

pontos da virada

cada ponto uma inspiração para empreendedores.



EDIÇÃO 10 - JANEIRO/2022
VIRADA - ESTRATÉGIAS CRIATIVAS
POR GIZELLE REIS

virada
estratégias criativas



CELEBRE A CHEGADA DE 2022!

Não sei como foi o seu 2021, mas se você chegou até aqui, é preciso comemorar! E muito!

No 2o (inacreditável) ano de pandemia, o Brasil e o mundo sofreram ainda mais do que no primeiro. Foram muitas vidas perdidas, muitos sonhos interrompidos, muitas histórias dramaticamente afetadas, então, antes de mais nada, é tempo de agradecer a chance de estar aqui. Antes de olhar pra frente olhe para trás, pense em tudo que vivemos enquanto humanidade e seja grato(a) por sua vida.

Eu, particularmente, perdi duas pessoas que eram fundamentais na minha vida. Ainda não é fácil seguir para o futuro sem lamentar por eles não estarem juntos comigo lá.



SEM RECUO, SEM RENDIÇÃO



Filme Festa do Céu (Book of Life)

Mas olhar para o passado também nos faz enxergar e refletir tudo o que realizamos, como realizamos e a nossa jornada. Não faz sentido olhar para frente sem trazer o aprendizado do passado, sem trazer a sua história. Ignorar o passado nos faz repetir os mesmos erros no futuro.

2021 também foi o ano da vacinação mais rápida da história e que, só foi possível, por tudo o que tinha sido construído no passado. A vacina que hoje nos dá a possibilidade de sonhar e planejar um futuro foi desenvolvida com muita dedicação no passado para outras causas e por outras pessoas, mas que puderam ser usadas para este novo desafio.

E o que você quer para o futuro? Qual mundo você quer viver? Como você quer viver? A quem você vai servir? Quais problemas sua empresa vai resolver?

2022 já começou muito desafiador. Continua sendo muito difícil planejar em meio a tantas incertezas, mas seguiremos em frente. Planejar faz parte de manter a esperança e de se reabastecer de sonhos, com criatividade, com vontade e, acima de tudo, com pessoas.

O que você quer realizar em 2022? Com quem você quer compartilhar esse plano? Nesse **Pontos** juntei algumas reflexões e ferramentas para te ajudar nesse processo.

Boa leitura. Bom trabalho. Abs.
Gizelle.

Trabalho com meus clientes de forma simplificada, com ferramentas que ajudam a mapear o cenário, definir metas e estabelecer um plano de ação que precisa ser acompanhado. Aqui (inspirada por um texto que li do Andrew Wood no Medium), vou fazer um passo-a-passo para você desenvolver o **plano de marketing** do seu negócio, incluindo sugestões de algumas ferramentas para te ajudar.

1. ONDE SEU NEGÓCIO ESTÁ?

Qual foi o faturamento do ano passado? Qual a sazonalidade do seu negócio? Quanto é o seu ticket médio? Que produto/ serviço vendeu mais? Quantos clientes você tem? Qual o potencial do seu mercado? Quanto gastou em marketing no último ano?

2. QUAIS AS SUAS METAS?

Quanto você quer faturar? Quanto vai crescer sobre o ano anterior? Em quanto vai aumentar a sua base de clientes? Vai expandir de canal de vendas ou comunicação? Vai expandir o portfólio de produtos?

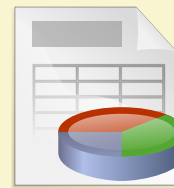
3. QUANTO VAI INVESTIR EM MARKETING?

Coloque na conta publicidade, brindes, eventos, permutas, fotógrafo, visual merchandising etc. Tudo que você investir para divulgar o seu negócio para fazer ele crescer.

4. BUSQUE REFERÊNCIAS

Faça levantamento das ações e materiais de 3 concorrentes e também de 3 empresas que são referências no seu segmento (aqui sugiro também olhar empresas de outros estados e países). Além disso também busque referências de empresas que você admira e que, não necessariamente, são do seu segmento. Tudo isso lhe servirá de inspiração (não cópia, ok?)

