



Como Criar um PLANO DE MARKETING Vencedor

Aprenda a identificar o público alvo e criar uma estratégia

Como Criar um
PLANO DE MARKETING
Vencedor

Aprenda a identificar o público alvo e criar uma estratégia

SUMÁRIO

Introdução	5
Para quem é este livro?	5
O Conceito	6
O que é marketing?	7
Orientação para o Marketing	7
Plano de Marketing	9
Como fazer a análise	9
Público Alvo	10
Entender a necessidade e o comportamento do público alvo	10
Cadastros de clientes.....	12
Através do Website	12
Comportamento do público alvo na internet.....	14
Google Suggest	15
Fóruns Online	16

SUMÁRIO

Informações Realmente necessárias sobre o público alvo	17
As 8 Perguntas	18
Definindo o Cliente Ideal	19
Estudar Seu Produto/Serviço.....	20
Estudar o Concorrente	21
Análise SWOT	22
Pontos Fortes	23
Oportunidades	23
Fraquezas	23
Ameaças	23
Estratégia de Marketing	25
Blog + Artigo	26
Carta de Vendas	27
Anúncio Facebook	29
Resumo da estratégia	30
A autora	31



“

As metas indicam aquilo que uma unidade de negócios deseja alcançar; estratégia é um plano de como chegar lá.

Philip Kotler



» INTRODUÇÃO

Para quem é este livro?

Este livro é destinado para profissionais liberais, pequenos e médios empresários que necessitam entender o básico de marketing para criar um plano de marketing anual de resultados.

Tem como objetivo ensinar desde a identificar o público alvo até criar uma estratégia de marketing online.

Ele é útil para pessoas que desejam criar planos e marketing na internet ou fora dela.



»» O CONCEITO

O Marketing é um método criado com base no estudo de diversas ciências como a Sociologia, Filosofia, Psicologia, Matemática, Antropologia, Estatística, etc. Tem como objetivo conhecer o comportamento do público alvo e a partir daí satisfazer suas necessidades e desejos.

Atualmente o Marketing não é mais visto como antiético e dispensável, é visto como uma força necessária em todos os setores da economia. É utilizado por profissionais liberais, pequenas e médias empresa até as multinacionais.



»» O QUE É MARKETING?

A melhor forma de definir o Marketing é afirmar que ele é uma via de duas mãos, onde as empresas coletam informações para entender as necessidades que o seu público possui, com isso cria produtos ou serviços que atendem estas necessidades. A empresa é beneficiada com a compra de seus produtos e as pessoas ficam completamente satisfeitas por terem seus problemas resolvidos.

»» ORIENTAÇÃO PARA O MARKETING

Nem todos os empresários adotam a mesma estratégia para vender seus produtos ou serviços. É a orientação estratégica que norteia todos os negócios



» CONTINUANDO....

em uma empresa e a sua forma de agir diante do mercado e dos seus clientes.

As empresas que se norteiam através do Marketing procuram entender profundamente seus clientes, sabem detalhadamente tudo sobre eles, desde os livros que leem até as coisas que pensam antes de dormir e acabam perdendo o sono por isto, por se inteirarem disto tudo, conseguem oferecer exatamente o que o cliente necessita para atender suas necessidades e seus desejos. Antecipam-se e fazem isto antes dos concorrentes, criam produtos ou serviços diferenciados e atrativos para seus clientes. Por isso, conseguem clientes satisfeitos e fiéis.

Toda empresa orientada pelo Marketing tem como foco a satisfação do cliente, se os desejos dos clientes mudam, elas também mudam, buscam evolução orientada pela necessidade do cliente para que possam atendê-lo e satisfazê-lo sempre. Estas empresas sabem que devido ao mercado cada vez mais competitivo, se elas não estão constantemente preocupadas com o cliente, o concorrente pode fazer melhor e conseqüentemente elas perderão o cliente.



» PLANO DE MARKETING

Para implantar um Plano de Marketing antes de tudo é preciso fazer uma análise do ambiente, seja ele físico ou online, esta etapa busca conhecer o ambiente e com isso mapear os pontos fortes, as oportunidades, os pontos fracos e as ameaças diante da realidade encontrada.

