

E-BOOK

Kit de Marketing Digital Definitivo para 2024

Estamos aqui para ajudar
sua empresa a se destacar
no mercado!



Como criar um planejamento de marketing digital eficiente?

Todos os profissionais de marketing estão em busca da tão sonhada conversão e, muitas vezes, nessa trajetória, acabamos pulando algumas etapas de extrema importância para a eficácia das estratégias. Foi pensando nisso, que a Beatz desenvolveu o **Kit de Marketing Digital Definitivo** para 2024.



Estamos aqui para ajudar sua empresa a se destacar no mercado. Para isso, nada melhor do que aproveitar as melhores ferramentas do segmento, aplicadas por nossos profissionais para gerar **resultados surpreendentes** para os nossos clientes.

Sabemos que o tempo é valioso para profissionais de marketing, mas, antes de começar a revolucionar o marketing da sua empresa, vamos nos atentar a alguns conceitos. A seguir, você terá acesso **ao passo a passo completo** para criar do zero ou otimizar o seu planejamento de marketing digital.

Esperamos que você aproveite as dicas.

BOA LEITURA!

Passo a passo para criação do plano de marketing

É importante refletir sobre os seus objetivos ao ler esse material. Isso porque, a partir de agora você aprenderá qual a finalidade, e como os materiais que você acabou de adquirir poderão ser aplicados no dia a dia da sua empresa.

Além disso, é fundamental que você tenha em mente que, os itens a seguir podem ser adaptados com base nos objetivos e na estrutura de mercado em que você está inserido, com base em concorrência, clientes e demais stakeholders.

Continue acompanhando e veja o nosso passo a passo completo!

1 ANÁLISE E ESTRATÉGIA

Antes de pensar em uma estratégia para o seu negócio, é preciso saber: com quem você vai se comunicar, quem está se comunicando com elas, como estão fazendo isso, entre outros pontos.

Por isso, todo bom plano começa com a análise de mercado. Conheça aqueles que estão competindo com você pela atenção do seu cliente. Essa medida pode auxiliar no investimento adequado dos seus recursos nas etapas posteriores.

Além disso, é preciso diagnosticar a sua empresa e entender como ela se posiciona, quais as suas fraquezas, forças e, assim, entender os pontos que podem ser explorados e que devem ser vistos com atenção. Para isso, temos um material fundamental para você, veja a seguir!



Matriz SWOT

Saiba tudo sobre o seu negócio. Esse é o fator principal ao trabalhar em um planejamento de marketing. Por isso, entenda o posicionamento da sua empresa, o faturamento, número de funcionários, principais objetivos.

Com isso, você pode olhar mais atentamente e aprofundar os detalhes sobre ela. Desse modo, entendendo a forma como está inserida no mercado e como reduzir riscos e conquistar mais espaço para a sua marca.

Para que isso dê certo, nada melhor do que contar com uma ferramenta eficiente. A matriz **SWOT**, por exemplo, pode proporcionar uma visão ampla dos pontos fracos e fortes da sua empresa. Bem como, possibilita um entendimento maior sobre as oportunidades e ameaças do mercado.

Análise Competitiva

Saiba o que a concorrência está fazendo. Essa é uma dica valiosa, principalmente, se você está introduzindo um planejamento de marketing na sua empresa. Por isso, busque por informações dos seus principais concorrentes, saiba qual é o seu público, como eles se comunicam e quais os seus resultados.

Desse modo, você, como profissional de marketing, tem a chance de adquirir:

- Insights para a suas estratégias;
- Conhecimento de mercado;
- Antecipação a respeito de novas tendências;
- Olhar atento sobre oportunidades e vantagens competitivas.



Para encontrar essas informações, sua empresa tem à disposição diversas ferramentas que permitem que você obtenha acesso a informações importantes para compor a sua estratégia. Entre elas, podemos citar: **SEMrush, Google Alerta e SimilarWeb**.

E com a nossa mais nova planilha para análise de concorrência, você pode ter essas informações reunidas de forma organizada em um só lugar!

Com esses tópicos estabelecidos, você pode definir a sua nova estratégia com maior assertividade. Bem como, pode estabelecer o KPIs adequados para acompanhar a sua execução. Com isso, adentramos na etapa de planejamento.

2 PLANEJAMENTO

Com todos os dados coletados e estruturados em planilhas de fácil visualização, chegou a hora de **dar início ao seu plano de ação**. Através dele, você vai direcionar as medidas que serão tomadas no decorrer da execução, desde a definição dos objetivos até os métodos que a sua equipe vai usar para alcançá-los.

Aliás, é através dessa etapa que você pode determinar quais serão os recursos disponibilizados para a execução do seu plano. Desse modo, evitando gastos desnecessários e tendo em mente as limitações de orçamento.



