#27 DICAS MATADORAS PARA

MARKETING DIGITAL

FAÇA SUA EMPRESA SE DESTACAR

ypb Marketing Digital

#1

WEB
SITE

Ao desenvolver o site de sua empresa, utilize poucos textos, as pessoas cansam com textos longos. Seja objetivo, direto e claro. Use imagens lindas, nós todos somos muito visuais. E as imagens falam mais do que muitas palavras.

#2

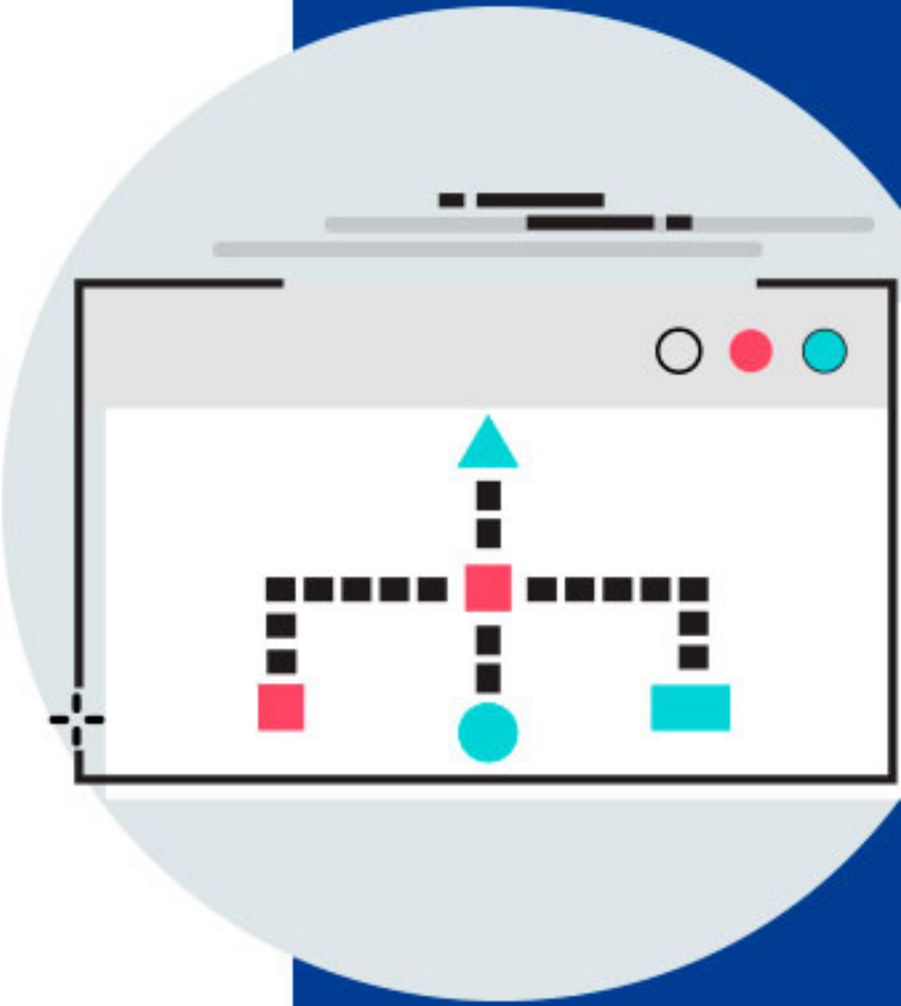
WEB SITE

O seu site deve se adequar a todas as telas de todos os aparelhos: celulares, computadores e tablets. Isto chama-se: site responsivo.

#3

WEB SITE

Uma das primeiras tarefas, ao desenvolver um novo site, é construir o Mapa do Site. Tudo o que o site conterá, caminhos de navegações e páginas de contato.



#4

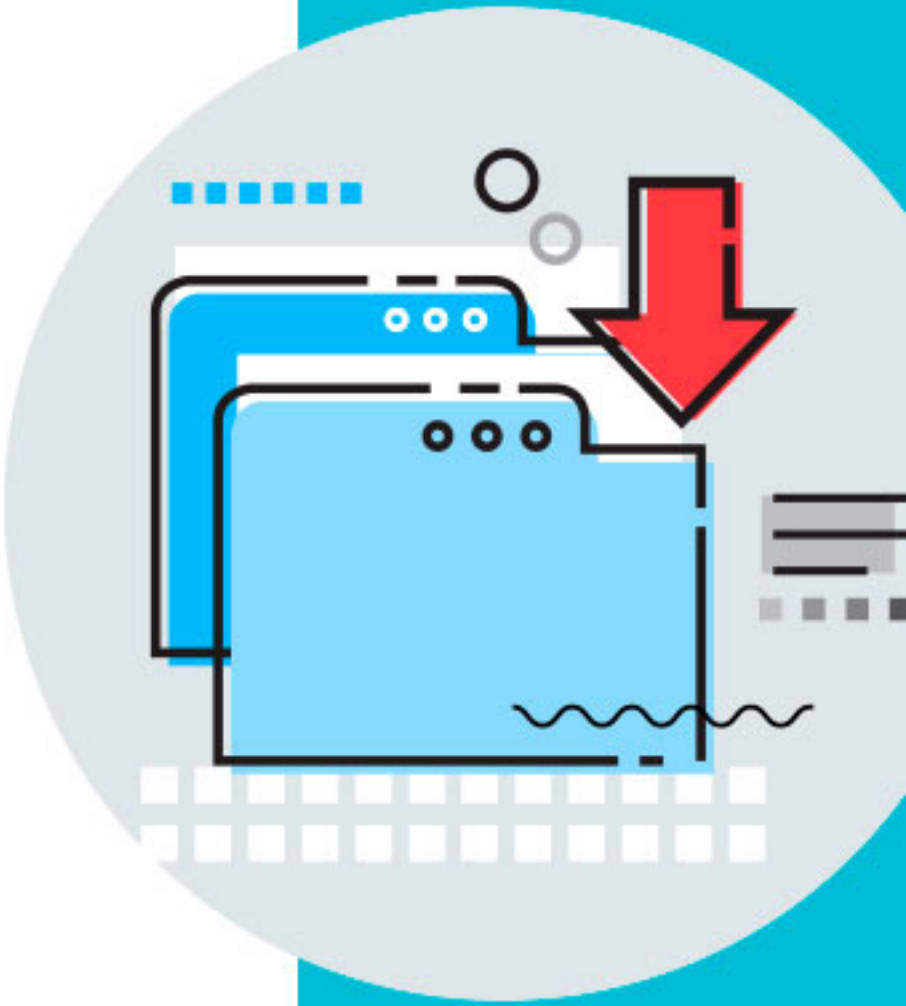
BLOG

O titulo e um dos maiores responsaveis pelo sucesso de um post. Gaste um bom tempo pensando em algo que seja chamativo e ao mesmo tempo reflita o tema de maneira objetiva. Ha “templates” que podem ajudar nisso.

