

RESUMO EXECUTIVO

Atualmente, o principal desafio enfrentado pelas empresas é o de alcançar seu público alvo de maneira efetiva e sem custos altos. Porém, não é necessário conhecer apenas quem consome seu produto, e sim, ir além, criando um canal de comunicação real, que permita o desenvolvimento da marca junto aos consumidores.

O marketing não deve ter apenas como objetivo a venda do produto, e sim a satisfação do cliente. O marketing deve estar presente em todo o processo, desde o planejamento do produto até o atendimento pós-venda ao consumidor, gerando impacto no ambiente e também na sociedade.

Mas afinal, quais opções, dentre todas as existentes, que se encaixa melhor ao meu negócio? Será que é necessário uma grande quantia de dinheiro para desenvolver produtos e campanhas de sucesso? Como podemos aproveitar a oportunidade oferecida pela internet no relacionamento com o cliente? Esses são apenas alguns dos questionamentos que rondam a mente dos empresários que desejam investir em marketing.

Neste relatório essas e outras perguntas serão respondidas, e com o uso de algumas ferramentas como marketing digital, hotsites, email marketing e links patrocinados, mostraremos como é possível realizar uma campanha de divulgação com sucesso.

Todos os direitos reservados.

A reprodução não autorizada desta publicação, no todo ou em parte, constitui violação dos direitos autorais (Lei nº 9.610)

Distribuição e informações:

SEBRAE Santa Catarina

Endereço: Av. Rio Branco, 611

Telefone : 0800 570 0800

Bairro : Centro Cep : 88015203 – Florianópolis – SC

Internet: [http:// www.sebrae-sc.com.br/sis](http://www.sebrae-sc.com.br/sis)

Vestuário

MARKETING: ALTERNATIVAS EFETIVAS PARA OS NEGÓCIOS

RELATÓRIO DE INTELIGÊNCIA

Setor:

CALÇADOS

Autor:

Andressa Gonçalves Justino

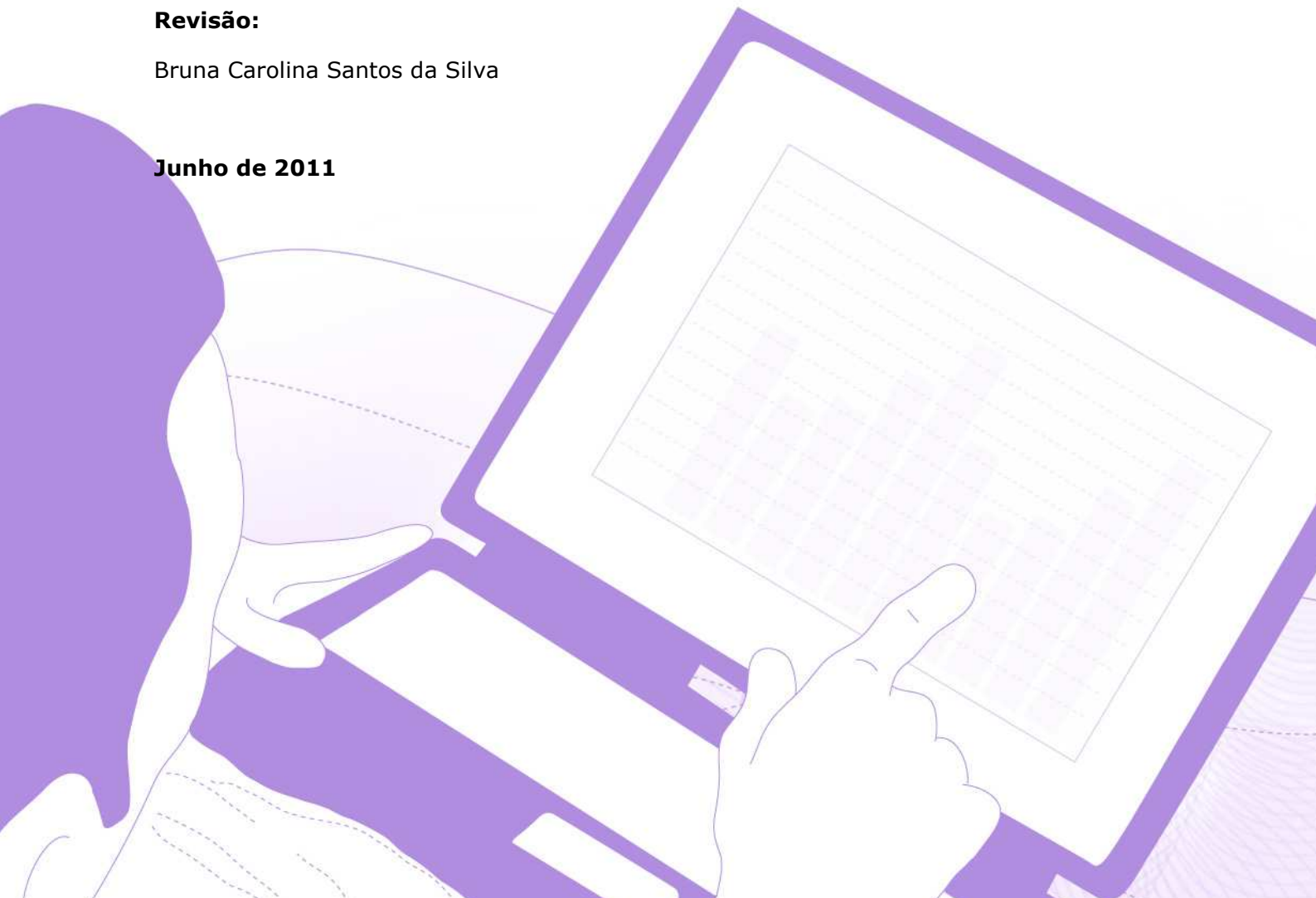
Coordenação de Pesquisa:

