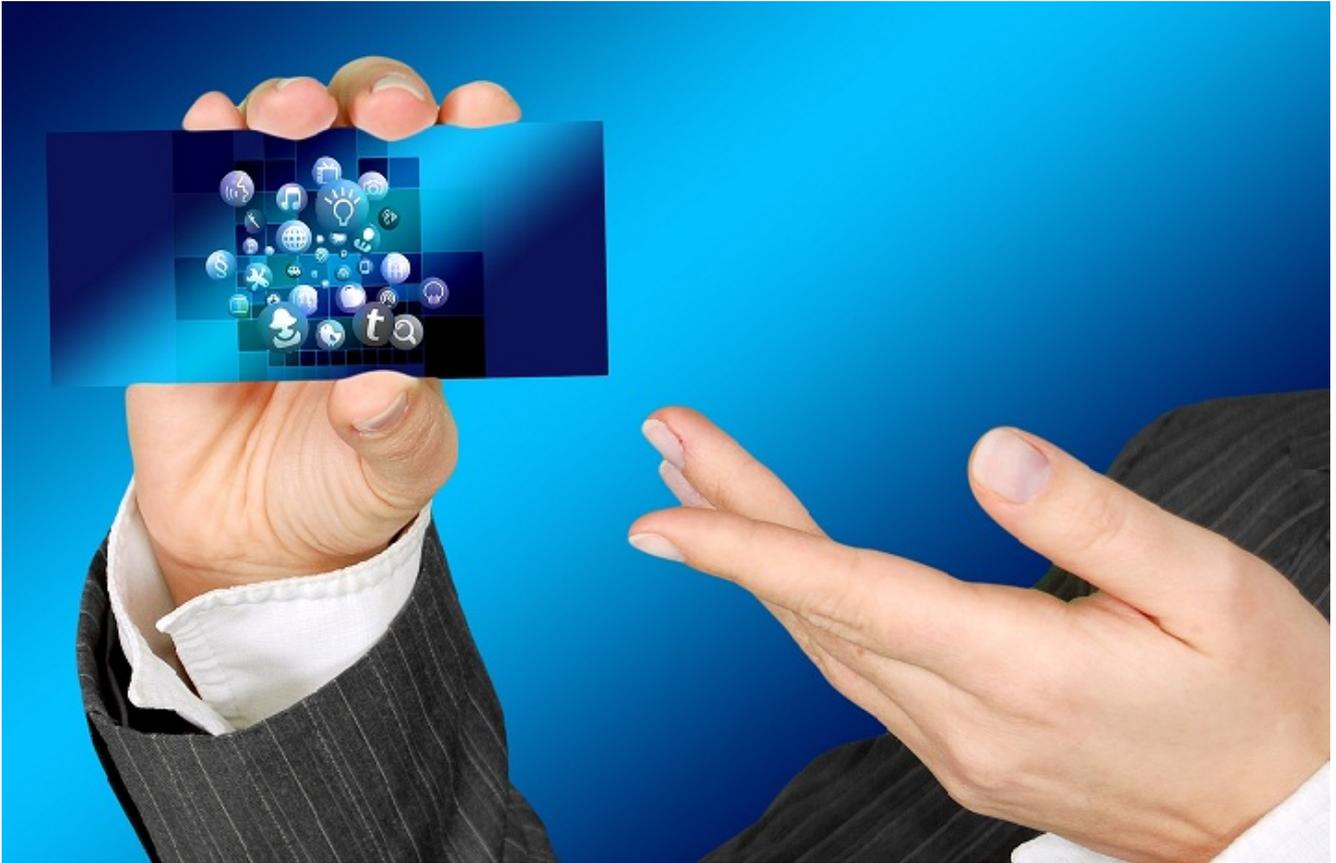


Marketing Digital



A importância do Marketing Digital para uma empresa está diretamente ligada a sua sobrevivência.

É possível fazer ações de marketing e comunicação que não pesem no orçamento e que possam ser decisivas para o crescimento de empresas que querem ser vistas, lembradas e reconhecidas pelos seus clientes.

A grande quantidade de acessos a internet é uma grande vitrine para as empresas independentemente do seu porte. Todos

os seus produtos e serviços devem estar lá prontos para serem vistos e lembrados.

Se você em algum momento pensou em Marketing Digital provavelmente é porque percebeu que a internet proporciona uma grande oportunidade para divulgar os seus produtos.

