
GUIA PRÁTICO: COMO FAZER SUA MARCA SE TORNAR CONHECIDA



FEIJÃO em ARROZ

Introdução	3
Planeje-se e defina um orçamento	5
Escolha as melhores estratégias.....	10
Conclusão	20
Sobre a Feijão com Arroz	23



INTRODUÇÃO

A disputa por espaço na cabeça e no bolso dos compradores é acirrada e costuma ter altos custos para os empresários — o que pode acabar desestimulando as pequenas e médias empresas que não têm a mesma verba para propaganda que as grandes organizações possuem.

Sem altos valores de capital de giro, como uma companhia pode obter destaque e ter ascendência em seu ramo de atuação? A saída pode ser mais simples do que você imagina. Investir em propaganda online e em conhecimento do seu cliente são os primeiros passos para que seu marketing tenha sucesso.

Quer conhecer as melhores dicas para elevar sua marca e colocá-la em evidência? Aprenda no nosso e-book!





PLANEJE-SE E DEFINA UM ORÇAMENTO

Planeje-se e defina um orçamento



O branding se refere a um conjunto de práticas que uma marca precisa aplicar para sobreviver no mercado. Ele engloba a criação da marca, sua administração e seu posicionamento no mercado. Para o branding dar certo, é preciso que o empreendedor tenha uma visão clara do seu negócio e seja capaz de se planejar. Acompanhe o nosso passo a passo!

TRACE METAS E OBJETIVOS

Para ser capaz de direcionar os esforços da sua empresa, cabe ao empreendedor definir qual é o objetivo da sua companhia no mercado em que ela atua. A história, o público-alvo e o método de posicionamento da organização devem estar bem definidos na cabeça do empresário.

Tendo essa visão ampla da atuação da empresa no cenário econômico atual, o empresário consegue reunir sua equipe em torno de um objetivo comum. Se sua empresa tem metas e objetivos, todos se empenham para alcançá-los. Por outro lado, se falta uma definição de objetivos na companhia, ela pode enfrentar dificuldades para se destacar.



A empresa é como um barco: é preciso definir o lugar aonde se quer chegar e depois remar até lá. Para dar certo, é importante deixar todas as metas da empresa bem claras para os colaboradores e sempre estimulá-los a atingir a excelência. No barco de uma empresa, todos remam juntos e, para chegar ao destino final, todos precisam estar remando para a mesma direção.

DEFINA UM BUDGET

O planejamento estratégico da empresa precisa ser traduzido em números e valores. O budget nada mais é do que um orçamento que tornará o plano da empresa mais consistente.

Muita gente se assusta com a ideia de fazer o budget. Porém, realizar orçamento empresarial é como planejar um passeio: você determina o destino, a data de partida, de chegada e escolhe uma estrada pela qual vai seguir. Depois, precisa fazer as contas e calcular o quanto de dinheiro será preciso e de onde sairá esse montante. Isso nada mais é do que fazer o budget.

Planejar a parte financeira da empresa permite que os objetivos da companhia sejam atingidos, aperfeiçoa a tomada de decisões e ajuda a diminuir as incertezas futuras.

PENSE NO POSICIONAMENTO DE MERCADO

Toda empresa hoje presente no mercado tem seu público-alvo, seus objetivos e seus princípios. Tudo isso influenciará no posicionamento que cada uma dessas companhias terá diante dos seus consumidores.

Planeje-se e defina um orçamento



O posicionamento de mercado é um conceito fundamental do marketing. Os especialistas o definem como a ação de desenhar a imagem e o produto da empresa, a fim de se destacar da concorrência. O posicionamento é dado pela soma da segmentação com a diferenciação do seu negócio.



Para avaliar se a sua empresa está se posicionando de forma eficiente, é preciso entender os princípios do marketing e também a sua clientela. Cada organização se projetará no mercado de uma maneira, a depender do tipo de público. O seu tipo de cliente é o que vai definir as suas ações: se o seu cliente em potencial está na internet, por exemplo, o seu posicionamento deve incluir uma loja online e marketing digital.



ESCOLHA AS MELHORES ESTRATÉGIAS

Escolha as melhores estratégias



Ao longo dos anos, todo o processo de compras mundial se modificou, e hoje os clientes não têm o mesmo comportamento que tinham há dez anos, por exemplo. Uma diferença importante entre os clientes do passado e a clientela moderna é que, hoje, o consumidor realiza sozinho toda a sua pesquisa de compra, consegue diferentes fontes de informação sobre os produtos em que ele está de olho e pode comparar preços com um clique.