Pollyne Marcondes

Revisão:

Bruna Carolina Santos da Silva

Junho de 2011



Tópicos-Chave

- ↳ **Marketing;**
- ↳ **Posicionamento de marca;**
- ↳ **Comunicação.**

SUMÁRIO

SUMÁRIO.....	3
INTRODUÇÃO	4
O MARKETING E A COMUNICAÇÃO.....	5
MARKETING DIGITAL	5
REDES SOCIAIS.....	6
HOTSITES.....	6
EMAIL MARKETING.....	6
MARKETING DIRETO	7
MÍDIA IMPRESSA	7
PUBLICIDADE EM OUTROS SITES E LINKS PATROCINADOS	7
OPORTUNIDADES E AMEAÇAS	7
FONTES	8

INTRODUÇÃO

Atualmente, o principal desafio enfrentado pelas empresas é o de alcançar seu público alvo, de maneira efetiva e sem custos altos. Porém, não é necessário conhecer apenas quem consome seu produto, e sim, ir além, criando um canal de comunicação real, que permita o desenvolvimento da marca junto aos consumidores.

São poucas as marcas que exploram todas as oportunidades que a internet apresenta, e acabam não aproveitando todo o potencial existente nesse campo dos relacionamentos com clientes.

É necessário um planejamento que contemple o maior número de possibilidades, pois, somente com um plano de trabalho bem determinado é possível oferecer um serviço de qualidade aos consumidores.

Esse relatório apresenta as principais ações tomadas pelas empresas atualmente e alguns exemplos que mostram como é possível alcançar o sucesso na esfera da comunicação e do marketing.

O MARKETING E A COMUNICAÇÃO

Com o mercado cada vez mais exigente, o mínimo que as empresas têm de fazer para permanecer na concorrência são ações que se diferenciem das tradicionais propagandas. O marketing não deve ser tratado apenas como publicidade, e sim como um conjunto de ferramentas que trabalham juntas para alcançar o mercado de maneira eficiente.

