

PDF



# INTRODUÇÃO AO MARKETING

O BÁSICO DE UM BOM  
MARKETING

## **Para o leitor**

**Copyright** ©

**Este conteúdo está protegido por direitos autorais. Seu uso é permitido exclusivamente para fins pessoais ou educacionais. A venda ou distribuição não autorizada deste conteúdo pode resultar em ação judicial.**

### **Aviso!**

**Este conteúdo foi redigido pelo escritor Leonardo B. Gomes e divulgado pelo [pontodoconhecimento.com](http://pontodoconhecimento.com), sem passar por revisão prévia, podendo conter eventuais erros. Recomendamos cautela ao interpretar as informações apresentadas.**

### **Importante!**

**Este e outros conteúdos estão disponíveis gratuitamente na categoria "Biblioteca" do site [pontodoconhecimento.com](http://pontodoconhecimento.com).**

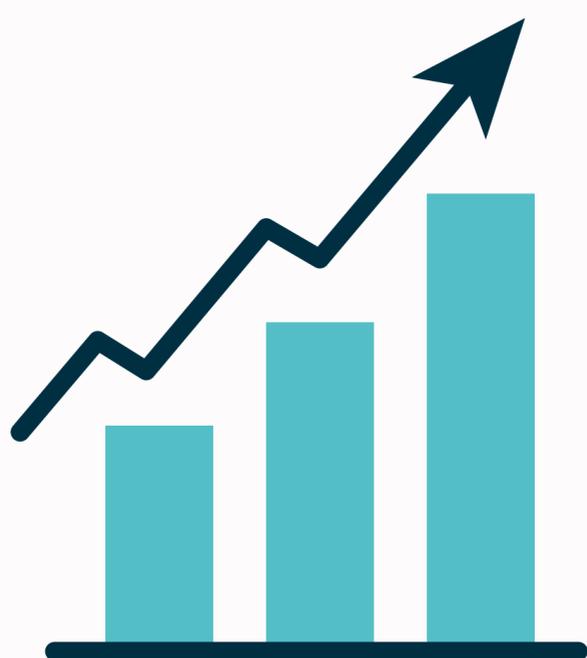
# O QUE É MARKETING?



**MARKETING É UMA ÁREA DO CONHECIMENTO QUE TEM COMO OBJETIVO PROMOVER E VENDER PRODUTOS OU SERVIÇOS, COM O INTUITO DE ATENDER ÀS NECESSIDADES DO PÚBLICO-ALVO E GERAR LUCRO PARA A EMPRESA.**

**É UMA ESTRATÉGIA QUE ENVOLVE A IDENTIFICAÇÃO DAS NECESSIDADES E DESEJOS DOS CLIENTES, A CRIAÇÃO DE UMA PROPOSTA DE VALOR ÚNICA PARA ATRAIR ESSES CLIENTES, E A PROMOÇÃO DOS PRODUTOS OU SERVIÇOS POR MEIO DE DIFERENTES CANAIS DE COMUNICAÇÃO.**

**O MARKETING É UMA FERRAMENTA ESSENCIAL PARA O SUCESSO DE QUALQUER EMPRESA, POIS PERMITE QUE ELA CONHEÇA MELHOR SEU PÚBLICO, DESENVOLVA RELACIONAMENTOS MAIS FORTES COM OS CLIENTES E AUMENTE SUA RECEITA.**



# **COMO O MARKETING FUNCIONA?**

**O MARKETING FUNCIONA ATRAVÉS DE UMA SÉRIE DE ETAPAS E ATIVIDADES INTERCONECTADAS, QUE VISAM ENTENDER AS NECESSIDADES E DESEJOS DOS CLIENTES, CRIAR UMA PROPOSTA DE VALOR ÚNICA E PROMOVER OS PRODUTOS OU SERVIÇOS. ALGUMAS DESSAS ETAPAS INCLUEM:**