» COMO FAZER A ANÁLISE

Para fazer uma análise que mostre as informações necessárias para desenhar seu Plano de Marketing, é preciso passar por alguns processos, o passo a passo seguinte vai ajudá-lo a começar do jeito certo.



» PÚBLICO ALVO

São as pessoas que direcionamos nossas estratégias para atender suas necessidades e desejos

» ENTENDER A NECESSIDADE E O COMPORTAMENTO DO PÚBLICO ALVO

É muito importante destacar que o marketing não cria necessidade, ele a identifica e cria algo para satisfazê-la. Todas as pessoas são movidas pela necessidade ou pelo desejo, lembrando que há uma grande diferença nas duas situações. A necessidade esta ligada a suprir ao básico, exemplo tomar água. Já o desejo está ligado ao que a pessoa quer para aquele momento, que ao invés da água seria uma cerveja gelada. A necessidade acarreta algo se não for suprida, no caso de não tomar água uma desidratação. Já o desejo a pessoa pode passar sem ele se realizar.



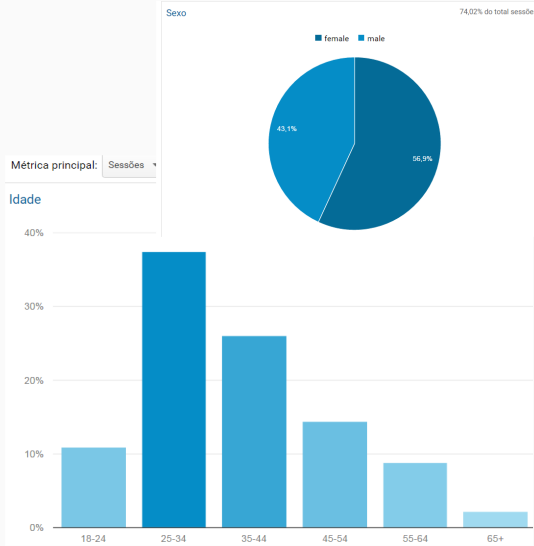
» CONTINUANDO....

Entender a necessidade e o comportamento do público alvo nem sempre é uma tarefa fácil, muitas empresas não conseguem definir com clareza, pois não sabem por onde começar e muito menos onde encontrar estas informações, logo abaixo citarei algumas alternativas para que qualquer empresa possa passar por esta etapa e ter a definição de todas as informações referente ao seu público alvo, vou falar também o que exatamente você precisa saber sobre seus clientes para criar um Plano de Marketing Vencedor. São métodos que utilizo na minha empresa e nas empresas dos meus clientes.



» CADASTROS DE CLIENTES

Muitas empresas possuem cadastros de clientes que compraram algum produto ou serviço delas ao longo do tempo, nem sempre usam estas informações, estes cadastros são importantes para identificar algumas informações do tipo: Idade, gênero, estado civil, localização, cargo, grau de educação, etc.

