

COMO CRIEI MINHA ESTRUTURA INICIAL BASICA PARA INGRESSAR NO MARKETING DIGITAL



SUMÁRIO

[1]

.....

[2] REGISTRO DO DOMÍNIO

.....

[3] CONTRATAÇÃO DA HOSPEDAGEM PARA O SITE

.....

[4] CRIAÇÃO E PUBLICAÇÃO DO SITE

.....

[5] E-MAIL MARKETING

[6] AFILIAÇÕES

.....

[7] MENTALIDADE

.....

[8] SOBRE O MARKETING DIGITAL



MAFALDA MARTINS

Olá, estou muito feliz por você estar me acompanhando.

Sou Bacharel em Ciências Contábeis, graduada pela PUC/RS, em exercício. Em março de 2016 decidi mudar o rumo da minha vida, percebi que estava estagnada, limitada a minha área de atuação. Passei com avidez buscar autoconhecimento em todas as áreas da minha vida.

Decidi focar no mundo digital, desejando de todo o meu coração, alcançar êxito no "NOVO", escolhi iniciar com o Marketing De Afiliados. Para ingressar nesse segmento com mais segurança, busquei aprender com os melhores. Inicialmente optei pelo Curso FNO (Fórmula Negócio Online) do Alex Vargas e estou seguindo suas técnicas.

Construí o Blog www.fluxoconstantededinheiro.com.br com o objetivo de gerar autoridade no mercado e estreitar meu relacionamento com os meus potenciais clientes a partir da entrega de conteúdo de qualidade e proporcionar apoio no sentido de estimular o seu ingresso no mundo online.

Se você quiser saber ainda mais sobre como eu consegui desenvolver minhas estratégias online, pode acessar o material completo "[Guia Definitivo Para Criar Seu Negocio Online Começando Do Absoluto Zero](#)" do Alex Vargas.

É uma leitura complementar importante para quem está iniciando.

REGISTRO DO DOMÍNIO

A primeira coisa que fiz foi registrar meu domínio.

Registrei na registro.br

O domínio é o endereço que as pessoas vão digitar para acessar o Blog - é imprescindível para quem quer ser profissional. Escolhi propositadamente um nome bem peculiar: fluxoconstantededinheiro

O registro do domínio é necessário para um site, blog, e-commerce ou até mesmo um e-mail ou outro serviço da web. A coisa mais importante sobre um registro do domínio é que ele lhe dá personalidade e identidade reconhecida.

Depois de registrar o nome do domínio, as informações sobre o proprietário ficam publicamente disponíveis.

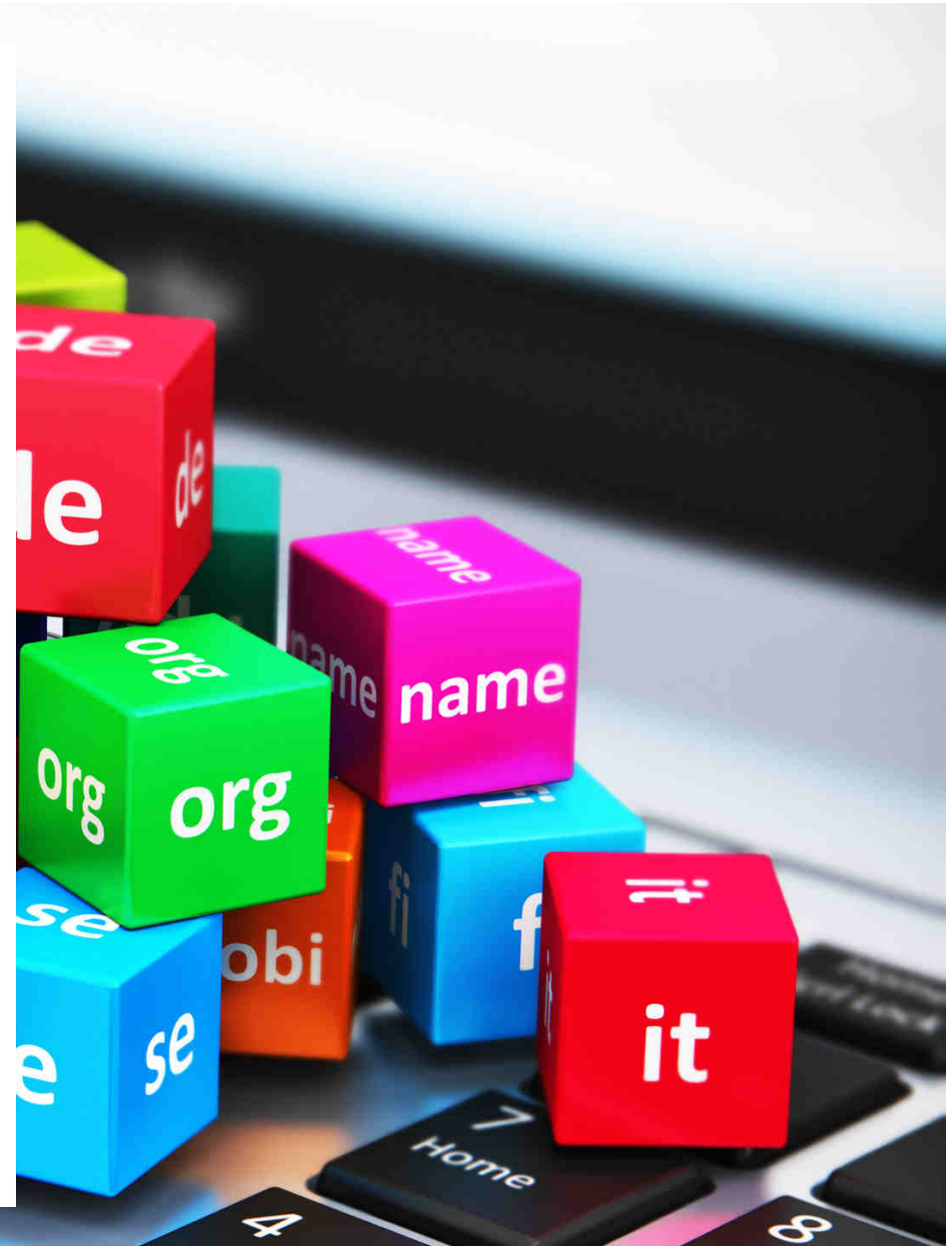
O preço de um registro do domínio varia muito em sua extensão.