#5

BLOGS

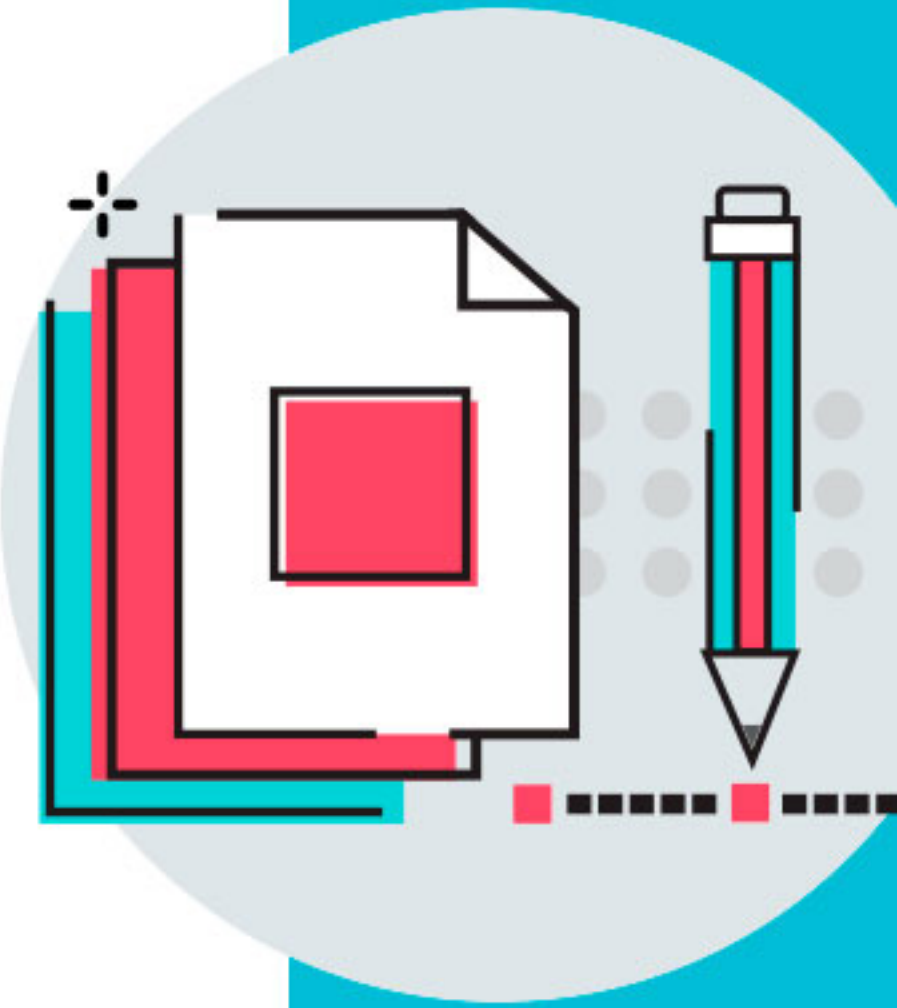
Nao hospede o blog da sua empresa em uma ferramenta gratuita, como .blogger ou .wordpress. Coloque-o em um subdominio (blog.empresa.com.br) ou subpasta (empresa.com.br/blog) do seu site, e assim todo o domínio pega carona na autoridade conquistada pelo blog e vice-versa.



#6

BLOG

Procure por boas imagens relacionadas ao tema e coloque-as no corpo do texto. Elas vao torna-los mais atraentes e aparecerão em maior destaque nas midias sociais.