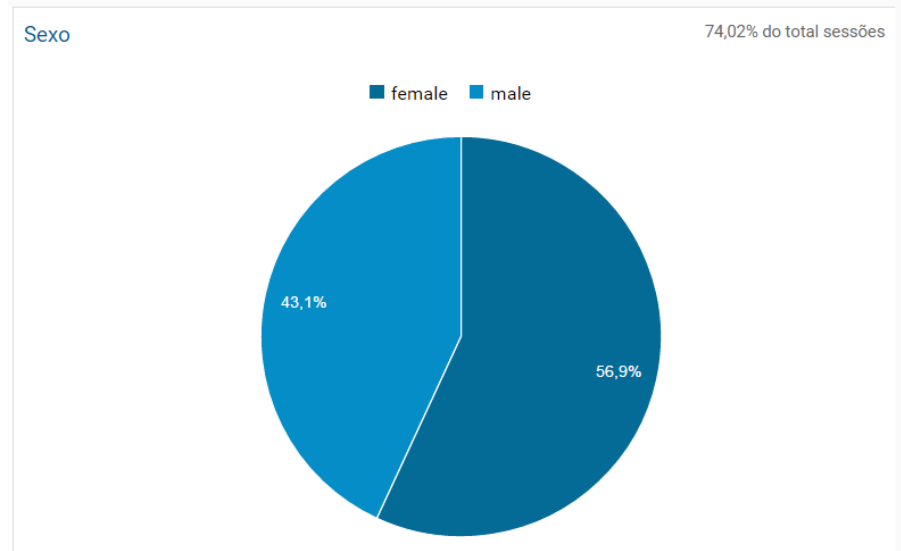
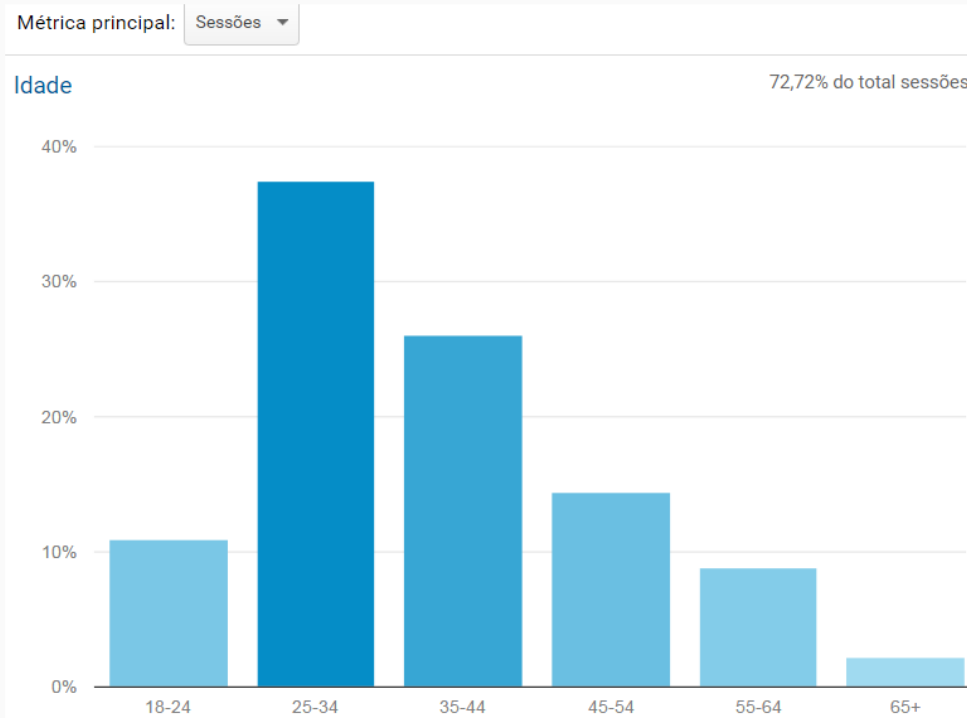


» ATRAVÉS DO WEBSITE

Se sua empresa não possui cadastros de clientes ou você quer mais informações sobre eles, existe outra maneira. Se você já possui um website e nele o seu programador inseriu a ferramenta do Google que chama Google Analytics, você terá muitas informações das pessoas que o acessam. Mas para conseguir estas informações o procedimento de instalação dever ter ocorrido de forma correta, seu site deve estar pelo menos há 3 meses ativo e, claro, ter acessos. Veja uma das telas desta ferramenta abaixo.



»» INFORMAÇÕES DO GOOGLE ANALYTICS



»» COMPORTAMENTO DO PÚBLICO ALVO NA INTERNET

Nem sempre é possível obtermos todas as respostas que precisamos sobre o nosso cliente, por diversos motivos, mas existe uma forma de coletar informações muito úteis e de forma gratuita que poucas pessoas utilizam ou conhecem. Vou falar de duas formas que utilizo bastante.

»» GOOGLE SUGGEST

O Google é uma empresa que foca 100% no usuário, por isto sua primeira verdade é 'concentre-se no usuário e tudo mais virá'. Com base nisso, ele criou o Google Suggest, uma ferramenta que sugere alguns termos de pesquisas de acordo com o comportamento e pesquisas já realizadas por outros usuários, baseado na frequência e nas últimas pesquisas. Esta ferramenta fica disponível na própria barra de pesquisa do Google, veja o exemplo abaixo.