Por exemplo, no Brasil o mais comum é o .com.br.

Atualmente o valor é de R\$40,00 para um ano. Existem outros valores para outros planos, de acordo com o período que você contrata o serviço de registro de domínio.

Uma outra opção, muitas vezes mais econômica, é ir diretamente para um serviço de hospedagem na Web, como o HostGator ou GoDaddy, que oferecem um mecanismo de registro como parte do processo de inscrição.

Os serviços de hospedagem geralmente oferecem um nome de domínio gratuito quando você se inscreve para um pacote de hospedagem.





CONTRATAÇÃO DA HOSPEDAGEM PARA O SITE

A hospedagem web é o local físico onde os arquivos do seu site vão ficar hospedados e disponíveis online. A hospedagem é complementar ao domínio, um não funciona sem o outro.

Pense nisso como uma casa onde você armazena todos os seus materiais; mas em vez de armazenar suas roupas e móveis, você armazena arquivos de computador (HTML, documentos, imagens, vídeos, etc.) em um host.

Na maioria das vezes, o termo “hospedagem na web” refere-se à empresa que aluga seus computadores / servidores para armazenar seu site e fornecer conectividade com a Internet para que outros usuários possam acessar os arquivos em seu site.

Existem várias empresas que trabalham com hospedagem de Sites, eu optei pela HostGator, escolhi o Plano M que é para múltiplos Sites e Domínios, a intenção é expandir. O custo mensal é de R\$ 17,99 em janeiro de 2018. Eu optei pelo pagamento Anual, que me gerou um custo de R\$ 251,88.

Importante salientar que durante a contratação da hospedagem do site você deve informar o domínio registrado, para que o plano seja criado para este domínio.



Diferentes tipos de servidores de hospedagem na web

Geralmente, existem quatro tipos diferentes de servidores de hospedagem: Servidores compartilhados, Privado, Dedicado e Cloud Hosting.

Enquanto todos os tipos de servidores atuam como um centro de armazenamento para o seu site, eles diferem na quantidade de capacidade de armazenamento, controle, requisitos de conhecimento técnico, velocidade do servidor e confiabilidade.



Criação e Publicação do Site

O design do seu site é o próximo passo na criação do seu site. Uma vez que seu host seu nome de domínio foram configurados, agora é hora de você projetar seu site.

A criação do site foi bem fácil, eu usei o WordPress, que é um sistema gratuito e você instala com a maior facilidade, esse sistema te permite criar qualquer tipo de site, página, blog, página de vendas, página de captura e lojas virtuais.

O sistema WordPress possui temas gratuitos para a criação dos sites e blogs, no entanto eu preferi adquirir um tema profissional próprio para o WordPress chamado Épico da Uberfácil e o custo inicial dele foi de R\$ 497,00.

Precisei renovar a assinatura do tema para poder atualizá-lo devido a uma incompatibilidade com uma das versões do WordPress, paguei 50% do valor da aquisição com validade para atualizações e suporte por mais 13 meses.

Outra vantagem em usar o wordpress é que quase todas as empresas de hospedagem confiáveis e bem estabelecidas integraram a instalação com o Wordpress através de 1 clique, o que faz com que se torne ainda fácil.