- 1. PESQUISA DE MERCADO: É A ETAPA DE COLETA DE INFORMAÇÕES SOBRE O PÚBLICO-ALVO, SEUS HÁBITOS DE CONSUMO E SUAS EXPECTATIVAS EM RELAÇÃO AOS PRODUTOS OU SERVIÇOS.**
- 2. DESENVOLVIMENTO DE UMA PROPOSTA DE VALOR: BASEADO NAS INFORMAÇÕES COLETADAS NA PESQUISA, A EMPRESA DESENVOLVE UMA PROPOSTA DE VALOR ÚNICA PARA ATRAIR O PÚBLICO-ALVO.**
- 3. CRIAÇÃO DE UMA ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO: NESTA ETAPA, É DEFINIDO COMO SERÁ FEITA A DIVULGAÇÃO DOS PRODUTOS OU SERVIÇOS, ESCOLHENDO-SE OS CANAIS DE COMUNICAÇÃO MAIS EFICAZES E ADEQUADOS AO PÚBLICO-ALVO.**
- 4. EXECUÇÃO DA CAMPANHA DE MARKETING: AQUI É FEITA A EXECUÇÃO DA ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO, ATRAVÉS DA PRODUÇÃO DE ANÚNCIOS, PROMOÇÕES, EVENTOS, ENTRE OUTROS.**
- 5. ANÁLISE E AVALIAÇÃO DOS RESULTADOS: POR FIM, É IMPORTANTE AVALIAR OS RESULTADOS DA CAMPANHA DE MARKETING, PARA QUE SE POSSA IDENTIFICAR PONTOS FORTES E FRACOS E FAZER AJUSTES NA ESTRATÉGIA, SE NECESSÁRIO.**

**ESSAS SÃO ALGUMAS DAS PRINCIPAIS ETAPAS DO PROCESSO DE MARKETING, MAS CADA EMPRESA PODE ADAPTÁ-LO DE ACORDO COM SUAS NECESSIDADES E OBJETIVOS ESPECÍFICOS.**

# **COMO DIVULGO MINHA EMPRESA OU PRODUTO?**

HÁ VÁRIAS MANEIRAS DE DIVULGAR SUA EMPRESA, DEPENDENDO DO SEU PÚBLICO-ALVO, ORÇAMENTO E OBJETIVOS. AQUI ESTÃO ALGUMAS DICAS PARA AJUDÁ-LO A DIVULGAR SUA EMPRESA:

- 1. MARKETING DIGITAL: UTILIZE AS REDES SOCIAIS, BLOGS, ANÚNCIOS PAGOS, SEO E OUTRAS ESTRATÉGIAS DE MARKETING DIGITAL PARA ATINGIR SEU PÚBLICO-ALVO ONLINE.**
- 2. NETWORKING: PARTICIPE DE EVENTOS E FEIRAS DE NEGÓCIOS RELEVANTES PARA O SEU SETOR, PARA ESTABELECEER CONTATOS E DIVULGAR SUA EMPRESA.**
- 3. PARCERIAS: ESTABELEÇA PARCERIAS COM OUTRAS EMPRESAS OU INFLUENCIADORES DIGITAIS PARA EXPANDIR O ALCANCE DE SUA MENSAGEM.**
- 4. CONTEÚDO DE QUALIDADE: PRODUZA E COMPARTILHE CONTEÚDO RELEVANTE E DE QUALIDADE PARA SEU PÚBLICO-ALVO, INCLUINDO VÍDEOS, BLOGS, E-BOOKS, INFOGRÁFICOS, ENTRE OUTROS.**
- 5. PROMOÇÕES E OFERTAS: OFEREÇA PROMOÇÕES E DESCONTOS ESPECIAIS PARA INCENTIVAR AS PESSOAS A EXPERIMENTAREM SEUS PRODUTOS OU SERVIÇOS.**
- 6. ATENDIMENTO AO CLIENTE EXCELENTE: FORNEÇA UM EXCELENTE ATENDIMENTO AO CLIENTE PARA FIDELIZAR SEUS CLIENTES E ESTIMULAR A DIVULGAÇÃO BOCA A BOCA.**

ESSAS SÃO APENAS ALGUMAS DICAS PARA DIVULGAR SUA EMPRESA. É IMPORTANTE DESENVOLVER UMA ESTRATÉGIA DE MARKETING QUE ATENDA ÀS NECESSIDADES ESPECÍFICAS DA SUA EMPRESA E PERMITA ALCANÇAR SEUS OBJETIVOS DE FORMA EFICAZ.

# **QUEM É MEU PÚBLICO-ALVO?**

**SEU PÚBLICO-ALVO SÃO AS PESSOAS OU GRUPOS DE PESSOAS QUE POSSUEM MAIOR PROBABILIDADE DE SE INTERESSAR PELOS SEUS PRODUTOS OU SERVIÇOS. É IMPORTANTE DEFINIR CLARAMENTE SEU PÚBLICO-ALVO PARA PODER DIRECIONAR DE FORMA EFICAZ SUAS ESTRATÉGIAS DE MARKETING E VENDAS.**