»» EXEMPLO GOOGLE SUGGEST

Você pode usar a criatividade e pesquisar informações que comecem, por exemplo: Como fazer..., O quer fazer para..., Qual o..., Onde...



como emag|

- como emagrecer
- como emagrecer em uma semana
- como emagrecer o rosto
- como emagrecer em 4 dias

Pressione "Enter" para pesquisar.

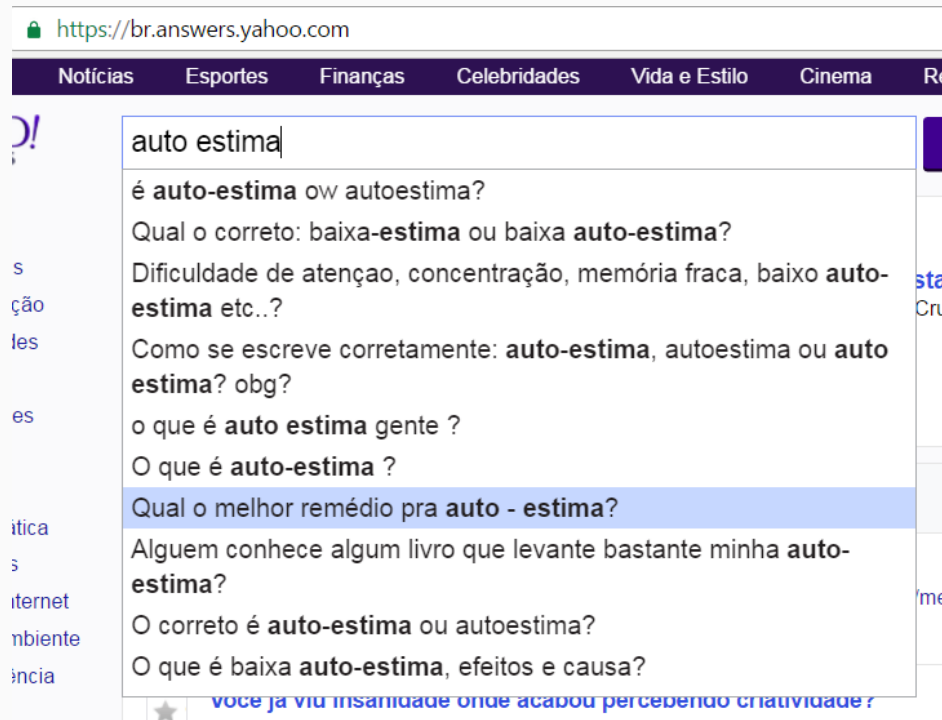
Pesquisas relacionadas a como emagrecer

- como emagrecer **rapido e facil e de graça**
- como emagrecer **rapido com exercicios**
- como emagrecer **5 quilos em uma semana**
- como emagrecer **rapido na academia**
- remedios para** emagrecer **rapido**
- como emagrecer **com saude**
- como emagrecer **rapido em uma semana**
- receitas para** emagrecer **rapido**



» FÓRUNS ONLINE

Muitas pessoas possuem dúvidas sobre muitas coisas, no entanto, nem sempre tem alguém próximo que possa ajudá-las, então elas vão para fóruns online onde colocam suas dúvidas e aguardam as respostas. O que mais utilizo para entender o público alvo é o Yahoo Respostas, tem muitas dúvidas ligadas a todos os segmentos. Veja o exemplo abaixo.



Se você é um life coaching pode usar este texto na chamada do seu anúncio



»» INFORMAÇÕES REALMENTE NECESSÁRIAS SOBRE O PÚBLICO ALVO

Para que você não perca tempo, aqui você vai identificar quais informações são realmente necessárias saber sobre o seu público alvo. Eu uso 8 perguntas, que ao respondê-las, já tenho muitas informações sobre o público alvo, essa é a melhor forma de entender suas necessidades, dores, preocupações, desejos e medos. Uso também um método onde defino o cliente ideal de acordo as respostas das 8 perguntas, com as informações de Idade, gênero, estado civil, localização, cargo, grau de educação e com o produto ou serviço que vou oferecer.



»» AS 8 PERGUNTAS

Estas são as perguntas mais inteligentes para se fazer e responder para definir o seu público alvo.