#7

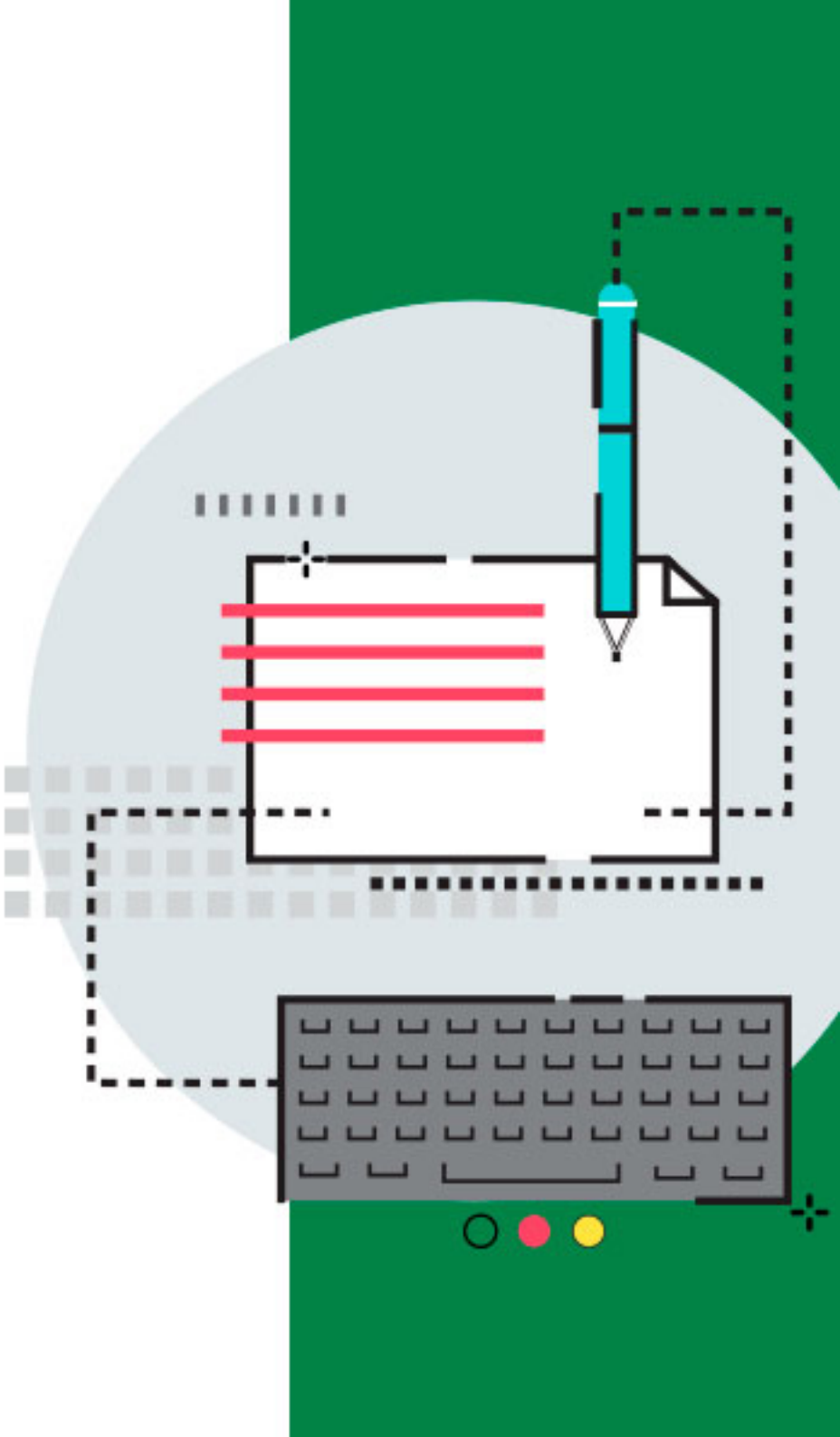
BLOGS

Procure manter um bom backlog de posts na manga. Isso vai ajudar quando faltar inspiracao para escrever.

#8

S.E.O.

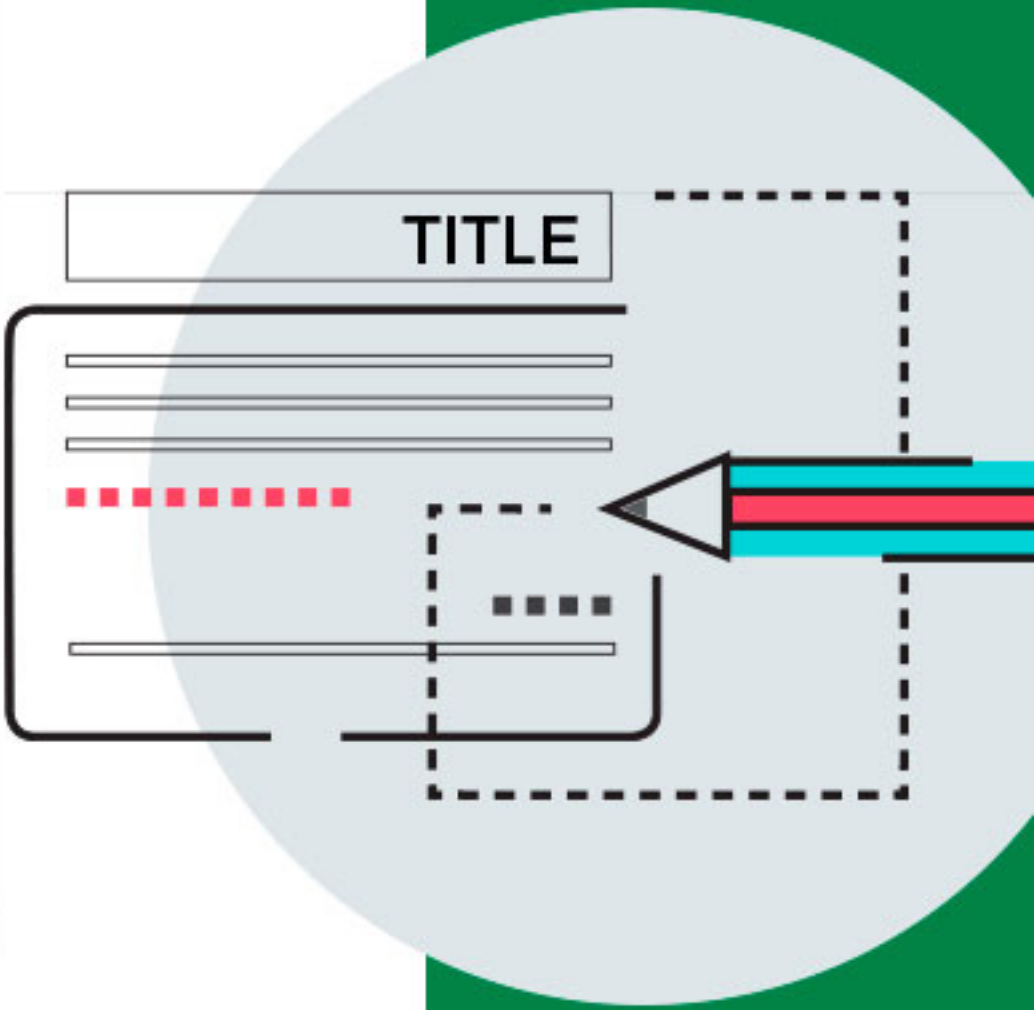
Antes de escrever qualquer conteudo, faca uma boa pesquisa de palavras-chave. E essencial mirar em algo que possa potencializar o retorno.



#9

S.E.O.