O marketing não deve ter apenas como objetivo a venda do produto, e sim a satisfação do cliente. O marketing deve estar presente em todo o processo, desde o planejamento do produto até o atendimento pós-venda ao consumidor, gerando impacto no ambiente e também na sociedade.

Mas afinal, quais opções, dentre todas as existentes se encaixa melhor ao meu negócio? Será que é necessário uma grande quantia de dinheiro para desenvolver produtos e campanhas de sucesso? Como podemos aproveitar a oportunidade oferecida pela internet no relacionamento com o cliente? Esses são apenas alguns dos questionamentos que rondam a mente dos empresários que desejam investir em marketing. Veremos a seguir alguns exemplos de ações que geram resultados na divulgação de produtos e serviços.

1. MARKETING DIGITAL

Muitas empresas realizam ações na internet e se perguntam por que não alcançam resultados expressivos nas vendas, ou então não por que conseguem fidelizar seus clientes. Uma das principais causas desse desempenho não tão satisfatório é o fato da abordagem aos clientes não ser a mais adequada, gerando assim, baixa efetividade nas campanhas.

Um dos principais erros é o foco, ou seja, as empresas acreditam que quanto mais falarem de si mesmas no mercado, melhores serão os resultados das vendas de seus produtos, quando, na verdade, o objetivo deve ser o cliente, afinal a internet possibilita justamente esse canal direto e aberto com o consumidor, uma interação difícil de encontrar em outros lugares. Fazer mídia online não é atingir o máximo de pessoas possível, e sim, estreitar o relacionamento com os clientes, ouvindo suas necessidades e considerações.

É necessário um planejamento para a atuação online, seja ela em mídias sociais, fóruns, blogs ou sites, pois, através de um plano bem feito, é possível não somente encontrar esse caminho de troca de informações com os clientes, como também oferecer um serviço completo, uma forma de suporte comercial e pessoal, que aproveita as ricas opiniões, sugestões, reclamações e idéias dos clientes.

2. REDES SOCIAIS

O primeiro passo para a interação com os clientes é a divulgação da marca em canais alternativos de comunicação, como por exemplo, as redes sociais (Twitter, Facebook, Orkut, LinkedIn, YouTube, MySpace, entre outras.).

Fazer uma divulgação boca a boca ou nas mídias tradicionais pode ser interessante para apresentação da página da empresa nesses sites de relacionamento. É importante oferecer múltiplas plataformas de interação com os consumidores para que, assim, eles possam escolher aquela em que se sentem mais confortáveis para realizar a comunicação.

Outro ponto interessante é oferecer promoções aos usuários dessas redes, pois assim os clientes podem conhecer novos produtos, e a empresa acaba beneficiando-se do baixo custo dessas ações promocionais.

Por fim, é necessário uma rotina de atualizações, afinal esses clientes devem ser fidelizados. Manter a regularidade nas redes sociais é importante para deixar os consumidores sempre informados sobre as novas ações da empresa, além de ser um ponto fundamental para manter a marca em contato permanente com o cliente.

3. HOTSITES

O Hotsite é uma alternativa interessante para a divulgação de um novo produto. O Hotsite é a página exclusiva do produto, e não da empresa. É uma maneira diferente de oferecer ao cliente informações completas sobre o produto, através de fotos, vídeos, depoimentos, dicas, pontos de venda e promoções para aquisição do mesmo. É importante a criatividade no desenvolvimento dessa ferramenta. Você pode ter idéias conhecendo alguns hotsites criados por outras empresas na divulgação de seus produtos.

4. EMAIL MARKETING

O email marketing é uma poderosa ferramenta de comunicação entre a empresa e o consumidor, quando bem utilizada. Algumas ações devem ser consideradas na utilização dessa ferramenta:

Envie somente para quem realmente quer receber informações de seus produtos e serviços. Uma maneira de levantar os emails das pessoas interessadas é através de promoções que obrigam o usuário a cadastrar-se e informar se tem interesse ou não em receber esses informativos;

Seja objetivo, claro e relevante. Procure conhecer seu público-alvo - as chances de enviar informações úteis aumentam se você sabe o que seu cliente deseja, ou pelo menos, suas preferências;

Não envie muitas mensagens num pequeno período de tempo. Faça um planejamento prévio de divulgação. A chance de incomodar seus consumidores e acabar tendo seu email bloqueado diminui com campanhas bem planejadas;

Trate seu cliente de maneira especial - personalize sua mensagem, trazendo ao cliente a sensação de que ele realmente é importante para seus negócios.