1 - O que mantém seus clientes acordados à noite, que causa indigestão, deixa o estômago em chamas, com insônia e olhando para o teto?

2 - Do quê eles estão com medo?

3 - O que deixa ele com raiva?

4 - Quais são as suas três principais frustrações diárias?

5 - Quais as tendências atuais e o cenário futuro na empresa ou na vida do cliente?

6 - O que eles secretamente desejam de forma ardente?

7 - Existe um preconceito embutido para a forma como eles tomam decisões? (Exemplo: engenheiros = extremamente analíticos)

8 - Será que eles têm a sua própria língua?



»» DEFININDO O CLIENTE IDEAL

Ao definir o seu cliente ideal você já saber como oferecer seus produtos para ele, pois definiu seu perfil, entende tudo sobre ele e sabe exatamente como pode ajudá-lo a resolver seus problemas.

Primeiro passo dê um nome para ele e depois preencha as informações ao lado.

QUAL É O NOME DELE

Idade:

Gênero:

Estado civil:

Têm filhos, quantos:

Qual a Idade das Crianças:

Localização:

Citação:

Ocupação:

Cargo:

Rendimento anual:

Grau de Educação:

Outros:

OBJETIVOS E VALORES

Metas:

Valores:

Após realizar este estudo sobre o público alvo, o próximo passo é adaptar o seu produto ou serviço.

FONTES DE INFORMAÇÃO

Livros/Revistas:

Blogs / Sites:

Conferências:

Ele segue alguém:

DESAFIOS E PONTOS DE DOR

Desafios:

Pontos problemáticos:

OBJEÇÕES E PARTICIPAÇÃO NO PROCESSO DE COMPRA:

Objecções para a venda:

Papel no processo de compra:



»» ESTUDAR SEU PRODUTO/SERVIÇO

Ter um produto ou serviço que em sua opinião é o melhor do mundo, mas não atende a necessidade ou o desejo do seu cliente não adianta nem tentar vender.

É como se você tivesse um caminhão de abacaxi para vender para pessoas que adoram melancia e detestam abacaxi. Você jamais atenderia o desejo destas pessoas.

Produto ou serviço é tudo que pode ser oferecido a um mercado para sua aquisição, uso ou consumo, que possa satisfazer um desejo ou uma necessidade. Dentro disto, se encaixam objetos físicos, serviços, lugares, ideias, etc.



» ESTUDAR O CONCORRENTE

Estudar o concorrente é a melhor forma de entender o mercado, se tem alguém oferecendo um produto ou serviço igual ao seu é porque existe uma demanda, no entanto, se tiver muitos concorrentes é porque a demanda é muito grande. Estes sinais são bons, porém é preciso entender como seus concorrentes estão atraindo estas pessoas, saber se possuem algum diferencial e principalmente se os clientes dos seus concorrentes estão satisfeitos com o que estão encontrando.

Então, você precisa basicamente perguntar duas coisas sobre os seus concorrentes:

1 - Quem mais está vendendo algo semelhante a eles, e como?

2 - Descubra quem mais tem tentado vender para seus clientes algo semelhante e como é que esse concorrente falhou?

Ao finalizar esta etapa, você já tem ideia no que pode ser melhor, sendo assim é só mapear os pontos.



»»ANÁLISE SWOT

A análise SWOT é uma sigla que representa as palavras Strengths, Weaknesses, Opportunities e Threats (Pontos fortes, Pontos fracos, Oportunidades e Ameaças).

Ao fazer todas as etapas conforme a ordem que descrevi você será capaz de fazer sua análise SWOT e em cima dela traçar as estratégias de marketing para implantar em sua empresa.



»» PONTOS FORTES

Comece descrevendo os pontos fortes que encontrou, pode descrevê-los em tópicos. Pode descrever aqui informações do tipo:

- Produto melhor do que os concorrentes
- Preço competitivo

»» FRAQUEZAS

Em “As fraquezas” é uma forma de definir o que você ainda não possui ou deixa a desejar. Também pode descrever em tópicos.

- Não possuo site
- Não possuo pessoal suficiente para atender a demanda

»» OPORTUNIDADES

Em oportunidades você vai descrever as informações que você descobriu que são importantes e que você ainda não aplica.