Definição de Orçamento

Aliás, o primeiro ponto a se observar durante o planejamento, são os recursos disponíveis. Por isso, o primeiro passo, após a definição do seu público, concorrência e análise, é estabelecer um orçamento.

Para isso, você precisa ter em mente quais serão as ferramentas que farão parte da sua estratégia, os profissionais que precisarão ser contratados e demais gastos para estabelecer o seu planejamento de marketing.

Cronograma

Qual o prazo de execução? Quem é o responsável? O que deve ser feito?

Não podemos falar de planejamento de marketing digital, sem mencionar o cronograma de ações. Por isso, preparamos uma **planilha para ajudar a sua empresa** a alcançar os melhores resultados com o máximo de organização.

Com esse tipo de material, você pode ter uma visão ampla sobre o projeto e permitir que todos os envolvidos tenham fácil acesso aos dados mais importantes para o desenvolvimento do planejamento.

Além disso, é por meio dele que você obtém maior controle sobre o andamento da sua nova estratégia, bem como, do desenvolvimento da equipe e dificuldades que podem ser prejudiciais a longo prazo.

3 EXECUÇÃO

Análise feita, estratégia determinada, plano de ação finalizado, chegou a hora de **colocar tudo isso em prática**. E nessa etapa, também podemos te ajudar.

Saber como o seu cliente se comporta é um passo que vimos anteriormente. Entender como ele pode consumir os conteúdos que você vai entregar, é essencial para saber como as suas postagens serão distribuídas. Bem como, quais posts são indispensáveis para esse lead, com base em suas principais demandas.

Por isso, é preciso investir em um mapeamento de conteúdos. Vamos explicar mais sobre esse recurso a seguir. Confira!

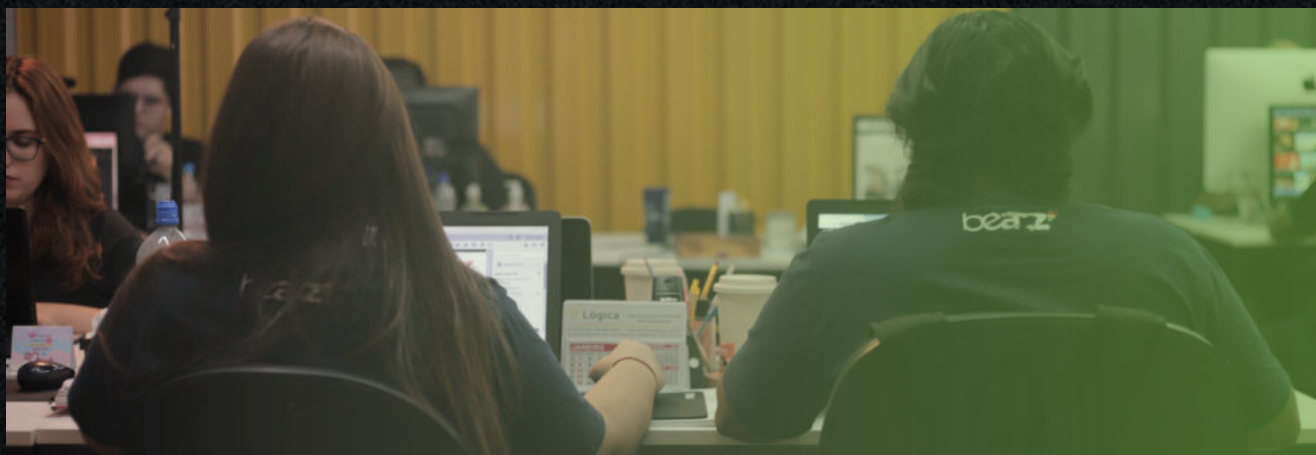


Mapeamento de Conteúdo

De fato, para tirar a sua estratégia do papel, é preciso saber como ela vai impactar o seu futuro cliente. Dessa forma, entender a fundo a forma com a qual ele vai chegar até você, pode te ajudar a entregar o conteúdo certo, no momento certo.

Para isso, o **mapeamento de conteúdo torna-se indispensável**. Pois, é através dele que você pode compreender como as palavras-chave serão trabalhadas, como atender as dores da sua persona e, também, como serão aplicadas as estratégias de SEO.

Desse modo, conquistando os melhores posicionamentos e resultados através do conteúdo pensado para a sua persona.



Chegou a hora de colocar em prática!

Agora, você tem tudo que precisa para começar a montar o seu planejamento de marketing digital. Esperamos que aproveite ao máximo as ferramentas e **conquiste os melhores resultados para a sua empresa!**

Lembrando que nossos profissionais estão sempre prontos para te ajudar nessa missão. Basta entrar em contato e conferir as melhores soluções da maior agência do interior paulista, especializada em marketing para a sua indústria.

Estamos esperando por você.

[Clique aqui e](#)
entre em contato!