e reter a atenção do público alvo.

O profissional pode atuar dentro de uma empresa de marketing digital, produção audiovisual ou até mesmo de forma freelancer, onde ele ganhará por conteúdo produzido, podendo gerar até a própria empresa. O valor do profissional varia de acordo com a demanda de produção. No mercado de trabalho há uma demanda muito alta para os profissionais.

Um editor de vídeo que trabalha em uma empresa começa com um salário por volta de R\$1.500,00 reais e aqueles que escolhem por trabalhar no regime de freelancer, podem ter um salário baseado no seu reconhecimento e quantidade de clientes, beirando facilmente os R\$4.000,00 reais.



MULTIMÍDIA

Já um designer, que trabalha em uma empresa possui um salário inicial de média de R\$2.000, podendo também escolher o regime de freelancer e seu salário ser baseado no seu destaque e quantidade de clientes, beirando facilmente os R\$3.000, 00.

Os primeiros passos para se começar na carreira de criador de multimídia, sendo como designer ou editor de vídeos, é aprender sobre a ferramenta que você utilizará, para edição de fotos e artes a maior e mais famosa é o PHOTOSHOP, já para edição de vídeos o pódio fica com o PREMIER, além de aprender a utilizar as ferramentas, você precisa se aprofundar no estudo sobre branding, identidade visual, diagramação, e em técnicas de edição para conseguir reter o público o máximo de tempo possível no seu vídeo

Como é algo voltado para as mídias sociais, é bom ter um portfólio online, podendo apresentar para empresas ou até mesmo para clientes, trabalhando de forma independente e criando seu próprio negócio.



MULTIMÍDIA

The background is a dark blue gradient. In the center, a hand is shown from the wrist up, with the index finger pointing upwards. The hand is semi-transparent. Scattered around the hand are several dollar signs (\$), some inside circles and others as standalone symbols. There are also small squares and rectangles of varying sizes, some of which are grouped together to form binary code (0s and 1s).

12

AFILIADO

Ganhar dinheiro na internet já virou objetivo de muita gente nessa era de tecnologia. E as plataformas de afiliados chegaram para facilitar esse ganho extra, até em escala.

O programa de afiliados é um serviço de publicidade prestado por uma empresa que aluga e vende espaços publicitários na internet, em plataformas digitais.

Na plataforma, o produtor (dono do produto) disponibiliza o cadastro dos afiliados, que poderão “revender” o produto e ganhar comissão sobre as vendas.

Este é um mercado de infoprodutos (produtos digitais) onde existe uma grande possibilidade para empreendedores atuarem por conta própria e faturar, sem que exista a obrigação de comprar bens ou efetuar qualquer investimento considerável.

É o produtor que dita as regras. Ele informa nome do produto e público-alvo, define preço e comissão. A plataforma cobra uma taxa para hospedar essa parceria e fazer as transações.



AFILIADO

Os valores das comissões variam de R\$0,30 até mais de R\$300,00 a cada conversão. Por isso, é importante que você identifique o valor da comissão de cada produto disponível para divulgação. Caberá a você decidir quais produtos estão mais relacionados ao seu segmento de interesse, oferecem melhores oportunidades com o público que você visa atingir e são mais fáceis de gerenciar.

De maneira geral, o afiliado é alguém que indica produtos feitos por outras pessoas e recebe comissões pelas vendas realizadas.

É uma pessoa comum motivado a utilizar a internet à sua disposição. Esta é uma pessoa que nota que tem a chance de empreender pela internet, sem que exista a obrigação de abrir um local físico. Afinal, esse investimento demanda a compra de produto, móveis, estoque e a distribuição para os seus respectivos clientes de modo tradicional.



AFILIADO

Existem diversos motivos para apostar no sucesso de o que é o mercado de afiliados hoje em dia. O fato é que os participantes contam com a perspectiva de ganhar dinheiro de maneira otimizada e independente. Ao postar um anúncio, o afiliado pode chegar a centenas de clientes com oportunidade real de que essa indicação acabe em uma venda. E sempre que isso acontece você terá uma parte do valor. Isto é, o seu pagamento depende só do seu comprometimento: quanto mais a pessoa se especializar e entender a sua audiência, maiores também serão as suas possibilidades de faturar.



AFILIADO

O DESTRAVAR DIGITAL



CAIR PRA DENTRO

O DESTRAVAR
DIGITAL



FAÇA PARTE DO GRUPO

CAIR PRA DENTRO

Pablo Marçal

12
PILARES
DO DIGITAL

XBRANDING



@xbranding.com.br