

Como fazer um planejamento de marketing digital eficiente

O ponto de partida de qualquer estratégia de marketing digital bem-sucedida é sempre o planejamento.



Um plano de marketing digital é um documento interno, com detalhes sobre campanhas, ações de marketing e os objetivos de curto e longo prazo.

Considerando que o consumidor está cada vez mais on-line, para que sua estratégia funcione, você deve ter clareza de todos os seus passos. Isso pode ser obtido por meio de um planejamento adequado.

Veja alguns dos motivos que você deve considerar na hora de fazer o seu planejamento de marketing digital:

- Ter a oportunidade de aprofundar seu conhecimento sobre o mercado, concorrentes e público-alvo;
- Contar com maior organização e facilidade para priorizar ações que realmente importem;
- Possuir maior clareza na distribuição dos recursos e esforços, facilitando a mensuração dos resultados;
- Melhorar a comunicação interna, já que todos os membros da equipe podem usar o plano de marketing como um guia.

Todas essas vantagens caminham juntas com a possibilidade de oferecer melhores conteúdos e ações ao potencial cliente. Mas, como planejar suas estratégias de marketing digital?

Análise

A primeira etapa é analisar a situação atual da sua empresa. Um plano eficaz sempre começa com uma pesquisa de mercado:

- Quais são os produtos e serviços que oferecemos? Qual é a proposta de valor da empresa?
- O que fizemos até agora em nosso marketing digital e que resultados obtivemos? O que as pessoas estão dizendo on-line sobre a empresa e qual é a nossa presença digital?
- Como estão os nossos canais: site, blog e redes sociais? Existem aspectos que precisamos melhorar?

- O que a concorrência está fazendo? O que podemos aprender com a concorrência?
- O que fizemos no último ano (ou qualquer outro período) que não deu certo? Podemos reverter essa situação ou devemos descartar essas estratégias?

Objetivos do planejamento

Os objetivos permitem medir o sucesso ou o fracasso das estratégias. Mas, é preciso detalhar seus objetivos. Eles devem ser concretos, realistas e mensuráveis.

Conheça alguns exemplos de objetivos comuns:

- Aumentar o conhecimento da marca entre o público-alvo;
- Lançar um produto ou serviço inovador;
- Melhorar o retorno do investimento (ROI);
- Aumentar os lucros da empresa;
- Atrair novos clientes;
- Fidelizar clientes existentes;
- Aumentar o número de vendas.

Perfil do seu público

A próxima etapa é decidir quem são as pessoas que você pretende alcançar com suas estratégias de marketing digital. Conhecer bem o seu público faz com que suas ações de marketing digital sejam mais assertivas.

A representação do seu cliente é conhecida como buyer persona, que é um personagem criado para simbolizar o seu cliente ideal.

A persona deve responder questões como: para quem você deseja vender? Qual é sua idade, localização, ocupação? Quais são seus interesses, dores e problemas? Onde eles fazem compras, obtêm informações e se comunicam on-line? Quais são as necessidades, os desejos e a motivação deles?

Plano de conteúdo e mídia

Um bom planejamento deve registrar que tipo de conteúdo você criará e como ele será distribuído a seu público-alvo. Você pode definir formatos diferentes e criar um calendário de publicações.

Alinhe sua produção de conteúdo com a buyer persona definida e com as diferentes fases da jornada do cliente. Isso significa oferecer o conteúdo certo, na hora certa, para os seus potenciais clientes.

Indicadores, KPIs e estratégia de mensuração de resultados

KPI é um indicador que revela o desempenho de algum aspecto da empresa. Visando medir a performance do negócio, é

imprescindível adotar um conjunto de indicadores e aferi-los de maneira sistemática.

Para definir os seus KPIs, basta verificar quais fatores são mais relevantes para o seu negócio e escolher possíveis indicadores, que devem ser analisados periodicamente.

Para cada métrica principal das estratégias de marketing digital, defina uma meta mensal (ou com a periodicidade que faz mais sentido para o seu negócio) e estabeleça como você pode acompanhar os resultados.

Evite os seguintes erros no seu planejamento digital

Na hora de elaborar o seu planejamento digital, evite algumas situações consideradas comuns, mas que podem comprometer a execução e os resultados da sua estratégia:

- **Falta de priorização** - Seu planejamento deve seguir os objetivos traçados. Isso quer dizer que o foco é essencial para garantir que tudo sairá conforme o planejado. Além disso, é essencial priorizar as ações de acordo com sua importância.
- **Plano rígido demais** - Seguir o plano é essencial, mas se esse progresso não deve ser inflexível. Deixe espaço para possíveis ajustes, caso sejam necessários. Seguir cegamente um plano pode impedir sua empresa de atingir todo o seu potencial. Por isso, de vez em quando, analise e revise seu planejamento. Você vai verificar o que funciona e pode alterar o que não estiver indo bem. Seu plano também deve

ser ajustado às novas tendências de mercado, abordando novos canais importantes, caso apareçam.

- **Falta de conhecimento sobre o cliente** - Ter em mãos uma pesquisa completa do cliente é obrigatório se você deseja criar estratégias que funcionem. É importante que você descubra, exatamente, quem você deseja como cliente, quais são seus problemas e como você pode resolvê-los, onde eles consomem o conteúdo e que tipo de conteúdo os agrada. Certamente, direcionar o planejamento digital às pessoas erradas pode ser fatal para suas estratégias de marketing.

Artigo escrito a partir do texto do Sebrae Minas: [Como fazer um planejamento de estratégias de marketing digital](#)

Aproveite os cursos do Sebrae:

[Marketing digital para sua empresa: primeiros passos](#)

[Marketing digital para sua empresa: reforçando sua presença](#)