Aqui estão os passos que você deve seguir (deve ser semelhante / igual em todas as principais empresas de hospedagem na web):

- Acesse a sua conta.
- Vá para o painel de controle.
- Procure o ícone "WordPress" ou "Website".
- Escolha o domínio onde deseja instalar seu site.
- Clique no botão "Instalar agora" e você terá acesso ao seu novo site WordPress.

Como faço para adicionar conteúdo e criar novas páginas?

Com o seu tema instalado, você estará pronto para começar a criar conteúdo. Vamos percorrer rapidamente alguns conceitos básicos:

Adicionando e editando páginas

Quer uma página "Serviços", ou uma página "Sobre mim"?

1. Procure ao longo da barra lateral no Dashboard do WordPress "Páginas" -> "Adicionar Novo".
2. Depois de clicar, você encontrará uma tela que se parece muito com o que você talvez tenha visto no Microsoft Word. Adicione texto, imagens e muito mais para criar a página desejada, depois salve-a quando terminar.

Adicionando páginas ao menu

Se você quiser que sua nova página seja vinculada na sua barra de navegação,

1. Salve todas as alterações que você fez na página clicando em "Atualizar"
2. Clique em "Aparência" -> "Menus" na barra lateral do Dashboard do WordPress
3. Encontre a página que criou e adicione-a à lista, clicando na caixa de seleção ao lado e depois em "Adicionar ao menu".

E-MAIL MARKETING

O e-mail marketing é um dos canais mais eficiente para distribuir nosso conteúdo diretamente para os usuários. Inclusive, estou escrevendo este e-book para usá-lo como Isca Digital em troca do e-mail do meu lead.

Mais de 34% das pessoas em todo o mundo usam e-mail.

Isso é cerca de 2,5 bilhões de pessoas. Existe uma estimativa que esse número aumente para 2,8 bilhões de usuários de e-mail nos próximos 2 anos.

O mundo envia cerca de 196 bilhões de e-mails diariamente. Deste total, a maioria, 109 bilhões, é e-mail marketing

O marketing por e-mail é uma maneira vibrante e poderosa de se conectar com as pessoas.

Pense em suas próprias experiências. Você conhece alguém que não possui um endereço de e-mail?

Você provavelmente recebe uma série de e-mails HTML por semana (eu tenho certeza). Esses e-mails já fazem parte de nossas vidas.

O marketing por e-mail também é uma maneira muito pessoal de alcançar seus clientes em potencial.

E essa ferramenta fica mais poderosa quando é personalizada.

O e-mail pode ser adaptado às ações dos clientes para que cada comunicação seja relevante para seu interesse.

Você pode abordar tópicos como mudanças em sua empresa, vitórias, solicitar feedback para o seu cliente etc- esta lista é praticamente infinita.

Eu adquiri a assinatura do LeadLovers do Diego Carmona, estou amando, tem diversas funcionalidades e o custo/benefício de R\$ 154,00 por mês é totalmente relevante.

Pretendo utilizar o e-mail marketing para anunciar a publicação de novos conteúdos sempre que postar algo no meu blog; divulgar um produto; iniciar uma campanha; ou qualquer outro tipo de informação que ajude a dar mais visibilidade a meus produtos ou serviços enviando mensagens a meus seguidores, de modo a mantê-los engajados e informados sobre as promoções e oportunidades exclusivas.

É bom lembrar que não devemos enviar e-mails quando não foi solicitado ou permitido pelo usuário, isso é caracterizado SPAM.



MARKETING DE AFILIADOS

Com o surgimento de motores de busca em meados da década de 1990, a internet se expandiu para uma enorme máquina de comércio eletrônico e informações. Os proprietários de sites criaram conteúdo valioso e proporcionaram benefícios tremendos aos visitantes.

Por sua vez, esses proprietários de sites queriam ser compensados por seu trabalho árduo.

As primeiras formas de publicidade on-line, como o CPM, começaram a dar real importância a concorrência, como por exemplo, o marketing de afiliados.

Então, o que é marketing de afiliados?

Marketing de Afiliados é baseado em um tripé: O comerciante, o afiliado e o consumidor.

O comerciante

No mundo do marketing de afiliados, um anunciante pode ser uma empresa que vende um produto como eletrônicos, passagens aéreas, peças de vestuário ou carro, ou um anunciante também pode ser uma empresa de seguros.

A coisa mais importante a lembrar é que, neste tipo de publicidade, o anunciante paga para outras pessoas para ajudá-lo a vender e promover o seu negócio.

O afiliado

Um afiliado é um indivíduo ou empresa que promove o produto ou serviço de um anunciante em troca de ganhar uma comissão.

Os anunciantes concordam contratualmente em trabalhar com um afiliado e, em seguida, fornecem à ele - na forma de links, anúncios de banner ou de texto ou mesmo números de telefones exclusivos que o editor incorpora no seu site.

