

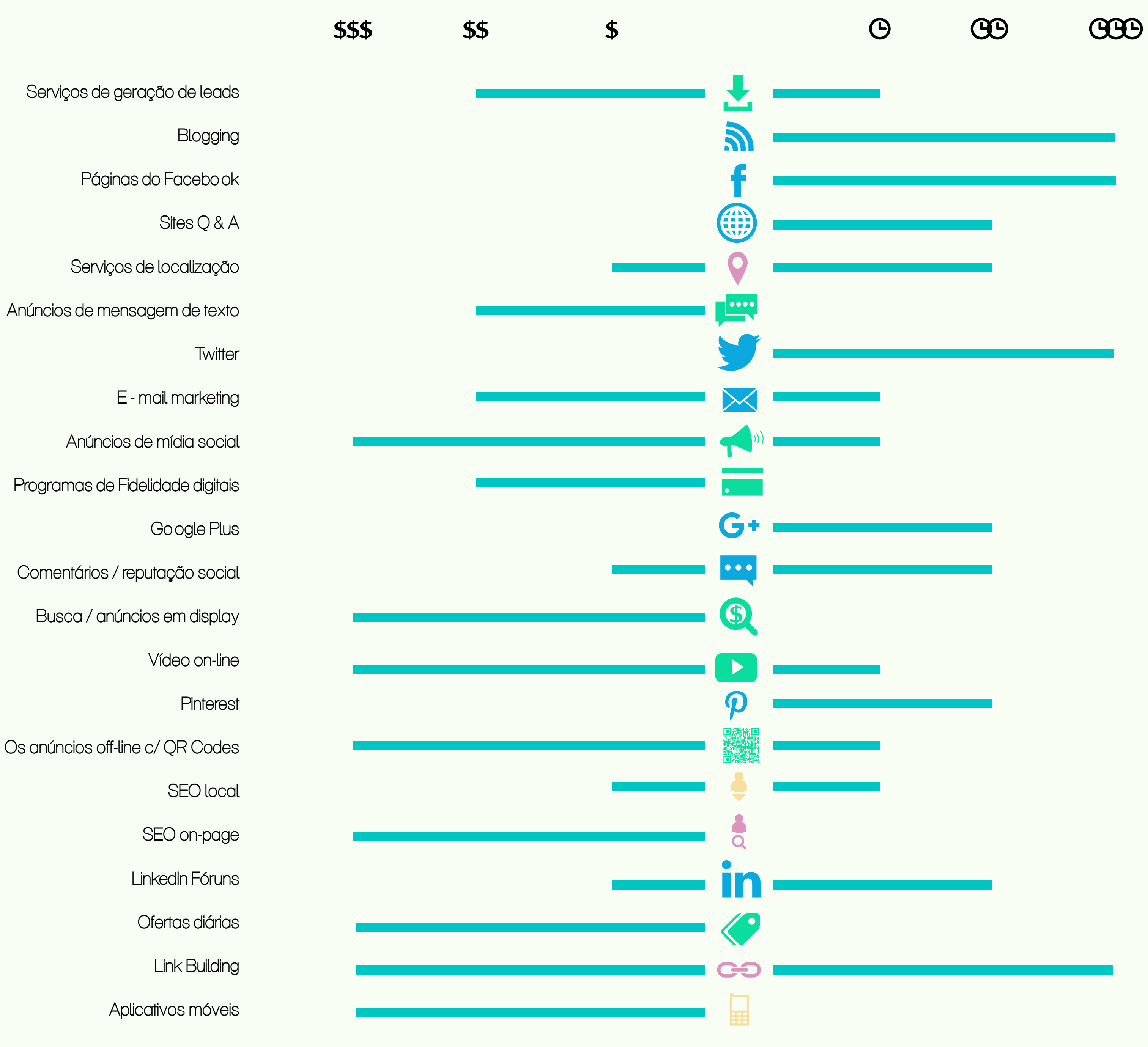
QUAIS OPÇÕES DE MARKETING DIGITAL MELHOR SE ENCAIXAM EM SEU NEGÓCIO

Tempo é dinheiro, não é verdade? Então, você sabia que conhecendo a ferramenta certa de marketing digital, seu negócio pode ganhar muito mais e em menos tempo? Entenda neste infográfico.

LEGENDA



GRÁFICO



Empresas de geração de leads on-line como [Thumbtack](#), [HomeAdvisor](#) e [Redbeacon](#) oferecem clientes de forma garantida - se você for capaz de vender a eles após seu pedido inicial. Alguns sites cobram uma taxa de adesão; outros levam uma porcentagem do valor do contrato.

Google+ é a rede social do Google, um híbrido entre Facebook e Twitter, permitindo conversas em grupo com alguns dos seus clientes mais hi-tech e em potencial.

Blogar é uma ótima maneira de demonstrar os seus conhecimentos e construir relacionamentos com clientes potenciais, colegas e seus clientes existentes. Tal atividade pode dar um grande impulso a seu SEO, mas requer uma dedicação de tempo significativa.

Cartões de fidelidade estão rapidamente se tornando digitais, com empresas como [Punchcast](#) e [Belly](#), oferecendo programas de fidelização fáceis de gerenciar a seus clientes com smartphones.

São páginas com perguntas e respostas úteis. Uma série de sites oferecem oportunidades para responder a perguntas de clientes em potencial; alguns dos mais conhecidos incluem [Quora](#) e [Yanop](#). Respostas Exemplos específicos da indústria incluem [Awo](#) e [Travelr](#). Quanto mais perguntas você responder em sites como esses, mais rápido você vai construir sua reputação.