Informações do tipo:

- Existe numero grande de buscas na internet
- Posso criar um produto ou serviço complementar

»» AMEAÇAS

As ameaças geralmente são fatores fora do seu controle, para contê-las é preciso ter um plano B.

Fazem parte de ameaças situações como:

- Concorrente atingir mesma qualidade e preço que o seu produto
- Seu fornecedor aumentar o preço
- Seus concorrentes identificarem a mesma oportunidade e criar um produto complementar primeiro





Estratégia de Marketing

»» ESTRATÉGIA DE MARKETING

Nos tópicos anteriores você levantou todas as informações necessárias para criar a sua estratégia de marketing. Caso você tenha pulado os tópicos e veio direto para esta parte, aconselho que volte no início do livro e comece a aplicar tudo, caso contrário não terá sucesso.

Vejo muitas empresas investindo muito dinheiro em anúncios, em sites que não atraem clientes e cada dia só aumentam o prejuízo.

Aqui vou ensinar uma estratégia simples e poderosa, que você pode implantar no seu negócio, é uma estratégia de Marketing Online, onde as possibilidades de alcance são infinitas.





»» BLOG + ARTIGO

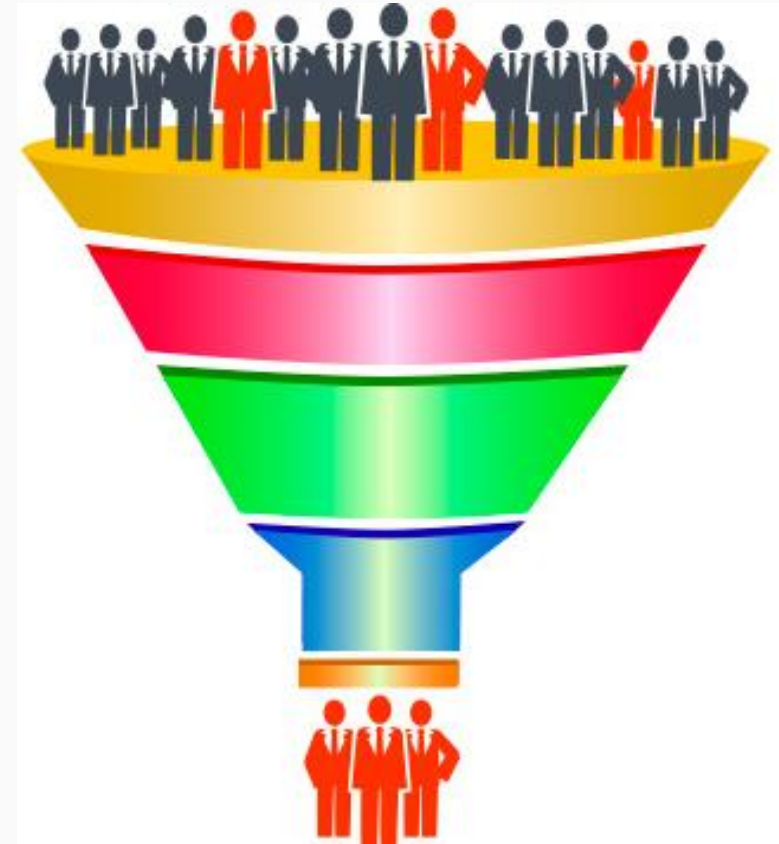
Ao fazer o estudo do seu público alvo, você identificou todas as dificuldades dele, se usou o Google Suggest ou pesquisou no Yahoo Respostas, conseguiu muita informação. Vamos usar o exemplo da autoestima. Vimos no Yahoo Resposta uma pergunta: Qual o melhor remédio para a autoestima? O Próximo passo é criar um blog e fazer um artigo muito bem elaborado com o tema: **Conheça o melhor remédio para a autoestima.** Elabore este artigo usando a estrutura: problema (destacar a dor, as necessidades), causa (mostrar de quem é a culpa, quem são os vilões), solução (mostrar que é possível se curar) e o próximo passo (falar o que é preciso fazer imediatamente, neste caso você vai direcionar a pessoa para a carta de vendas).