FERRAMENTAS



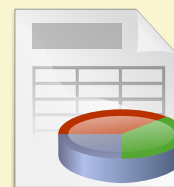
Excel



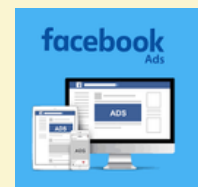
Programa de gestão



Método de definição de metas



Excel



Gerenciador de anúncios



Newsletters do seu segmento



Biblioteca de anúncios Facebook

5. CONHEÇA SEUS CLIENTES

Quem são os clientes que representam 20% do seu faturamento? Tenha um plano especial para eles. Quem são as suas personas? Defina a(s) persona(s) do seu negócio. Normalmente temos mais de uma, mas não adianta fazer 10 sem base, isso é apenas chute e não ajudará. Pense naqueles clientes que compram sempre, que falam bem da sua empresa e que adotam as novidades que você lança. Coloque no papel! Ah! Lembre-se que durante a pandemia o comportamento dos clientes mudou muito, atualize sua persona.

6. DESENVOLVA UM CALENDÁRIO

Faça o calendário macro do seu negócio. Lançamento de produtos, campanhas, ações promocionais, eventos etc. Isso lhe ajudará a visualizar melhor os investimentos que precisará fazer e a sazonalidade do seu negócio.

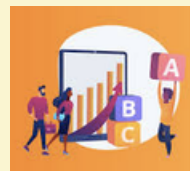
7. COMECE PELOS CLIENTES

Priorize as ações e o relacionamento com os seus atuais clientes com foco em aumentar o faturamento deles e também receber indicações para aumentar a base.

8. AONDE PODE ENCONTRAR NOVOS CLIENTES?

Com o perfil de clientes bem definido, busque-os. Quais empresas têm clientes com perfil parecido com quem você pode fazer parceria? Quais outros canais de comunicação você pode utilizar? Teste!

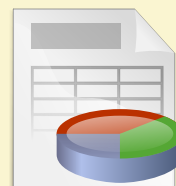
FERRAMENTAS



Curva ABC de clientes



Gerador de persona



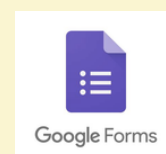
Excel



Calendário promocional



Contato pessoal



Pesquisa



Redes Sociais



Parcerias

9. QUAIS OS INDICADORES DE RESULTADO?

Você só consegue gerenciar e melhorar o que você mede. Defina quais indicadores mostrarão que seu plano está indo pelo caminho correto. Além de faturamento, claro, defina no máximo mais 4 indicadores macros. Muitos indicadores podem dificultar o acompanhamento.

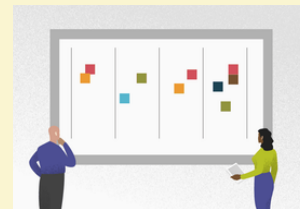
10. FAÇA!

Tire o plano do papel. Teste, seja criativo e busque novas alternativas. Mas seja consistente, não deixe as coisas pela metade. Estabeleça prazos e responsáveis para que o plano aconteça.

FERRAMENTAS



Método de resultados chaves



Gestão visual

APRENDA NOVAS COISAS!

Não preciso ficar aqui falando da velocidade de mudança do mundo, não é mesmo? Mas, muitas vezes, mesmo sabendo disso, deixamos que o nosso dia-a-dia engula nossos dias e não dedicamos tempo a **aprender, a atualizar-se**. Estudo formal, através de curso, seja online, presencial, na universidade ou em qualquer umas das milhares de plataformas de ensino empresarial são importantes, mas não subjuguem também o potencial que livros, podcasts, palestras, networking e mentoria podem acrescentar à você e ao seu negócio.