Se o processo de compras se modificou, é preciso que as empresas modifiquem também as suas abordagens, para que não percam compradores e se mantenham em constante evidência. Atualmente, o modelo de marca conhecida é aquele que investe em marketing da maneira correta, montando campanhas sólidas e propagandas atrativas para o seu público-alvo.

A estratégia é amiga do empreendedor que quer obter destaque acima da concorrência. Confira a seguir algumas estratégias que vão elevar o nível do seu marketing empresarial!

CRIE UM SITE E INVISTA EM MÍDIA PAGA E SEO

A internet funciona como ferramenta de pesquisa e comparação para os clientes. Por meio da rede, eles descobrem quais são as empresas que têm o que eles procuram e quais têm os melhores preços. Se você não atua no meio online, sua empresa fica de fora dessas listas.

Um bom site para a empresa deve cumprir o requisito básico de divulgar seus produtos e serviços. Porém, mais do que apenas um folder de produtos, o site é um canal aberto por meio do qual consumidor e a empresa podem dialogar das mais diversas formas. O conteúdo que os clientes vão procurar no seu website depende diretamente do segmento em que você atua.

Para conseguir chegar a esse possível comprador, uma saída eficiente é investir em mídia paga. Isso significa fazer um investimento financeiro em certos canais para que a sua marca apareça em destaque.

Nas grandes redes sociais, como Facebook e Instagram, há o serviço de Ads. Esse é um tipo de anúncio pago em que a página da sua empresa surge para os internautas certos, que estão sempre buscando assuntos relacionados ao seu negócio.

Já nos buscadores, como o Google, é possível comprar espaço nas pesquisas. Quando o comprador faz uma busca por assuntos relacionados aos produtos ou serviços que sua empresa oferece, a sua página aparece em evidência, aumentando seu tráfego e a chance de fazer vendas.

TENHA MATERIAIS DE DIVULGAÇÃO IMPRESSOS

Apesar de a internet ser um combustível poderoso para o marketing, é importante não abrir mão dos materiais de divulgação impressos.

É verdade que as companhias online vêm ganhando cada vez mais força, registrando recordes de investimentos das empresas, mas, mesmo com todas essas facilidades do mundo digital, é importante não abandonar a mídia tradicional, que ainda traz bons resultados. Em muitas organizações, essas mídias ainda recebem a maior parte do investimento.

Escolha as melhores estratégias



Mesmo com toda a eficiência e rapidez dos computadores e smartphones, é impossível substituir a experiência de tocar em um catálogo de produtos, por exemplo. O material impresso é carregado de mais “realidade”, permite observar melhor e desperta os sentidos. Com a mídia impressa, o consumidor experimenta a definição das fotografias, a textura do papel e as cores.

Um ponto negativo na mídia impressa sempre foi seu alto custo. Para que o preço unitário dos materiais fosse satisfatório para o empreendedor, seria preciso fazer grandes tiragens, o que nem sempre era possível para os pequenos empresários.

Porém, a tecnologia modernizou o mercado gráfico, permitindo a compra de pequenas tiragens por preços acessíveis a materiais de mais qualidade, que vão despertar todos os sentidos do seu comprador. Vale investir em cartões de visita, catálogos e folders.

Na hora de montar suas campanhas, é preciso equilíbrio: hoje, nenhuma empresa pode se dar ao luxo de não atuar na Internet. Porém, esquecer os materiais impressões também não é uma atitude inteligente. Portanto, equilibre seu orçamento para conseguir montar ações eficientes e atingir o maior volume de público possível.

USE AS REDES SOCIAIS

A atuação nas redes sociais é primordial para que a sua empresa esteja sempre próxima do cliente. As mídias como Facebook, Instagram e Twitter são ferramentas a cada dia mais populares, e que por isso não podem passar despercebidas pelos pequenos e médios empresários.

Para o empreendedor, as redes sociais são aproveitáveis por uma série de fatores. Pesquisas já ilustram, por exemplo, que as empresas que não investem nesse tipo de marketing podem ter queda no mercado.

O uso desse recurso permite expandir a atuação das empresas em seu mercado, melhora o relacionamento com os consumidores e com os fornecedores, além de reduzir os custos.



Escolha as melhores estratégias



As redes sociais têm a seu favor uma grande vantagem: elas custam pouco para o empreendedor. Apesar de ser aconselhável pagar pelos serviços de Ads quando você quer divulgar sua marca, também é possível montar um plano de marketing sem pagar caro.

