

MANUAL DE SOBREVIVÊNCIA

PARA PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS

GK_γ

Como Inserir seu Negócio em Ambientes Digitais

Victor Lymberopoulos, Publicitário,
Professor e especialista em Marketing
Digital.

Atuei com grandes marcas, entre elas
Devassa, Neve, ONDM, Liberty Seguros,
Unimed, entre outras.

Ministrei aula para mais de 35 mil
pessoas ao longo dos últimos 08 anos.

Fundador da GREEKy Cursos

<https://www.linkedin.com/in/victorlymberopoulos/>

greeky.com.br



Durante os últimos anos levamos os melhores profissionais de Marketing para várias cidades do Brasil.

Em média 40% dos nossos alunos participam de mais de um curso da nossa escola, e isso acontece graças a qualidade do conteúdo e o apoio pós aula.

3500

Alunos

30

Cidades

70

Cursos

GREEK_γ



GREEK_γ

— Alavanque Suas Vendas!

Está com pressa para colocar seu Negócio na Internet?

Calma. Nós podemos te ajudar!

R\$97 em até 10x



<https://www.greeky.com.br/express/>

Use o código: **OCTADESK** para ganhar 20% de desconto

GK_γ

**Você já pensou em trabalhar
com Marketing Digital?**



Vantagens

- Aparecer para mais pessoas sem depender de loja física
- Possibilidade de escalar seu negócio
- Impactar pessoas que não conhecem você
- Sua empresa trabalhando 24 horas por dia
- Melhorar seu posicionamento (branding)

Ok, Victor...

Como posso fazer isso?

PLANEJAR!!!!

O planejamento não diz respeito a decisões futuras, mas às implicações futuras de decisões presentes.

Peter Drucker



Planejamento

Defina seus objetivos de Marketing

- Gerar reconhecimento da marca
- Vender mais produtos
- Aumentar a base de leads/ seguidores
- Ensinar mais sobre seus serviços
- Reforçar o posicionamento da sua marca



Planejamento

Defina seus KPIs (Key Performance Indicators)

- Alcance das postagens
- Acessos ao seu site
- Interações dos usuários com suas publicações
- Visualizações de Vídeo
- Curtidas *



Planejamento

Defina seus Público-Alvo

- A quem sua campanha será dirigida?
- Quais são os comportamentos do seu consumidor online/offline
- Criar uma Buyer Persona
- Defina a linguagem usada (formal, informal, pessoal, institucional)
- Qual o tipo de linguagem usarei em cada mídia



Crie sua Persona



O fantástico Gerador de Personas

Empresas que documentam sua estratégia de Marketing de Conteúdo são 100% mais efetivas.

<https://geradordepersonas.com.br/>



Planejamento

Defina Canais que serão Utilizados

- Escolha bem as mídias que você vai usar
- Esteja onde seu cliente está
- Faça adaptações do conteúdo para cada mídia



Planejamento

Defina o Conteúdo

- Qual o tipo de conteúdo vou criar para cada tipo de persona
- Qual os formatos mais interessantes para cada persona?
- Quais os call-to-action que mais tem resultados?



Planejamento

Definição de Público x Mídia



Funil de Vendas





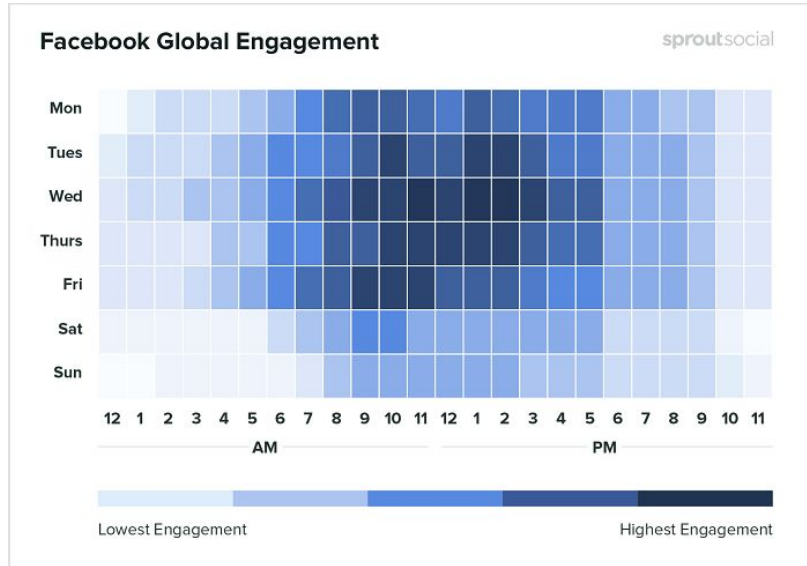
Planejamento

Defina a Frequência

- Onde serão realizadas as publicações?
- Quantas vezes você vai publicar?
- Quais os formatos serão usadas?
- Quais os melhores horários para publicar?

