

**LIVRO DIGITAL**



**EMPREENDEDOR  
MARKETEIRO 1.0**

**Um guia iniciante para que empreendedores aprendam estratégias de marketing.**



# NINGUÉM CONHECE O SEU NEGÓCIO MELHOR QUE VOCÊ!

Por isso, se você souber administrar o seu marketing, ele será irresistível.





# Sumário

**1** Introdução

**2** Marketing

**3** Análise do Mercado e Personas

**4** DNA Digital

**5** Mapa de Conteúdo

**6** Anúncios x Conteúdos

**7** Produção de Textos

**8** Dicas de Ouro

**9** Considerações Finais





# Introdução

A cada dia, seu negócio perde a chance de ter destaque no mercado digital por falta de uma estratégia de marketing?

Você sente que não tem condições de investir em uma agência competente e gostaria de colocar a mão na massa e aprender a fazer o seu próprio marketing estratégico?

Temos uma boa notícia, **esse Ebook é pra você.**



Ou você já possui um time de marketing em sua empresa, mas gostaria de aprender mais sobre marketing digital e poder agregar valor ao seu time?

Temos uma boa notícia, **esse Ebook é pra você também.**

Nas próximas páginas falaremos um pouco sobre os fundamentos do marketing digital, como criar um plano e utilizar as redes sociais para atrair clientes para seu negócio. Falaremos sobre ações que você poderá executar imediatamente e que já irão melhorar a presença digital da sua empresa.

Sem perda de tempo....

**Vamos aprender?**





# Marketing

## Definição

Você já ficou se perguntando como algumas empresas conseguem atrair tantos clientes? O que elas fazem para se destacar no mercado? Por que os produtos delas vendem tanto, enquanto outros ficam encalhados?

O segredo do sucesso certamente passa pelo **marketing**.

Marketing é a ciência e arte de explorar, criar e entregar valor para satisfazer as necessidades e os desejos de um mercado consumidor a partir da oferta de produtos ou serviços que despertem o interesse do público. Assim, o Marketing consegue gerar valor para os clientes e também lucro para as empresas.

Não existe um marco oficial para o surgimento do marketing. Mas podemos dizer que ele existe — ainda não como um campo do conhecimento, mas na prática do dia a dia — desde que as pessoas trocam mercadorias entre si.

**"O melhor marketing é aquele que faz o cliente ir até você."**

## **Tipos de Marketing**

Existem diversas variações no marketing, mas aqui veremos as que consideramos mais importantes para o seu perfil.

### **Marketing Digital**

Começamos pelo nosso **preferido**. Marketing digital são ações de comunicação que as pessoas e empresas podem utilizar por meio da internet, da telefonia celular e outros meios digitais,

para divulgar e comercializar seus produtos ou serviços, conquistando novos clientes e melhorando a sua rede de relacionamentos.

O enorme crescimento nos últimos anos no uso dos canais digitais tem obrigado empresas a mudarem seus paradigmas quando o assunto é comunicação.

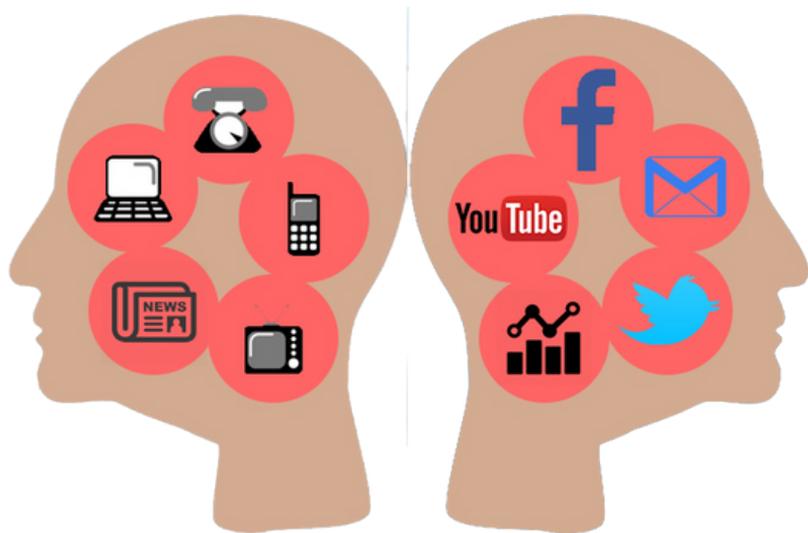
O famoso marketing boca a boca ou tradicional ainda funcionam, mas para se destacar é preciso investir em ações digitais, mas não qualquer ação, elas precisam ser personalizadas para seu público.

