



Planejamento de **Marketing Digital**

Lúcio Paulo Godoi Fermoselli

cerca de
50%

das PME não realizam
nenhum plano de Marketing



Planejar é preciso. **Sempre.**



**Qual o nosso
desafio?**

**Estar onde nosso
cliente está**

98,1%

dos brasileiros acima de 10 anos
possuem acesso a internet

*Fonte: IBGE, 2018

96%

dos brasileiros pesquisam online
produtos e serviços de PMEs

*Fonte: Provokers, 2018

Confira abaixo alguns insights dessa pesquisa:

- Os consumidores recorrem à web para saber mais sobre as empresas:
1 em cada 2 confiam nos comentários on-line tanto quanto recebidos pessoalmente
- 77% lê comentários para decidir entre dois ou mais negócios
- 58% confia nas avaliações on-line tanto quanto as recebidas pessoalmente
- 4 a 5 aspectos são considerados, em média, na escolha entre empresas:
 - ✓ 77% comentários de usuários, respostas de perguntas
 - ✓ 75% descontos promoções ou novidades
 - ✓ 69% como chegar lá (mapa ou endereço)
 - ✓ 64% do horário de funcionamento
 - ✓ 59% fotos do lugar
 - ✓ 52% métodos de pagamento
 - ✓ 41% se o site está disponível
 - ✓ 41% informações de contato



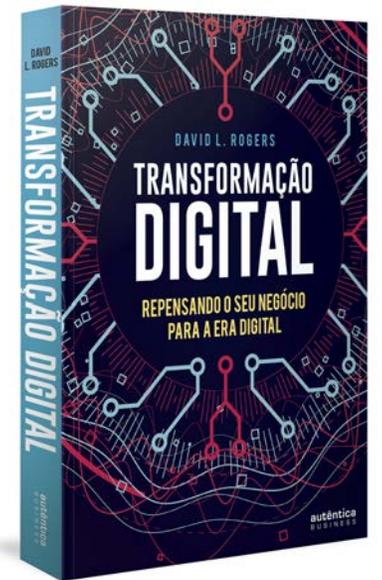
**Processo de vendas
muitas vezes
começa online...**

...

**mas a concretização é com
um vendedor/consultor**



Transformação Digital



Clientes

DE:

- Clientes com mercado de massa
- Comunicações são transmitidas aos clientes
- A empresa é o principal influenciador
- Marketing para induzir à compra
- Fluxo de valor em mão única
- Economia de escala (empresa)

PARA:

- Clientes com rede dinâmica
- Comunicações fluem em mão dupla
- Os clientes são o principal influenciador
- Marketing para inspirar a compra, lealdade e a defesa da marca
- Fluxo de valores recíprocos
- Economias de valor (clientes)

Competição

DE:

- Competição em setores delimitados
- Distinções nítidas entre parceiros e rivais
- Ativos mantidos na empresa
- Poucos concorrentes dominantes por categoria
- Produtos com características únicos

PARA:

- Competição entre setores fluidos
- Distinções nebulosas entre parceiros e rivais
- Concorrentes cooperam em áreas-chave
- Os principais ativos situam-se em redes externas
- Plataformas com parceiros que trocam valor

Dados

DE:

- Dados são dispendiosos para serem gerados na empresa
- O desafio dos dados é armazená-los e gerenciá-los
- As empresas usam apenas dados estruturados
- Dados gerenciados em departamentos operacionais

PARA:

- Dados são gerados continuamente em todos os lugares
- O desafio dos dados é convertê-los em informações valiosas
- Os dados não estruturados são cada vez mais úteis e valiosos
- O valor dos dados é conectá-los entre os departamentos
- Dados são ativos intangíveis

Inovação

DE:

- Decisões com base na intuição e na autoridade
- Teste de ideias caro, lento e difícil
- Desafio é encontrar a solução certa
- O foco se concentra no produto acabado

PARA:

- Decisões são tomadas em testes e validações
- Teste de ideias é barato, rápido e fácil
- Experimentos contínuos
- Fracassos são fontes precursoras e baratas de aprendizado
- Evolua antes de ser necessário, para manter-se à frente

Valor

DE:

- Proposta de valor definida pelo setor
- Execute a sua atual proposta de valor

PARA:

- Proposta de valor definida pela evolução das necessidades dos clientes
- Descubra a próxima oportunidade de criar valor para o cliente

A close-up photograph of a hand hovering just above a row of seven white dice. The dice are arranged to spell out the word 'OFFLINE'. The top faces of the dice show the letters 'O', 'O', 'N', 'L', 'I', 'N', 'E' in green. The bottom faces show 'O', 'F', 'F', 'L', 'I', 'N', 'E' in red and black. The background is a blurred green and blue gradient.