Independente do seu tipo de negócio as estratégias online certamente podem aumentar em muito os seus resultados.

Veja a seguir:

Atualmente é uma prática bastante usual as pessoas passarem horas pesquisando em sites de buscas ou em redes sociais quando querem adquirir um produto.

A internet é movida a conteúdo, não apenas a textos. Um conteúdo também pode ter muitas formas, um vídeo, um podcast, uma tirinha, um blog e assim por diante.

Você deve se ater a qualidade dos conteúdos a serem criados de forma que eles atinjam o seu público-alvo.

Crie conteúdos procurando se engajar nas necessidades de seus clientes.

Fiquem atentos as perguntas que você mais recebe das pessoas que vêm na loja. Anote isto, faça uma lista, a partir daí poderá criar conteúdos direcionados necessidades mais imediatas delas.

- De que material é feito este casaco?
- Este couro é sintético?
- Tem suplementos para emagrecer?
- Para que serve este produto?
- As pilhas estão incluídas?
- E outras...

As possibilidades são muitas e servem para um bazar, uma loja de roupas, uma autopeças etc.

Onde se encontra o seu público-alvo?

Ao optar por usar a internet para aumentar as suas vendas e atrair mais clientes, você

precisa saber exatamente onde estão os seus clientes.

Primeiramente

crie o hábito de perguntar para eles quais as redes sociais que usam se gostam de vídeos, de fotos, de sites, de blogs e outros da internet. Ao cadastrar o seu cliente pergunte qual o seu e-mail, e se ele gostaria de receber por esta via as suas promoções.

Isto vai

fornecer subsídios para seu Marketing Digital.

Parece simples,

mas infelizmente muitos gestores ainda erram nessa questão. Não existe a melhor rede social, o que existe são as que o seu cliente está presente e aquelas onde ele não está.

Este conhecimento

vai facilitar a sua tomada de decisão no momento de tornar as suas estratégias mais eficientes e rentáveis.

Anúncios inteligentes

Você sabia

que hoje em dia é possível usar as redes sociais para fazer anúncios

segmentados?

Com um custo bastante pequeno por dia você pode fazer anúncios direcionados para pessoas de acordo com:

- A sua idade;
- Seu gênero;
- Sua região, Cidade, Estado...;
- Seus interesses específicos;
- Entre outros...

Se você tem uma loja de artigos femininos em sua cidade, por exemplo, não faz sentido gastar dinheiro anunciando para homens de outras regiões.

Com marketing digital você pode direcionar os seus anúncios somente para aquele segmento de mercado que tenham as características que são interessantes para a sua empresa. Isso certamente vai aumentar as suas chances de vendas.

Não esqueça também que a adoção do marketing digital não exclui o marketing off-line. O ideal é que estas duas formas de anúncios coexistam de forma integrada: panfletagem, ofertas e participação em eventos na sua cidade

também são eficazes para divulgar o seu negócio.

Analise bem as suas métricas

Depois de publicar os seus conteúdos na internet, a etapa final será analisar os resultados obtidos.

- Qual é a participação destes conteúdos nas vendas neste mês?
- Como isto aumentou o meu [Ticket Médio](#)?
- Quantas vendas vieram de determinada rede?

Tudo isso pode ser conseguido através de estatísticas fornecidas pelas próprias redes e ou do histórico de suas vendas.

Essa é a mágica do Marketing Digital: além de ser muito mais barato de fazer, ainda traz em médio prazo resultados inesperados e desejados.

Planejamento

Não esquecer que o [planejamento financeiro](#) é à base de tudo, você só conseguirá resultados relevantes se souber qual caminho deve seguir.

Estabelecer as estratégias e ações a serem desenvolvidas e quem serão os profissionais responsáveis por cada função é o início de tudo. Ouvir a sua própria equipe ou consultar uma agência de Marketing Digital também é um bom caminho.

Implantação

Se você não se sente a vontade para implantar sozinho este sistema, procure ajuda. Converse com seus amigos sobre o que está pretendendo fazer e mais, existem na internet várias empresas que prestam serviço neste segmento de mercado.

A [Splan Manager](#) não é uma empresa de Marketing Digital, mas ela certamente vai lhe ajudar na gestão de sua empresa no controle de suas [vendas](#) e [estoque](#).

Ticket Médio?



