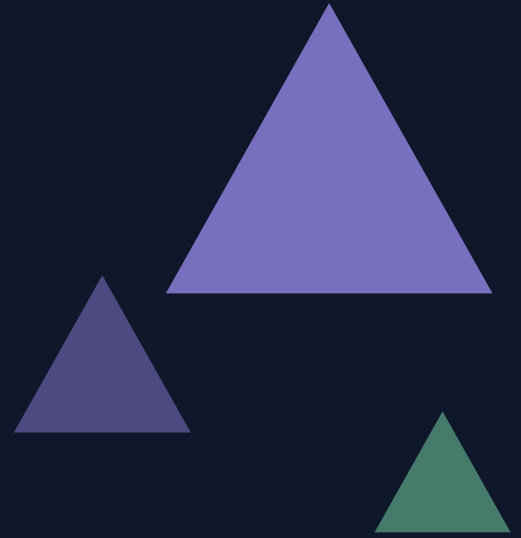




EBOOK AYÓ • FUNDAMENTOS

Introdução ao Marketing Digital

Um guia prático para quem quer parar de gastar em ações soltas e começar a construir presença digital com estratégia.

▲ Introdução ao Marketing Digital

Este material foi feito para donos de pequenas e médias empresas, empreendedores e profissionais autônomos que sabem que precisam estar no digital, mas não sabem por onde começar. Aqui você vai entender os fundamentos que sustentam qualquer estratégia de marketing digital que gera resultado real: presença, público, comunicação e vendas. É a metodologia PPCV, criada pela AYÓ Consultoria a partir da experiência de mais de uma década trabalhando com marcas de diferentes segmentos e portes.

▲ Por que marketing digital importa (mesmo)

Marketing digital não é sobre estar em todas as redes sociais. É sobre construir um sistema previsível de atração, relacionamento e conversão de clientes usando canais digitais. Quando bem feito, ele reduz o custo de aquisição de novos clientes, aumenta o ticket médio e torna o crescimento do seu negócio menos dependente de sorte ou indicação.

A boa notícia é que o custo de entrada nunca foi tão baixo. A má notícia é que a competição também nunca foi tão alta. Fazer marketing digital de qualquer jeito virou sinônimo de queimar dinheiro. Por isso, antes de escolher a plataforma, o formato ou a ferramenta, você precisa entender os quatro pilares que sustentam qualquer estratégia sólida.

Marca sem estratégia é passageira. Estratégia sem execução é ilusão. A AYÓ trabalha os dois lados.

▲ A metodologia PPCV

PPCV significa Presença, Público, Comunicação e Vendas. É a estrutura que usamos em todos os projetos AYÓ para garantir que cada real investido em marketing tenha um propósito claro e uma métrica associada.

Presença

Onde sua marca aparece e como ela é percebida. Presença não é volume de posts, é consistência de identidade. Envolve site, redes sociais, buscador (Google), listagens locais e qualquer outro ponto de contato onde alguém possa encontrar você.

- Site rápido, mobile-first e otimizado para SEO local e institucional.

- ▶ Perfis profissionais em Instagram, LinkedIn e Google Perfil da Empresa.
- ▶ Identidade visual e verbal padronizada em todos os canais.

Público

Quem realmente compra de você. Muita gente confunde público-alvo genérico (mulheres de 25 a 45 anos) com persona real (Ana, 34, dona de uma clínica de estética em São Paulo, que já tentou anunciar sozinha no Instagram e sente que não sabe medir resultado). É a segunda que gera insight para copy, oferta e canal.

- ▶ Mapeie os 3 melhores clientes que você já teve e analise o que eles têm em comum.
- ▶ Converse com eles. Uma entrevista de 20 minutos vale mais que 20 relatórios.
- ▶ Documente objeções, dores, palavras usadas e canais preferidos.

Comunicação

O que você fala, para quem e em que canal. Aqui entram posicionamento, promessa central, provas, tom de voz e formatos. Comunicação de qualidade parte de uma pergunta simples: o que o meu cliente precisa entender para tomar a decisão de comprar de mim?

- ▶ Defina uma promessa central clara (o problema que você resolve, para quem e como).
- ▶ Produza conteúdo que eduque, inspire e demonstre autoridade, não só que venda.
- ▶ Cuide da consistência: melhor postar 2 vezes por semana durante um ano do que 7 vezes por semana durante um mês.

Vendas

O processo que transforma interesse em receita. Marketing sem vendas é hobby. Vendas sem marketing é sofrimento. Os dois precisam operar como um único sistema: qualificação, follow-up, propostas, fechamento e pós-venda.

- ▶ Tenha um funil documentado, mesmo que seja em uma planilha.
- ▶ Meça taxa de conversão em cada etapa e não só o total de vendas.
- ▶ Estruture uma rotina de follow-up: 80% das vendas acontecem entre o 5º e o 12º contato.

▲ Os erros mais comuns de quem está começando

- ▶ Copiar o que o concorrente faz sem entender o porquê.
- ▶ Investir em tráfego pago antes de ter uma oferta validada.
- ▶ Postar por postar, sem calendário editorial nem métrica.
- ▶ Terceirizar o marketing sem saber o que cobrar da agência.
- ▶ Medir só likes e curtidas. Vaidade paga boleto? Não.

Se você se identificou com dois ou mais desses pontos, respire. É normal. E é exatamente para isso que serve uma consultoria: fazer um pente-fino no seu negócio, identificar o que trava e desenhar um plano realista para os próximos 90 dias.

▲ Por onde começar amanhã

Não tente fazer tudo ao mesmo tempo. Escolha um objetivo específico para os próximos 90 dias (gerar 20 leads qualificados por mês, aumentar em 30% o ticket médio, abrir um novo canal de aquisição) e concentre 80% da sua energia nele.

- ▶ Semana 1: entreviste 3 clientes atuais e mapeie o perfil.
- ▶ Semana 2: revise sua promessa central e ajuste bio, site e principais posts fixados.
- ▶ Semana 3: monte um calendário editorial mínimo (2 posts semanais).
- ▶ Semana 4: defina 1 canal principal de aquisição e teste com pequeno investimento.
- ▶ Semanas 5 a 12: itere com base em dados, não em achismo.

Marketing digital não é uma corrida de velocidade. É uma corrida de consistência.



Pronto para ir além?

Este material é só o começo. Se você quer aplicar essas estratégias no seu negócio com apoio especializado, agende um diagnóstico gratuito com a AYÓ Consultoria.

ayoconsultoria.com.br

luana@ayoconsultoria.com.br
@ayoconsultoria