O O N L I N E
O F F L I N E



Outdoor
Rádio
TV
Evento
Folheto
Revista
Jornal
Cartaz



Websites

Blogs

Newsletter

Redes Sociais

Buscador

APPs





Orgânico
+ Impulsioneamento



Orgânico
+ Impulsioneamento



Orgânico
+ Google Ads



Orgânico
+ Impulsioneamento

Possui lista de clientes
ativos/inativos?

- Criação de Público Personalizado

Instalação:

- Google Analytics
- Pixel do Facebook



Google
Meu Negócio

Integração
com Google Ads

Posts publicados
também neste perfil



- Formulário de contato
- Telefone
- Whatsapp
- E-mail

Remarketing



Vantagens do Marketing Digital

- ✓ Estar presente onde as pessoas estão;
- ✓ Gera audiência;
- ✓ Segmentar o público;
- ✓ Monitorar e Mensurar;
- ✓ Pode atrair gratuitamente;
- ✓ Competitividade;
- ✓ Custo-benefício.



1º Passo:

Diagnóstico/Pesquisa

Analisar o Mercado

- Análise de Macroambiente
- Tendências

Analisar o desempenho da Empresa

- Análise de Microambiente
- Proposta de Valor
- Diferenciação
- Quem é seu consumidor
- Como é notado pelo seu público?
- Analisar o Funil de Vendas (off-line/online)

1º Passo:

Diagnóstico

Hipóteses/Problemas

- O que precisamos resolver/melhorar?

Pesquisa de marketing

- Mercado,
- Concorrência,
- Produtos,
- Matriz SWOT

Corretora de Seguros

Volume *i*

14,8K 🇧🇷

Dificuldade da palavra-chave *i*

74% 

CPC *i*

R\$ 2,69

Comp. *i*

0,54

Resultados na SERP *i*

~19,3M 

Recursos de SERP *i*



PLA *i*

0

Anúncios *i*

8

Variações da palavra-chave *i*

77,3K | Volume total: **169,8K**

Palavras-chave	Volume
corretora de seguros	14,8K
curso de corretor de seguros	1,6K
curso corretor de seguros	1,0K
dia do corretor de seguros	1,0K
como ser corretor de seguros	720

Palavra-chave 	Volume 	Tendência	KD % 	CPC \$ 	Comp. 	Recursos de ... 	Resultados 
corretora de seguros campinas 	320		41,93	0,40	0,32	   	1,6M 

Seguro de Vida

Volume *i*

33,1K 

Dificuldade da palavra-chave *i*

82% 

CPC *i*

R\$ 3,76

Comp. *i*

0,80

Resultados na SERP *i*

~732,0M 

Recursos de SERP *i*

    +3

PLA *i*

0

Anúncios *i*

8

Variações da palavra-chave *i*

57,2K | Volume total: **177,9K**

Palavras-chave	Volume
seguro de vida	33,1K
seguro de vida caixa	5,4K
seguro de vida itau	3,6K
seguro de vida bradesco	2,9K
seguro de vida santander	2,4K

Seguro Agrícola

Volume *i*

880 🇧🇷

Dificuldade da palavra-chave *i*

69% 

CPC *i*

R\$ 1,51

Comp. *i*

0,39

Resultados na SERP *i*

~12,8M 

Recursos de SERP *i*



PLA *i*

0

Anúncios *i*

0

Variações da palavra-chave *i*

442 | Volume total: **200**

Palavras-chave	Volume
seguros caixa agrícola	70
vantagens do seguro agrícola	40
emprego seguro agrícola	20
crédito rural seguro agrícola e programas de financiamento	10
curso de perícia para seguro agrícola	10

Palavras-chave relacionadas *i*

40 | Volume total: **8,0K**

Palavras-chave	Volume
seguro rural	720
seguro rural o que é	70

2º Passo:

Objetivos

- Como quer se posicionar?
- Quais os resultados esperados?
- Onde deseja melhorar?
- Objetivos do mix de marketing
PRODUTO | PREÇO | PRAÇA | PROMOÇÃO

3º Passo:

Estratégias/Plano de Ação

- Ações práticas no curto, médio e longo prazo
- AIDA – Atenção, Interesse, Desejo e Ação
- Engajamento, Relacionamento, Conteúdo e Presença Digital
- Ações práticas no curto, médio e longo prazo

4º Passo:

Execução, Métricas, Revisão



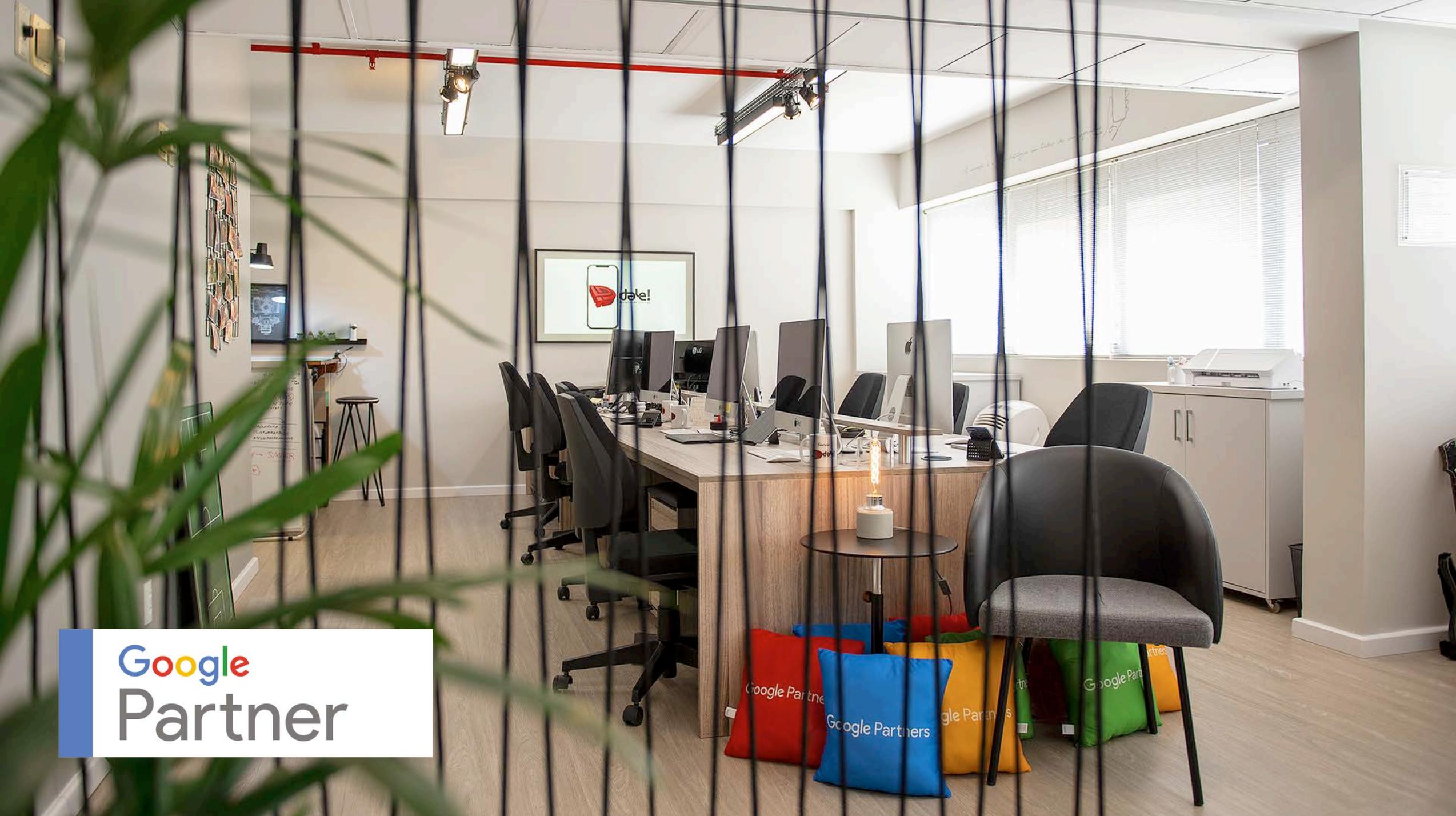
dalemmarketing.com.br/apresentacao



Lúcio Paulo
Godoi Fermoselli

lucio@dalemmarketing.com.br
(19) 997981513

Av. José de Souza Campos, 1815
Sala 512 • Cambuí • Campinas/SP



Google
Partner