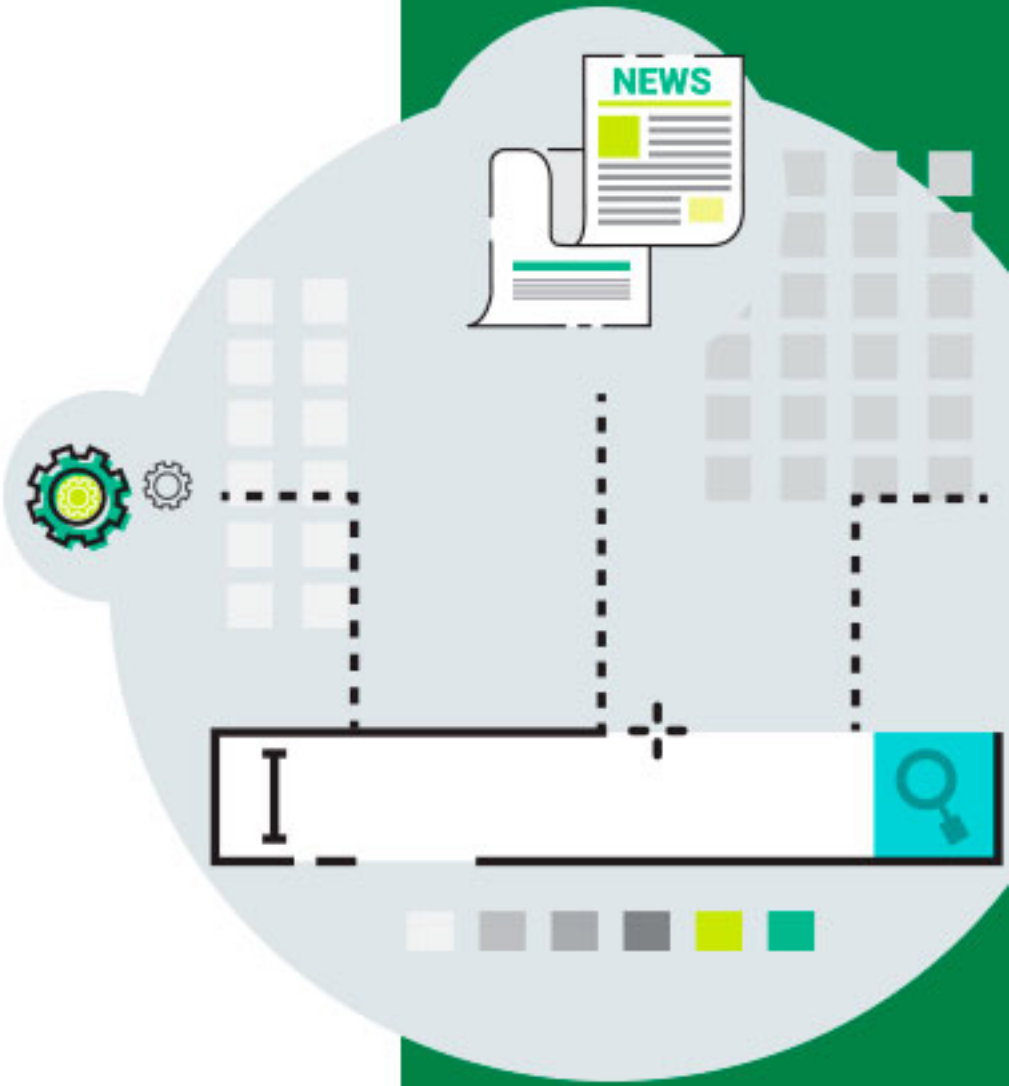
O Page Title (aquela frase que aparece no navegador) e uma das partes da pagina que o Google mais valoriza. Garanta que ele aborde as palavras que sua empresa esteja focada.



#10

S.E.O.

As URLs amigaveis (como site.com.br/produtos/nome-do-produto) vao ajudar o Google e o usuario a entender melhor o que a pagina trata e sao sempre mais recomendaveis que codigos e numeros aleatorios.



#11

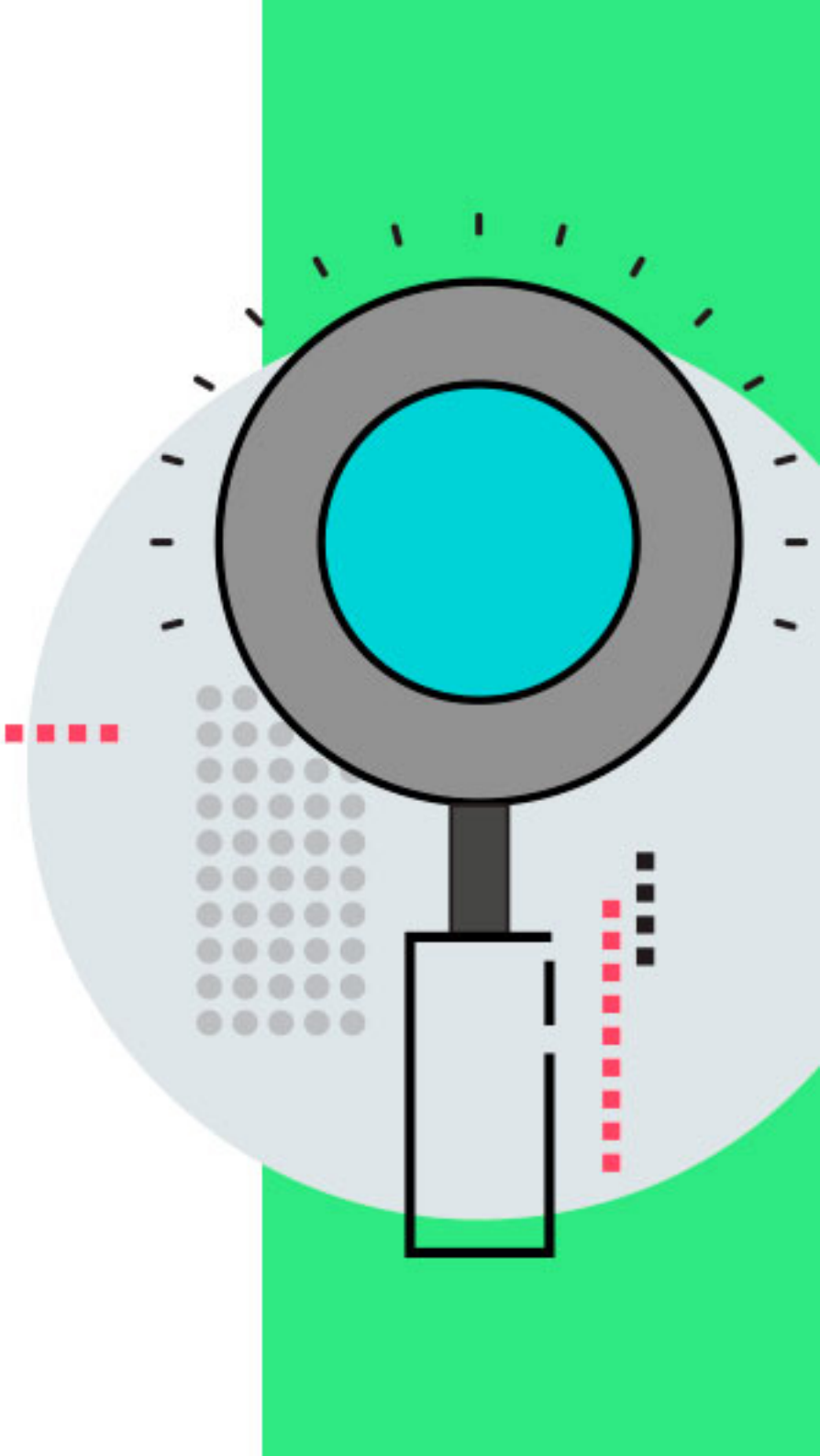
S.E.O

Evite em seu site tecnologias como Flash, imagens representando textos e excesso de javascript. O Google nao consegue interpreta-las bem.

#12

GOOGLE ADWORDS

Assim como falamos em SEO, na compra de Adwords tambem e essencial realizar uma boa pesquisa de palavras-chave. Va a fundo e procure por termos mais especificos: geralmente eles tem menos concorrencia e o preco e mais baixo.