O consumidor

O componente final que completa o triângulo da relação de afiliados é o consumidor.

O consumidor é aquele que realmente vê o anúncio e então faz uma ação (clikando em um link ou enviando suas informações através de um formulário) que os leva do site do afiliado ao comerciante para completar a ação, que chamamos de conversão.

MENTALIDADE

A maioria dos proprietários de pequenas empresas e profissionais independentes iniciam seus negócios principalmente porque possuem determinados conhecimentos e habilidades

E é muito comum que esses novos empresários pensem que o marketing é muito caro mesmo para ser considerado durante os primeiros estágios de uma start-up.

Muitas vezes as pessoas pensam que apenas empresas grandes e bem-sucedidas podem se dar ao luxo de implementar uma estratégia de marketing.

Embora entendam intelectualmente que têm de comercializar e vender, ainda não têm o pensamento que o marketing pode ser um apoio essencial

Muitos empresários tendem a considerar o marketing como um mal necessário e, em muitos casos, têm crenças negativas em relação a ele.

Na realidade, o marketing é ainda mais crucial durante o início de uma empresa. Mesmo que o seu produto seja o melhor no mercado, ninguém saberá nada sem um marketing efetivo.

Existem algumas maneiras de construir essa mentalidade voltada para o marketing.



O primeiro componente é a crença

Quais são as crenças subjacentes que afetam nossa mentalidade? Abrangem nossas atitudes, pensamentos, medos, expectativas e falta de experiência.

Nossas ações são moldadas pelo que pensamos, o que assumimos ser verdadeiro e onde nós escolhemos nos concentrar.

Se os pensamentos forem negativos ou evitados, veremos o marketing indesejável e, em alguns casos, não ético.

As decisões que tomamos todos os dias são críticas e as crenças negativas sobre marketing afetam as decisões que são tomadas.

Por exemplo, com que frequência planejamos a semana e nos dizemos que na terça-feira vamos focar três horas em marketing?

Chega a tal terça-feira de manhã e recebemos uma chamada de um cliente ou um temos um problema com um empregado e, em seguida, já calculamos que o marketing pode ser adiado porque essas questões devem ser tratadas imediatamente.

A questão é a frequência com que isso é verdade.

Embora saibamos que o marketing é importante, nós deixamos que nossas crenças negativas afetem nosso comportamento.

Então, se você está em dúvidas, sobre o que pode ser feito sobre isso, primeiramente, sente-se e faça uma lista, e coloque suas opiniões sobre marketing.

Seja honesto e liste o máximo possível. Em seguida, pergunte-se sobre se essas crenças são realmente verdadeiras, ou simplesmente um viés pessoal.

Será que você está absolutamente certo do que você acredita ser verdade, ou é possível que não seja?

Em seguida, avalie como essa crença afeta seu comportamento e o que aconteceria se essa crença fosse alterada.

Tente reconstruir o pensamento para uma mentalidade mais positiva.

O próximo passo é traduzir esses novos pensamentos em novos comportamentos. Uma das melhores técnicas para fazê-lo é bloquear o tempo em seu calendário e tratá-lo como se fosse um compromisso com seu melhor cliente.

Você certamente não perderá um compromisso com o seu melhor cliente para lidar com uma tarefa irrelevante, né?

Após um curto período de tempo, esses novos comportamentos se tornarão hábitos e as recompensas seguirão.