Dicas:

- Defina em quais áreas você está precisando se atualizar ou aprender do zero;
- Busque, na sua rede de contato, pessoas que têm conhecimentos do tema do seu interesse e converse com elas. Não esqueça de pedir indicação de outras pessoas e fontes relevantes;
- Inclua o novo tema nas redes sociais em que você atua;
- Determine um horário fixo na sua semana para estudo. Lembre-se que NUNCA sobra tempo, você precisará dedicar um tempo exclusivo a isso;
- Permita-se desaprender o que já sabe. Explore!

ponto 2

APRENDA NOVAS COISAS!

ponto 2

1. Experiências híbridas
2. Adaptação à era sem cookies
3. Conteúdo baseado em dados
4. Custo-benefício de marketing de conteúdo e SEO
5. Mudanças no streaming de vídeo
6. Evolução do social commerce
7. Novos tipos de influenciadores
8. Diversidade e inclusão no marketing
9. A urgência da responsabilidade ambiental
10. Exploração do metaverso

Tendência em marketing digital para 2022 | Fonte: Rockcontent

Quantas dessas tendências você já ouviu falar? Quantas delas você já conhece e entende o impacto que já causam ou podem causar no seu negócio?

Como empreendedor, temos muitas coisas para lidar por isso é impossível (e não desejável) ser especialista em tudo, mas é preciso estar atento às mudanças de mercado.

ponto 3

NÃO EXISTE BALA DE PRATA

Tenho conversado muito com clientes, parceiros e amigos sobre como os pequenos e médios negócios estão baseando sua comunicação fundamentalmente no **Instagram**. Esta é realmente uma ferramenta boa e que traz resultados, mas não para todo mundo e não apenas ele.

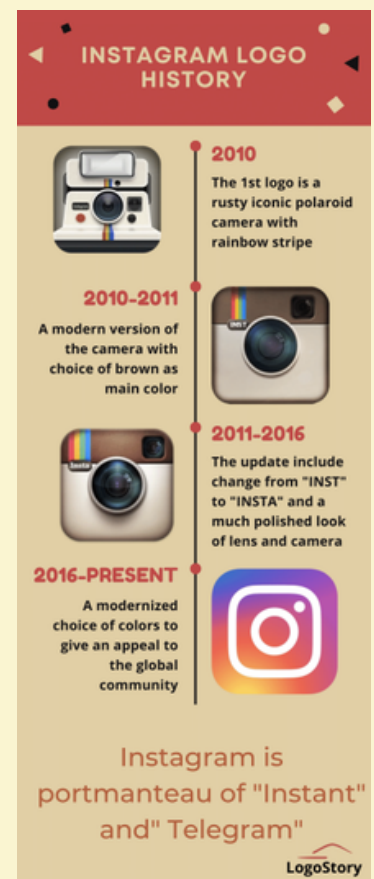
A cada nova mudança (que são quase diárias e cada vez mais profundas) vejo empreendedores aflitos sobre como se adaptarão. Mas será mesmo que esse é o caminho? Não existe bala de prata e, definitivamente, o Instagram não seria uma. Gostaria de propor algumas reflexões sobre como essa ferramenta afeta seu negócio.

Meça:

- Quanto do faturamento vem do Instagram?
- Quanto da comunicação no Instagram agrega valor a sua marca?
- Quanto tempo seu/ da sua equipe está sendo investido no Instagram?

Alerta!

- Se o Instagram é o único canal de comunicação e/ou vendas você precisa desenvolver outro urgente! Não dependa dele.



ponto 4

DICAS DA VIRADA

CONTEÚDOS



Metas Smart
Aprenda como aplicar essa metodologia no seu negócio.
Faça as suas!



Calendário Promocional
Referência para ajudar a montar o calendário da sua empresa.
Crie o seu.



Mídia e Marketing
Podcast do UOL com entrevista a grandes nomes do marketing nacional. Uma ótima oportunidade de aprender mais.
Escute.



Carvalhando
André Carvalho é uma voz importante no Brasil hoje e a sua newsletter semanal tem conteúdos muito bons com notícias e informações sobre moda, tendências de comportamento e sustentabilidade.
Assine gratuitamente!



Empreendedorismo para subversivos
Livro escrito por Facundo Guerra, empreendedor que atua em São Paulo, onde ele conta sua trajetória fazendo reflexões importantes para o cenário atual.



Técnica Pomodoro
Desenvolvida por Francesco Cirillo ajuda a manter a concentração e aumentar a produtividade sem precisar recorrer à práticas muito avançadas.
Aprenda!

QUAL A ESTRATÉGIA DE MARKETING DA SUA EMPRESA?

VAMOS CONVERSAR?!