#13

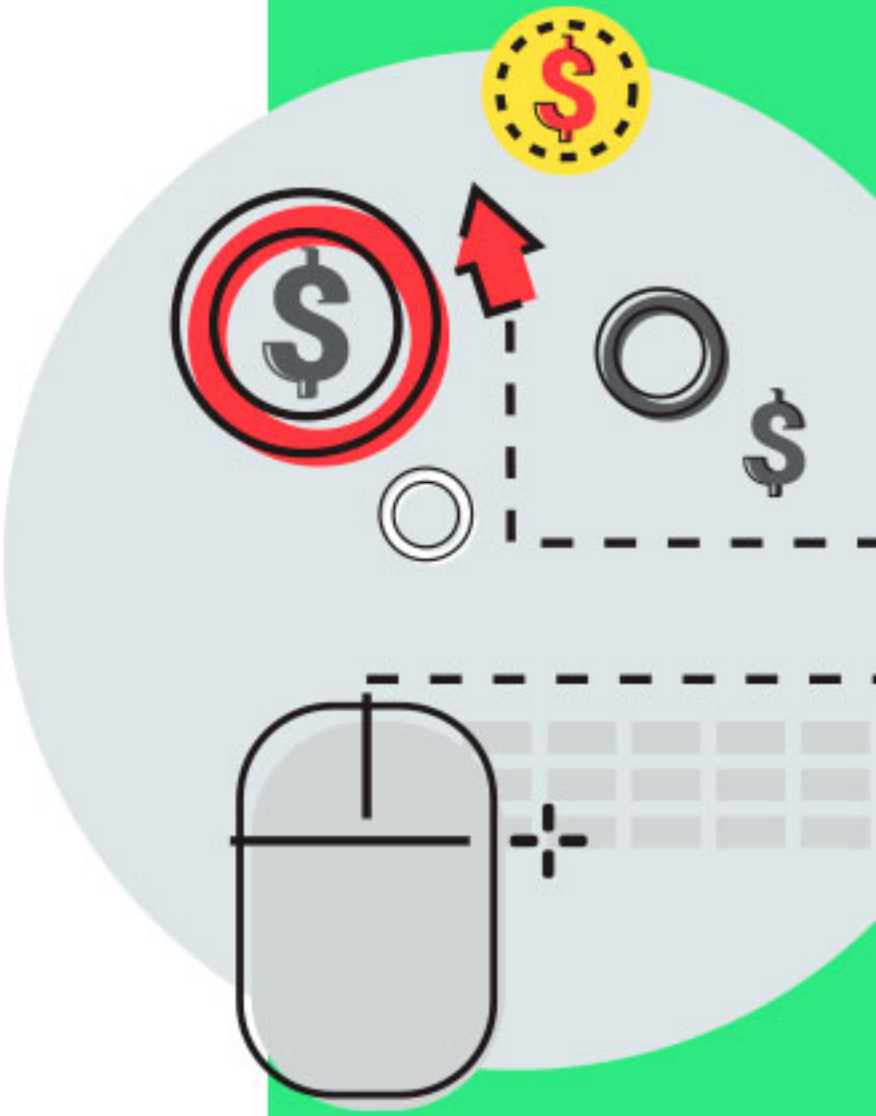
GOOGLE ADWORDS

Quando definir uma lista de palavras relevantes, separe em grupos muito pequenos, mantendo juntas apenas as palavras parecidas. Com isso, podemos criar anuncios que tenham forte relacao com cada keyword, gerando assim mais cliques e menor preco.

#14

GOOGLE ADWORDS

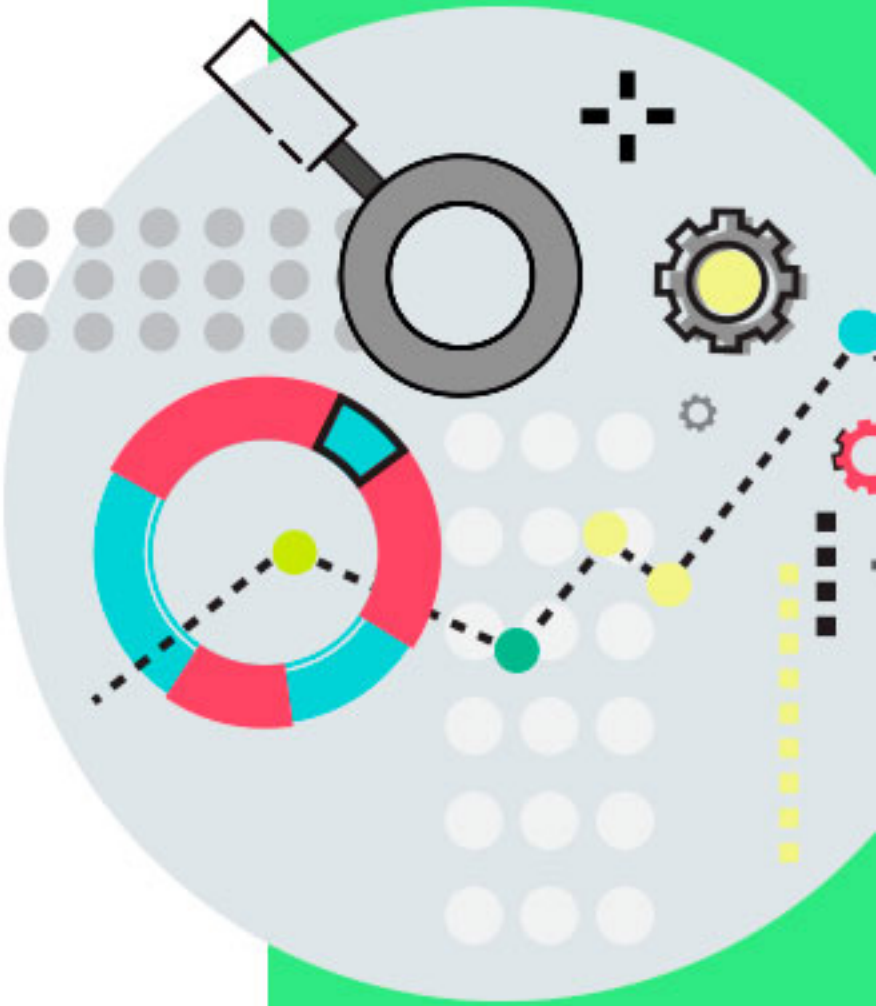
Sempre crie ao menos dois tipos de anuncio para cada grupo. Assim e possivel encontrar uma opcao com maior taxa de cliques.