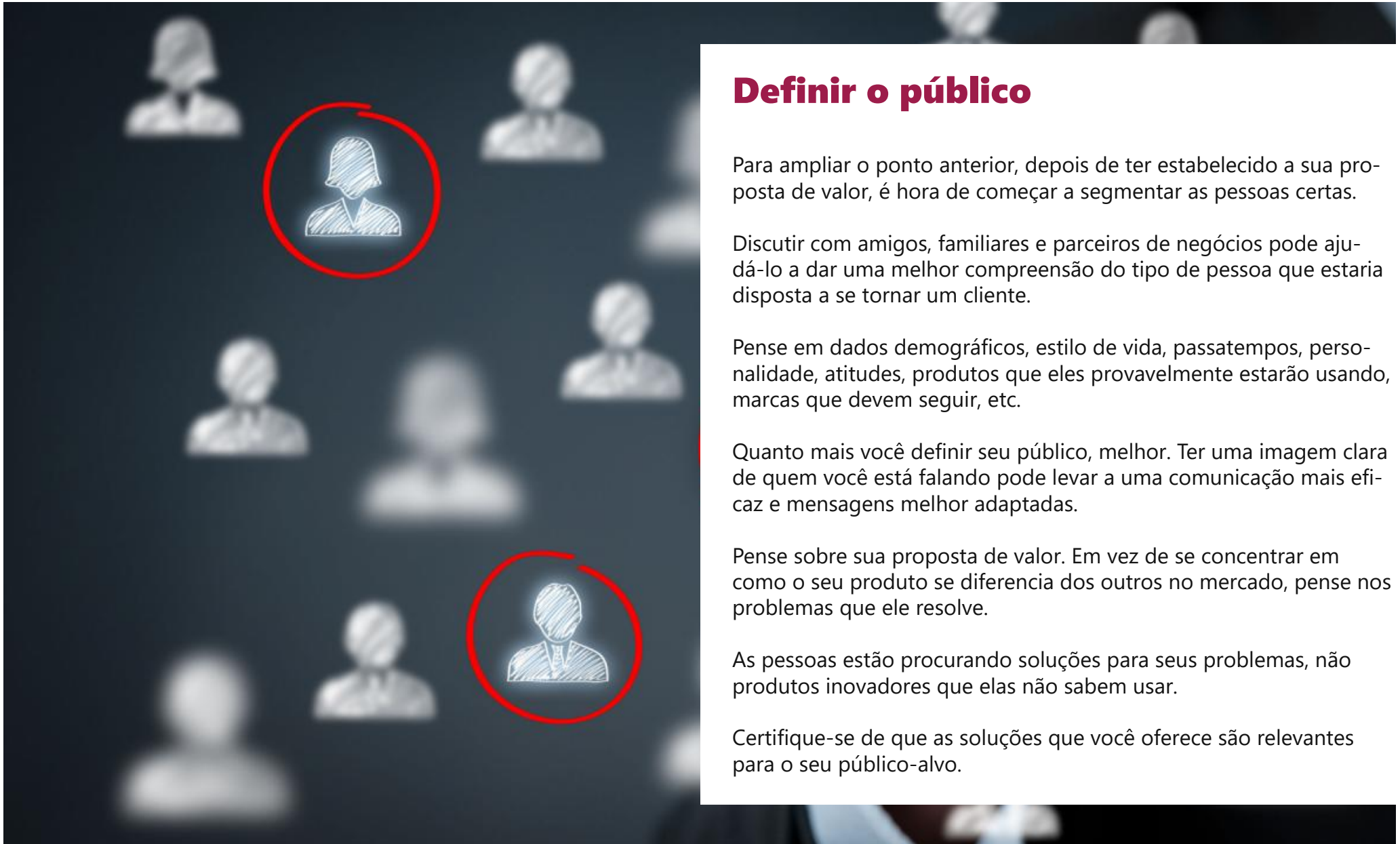
Se o marketing é uma luta, é absolutamente fundamental se envolver neste processo de mentalidade de marketing.

Muitas empresas com ótimos serviços e produtos saem do mercado porque não conseguem implementar um sistema consistente de geração de leads.

Na maioria das vezes, esse fracasso começa com a falta de uma mentalidade de marketing.

A ótima notícia é que a mentalidade necessária pode ser desenvolvida com esforço, foco e uma mente aberta.

Você ficará impressionado com o impacto em sua empresa.



Definir o público

Para ampliar o ponto anterior, depois de ter estabelecido a sua proposta de valor, é hora de começar a segmentar as pessoas certas.

Discutir com amigos, familiares e parceiros de negócios pode ajudá-lo a dar uma melhor compreensão do tipo de pessoa que estaria disposta a se tornar um cliente.

Pense em dados demográficos, estilo de vida, passatempos, personalidade, atitudes, produtos que eles provavelmente estarão usando, marcas que devem seguir, etc.

Quanto mais você definir seu público, melhor. Ter uma imagem clara de quem você está falando pode levar a uma comunicação mais eficaz e mensagens melhor adaptadas.

Pense sobre sua proposta de valor. Em vez de se concentrar em como o seu produto se diferencia dos outros no mercado, pense nos problemas que ele resolve.

As pessoas estão procurando soluções para seus problemas, não produtos inovadores que elas não sabem usar.

Certifique-se de que as soluções que você oferece são relevantes para o seu público-alvo.

Construa uma excelente marca

Sua marca é sua identidade.

Criar uma marca forte desde o início pode ser um ótimo guia para sua identidade visual, comunicações, linhas de produtos e tudo mais, pois dá personalidade ao seu novo negócio.

A personalidade da sua marca deve estar alinhada com a do seu público-alvo, pois as pessoas são mais propensas a comprar de marcas a quem se associam.

Se você quiser saber ainda mais sobre como eu consegui desenvolver minhas estratégias online, pode acessar o material completo "[Guia Definitivo Para Criar Seu Negócio Online Começando Do Absoluto Zero](#)" do Alex Vargas.

É uma leitura complementar importante para quem está iniciando.





Relacionamento com clientes

Para ter vendas e geração de leads consistentes, deve haver uma relação cultivada com uma quantidade adequada de clientes potenciais.

Esta é a principal função do marketing.