5. MARKETING DIRETO

Quando o produto é novo, o cliente ainda não pode ir até você, pois não sabe da existência do mesmo. Nesses casos, o marketing direto é um aliado poderoso na divulgação. Nessa modalidade é você quem vai até o cliente - através de pesquisas do público alvo é possível conhecer os potenciais consumidores de seu novo produto. Essas pesquisas devem ser bem planejadas, para aumentar as chances de um bom resultado. Com esses dados em mãos você pode planejar algumas formas de atingir o consumidor, através de telefonemas, por exemplo.

6. MÍDIA IMPRESSA

Apesar de seu uso ter diminuído nos últimos tempos, você pode fazer uma pesquisa para saber se o seu público-alvo pode ser atingido através desse tipo de divulgação. Você pode anunciar em revistas especializadas, jornais, listas telefônicas ou através de banners.

7. PUBLICIDADE EM OUTROS SITES E LINKS PATROCINADOS

Mais uma vez o ponto forte é o planejamento, afinal, somente com uma pesquisa bem feita sobre seu público alvo é possível descobrir em qual site é vantajoso divulgar seus produtos e serviços, seja através de banners, links, etc.

Não só os itens apresentados acima que podem auxiliar na divulgação de produtos e serviços e no desenvolvimento do relacionamento com os clientes. Outras ações são importantes no processo de consolidação da marca e fidelização de clientes, como, por exemplo, um site institucional bem feito, com informações completas a respeito de sua empresa e das ações que vem tomando em relação ao meio ambiente e aos clientes. Também é importante a disponibilização de um canal tradicional para contato, como o telefone, com um atendimento que seja eficiente e satisfatório.

OPORTUNIDADES E AMEAÇAS

Sem dúvidas, a internet é a grande oportunidade do momento. Afinal a maioria das alternativas apresentadas não tem um custo muito elevado, comparado com campanhas tradicionais de divulgação, como propagandas de TV, por exemplo.

É importante estar atento ao mercado e aos concorrentes, garantindo efetividade nas opções feitas pela equipe de marketing e comunicação. Porém, o ponto máximo de

atenção deve ser o planejamento de divulgação e a pesquisa de público alvo. Somente com essas duas ações é possível aumentar - e muito - as chances de sucesso na venda dos produtos e serviços, bem como, na fidelização dos clientes.

FONTES

Estilo Fácil. **5 Passos iniciais para divulgar um novo produto.** Blog Estilo Fácil, 25 de março de 2010. Disponível em: <<http://www.estilofacil.com/blog/publicidade/5-passos-iniciais-para-divulgar-um-novo-produto/>>. Acesso em: 25 Abr. 2011.

GOOD, Robin. **Online Marketing: Estratégias E Táticas Alternativas Para O Marketing Na Internet.** Master New Media, 22 de setembro de 2010. Disponível em: <http://www.masternewmedia.com.br/2010/09/22/online_marketing_estrategias_e_taticas_alternativas_para.htm>. Acesso em: 19 Abr. 2011.

MACHADO, Patrícia. **Redes Sociais são importantes estratégias de marketing.** Papo de empreendedor, 20 de abril de 2011. Disponível em: <<http://www.papodeempreendedor.com.br/marketing/redes-sociais-sao-importantes-estrategias-de-marketing/>>. Acesso em: 25 Abr. 2011.

MARCOLLA, Claudemir. **Marketing – conceitos e filosofias.** Administradores, 28 de fevereiro de 2011. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/informe-se/artigos/marketing-conceitos-e-filosofias/52631/>>. Acesso em: 18 Abr. 2011.