#15

GOOGLE ADWORDS

O que nao pode ser medido, nao pode ser gerenciado. Antes de tudo, vincule o Google Adwords a sua conta no Google Analytics. Assim e possivel acompanhar os resultados de forma mais precisa.



#16

EMAIL MARKETING

Evite emails escritos com a cor vermelha ou com caracte-risticas normalmente associa-das a SPAM, como usar varios pontos de exclamacao ou ter no assunto ,ou no texto, palavras como Viagra, free, clique aqui, gratis, oferta.

#17

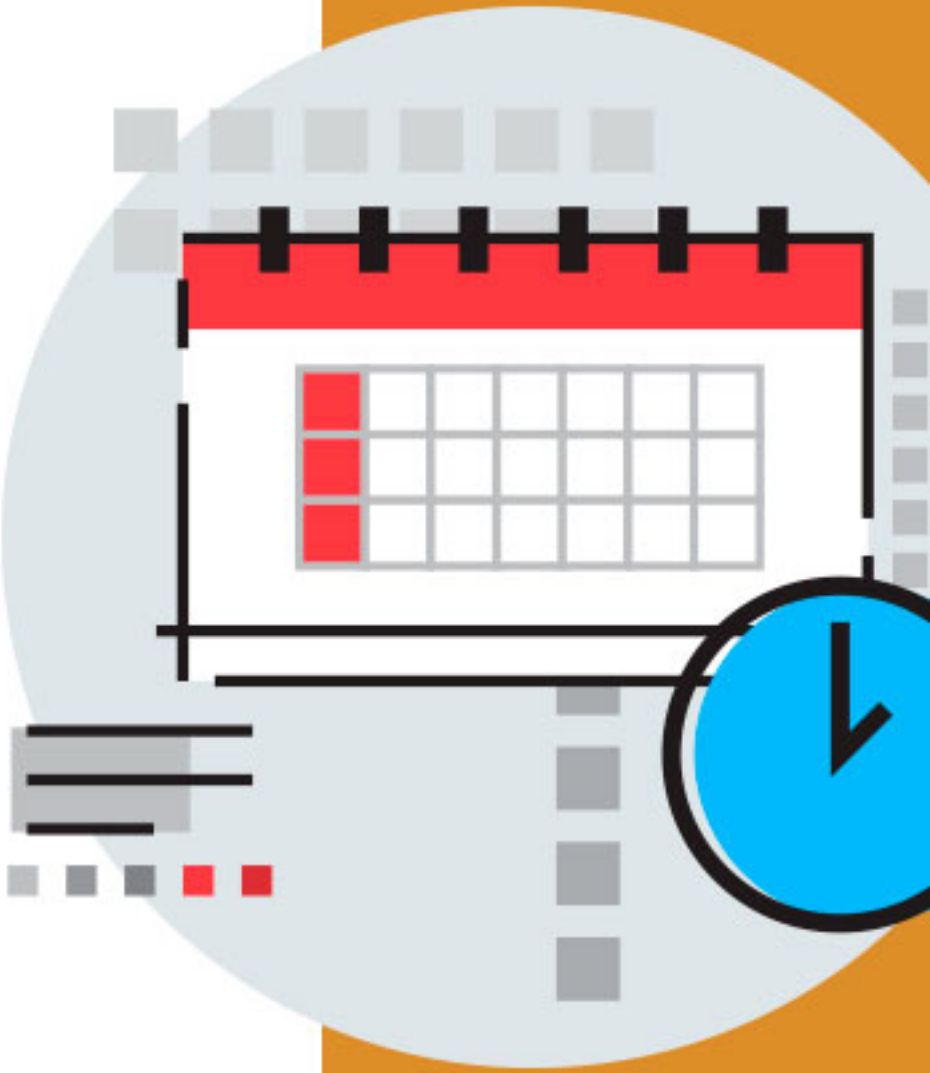
EMAIL MARKETING

Nunca envie apenas uma imagem como corpo de email. A maioria dos servicos vai, por padrao, bloquear essa imagem e a eficiencia do disparo tende a diminuir bastante.

#18

EMAIL MARKETING

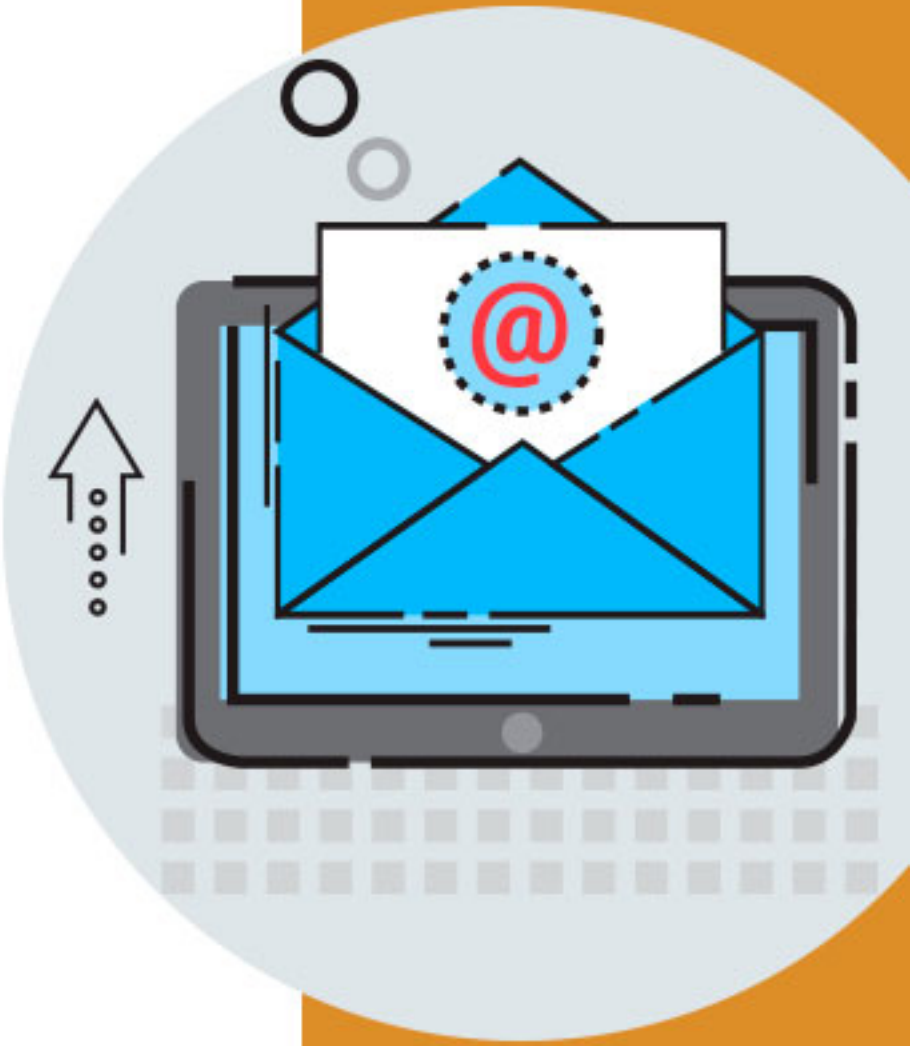
O dia e horario de envio fazem uma diferenca incrivel nos resultados. Nao sao raros os casos em que o timing da uma diferenca de mais de 100% nos cliques e conversoes. Escolha um horario que seu publico tenha a caixa aberta e possa agir sobre a mensagem.