A inscrição nas redes é gratuita e você mesmo pode administrar a página, diminuindo gastos com layout. Mesmo sem cobrar nada de quem as usa, mídias como Facebook e Instagram possibilitam um grande alcance de público, que é muito potencializado pelo uso das hashtags.

As hashtags são uma espécie de filtro, que levarão as suas postagens exatamente para os internautas que estão interessados nos temas que a sua página aborda. Se você tem uma loja de roupas, por exemplo, deve apostar nas hashtags #moda, #fashion, #vestuario etc. Assim, seu público é automaticamente segmentado.

Para atuar ainda mais no meio virtual, o empresário pode considerar criar uma cadeia de redes. Que tal apostar em vídeos no YouTube e no Snapchat, por exemplo? Basta criar conteúdos relevantes, preocupar-se com a qualidade da produção dos vídeos e falar de temas ligados ao seu negócio.

BUSQUE PARCERIAS LOCAIS

Estreitar o relacionamento e buscar parcerias na sua região são atitudes interessantes para promover o seu negócio.

Quando você tem um bom relacionamento com empresas da sua localidade, você pode conseguir parcerias benéficas que vão elevar o nível do seu negócio. Nas parcerias, você consegue maior divulgação da sua marca e pode fechar benefícios para a sua equipe.

Fechar parcerias com escolas de idioma, por exemplo, pode garantir bolsas de estudo ou descontos significativos para os seus colaboradores. Quando o seu time se aperfeiçoa, a sua empresa ganha competitividade no mercado.



Para estabelecer parcerias, é preciso escolher empresas confiáveis e formalizar o quanto possível as relações. Além disso, é preciso estar disposto a abrir mão de algum controle sobre a sua marca, já que ela será divulgada por terceiros.

FIDELIZE OS CLIENTES

Entre os empreendedores mais experientes, é consenso que a maior riqueza das companhias são os clientes fiéis. Quando uma empresa investe no “encantamento de clientes”, ela garante uma legião de porta-vozes para a marca. Os compradores fidelizados são engajados e servem para atrair novos compradores e disseminar uma boa imagem do seu empreendimento.



Muitos empreendedores não sabem, mas o custo para fidelizar um cliente é consideravelmente menor — até cinco vezes mais barato! — do que o custo para conquistar um novo comprador. Os clientes fiéis ainda podem corresponder a 65% das vendas realizadas nas organizações.

Para conseguir fidelizar seu comprador, é importante entendê-lo. Assim, você pode atender o cliente como ele gostaria de ser atendido e direcionar todas as suas atitudes em prol de um marketing que combine com seu tipo de consumidor. Depois de fidelizar um cliente, é hora de se preocupar em oferecer tratamento VIP e monitorar a satisfação.

DIFERENCIE-SE DOS CONCORRENTES

Quando o cliente entra na sua loja, ele espera encontrar atendimento dedicado e produtos de qualidade. Mas, mais do que isso, ele quer encontrar a solução para um problema, e ele acredita que a sua loja será capaz de ajudá-lo. O cliente quer encontrar o seu diferencial competitivo.



Ao encontrar o seu diferencial competitivo, você pode oferecer algo de exclusivo, que a concorrência não possui. É esse destaque que projetará sua marca acima das concorrentes e vai garantir a sua fatia de mercado.



CONCLUSÃO



Cada vez mais empresas investem em páginas na web e propagandas massivas para obter destaque. Com isso, o cliente ganha facilidade para comprar e conhece melhor a marca, enquanto a empresa garante um lugar especial no coração da sua clientela, passando a ser mais lembrada e procurada.



Aprenda com as grandes marcas: para obter destaque, é preciso estudo. Começando pelo branding, que definirá o que é sua marca e a que público ela pretende atingir. Depois disso, é hora de estudar seu mercado e direcionar suas ações de marketing para tornar sua marca mais presente no dia a dia dos consumidores.

No nosso e-book, você aprendeu as melhores dicas para construir essa relação de presença na vida dos seus compradores. Que tal começar a colocá-las em prática agora mesmo? Atuando online, formando parcerias e definindo estratégias, sua marca rapidamente obterá resultados incríveis. Boa sorte!

FEIJÃOcom**ARROZ**

A **Feijão com Arroz** é uma empresa que trabalha para melhorar a **imagem profissional** do seu produto ou serviço. A ideia é trazer sites modernos e fáceis de usar, além de domínios exclusivos, que vão destacar a empresa perante a concorrência. Além disso, tudo é feito de forma rápida e barata.

Assim, a Feijão com Arroz trabalha com conteúdos personalizáveis, **páginas otimizadas para o Google** e suporte para dispositivos móveis — enfim, o serviço completo.