Um benefício do marketing digital é a possibilidade de acompanhar, em tempo real, os resultados das ações tomadas através de softwares de automação.



## Marketing Tradicional

Ou Marketing Offline é aquele que envolve todas as ações fora da internet, como anúncio em jornal, distribuição de brindes e telemarketing, por exemplo. Apesar de as verbas do marketing estarem migrando para o digital, a tendência é que as ações se tornem cada vez mais integradas, sem essa barreira entre online e offline.



## Outbound Marketing

Nesse marketing a empresa age de forma ativa em busca de clientes, com um anúncio, uma conversa, outdoors ou uma ligação.

Ele pode ser visto como uma prática do marketing tradicional, porém não se limita a ele, já que também está presente no meio online em banners de sites e anúncios pagos.

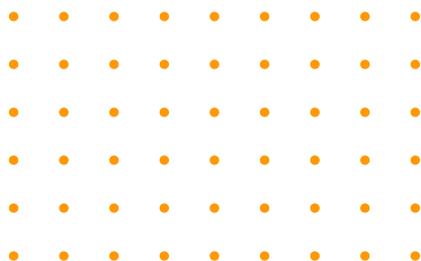
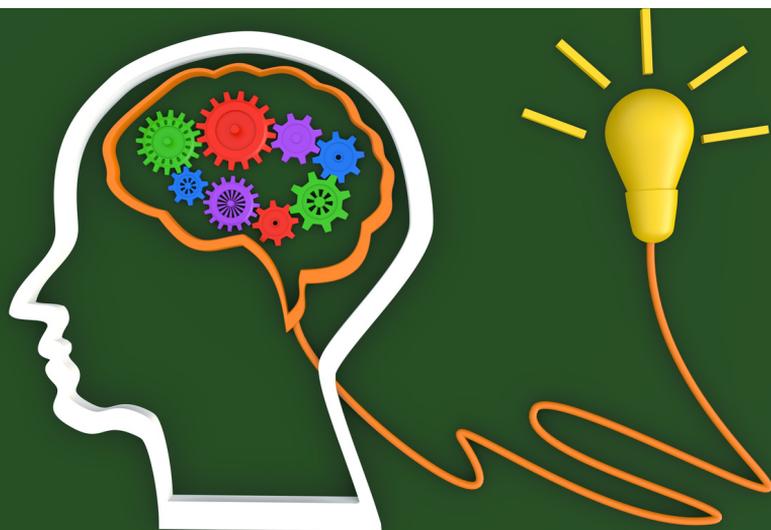


## Inbound Marketing

Em contraposição ao Outbound, o Inbound ganha força. Em vez de invadir a rotina das pessoas, o Inbound se utiliza de estratégias para atrair o consumidor. É também conhecido como marketing de atração, porque disponibiliza conteúdos ricos e relevantes para o público que deseja atingir, aguardando assim que o mesmo seja convertido em leads e, posteriormente, em clientes.

## Endomarketing

Um tipo de marketing muito importante para os empreendedores, são ações praticadas para construir uma imagem positiva da marca com os próprios colaboradores. Aposte nesse marketing para gerar engajamento em sua equipe, diminuir o turnover (taxa de rotatividade de funcionários) e aumentar a produtividade.



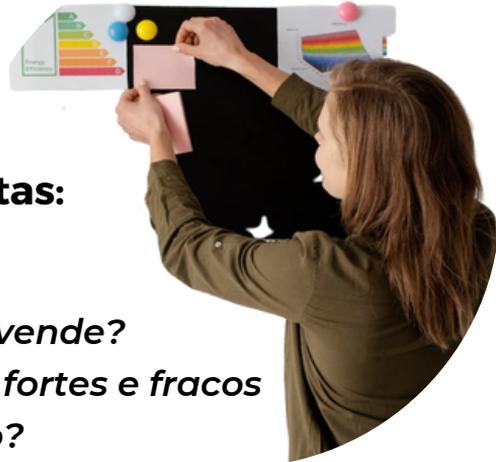


# Análise do Mercado e Personas

## O que ele é e faz?

Agora que conhecemos os tipos de marketing mais utilizados pelas empresas, está na hora de descobrir o que a sua empresa faz e qual o melhor marketing para cada ação.