#19

EMAIL MARKETING

Trabalhe tipos diferentes de emails para atingir os variados momentos de compra: tenha newsletters, emails promocionais, régua de relacionamentos, entre outros.



#20

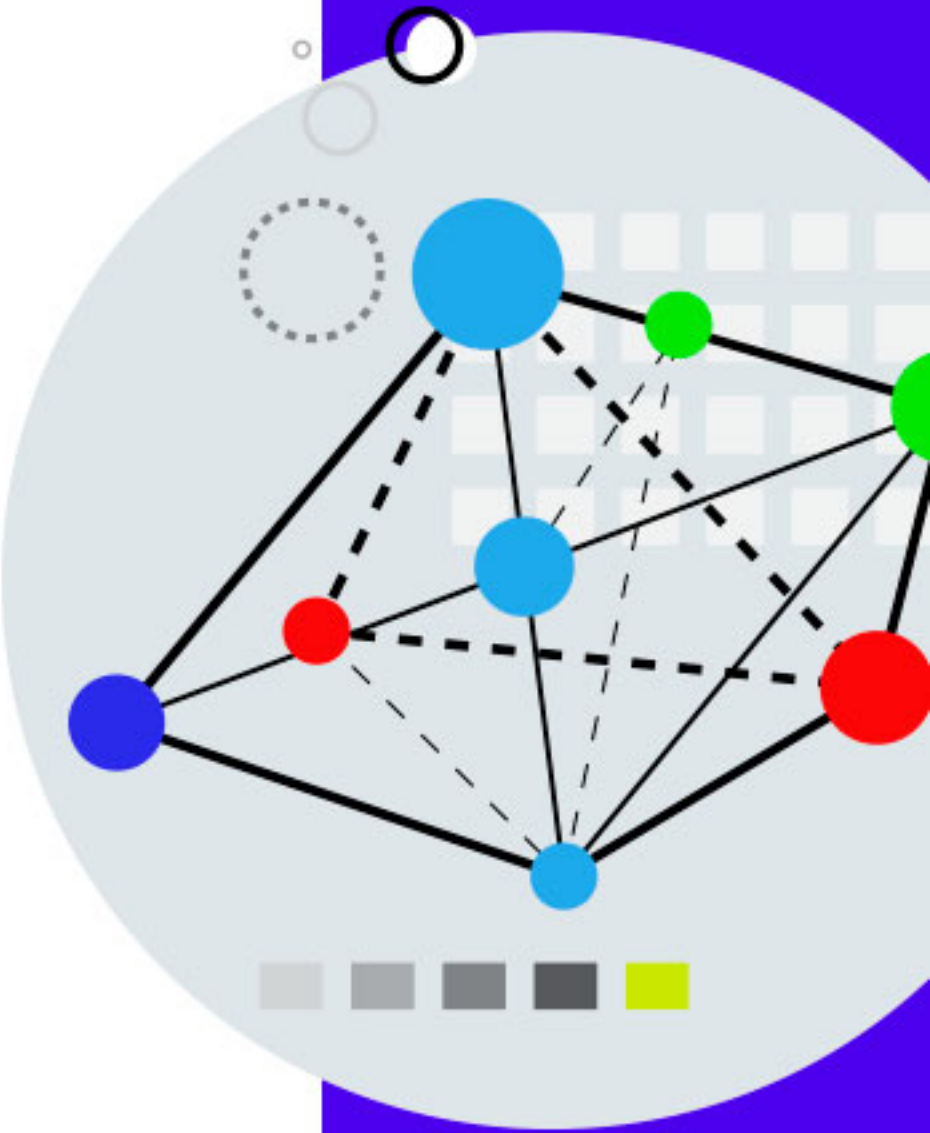
REDES SOCIAIS

O Facebook e a maior rede social do mundo e sao grandes as chances do seu potencial cliente estar la, por isso recomendamos. No entanto, nao va com tanta sede ao pote e nao coloque todos os ovos nesse unico cesto. A pagina no Facebook nunca vai substituir um bom site.

#21

REDES SOCIAIS

Escolha cuidadosamente as redes sociais que sua empresa quer participar ativamente e priorize aquelas em que o publico ja e ativo e que possa gerar resultados de forma mais garantida.



#22

REDES SOCIAIS

Privilegie imagens, ja que normalmente elas se destacam e ganham maior repercussao. Se estiver com a intencao de promover um link, coloque-o na legenda da foto.

#23

REDES SOCIAIS

Nunca crie um perfil para sua empresa no Facebook! Nao so e proibido pelos termos de uso como tambem faz com que sua empresa tenha uma serie de limitacoes que nao existem com uma FanPage.

#24

REDES SOCIAIS

Usar a funcionalidade “Impulsionar publicacao” e uma boa forma de fazer mais pessoas interagirem com seu conteudo e melhorar o engajamento da sua empresa no algoritmo do Facebook. Procure fazer isso pelo menos 01 vez por semana.