**PARA DEFINIR SEU PÚBLICO-ALVO, VOCÊ PODE CONSIDERAR VÁRIOS FATORES, TAIS COMO:**

**1. DEMOGRAFIA: CONSIDERAR FATORES COMO IDADE, GÊNERO, RENDA, LOCALIZAÇÃO GEOGRÁFICA, ENTRE OUTROS.**

**2. COMPORTAMENTO DE COMPRA: ANALISAR HÁBITOS DE COMPRA, FREQUÊNCIA DE COMPRA, MOTIVAÇÕES, ENTRE OUTROS.**

**3. INTERESSES E NECESSIDADES: IDENTIFICAR O QUE SEU PÚBLICO-ALVO PROCURA E NECESSITA EM RELAÇÃO AOS PRODUTOS OU SERVIÇOS QUE VOCÊ OFERECE.**

**4. DIFERENCIAIS: DESTACAR AS CARACTERÍSTICAS DISTINTAS DE SEU PÚBLICO-ALVO, QUE OS DIFERENCIE DE OUTROS GRUPOS DE CLIENTES.**

**AO DEFINIR SEU PÚBLICO-ALVO, VOCÊ PODE CRIAR PERSONAS, QUE SÃO REPRESENTAÇÕES FICTÍCIAS DOS SEUS CLIENTES IDEAIS. ISSO AJUDARÁ A TER UMA VISÃO MAIS CLARA E OBJETIVA DE QUEM VOCÊ QUER ATINGIR E COMO DIRECIONAR SUAS ESTRATÉGIAS DE MARKETING.**



# **QUAL É MEU DIFERENCIAL?**

**SEU DIFERENCIAL É AQUILO QUE TORNA SUA EMPRESA ÚNICA E DIFERENTE DE SEUS CONCORRENTES, E QUE PODE SER APRECIADO PELO SEU PÚBLICO-ALVO. O DIFERENCIAL PODE SER UM PRODUTO, SERVIÇO, MARCA, CULTURA DA EMPRESA, ENTRE OUTROS.**

**PARA IDENTIFICAR SEU DIFERENCIAL, VOCÊ PODE CONSIDERAR OS SEGUINTE PONTOS:**

**1. ANÁLISE DE MERCADO: PESQUISE SEUS CONCORRENTES E DESCUBRA O QUE ELES OFERECEM E COMO VOCÊ PODE SE DIFERENCIAR.**

**2. CONHECIMENTO DO PÚBLICO-ALVO: ENTENDA O QUE É IMPORTANTE PARA O SEU PÚBLICO-ALVO E COMO VOCÊ PODE OFERECER UMA SOLUÇÃO ÚNICA.**

**3. ANÁLISE INTERNA: REFLITA SOBRE SUA EQUIPE, PROCESSOS INTERNOS, RECURSOS, ENTRE OUTROS, E DESCUBRA COMO ELES PODEM SER USADOS PARA SE DIFERENCIAR.**

**4. MISSÃO E VALORES: LEMBRE-SE DA SUA MISSÃO E VALORES E COMO ELES PODEM SER EXPRESSADOS ATRAVÉS DA SUA MARCA E DA SUA PROPOSTA DE VALOR.**

**O SEU DIFERENCIAL É UMA PARTE IMPORTANTE DE SUA ESTRATÉGIA DE MARKETING E DEVE SER ENFATIZADO EM SUA COMUNICAÇÃO COM O PÚBLICO. AO ENCONTRAR E COMUNICAR SEU DIFERENCIAL DE FORMA EFICAZ, VOCÊ PODE DESTACAR-SE DOS SEUS CONCORRENTES E ATRAIR MAIS CLIENTES.**



# **COMO VENCER A CONCORRÊNCIA?**

VENCER A CONCORRÊNCIA É UM DESAFIO PARA TODAS AS EMPRESAS, INDEPENDENTEMENTE DO SETOR OU TAMANHO. AQUI ESTÃO ALGUMAS ESTRATÉGIAS QUE PODEM AJUDÁ-LO A SE DESTACAR E A TER VANTAGEM SOBRE SEUS CONCORRENTES:

- 1. CONHEÇA SEUS CONCORRENTES: É IMPORTANTE CONHECER A FUNDO SEUS CONCORRENTES, INCLUINDO SUAS ESTRATÉGIAS, PONTOS FORTES E FRACOS, PREÇOS, ETC.**
- 2. OFEREÇA UMA PROPOSTA DE VALOR SUPERIOR: SEU PRODUTO OU SERVIÇO DEVE OFERECER UMA VANTAGEM DISTINTA EM RELAÇÃO AOS SEUS CONCORRENTES, SEJA EM TERMOS DE QUALIDADE, PREÇO, SERVIÇO AO CLIENTE, ETC.**
- 3. CRIE UMA MARCA FORTE: TER UMA MARCA RECONHECIDA E RESPEITADA PODE AJUDÁ-LO A ATRAIR E RETER CLIENTES, E A SE DESTACAR DA CONCORRÊNCIA.**
- 4. INOVE: PROCURAR MANEIRAS DE MELHORAR E INOVAR EM SUA OFERTA DE PRODUTOS OU SERVIÇOS PODE SER UMA MANEIRA EFICAZ DE SE DIFERENCIAR DA CONCORRÊNCIA.**
- 5. CONECTE-SE COM O PÚBLICO: DESENVOLVA RELACIONAMENTOS SÓLIDOS COM SEU PÚBLICO-ALVO, ENTENDA SUAS NECESSIDADES E OFEREÇA SOLUÇÕES PERSONALIZADAS.**
- 6. FORNEÇA EXCELÊNCIA NO ATENDIMENTO AO CLIENTE: OFERECER UM ATENDIMENTO AO CLIENTE EXCEPCIONAL PODE SER UMA VANTAGEM COMPETITIVA SIGNIFICATIVA E AJUDAR A CONSTRUIR LEALDADE A LONGO PRAZO.**

LEMBRE-SE DE QUE O SUCESSO A LONGO PRAZO NA SUPERAÇÃO DA CONCORRÊNCIA REQUER UMA ABORDAGEM CONSISTENTE E PERSEVERANÇA. MANTENHA-SE ATENTO ÀS TENDÊNCIAS DO MERCADO E AOS DESAFIOS DA CONCORRÊNCIA, E CONTINUE A DESENVOLVER E APERFEIÇOAR SUA ESTRATÉGIA DE NEGÓCIOS.

# **ONDE ESTÃO OS MEUS CLIENTES?**

O LOCAL EXATO ONDE SEUS CLIENTES ESTÃO PODE VARIAR DEPENDENDO DE VÁRIOS FATORES, COMO O TIPO DE PRODUTO OU SERVIÇO QUE VOCÊ OFERECE, A DEMOGRAFIA DO SEU PÚBLICO-ALVO, AS PREFERÊNCIAS DE COMPRA E O LOCAL ONDE SEU PÚBLICO-ALVO COSTUMA PROCURAR POR PRODUTOS OU SERVIÇOS SEMELHANTES AO SEU. AQUI ESTÃO ALGUMAS MANEIRAS DE DESCOBRIR ONDE SEUS CLIENTES ESTÃO:

- 1. ANÁLISE DE DADOS: UTILIZE DADOS DE VENDAS, PESQUISAS DE MERCADO E OUTRAS FONTES DE DADOS PARA ENTENDER ONDE SEUS CLIENTES ATUAIS ESTÃO LOCALIZADOS E COMO ELES TÊM FEITO COMPRAS.**
- 2. PESQUISAS COM O PÚBLICO-ALVO: PERGUNTE DIRETAMENTE A SEUS CLIENTES OU POTENCIAIS CLIENTES SOBRE SUAS PREFERÊNCIAS DE COMPRA E LOCAIS ONDE COSTUMAM PROCURAR POR PRODUTOS OU SERVIÇOS SEMELHANTES AO SEU.**
- 3. ANÁLISE DE CONCORRENTES: PESQUISE SEUS CONCORRENTES E OBSERVE ONDE ELES ESTÃO ENCONTRANDO SUCESSO, INCLUINDO LOCAIS FÍSICOS E ONLINE.**
- 4. UTILIZE FERRAMENTAS DE ANÁLISE: FERRAMENTAS COMO O GOOGLE ANALYTICS OU O FACEBOOK INSIGHTS PODEM AJUDÁ-LO A ENTENDER A LOCALIZAÇÃO GEOGRÁFICA DE SEU PÚBLICO-ALVO E ONDE ELES ESTÃO INTERAGINDO COM SUA MARCA ONLINE.**

LEMBRE-SE DE QUE SEUS CLIENTES PODEM ESTAR EM VÁRIOS LUGARES AO MESMO TEMPO, INCLUINDO LOJAS FÍSICAS, PLATAFORMAS DE E-COMMERCE, REDES SOCIAIS E OUTROS CANAIS ONLINE. É IMPORTANTE ESTABELECEER PRESENÇA EM VÁRIOS CANAIS E CONTINUAR A MONITORAR E AJUSTAR SUA ESTRATÉGIA DE ACORDO COM AS MUDANÇAS NO COMPORTAMENTO DE COMPRA DE SEUS CLIENTES.