É buscar fazer negócios com aqueles que conhecem, gostam e confiam na sua marca, produto ou serviço. Sem um plano de marketing consistente e sistemático, não haverá um processo de geração de leads suficiente.

Essa ligação é muito poderosa e fundamental.

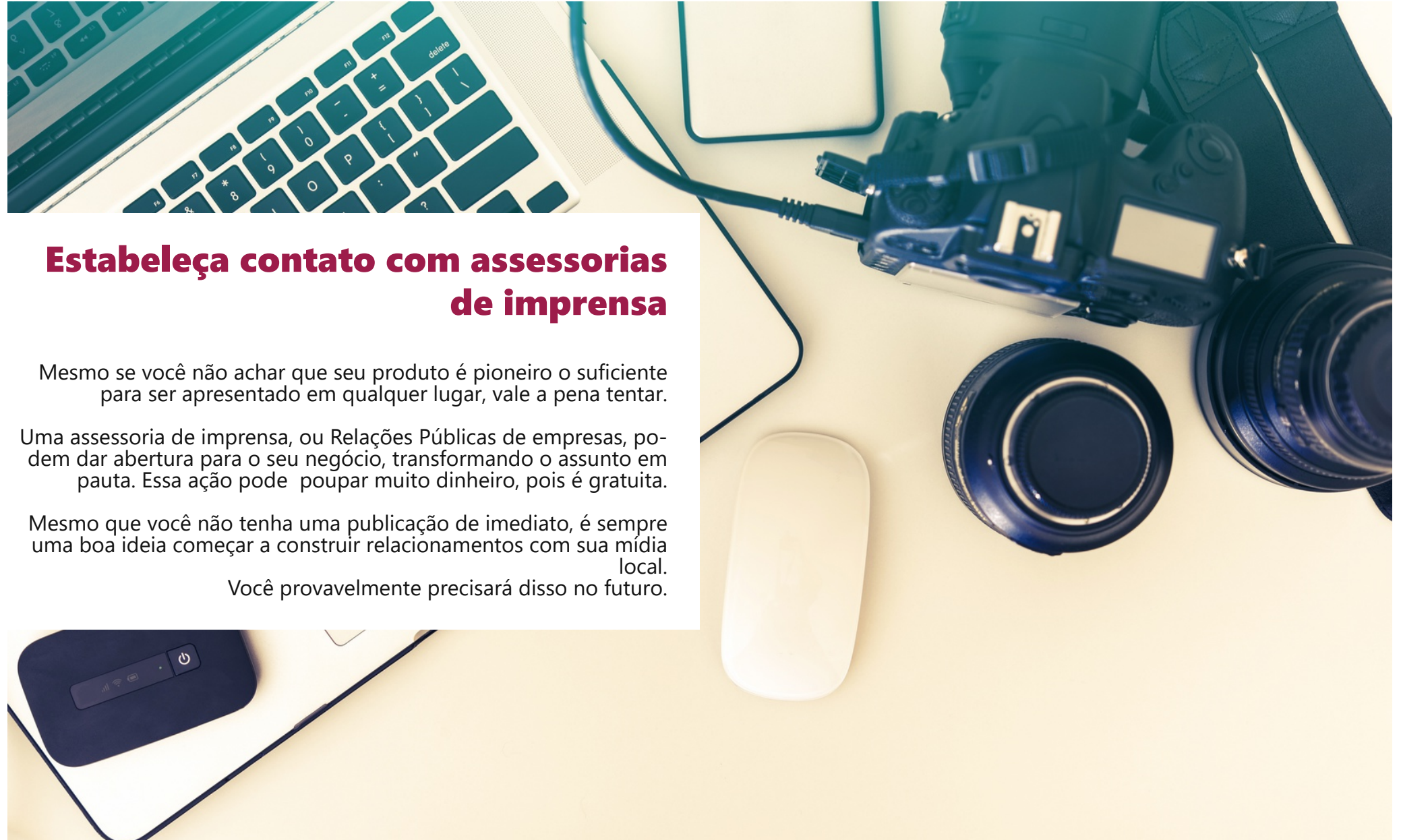
Estabeleça contato com assessorias de imprensa

Mesmo se você não achar que seu produto é pioneiro o suficiente para ser apresentado em qualquer lugar, vale a pena tentar.

Uma assessoria de imprensa, ou Relações Públicas de empresas, podem dar abertura para o seu negócio, transformando o assunto em pauta. Essa ação pode poupar muito dinheiro, pois é gratuita.

Mesmo que você não tenha uma publicação de imediato, é sempre uma boa ideia começar a construir relacionamentos com sua mídia local.

Você provavelmente precisará disso no futuro.





Monitore sua concorrência

Muitas vezes, os proprietários de startup pensam que não há concorrentes diretos para seus produtos e geralmente se enganam.