O segredo é a consistência.

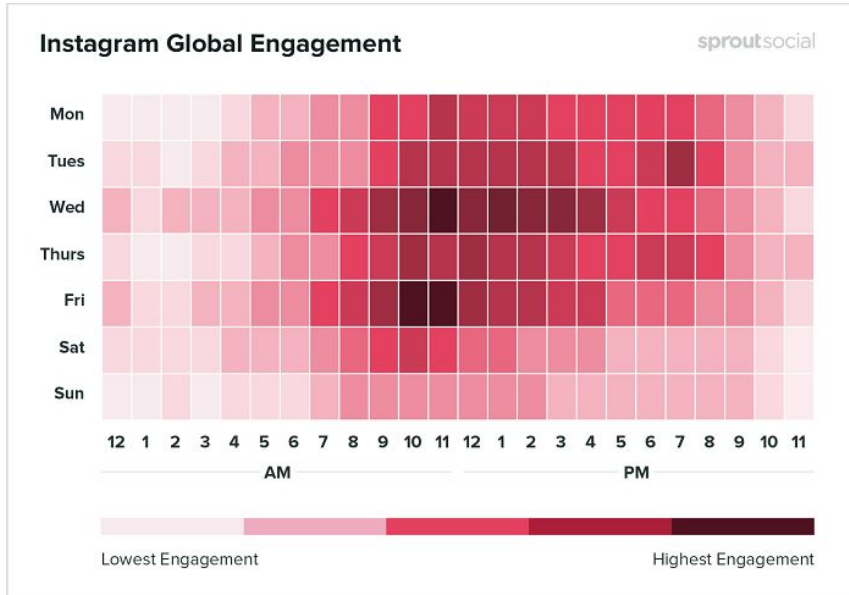
Melhores Horários Facebook



- **Melhores horários:**
 - 11h e 13h
- **Melhor Dia**
 - Quarta-feira
- **Pior Dia**
 - Domingo

<https://sproutsocial.com/insights/best-times-to-post-on-social-media/>

Melhores Horários Instagram



- **Melhor Dia e Horário**
 - Quarta-feira - 11h
 - Sexta-feira - 10h - 12h
- **Pior Dia**
 - Domingo

<https://sproutsocial.com/insights/best-times-to-post-on-social-media/>



Planejamento

Testes e Análise de Resultados

- Quais ações que eu fiz geraram mais resultados?
 - Quais foram os resultados?
- O que eu posso aprender com meus testes?
- Práticas eficientes x Práticas não tão legais assim

Entenda os dados para criar ações mais efetivas.

Ótimo!

**Depois do planejamento o que eu
preciso pensar/refletir?**

Criar seu Site

- Gerar visibilidade
- Conquistar novos clientes
- Oferecer material complementar aos seu anúncios
- Aumentar sua conversão
- Ser encontrado por usuários do Google
- Facilidade para interagir via chat com possíveis clientes
- Oferecer prova social (depoimento de clientes)
- Criar estratégias mais eficientes de marketing (exemplo: Remarketing)
- Ter conteúdos de longa duração, já que o conteúdo das mídias sociais tem vida útil curta

Real Time

Normalmente trabalhamos com dados coletados após comportamento do usuário para criar novas estratégias, mas esquecemos que é importante conversar com o cliente enquanto ele está no momento de compra.

REAL TIME!



Anunciar

São milhares de combinações possíveis de segmentação para que você seja assertivo nos anúncios e tenha ótimos resultados.

Em épocas de crise é importante ficar atento...

- 1. Respirar Fundo**
- 2. Planejar com calma**
- 3. Aproveitar o que você já tem**
- 4. Implementar novas idéias**

Dicas

- **Não pare de postar nas Mídias Sociais**
- Converse com as pessoas, gere diálogo
- Humanize mais as conversas
- Valorize suas singularidades
- Promova seu conteúdo de forma criativa
- Invista em anúncios SIM!



Obrigado! :)

Vamos conversar?

Victor Lymberopoulos

@victorlymber

11 95214 3636