# **QUANDO FAZER UMA PESQUISA DE MERCADO?**

UMA PESQUISA DE MERCADO PODE SER REALIZADA EM DIFERENTES MOMENTOS AO LONGO DO CICLO DE VIDA DE UMA EMPRESA OU PRODUTO. AQUI ESTÃO ALGUNS EXEMPLOS DE QUANDO UMA PESQUISA DE MERCADO PODE SER ÚTIL:

1. ANTES DE LANÇAR UM NOVO PRODUTO OU SERVIÇO: UMA PESQUISA DE MERCADO PODE AJUDÁ-LO A ENTENDER SE HÁ DEMANDA POR SUA IDEIA, COMO SEU PRODUTO OU SERVIÇO É PERCEBIDO PELO PÚBLICO E COMO ELE SE COMPARA AOS PRODUTOS OU SERVIÇOS EXISTENTES NO MERCADO.

2. DURANTE O DESENVOLVIMENTO DE UMA ESTRATÉGIA DE MARKETING: UMA PESQUISA DE MERCADO PODE FORNECER INSIGHTS SOBRE AS PREFERÊNCIAS DE COMPRA DE SEU PÚBLICO-ALVO E AJUDÁ-LO A IDENTIFICAR AS MELHORES MANEIRAS DE ALCANÇÁ-LOS E PERSUADI-LOS A COMPRAR.

3. ANTES DE AMPLIAR OU MUDAR A LINHA DE PRODUTOS: UMA PESQUISA DE MERCADO PODE AJUDÁ-LO A ENTENDER SE HÁ DEMANDA POR NOVOS PRODUTOS OU MUDANÇAS EM SUA LINHA ATUAL DE PRODUTOS.

4. AO AVALIAR O DESEMPENHO DO PRODUTO OU DA EMPRESA: UMA PESQUISA DE MERCADO PODE AJUDÁ-LO A ENTENDER COMO SEUS CLIENTES ESTÃO REAGINDO A SEU PRODUTO OU EMPRESA, IDENTIFICAR PONTOS FRACOS E OPORTUNIDADES DE MELHORIA E MEDIR SEU SUCESSO EM RELAÇÃO AOS CONCORRENTES.

LEMBRE-SE DE QUE É IMPORTANTE REALIZAR PESQUISAS DE MERCADO DE FORMA REGULAR E SISTEMÁTICA PARA MANTER-SE ATUALIZADO SOBRE AS PREFERÊNCIAS E COMPORTAMENTOS DE SEU PÚBLICO-ALVO E FAZER AJUSTES NECESSÁRIOS EM SUA ESTRATÉGIA DE MARKETING.

# **COMO AVALIAR O SUCESSO DA MINHA CAMPANHA DE MARKETING?**

**AVALIAR O SUCESSO DE UMA CAMPANHA DE MARKETING É IMPORTANTE PARA ENTENDER SE SUAS ESTRATÉGIAS ESTÃO FUNCIONANDO E ONDE É NECESSÁRIO FAZER AJUSTES. AQUI ESTÃO ALGUMAS MANEIRAS DE AVALIAR O SUCESSO DE SUA CAMPANHA DE MARKETING:**

**1. MÉTRICAS DE ENGAJAMENTO: AVALIE O NÚMERO DE CURTIDAS, COMENTÁRIOS E COMPARTILHAMENTOS EM SUAS REDES SOCIAIS, O TRÁFEGO EM SEU SITE E O NÚMERO DE INSCRIÇÕES EM SUA LISTA DE EMAIL.**

**2. TAXAS DE CONVERSÃO: AVALIE QUANTAS PESSOAS ESTÃO REALMENTE COMPRANDO SEU PRODUTO OU SERVIÇO APÓS VER SUA CAMPANHA DE MARKETING.**

**3. FEEDBACK DOS CLIENTES: PERGUNTE AOS SEUS CLIENTES COMO ELES DESCOBRIRAM SUA EMPRESA E O QUE OS LEVOU A COMPRAR.**

**4. RETORNO SOBRE O INVESTIMENTO (ROI): AVALIE SE O DINHEIRO GASTO EM SUA CAMPANHA DE MARKETING ESTÁ SENDO RECUPERADO ATRAVÉS DE VENDAS.**

**5. COMPARAÇÃO COM CONCORRENTES: COMPARE SUA CAMPANHA DE MARKETING COM A DE SEUS CONCORRENTES PARA ENTENDER SE ESTÁ SENDO EFETIVA.**

**LEMBRE-SE DE QUE O SUCESSO DE UMA CAMPANHA DE MARKETING PODE VARIAR AO LONGO DO TEMPO E É IMPORTANTE CONTINUAR MONITORANDO E AVALIANDO SEU DESEMPENHO PARA FAZER AJUSTES NECESSÁRIOS.**