#25

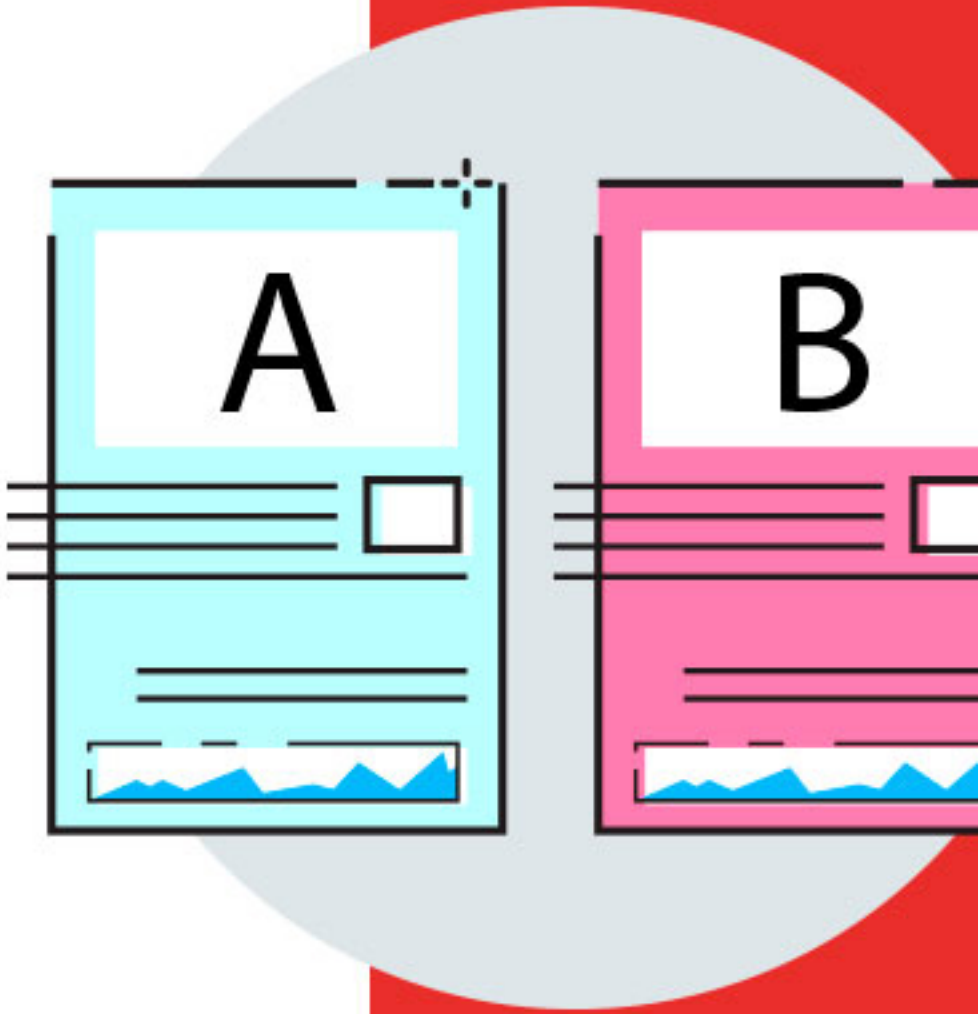
LANDING PAGES

Na hora de criar uma Landing Page e tentar converter os visitantes, pense em como cada elemento da pagina pode cumprir um papel especifico na construcao de credibilidade e demais itens necessarios na conversao.

#26

LANDING PAGES

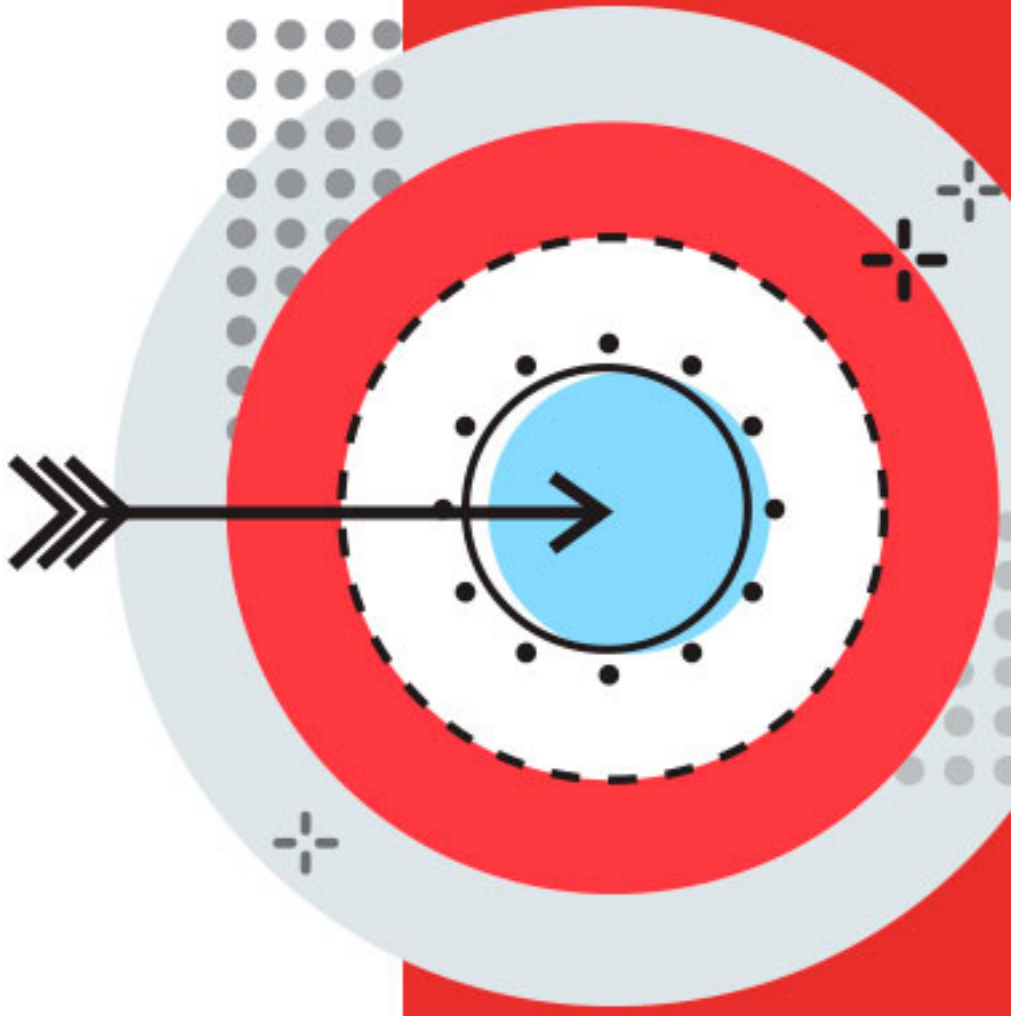
Faça teste AB com suas Landing Pages. Posicione os objetos em locais diferentes, como formulários ou botões. Ou ainda teste conteúdos diferentes, textos mais coloquiais e outros mais vendedores e etc.



#27

LANDING PAGES

Na hora de descrever sua oferta em uma Landing Page, procure manter os textos curtos e escaneaveis, utilizando bullet points. Alem disso, seja direto na descricao e evite os adjetivos do “marketes”.



ypb
Marketing Digital