Pense sobre a categoria geral de produtos e veja quais são concorrentes diretos e indiretos.

Uma vez que você encontrou seus concorrentes, pesquise-os. Leia seus sites, redes sociais, leia comentários dos clientes e obtenha informações valiosas que o ajude a formular sua oferta e imagem de marca.

Depois de concluir com sucesso todos os itens acima, é hora de começar a investir no marketing. .

A verdade é que esperar muito tempo sem anunciar seu negócio, pode ser prejudicial.

Quanto mais cedo você começar a implementar sua estratégia, mais rápido o retorno.

Existem muitas soluções de marketing econômicas para pequenas empresas que não exigem um investimento maciço.

A única coisa que você precisa estar preparado é se dedicar integralmente, coloque toda a sua atenção neste novo empreendimento.

SOBRE O MARKETING DIGITAL

O marketing digital, a promoção de produtos ou marcas através de um ou mais meios na mídia eletrônica, difere do marketing tradicional na medida em que usa mais métodos de monitoramento.

Esses métodos permitem uma empresa a fazer análise das campanhas de marketing e entender o que está funcionando e o que não está funcionando, praticamente em tempo real.

Sites monitoram produtos e serviços que estão sendo procurados, através de quais canais, que tipo de navegadores, locais, países e por aí vai.

Também é possível monitorar com que frequência e por quanto tempo um cliente visita o seu site, conversões de vendas, o conteúdo que funciona e não funciona, etc.

Embora a Internet seja, talvez, a que mais traz dados de retorno do investimento ao marketing, também podemos incluir outras formas de nos relacionarmos com clientes, seja através de mensagens de texto, mensagens de whatsapp, aplicativos para celulares, podcasts, banners eletrônicos, canais de rádio e televisão digital, etc.





Por que o marketing digital é importante?

A mídia digital é tão penetrante que os consumidores têm acesso a informações a qualquer momento e a qualquer lugar que desejam.

Já ficaram para trás os dias em que as mensagens que as pessoas recebiam sobre produtos ou serviços vieram de você e consistiram apenas no que você queria que elas conhecessem.

A mídia digital é uma fonte cada vez maior de entretenimento, notícias, compras e interação social, e os consumidores agora estão expostos não apenas ao que sua empresa diz sobre sua marca, mas o que a mídia, amigos, parentes, colegas, etc. também.

E na maior parte das vezes, esses consumidores são mais propensos a acreditar neles do que você. As pessoas querem marcas em que podem confiar, empresas que as conhecem, comunicações personalizadas e relevantes e ofertas adaptadas às suas necessidades e preferências.



GERENCIAR RELACIONAMENTOS COM CLIENTES EM TODOS OS CANAIS

O marketing digital e seus canais associados são importantes - mas não podemos excluir todos os outros.

Não basta apenas conhecer seus clientes, você deve conhecê-los melhor do que qualquer outra pessoa para que possa se comunicar com eles onde, quando e como eles são mais receptivos à sua mensagem.

Para fazer isso, você precisa de uma visão consolidada das preferências e expectativas dos clientes em todos os canais - Web, mídia social, celular, mala direta, ponto de venda, etc.

Os comerciantes podem usar essas informações para criar e antecipar experiências consistentes e coordenadas do cliente que impulsionem e os mova ao longo do ciclo de compra.

Quanto mais profunda sua visão sobre o comportamento e preferências do cliente, mais provável que você envolva-os em interações lucrativas. mensagens de whatsapp, aplicativos para celulares, podcasts, banners eletrônicos, canais de rádio e televisão digital, etc.