Para isso é necessário que você estude o seu negócio.



## Responda as perguntas:

- *O que meu negócio vende?*
- *Quais são os pontos fortes e fracos do meu produto/serviço?*
- *Como gostaria que meu negócio fosse visto nas redes sociais?*

- *Qual meu objetivo no mercado digital?*
- *Descreva cinco perfis de pessoas que consomem o seu produto.*
- *Essas pessoas estão presentes em quais redes sociais?*

**Pare um pouco e analise os dados.**

## **Personas**

Persona é a representação fictícia do cliente ideal de um negócio. Ou seja, criamos um perfil baseado em dados reais sobre comportamento e características dos clientes, assim como histórias pessoais, motivações, objetivos, desafios e preocupações. A persona guia a criação de conteúdo e de Marketing Digital.

Para criar sua persona responda essas perguntas também:

O que motiva os clientes a comprarem seu produto/serviço? Qual o estilo de vida deles? O que eles mais gostam de ver nas redes sociais?

Agora monte de cinco a dez **PERSONAS** baseadas nas informações dos seus clientes.

Exemplo de uma persona para a nossa agência de marketing.



**Nome: João Paulo**

**Idade: 30 anos**

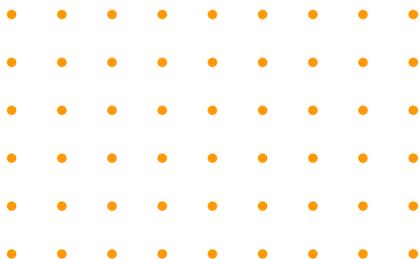
**Escolaridade: Formado em Medicina Veterinária**

**Profissão: Proprietário de Petshop e Veterinário**

**Possui sua empresa há dois anos. 80% de seus clientes chegam através do marketing tradicional, não atua bem no digital. Tem dificuldades em atrair clientes nas redes sociais, e por isso busca aprender sobre marketing.**

A partir daqui sabemos quem o cliente é, do que ele precisa, onde ele está e podemos imaginar algumas formas de atraí-lo.

**Mão na massa!**



## Análise da Concorrência

Tão importante quanto conhecer a nossa empresa, é conhecer os nossos concorrentes.

Liste no mínimo dez negócios que tenham o mesmo segmento que o seu, e concorrente não precisa ser vizinho não viu? Pode colocar as maiores referências do seu setor, porque é alto que a gente mira.

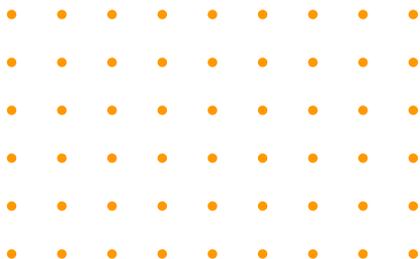


Agora analise o que seus concorrentes estão fazendo. O que você gosta, o que não gosta. O que deu certo, o que não deu. O que serve de inspiração e o que serve de lição.

Crie uma planilha onde salvará todas as referências de conteúdos parecidos com os seus que você gostou.

Compare com o que você tem feito e busque referências nos melhores lugares.

Analisando estrategicamente a atuação de seus concorrentes você estará a frente deles.





# DNA Digital

Agora que você já conhece sua empresa e seus concorrentes, está na hora de criar o seu DNA de conteúdo.

Esse é um dos momentos mais importantes.

Pense no seu negócio e defina:

1. Qual sua proposta única de valor?
2. Qual a transformação que seu conteúdo entrega?
3. Qual o seu diferencial a explorar?

Após analisar suas resposta, chegou a hora de escolher suas cores, fontes de letras, logotipo, estilo do perfil (perfil sério, despojado, clean e etc.), e em quais redes sociais irá atuar.



