

EM DIA

MARKETING DIGITAL:
ESTRATÉGIA E DESAFIOS

VALDIRENE R. TEIXEIRA
Diretora de Planejamento Estratégico da ADVB/SC

Invisto em ações digitais, mas a venda não acontece...Esse é o problema que tem assombrado muitos empreendedores e executivos, independentemente do porte da empresa, hoje em dia. Até que ponto as suas ações de marketing digital têm sido efetivas e eficazes para converter em vendas? Pois bem, a situação não é tão simples assim. Não basta direcionar todos os seus investimentos somente para ações de comunicação em marketing digital e não contemplar em seu plano de mídia também ações de comunicação em marketing tradicional. É bom lembrar sempre que, sendo o marketing digital mais controlável (em função de toda tecnologia usada), seu foco é promover resultados, entretanto, o marketing tradicional amplia gradativamente a reputação da marca e promove a iniciação da interação com os clientes. Quem não gosta de ver a sua marca veiculada na mídia eletrônica ou estampada com um anúncio bem legal numa revista?

Além disso, muitas empresas esquecem que ações de marketing que convertem em vendas precisam de estruturas internas que proporcionem o fechamento do processo. Exemplificando, não adianta nada ter um belo trabalho de inbound marketing, um site responsivo ou pro-

moções com preços interessantes, se a equipe de vendas não estiver capacitada para o fechamento na loja física. Da mesma forma, se a venda for online, a operação de e-commerce precisa estar adequada para fechar a venda e entregar o pedido.

Uma coisa é certa quando se refere a conversão em vendas, a empresa precisa inspirar e respirar o seu cliente. Precisa inspirar porque o seu produto ou serviço tem que ser bom o suficiente para impressionar o cliente pela sua utilidade e qualidade e despertar o desejo dele naquele momento. E precisa respirar porque a sua empresa tem que absorver as necessidades do seu consumidor para poder atendê-lo.

Outro detalhe que parece passar despercebido é que a tecnologia mudou o nosso mundo e para melhor, mas a interação e o relacionamento humano não vão desaparecer, e as empresas precisam absorver e tirar proveito disso. Talvez o que esteja faltando para fechar a sua venda com todo o investimento em comunicação digital seja o equilíbrio entre a experiência virtual e a relacional. O caminho para essa sinergia é longo e desafiante, mas pode ser muito prazeroso e lucrativo. Pare, repense, recalcule a rota e continue investindo. O antigo "o que não é visto, não é lembrado" continua atual.

M

IN

BO

MA

AL

MA

BA

MA

NE

ÍNDIC

Ibove

M

CÂM

DIAM

28/9

29/9

2/10

3/10

CÂM

MOED

DÓLAR

DÓLAR

EURO

DÓLAR

LIBRA

IENE J

PESO

PESO

PESO

DÓLAR

PETR

DATA

28/9

29/9

2/10

3/10