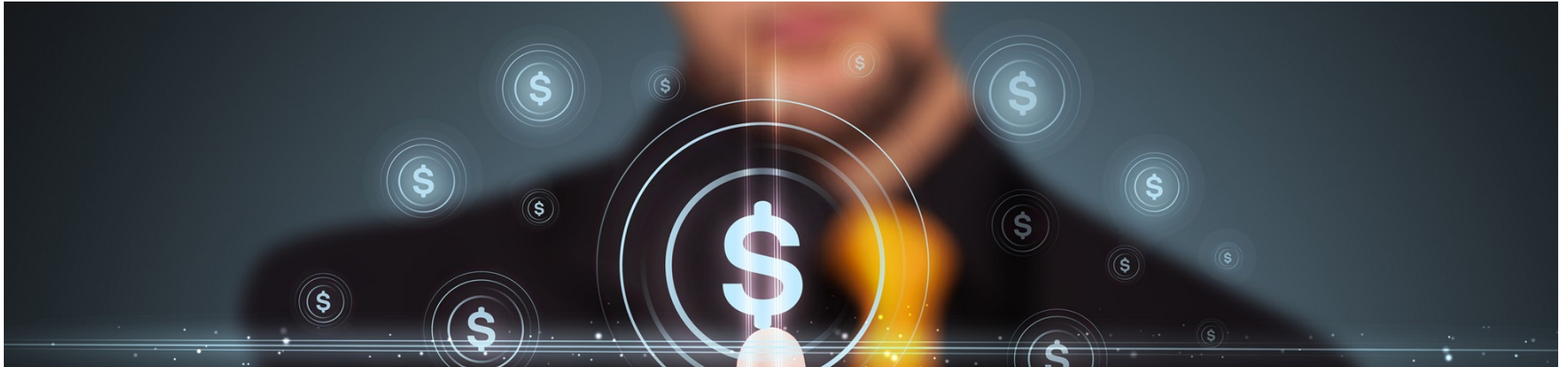


DESAFIOS ENFRENTADOS PELOS COMERCiantES DIGITAIS

Proliferação de canais digitais. Os consumidores usam vários canais digitais e uma variedade de dispositivos que usam diferentes protocolos, especificações e interfaces - e eles interagem com esses dispositivos de diferentes maneiras e para diferentes fins.

Intensificação da concorrência. Os canais digitais são relativamente baratos, em comparação com a mídia tradicional, estando ao alcance de praticamente todos os negócios de todos os tamanhos.

Como resultado, está se tornando muito mais difícil capturar a atenção dos consumidores.



Três chaves para o sucesso do marketing digital

O que é preciso para fazer o marketing digital certo? Aqui estão três chaves para o sucesso do marketing digital:





Pesquisa paga

A pesquisa paga ou a publicidade paga por clique (PPC), geralmente se refere ao “resultado patrocinado” na parte superior ou lateral de uma página de resultados do mecanismo de pesquisa .

Você só paga quando seu anúncio é clicado. Você pode personalizar seus anúncios, através do google Adwords para serem exibidos quando os termos de pesquisa específicos forem inseridos, criando anúncios segmentados para um público específico.

Os anúncios pagos são flexíveis, visíveis e, o mais importante, são eficazes para muitos tipos diferentes tipos e tamanhos de empresa.

Eles também são anúncios contextuais - anúncios que aparecem quando uma pessoa está procurando por uma determinada palavra-chave ou termo.

Otimização de mecanismos de pesquisa (SEO)

O SEO (Search Engine Optimization), também conhecido como otimização de sites, é rapidamente definido como uma forma de aumentar os acessos do seu site através de um conjunto de técnicas e estratégias que permitem que um site melhore seu posicionamento nos resultados orgânicos dos mecanismos de busca, como Google e Bing.

Construir o seu site, através da otimização de conteúdos dentro dos parâmetros corretos e configuração técnica são fórmulas de alcance para que o site da sua empresa, as páginas e os produtos cadastrados apareçam no topo, ou na primeira página, de um resultado do mecanismo de pesquisa para um conjunto específico de termos de palavras-chave.

O objetivo através de técnicas de SEO é atrair visitantes para o seu site quando eles procuram produtos, serviços ou informações relacionadas ao seu negócio.

O SEO quase pode ser visto como um conjunto de melhores práticas para o bom marketing digital.

Ele impõe a necessidade de um site bem construído e fácil de usar, conteúdo valioso e envolvente e a credibilidade de outros sites e pessoas físicas para recomendá-lo, ligando-se ao seu site ou mencionando em postagens de redes sociais.





Marketing de conteúdo

O marketing de conteúdo é o combustível que impulsiona suas atividades de marketing digital. Muitas empresas ainda acreditam que o ranking em ferramentas de pesquisa é o mais importante quando falamos em resultados.

Veja alguns benefícios:

- Melhor relacionamento com os clientes
- Diminuição dos custos de comercialização de anúncios pagos
- É um pilar chave do SEO moderno;
- Isso ajuda você a ser notado nas mídias sociais;
- Você tem algo de valor para oferecer aos clientes, além de ter mais conteúdo em seu site!

→ Criar conteúdo inteligente que não seja promocional, mas com o intuito de levar conhecimento adicional aos clientes, inspirar e ser referenciado naquilo que se faz ou comercializa;

→ Oportunidade para criar mais notícias nas redes sociais;

→ Oferecer conteúdo relevante para o seu público ajuda a vê-lo como uma valiosa fonte de informações.

Eu espero que este guia possa auxiliá-lo em seu processo de iniciação ao marketing digital.

Procurei trazer informações simples e práticas de serem executadas.

Se este e-book o ajudou ao longo de sua jornada ao Marketing Digital, entre em contato comigo! Vou adorar receber seu feedback!



Leitura complementar

Se você quiser saber ainda mais sobre como eu consegui desenvolver minhas estratégias online, pode acessar o material completo "[Guia Definitivo Para Criar Seu Negocio Online Começando Do Absoluto Zero](#)" do Alex Vargas.

É uma leitura complementar importante para quem está iniciando.