Analisar o desempenho das vendas é um trabalho essencial para qualquer tipo de negócio onde se que deseje melhorar os resultados. Em empresas de varejo uma métrica que deve ser avaliada constantemente: o Ticket Médio.

O ticket Médio nada mais é do que o valor médio que cada cliente compra em seu estabelecimento. Partindo desta informação o gestor da empresa poderá planejar como [aumentar as vendas](#) e obter lucros ainda maiores.

Essa métrica se aplica principalmente aos segmentos de varejo, mas pode ser aplicada aos mais diversos segmentos de mercado.

Considerando que o mundo dos negócios está cada vez mais dinâmico, os mercados cada vez mais competitivos, isto exige das empresas um intenso controle operacional, executando suas estratégias da melhor maneira possível.

Saiba também que acompanhar as tendências e resultados é essencial para saber se as ações implantadas estão dando o resultado esperado, dando margem para se fazer possível correções de estratégias no meio do caminho.

Em resumo, essa métrica abre os olhos do empreendedor para o quanto cada cliente está lhe deixando de dinheiro no [processo de compra](#).

Como calcular?

O ticket médio é muito fácil de ser calculado, visto isto você não pode perder a oportunidade de saber como andam as suas vendas.

Para calcular, basta pegar o faturamento bruto da empresa em certo período de tempo escolhido e dividi-lo pelo número de vendas realizadas.

Veja a fórmula:

**Ticket Médio =
faturamento bruto / número de vendas realizadas.**

Por exemplo, supondo: Em 30 dias você vendeu R\$12.000,00, – Para 60 clientes.

Temos então que o valor do ticket médio neste período foi de R\$200,00, ou seja, R\$12.000,00 / 60.

Isto resulta que cada cliente que entrou na loja, gastou em média R\$200,00.

Se comparado períodos subsequentes, pode-se ter uma boa idéia da evolução do seu Ticket Médio.

Como aumentar o valor do seu ticket médio?

A lógica para buscar isso é simples: Sempre que você consegue vender mais para os seus clientes, mais o ticket médio aumenta. É possível aumentar o valor das vendas contando com os mesmos clientes já fidelizados, isso gera mais lucro.

Uma máxima no meio empresarial diz que “é muito mais difícil manter um cliente fiel do que

conquistar novos”.

Ofereça uma boa variedade de produtos

Independente do seu segmento de mercado, quanto maior a variedade de produtos oferecidos, maior será a chance de vender e que seus clientes levarem algo a mais.

Aumentar o seu vai facilitar para o cliente encontrar todos os itens que precisa em um único local. Isso poderá deixá-lo mais feliz levando-o a comprar mais do que tinha planejado, aumentando o valor final da sua compra.

Disponibilize os produtos de forma estratégica

[Disponibilizar os produtos](#) de forma estratégica também é uma ótima maneira de aumentar o ticket médio do seu negócio.

Começar isto não é difícil.

Inicialmente faça um levantamento dos produtos que possuem um maior número de vendas, feito isso, coloque junto a eles outros que os complementam os quais ele não compraria em situações normais.

Por exemplo, para estimular

o seu cliente a comprar mais outros itens, se você vende sapatos coloque-os na gôndola alguns pares de meias, quem sabe seu cliente não lembre que também esta necessitando delas.

Veja como a simplicidade desse exemplo representa como é possível aumentar o ticket médio de vendas sem muito esforço.

Porem não basta colocar um ao lado do outro, é preciso despertar a atenção do cliente, nesse caso use a sua criatividade para despertar esse estímulo.

Essa é uma ótima estratégia que além de aumentar o seu ticket médio, faz com que o consumidor associe a sua empresa como aquela que facilita a sua vida e não deixa esquecê-lo de nada, fidelizando-o.

Como já foi dito, o Ticket Médio é uma das métricas mais simples de serem calculadas. Não deixe de contar com essa informação para fazer com que a sua empresa prospere ainda mais.

Lembre-se que vivemos em tempos em que as estratégias de negócios estão sendo construídas baseadas nas informações do próprio negócio. A começar pelo ticket médio e um [software](#) para ajudar na gestão do seu negócio você estará optando por uma boa escolha para melhorar a gestão de sua empresa.

Informações preciosas como estas estimulam a sua criatividade, aperfeiçoam seu negócio, aumentam as vendas e proporcionam mais lucros.