» CARTA DE VENDAS

Uma carta de vendas vai além de falar só do produto ou serviço, ela tem uma estrutura correta a seguir. Assim como um bom filme que consegue segurar sua atenção do começo ao fim, uma boa carta de vendas é capaz de guiar o público passo a passo até o momento da tomada de decisão.

Um modelo de estrutura de carta de vendas mais antigo e inteligente utilizado para fechar uma negociação ou conseguir que o receptor faça uma ação é o AIDA (atenção, interesse, desejo e ação).

O modelo AIDA tem ligação clara com o problema, causa do problema, solução do problema e chamada para ação.



» CONTINUANDO...

Titulo do texto é a chamada de atenção, onde fala do problema, para que o receptor se identifique imediatamente.

O corpo do texto trata o interesse, a causa do problema.

A oferta mostra que é possível realizar o desejo e aponta a solução que é o produto ou serviço.

A chamada para a ação, convida o receptor a comprar, se cadastrar, ligar ou fazer qualquer outra ação que seja o objetivo daquela carta de vendas.

É importante destacar que esta estrutura de carta de vendas pode ser utilizada para uma página de texto ou criada para o script de um vídeo.



“O segredo de uma excelente carta de vendas está na estrutura ideal.”



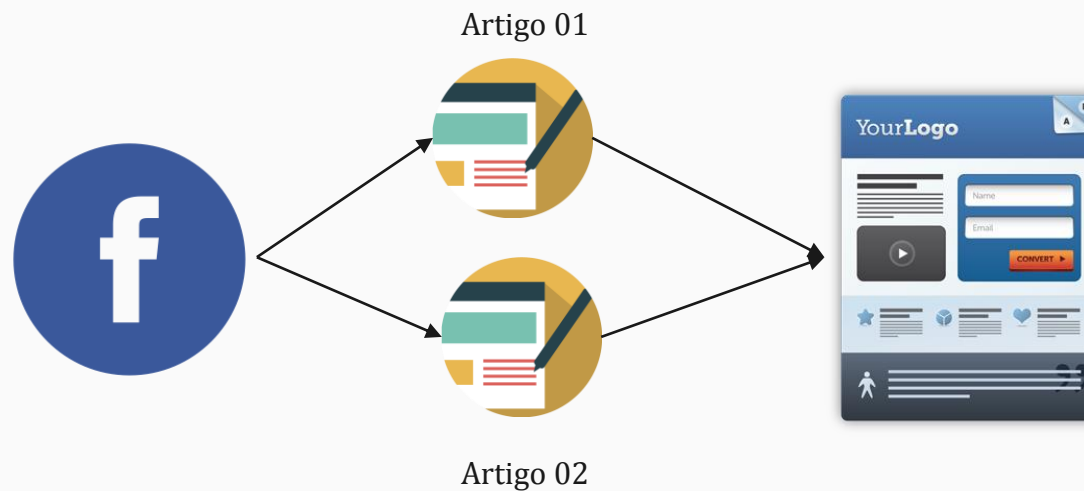
»» ANÚNCIO FACEBOOK

Depois de estruturar o artigo do blog e página de carta vendas, a etapa final é criar o anúncio no Facebook. Esta etapa consiste em você publicar na sua fanpage o artigo e investir um valor diário para impulsioná-lo para as pessoas que possuem o perfil do público alvo que você definiu e residem na localização que você deseja atingir.



» RESUMO DA ESTRATÉGIA

Para resumir esta estratégia, você deve criar um artigo no seu blog e colocar no final uma chamada direcionando o leitor a clicar e este link o levará para uma página com carta de vendas, feito isso, publique o artigo na fanpage do Facebook e invista um valor diário para impulsioná-lo e mostrá-lo para o seu público alvo.





A AUTORA

CEO e Co-Fundadora da Agência VendaOn, Viviane Casanova trabalha com comunicação e publicidade há 14 anos. É graduada em Relações Públicas e Expert em Vendas Online.

Ela ajuda a alavancar as vendas de empresas com estratégias de marketing digital.

Sua missão é analisar e encontrar a melhor estratégia de marketing digital para ajudar pequenas e médias empresas a venderem todos os dias pela internet.

Para entrar em contato com a autora ou acompanhar suas publicações acesse o site www.vendaon.com.br