Hoje em dia existem diversos sites que podem te ajudar a criar a identidade visual da sua empresa, mas claro que se possível invista em um profissional da área que irá agregar valor e sentido a sua marca.

Entre em contato conosco para orçamentos de criação de Identidade Visual com descontos para inscritos.

**E-mail: [erremaker@gmail.com](mailto:erremaker@gmail.com)**

É muito importante também que você já tenha definido suas personas, como falado no tópico anterior, para saber qual abordagem irá usar nas redes.

Por exemplo:

São crianças ou adolescentes?

Converse de forma engraçada e acolhedora.

São adultos ocupados e estressados?

Converse de forma séria e prática.



São mulheres, mães e donas de casa?  
Converse de forma acolhedora e faça posts que agreguem valor.

Etc...

As pessoas precisam se conectar com você, e isso acontecerá através do que você diz, demonstra que faz e sente.

Outro ponto importante, as pessoas que utilizam as redes sociais não estão buscando serviços ou produtos, isso eles fazem em sites de pesquisas.

Nas redes sociais o público é atraído por pessoas, atitudes e inspirações.

Por isso é de extrema importância que o seu negócio tenha um 'rosto', uma pessoa que dê voz a ele.

E será essa pessoa que humanizará a sua marca, aproximando-a do seu público.



***Obs.: Não se sente confiante para falar nas redes sociais? Faça nossa mentoria VIP e acabe com esse bloqueio. Aplicaremos técnicas de oratória para melhorar sua comunicação e persuasão.***

***Entre em contato: [erremaker@gmail.com](mailto:erremaker@gmail.com)***



# Mapa de Conteúdo

Vamos criar agora o mapa de conteúdo do seu negócio nas redes sociais.

Ele não é apenas o calendário de post, é um pouco mais complexo que isso.

O primeiro passo para criar seu mapa de conteúdo é definir quais serão suas linhas editoriais, vamos criar as linhas editoriais do seu conteúdo.

## **Linhas Editoriais**

São a definição dos temas e abordagens que terá o conteúdo publicado no perfil de cada marca. Ela é composta pelo tema principal e temas secundários, ambos possuem relação com seu produto.

Na próxima página, daremos alguns exemplos para facilitar a criação do seu.



Marina é nutricionista.

A linha editorial de suas redes foi criada assim:

### **Tema Principal:**

- Serviços de Nutricionista

### **Temas Secundários:**

- Como prevenir doenças através da alimentação.
- Informações sobre benefícios dos alimentos.
- Dicas de receitas saudáveis.
- Motivacional.



Rodrigo é proprietário de uma academia.

---

### **Tema Principal:**

- Benefícios de malhar em sua academia.

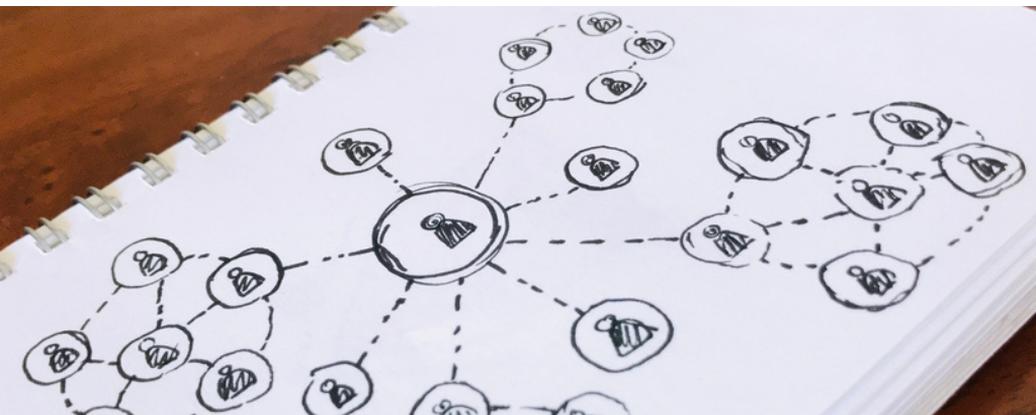
## Temas Secundários:

- Benefícios da atividade física para a saúde.
- Transformação no corpo de alunos.
- Dicas de como executar alguns exercícios em aparelhos.
- Notícias sobre Esportes.

e etc...