Ofertas apresentadas diariamente em sites como [Groupon](#), [LivingSocial](#) e o [Google Offers](#) dão a empreendedores de e-commerce a promessa de clientes garantidos, mas a um preço elevado. Auxílio de terceiros é recomendado para proteger a marca contra clientes insatisfeitos ou enormes perdas financeiras.

Serviços baseados em localização como o [Foursquare](#) e [Facebook Places](#) dão-lhe a capacidade de aprender muito sobre seus clientes... se você tiver tempo para analisar os dados. Oferecendo promoções (geralmente de pequeno valor) será possível atrair novos clientes a partir destes serviços.

A maioria das pequenas empresas, provavelmente não precisa desenvolver seu próprio aplicativo ou mesmo ter qualquer coisa além de um site básico responsivo. Mas em alguns casos, de indústrias de alto valor altamente visuais, como design de interiores, construção de casas, ou finanças desenvolver seu próprio aplicativo pode fazer sentido como uma ferramenta de recrutamento de clientes. [AppStack](#) é uma das várias empresas que procura fazer a criação de aplicativos para pequenas empresas, de forma acessível.

Pinterest é um boletim digital, uma maneira informativa altamente visual para as pessoas compartilharem conteúdo interessante com o qual se deparam online. É uma versão mais leve de um mural do Facebook, com menores expectativas de frequência de atualização.

Opiniões desempenham um ótimo papel em seus rankings locais do motor de busca, e mais importante, influenciam se os clientes escolhem finalmente entrar em contato com o seu negócio. Muitos, mas não todos, deixam comentários em plataformas, permitindo você a encorajar comentários de clientes como parte de sua estratégia de venda regular ou mesmo do processo de acompanhamento da compra uma série de empresas da web como [CustomerLobby](#) ou [Reputation.com](#) também podem ajudar.

Páginas do **Facebook** oferecem uma maneira fácil de obter uma interação com seus clientes, aumentar a fidelidade, pedir feedback e construir sua comunidade. Páginas comerciais bem-sucedidas no Facebook requerem monitoramento regular e atualizações de conteúdo.

O link building é um componente-chave do SEO tradicional. Quando bem feito, é uma das mais bem-sucedidas estratégias de longo prazo nesta lista. É também um dos mais difíceis e mais demorados para executar, e muitas vezes, requer a ajuda de uma [agência profissional](#).

Como e-mail, anúncios de mensagem de texto, provavelmente, não vão lhe trazer muitos novos negócios, mas serviços como [MailChimp](#) e [4INFO](#) podem ajudar a manter os clientes existentes retomando, caso optem por receber suas mensagens.

Você pode pensar em **Twitter** como uma espécie de lista de e-mail pública para a web. Dependendo do tipo de negócio em que você operar, pode usar o Twitter para anunciar novos produtos, conversar sobre notícias em seu setor, ou oferecer descontos. Com base em seu nicho de atuação, o sucesso dessa iniciativa pode exigir alguns minutos ou até mesmo horas de participação por dia.

O vídeo é uma maneira fantástica de se envolver com clientes em potencial, tanto em seu site quanto em motores de busca como o YouTube e Vimeo. Há algumas exceções, mas a produção de vídeo é normalmente difícil de fazer em casa, e empresas como o [SmartShor](#) e [Spotzer](#) podem ser caras.

Uma ponte entre o offline e mundos on-line, códigos QR permitem que os proprietários de smartphones possam escanear e ser direcionados para uma página que contém mais informações sobre o produto ou serviço que está sendo anunciado. Uma série de sites oferecem [geradores de código QR gratuitos](#), mas há custo envolvido para comprar os anúncios.

Provedores como [MailChimp](#) e [VeriQ](#) oferecem a capacidade de manter suas listas de e-mail e enviar mensagens com sua marca a um preço razoável. Essa estratégia provavelmente não vai lhe trazer uma tonelada de novos negócios, mas algumas ações podem se combinar a e-mail quando se trata de construir a lealdade do cliente existente.

SEO on-page ajuda a fazer seu site ficar mais visível nos motores de busca para palavras-chave relacionadas com o que você vende. Trata-se de algo que normalmente pode ser realizado rapidamente por um [profissional](#), mas geralmente requer conhecimento técnico. Sem link building, simplesmente ajustando seu código, pode ter um efeito limitado.

LinkedIn é a maior rede social de negócios. O desenvolvimento de uma forte reputação, aderindo a grupos do LinkedIn relacionados ao seu setor e respondendo a perguntas em seus fóruns podem ser vantajosos a o seu negócio. LinkedIn cobra uma pequena taxa de subscrição para contas [Premium](#) [Content](#) [Premium](#) opcionais que lhe dão informação adicional sobre outros usuários.

Anúncios no **Facebook**, **LinkedIn**, **Instagram** e **Twitter** são fáceis de configurar em seu próprio país. Você pode selecionar um público-alvo para os seus anúncios com base em informações demográficas dos potenciais clientes, localização geográfica e interesses. Tudo a preços razoáveis. Recomenda-se algum estudo e buscar orientação, para garantir o melhor uso de seu investimento.

Programas de publicidade paga, como o [Google AdWords](#) e [Microsoft AdCenter](#) cobram uma taxa a seu negócio quando um pesquisador clica em seu anúncio. Isso das vezes é chamado de "PPC" ou erroneamente chamado de "SEM". Recomenda-se fortemente obter orientação para garantir que seu investimento em publicidade seja feito sabiamente.

Otimizar suas listagens de empresas locais como o [Google+Local](#), [Ring Places](#) e [Yelp](#) é uma das oportunidades digitais mais rápidas e rentáveis de marketing para empresas de atuação local. Comece por atualizar suas listas de [Moz local!](#)

Fonte: [moz.com](#)