Deu para ter uma ideia do que são os temas secundários?

São assuntos importantes que envolvem o seu negócio e que podem servir como iscas para que os usuários conheçam suas redes, comecem a consumir seu conteúdo e futuramente comprem seu produto/serviço.



Agora, **mão na massa**.

Vá atrás das referências que anotou, de todo o conhecimento sobre sua empresa que reuniu e comece a escrever os assuntos dentro das linhas editoriais que serão abordados nos seus posts.

Mas antes de montar o calendário de posts, veremos brevemente a finalidade de cada post das redes sociais mais utilizadas atualmente:



**Instagram**

### **Feed**

Informação, fotos, dicas. Conteúdos relevantes, que você quer que permaneça visível.

### **Stories**

Sua rotina diária, conversas com seguidores, fotos intimistas. Conteúdos que aproximam, mas que não são tão relevantes.

## Reels

Vídeos com conteúdos informativos, engraçados, virais. Conteúdos que são relevantes, aproximam e inspiram outras pessoas.



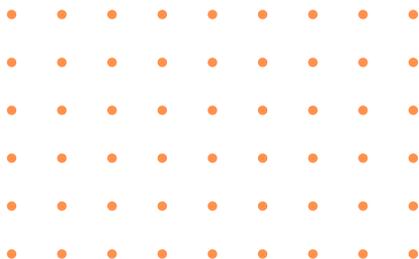
Facebook

## Linha do tempo

Informação, fotos e vídeos, dicas. Conteúdos relevantes. E os vídeos poderão ser postados em modo paisagem. Diferente do Instagram, no Facebook vídeos nesse formato são o ideal.

## Status

Mesmo caso dos Stories do Instagram. Poste conteúdos que aproximam, mas que não são tão relevantes.





## Canal

Excelente local para produções de conteúdo que geram informação, entretenimento, conexão e etc. É importante ter uma periodicidade certa no Youtube, para que seu conteúdo se torne relevante.

## Shorts

Ideal para atrair um novo público, nele você posta vídeos curtos (até 60 segundos), Capriche na descrição do vídeo e poste conteúdos relevantes, que aproximam e inspiram.



É uma rede social para compartilhamento de vídeos curtos, de 15, 60 segundos ou 3 minutos, e que oferece amplos recursos para editá-los. Poste no TikTok conteúdos informativos, engraçados e virais. Foque na inspiração e aproximação com o público.

**Blogs geram autoridade e ajudam a vender.**

**Ao escrever sobre seu mercado de atuação, produto ou serviço, você demonstra conhecimento de causa, o que gera autoridade para o seu negócio e maiores chances de conversões.**



## Calendário de Posts

Quando algum cliente realiza a estratégia digital da sua empresa com a nossa agência (Erre Maker) nós entregamos um calendário de posts completo para três meses.

Mas como esse E-book foi criado para um(a) empreendedor(a) que deseja ter conhecimentos de marketing mas que não é especialista, indicamos que realize o planejamento mensal dos seus posts.

**Vamos ao passo a passo para criação do seu calendário de posts:**

1. Abra planilha com suas referências (que foi criada durante a análise de concorrência).
2. Liste as datas **mais importantes** para o seu nicho naquele mês.
3. Separe os conteúdos pela linhas editoriais.

4. Escolha e personalize o conteúdo considerando considerando sua empresa.
5. Escolha a frequência que irá postar em cada canal.
6. Defina um horário para as postagens.
7. Escreva o objetivo para cada publicação.
8. Inclua posts de "Prova Social" em seu cronograma. São posts com feedbacks ou comprovação de resultados.
9. Crie as artes que serão necessários para os conteúdos ou solicite a um design.
10. Use o Facebook para Empresas ou algum site para planejar a postagem dos conteúdos com antecedência e não acontecer imprevistos.





# Anúncios x Conteúdo

Bom, já falamos sobre redes sociais e a forma certa de produzir conteúdos.

**Vamos falar agora sobre a importância de ter anúncios e conteúdos de atração.**

Primeiro, vamos explicar o que são anúncios:

Os anúncios, também são conhecidos como Ads, Tráfego Pago e Patrocínio.

Nenhuma das estratégias é mais importante, ambas se complementam.

O anúncio atrai o usuário e o conteúdo o faz permanecer ali.

Portanto, organize seu cronograma de forma que produza conteúdos para atração (Inbound Marketing) e crie anúncios (Outbound Marketing).

Se você não conhece sobre gestão de tráfego, instruímos que contrate um especialista para criar seus anúncios. Essa é a forma mais segura de não perder dinheiro.

Entre em contato conosco e faça seu orçamento de tráfego pago.

**E-mail: [erremaker@gmail.com](mailto:erremaker@gmail.com)**





# Produção de Textos

## Legendas

Tão importante quanto a arte que será postada em suas redes, é a legenda que você irá adicionar junto a imagem.

O importante é ser objetivo, sucinto e direto. Mas, sem deixar faltar informações importantes sobre a postagem.

Para inspiração de seus textos, visite blogs e artigos sobre o assunto e produza com suas palavras.

Posicione comunicados e mensagens importantes no início da legenda. Se o texto tiver mais de 125 caracteres, as pessoas precisarão tocar em “mais” para ler a publicação inteira no Instagram.

## Artigos

Artigos normalmente são postados no blog. Para criar um grande blog post o seu artigo precisa ter:

- Escolha um tema dentro da sua linha editorial, delimite o assunto e utilize uma abordagem única.
- Seja muito criativo(a) e elabore uma estrutura de tópicos para criar um conteúdo original, informativo e relevante.
- É hora de pôr a mão na massa e escrever um rascunho com todas as suas ideias.
- Faça um trabalho de edição e revisão de tudo o que você escreveu para eliminar erros de escrita, gramática e problemas de fluidez na leitura.
- Dê uma olhada em como o artigo está ficando e como ele vai ficar quando você o publicar.

- Quando estiver satisfeito(a) com o resultado, aperte no botão publicar para compartilhar seu conteúdo com todo mundo.



## **Dicas para melhorar a sua produção de textos:**

1. Mantenha o hábito da leitura e da escrita;
2. Tenha o conhecimento das novas regras gramaticais;
3. Preste atenção à grafia, pontuação, parágrafos e concordâncias;
4. Seja criativo e espontâneo;
5. Recorrer a uma segunda opinião sobre suas produções sempre que possível.



# Dicas de Ouro

Separamos algumas práticas que melhorarão os resultados do seu marketing digital.

São dicas que dividimos com alunos de mentoria ou clientes de estratégia, por isso pedimos que aplique e guarde o conhecimento para você.

Tenha um site.

Isso aumentará a relevância da sua empresa e aumentará sua visibilidade no Google.

Tenha um blog dentro do site.

Monte a bio do Instagram de forma estratégica. Coloque o que você faz/vende junto ao nome, para facilitar a localização dos usuários.

Utilize os recursos disponíveis nos Stories/Status (enquete, figurinhas, localização, gif e etc.)

Interaja com seus seguidores.

- Faça vídeos virais que combinem com o seu negócio.
- Realize lives periodicamente para aumentar sua audiência.
- Use hashtags que façam sentido para o seu negócio.
- Aprenda com as melhores marcas , siga empresas relevantes.
- Promova seu perfil e posts.

Utilizando todo o conhecimento que adquiriu aqui, colocando em prática as ações e contratando a Erre Maker para realizar os serviços que você precisa...

O sucesso é certo!





# Considerações Finais

Esperamos que o conteúdo disponibilizado nesse E-book tenha o(a) ajudado(a) a melhorar suas redes e a forma que atua no mercado digital.

Nossa agência está a disposição para agregar valor e tornar a sua empresa uma marca forte no online e no offline.

Oferecemos mentoria para empreendedores e criamos uma estratégia completa com plano de ação para seu marketing.

Não deixe pra depois.

Entre em contato com a gente.



**(48) 9 8837-0302**

**Campeche - Florianópolis**

2024



# FIM

Escrito por  
Nadine Souto Rezende



Siga nas redes sociais  
**@erremaker**

Visite o nosso site  
**erremaker.com.br**