

Como montar uma agência de marketing digital

Uma agência de marketing digital é especializada em alcançar clientes on-line por meio de sites, redes sociais, e-mail e outros canais. Ela ajuda empresas a construir sua base de clientes, aumentar as vendas e a fidelidade à marca.

Alguns nichos que se encaixam no guarda-chuva do marketing digital incluem SEO, redes sociais, anúncios pay-per-click, e-mail marketing, marketing de vídeo e de influência, marketing de conteúdo e criação de sites.



O que é uma agência de marketing digital?

① Crescente Popularidade On-line

A crescente popularidade da internet e de dispositivos conectados coloca o marketing digital como foco dos negócios.

② Oportunidades para Empresas

A maioria das empresas reconhece a necessidade de fazer negócios on-line e enxerga as oportunidades que isso traz.

③ Contratação de Agências

Nem todos os negócios têm recursos ou conhecimento para lidar com o marketing internamente, então muitos recorrem a agências especializadas.

ting Small Busi



Importância do Marketing Digital

Construir Base de Clientes

Uma agência auxilia na construção da base de clientes por meio de estratégias on-line inovadoras e eficazes.

Aumentar as Vendas

Através de técnicas especializadas, as agências de marketing digital ajudam a aumentar as vendas dos negócios.

Fidelidade à Marca

Com estratégias personalizadas, as agências fortalecem a fidelidade dos clientes à marca.

Especialização em Diversos Canais

Canais Variados

Uma agência de marketing digital atua em diversos canais, incluindo sites, blogs, redes sociais, e-mail e até televisão.

Alcance de Clientes

Esse alcance multicanal é essencial para atingir os clientes onde quer que estejam na internet.

Expertise em Diferentes Áreas

A presença em vários canais exige expertise em diferentes áreas, incluindo SEO, publicidade on-line e conteúdo.

Benefícios para os Negócios

① Ampla Variedade de Serviços

Uma agência oferece uma ampla gama de serviços para atender a diversas necessidades de marketing digital de uma empresa.

② Personalização das Estratégias

As estratégias são adaptadas para atender especificamente às metas e ao público de cada empresa.

③ Otimização Contínua

Constante monitoramento e otimização das estratégias garantem resultados eficazes a longo prazo.



Quais são os tipos de agências de marketing digital?

Explorar os diferentes tipos de agências de marketing digital é fundamental para entender as opções disponíveis e escolher a melhor para atender às necessidades específicas de marketing de uma empresa. Cada tipo de agência oferece um conjunto único de serviços e especializações.



Serviço completo

Equipe Multidisciplinar

Agências de serviço completo geralmente contam com uma equipe de designers, criativos, analistas e desenvolvedores.

Serviços Abrangentes

Elas cobrem tudo, desde desenvolvimento, SEO, gerenciamento de redes sociais até campanhas publicitárias.

Atendimento Integral

Podem atender a todas ou a maioria das necessidades de um cliente, oferecendo uma solução completa.

Canal único

① Especialização

São especialistas que atendem a uma área específica do marketing digital.

② Resultados Únicos

Isso permite que essas agências entreguem resultados únicos para seus clientes.

Multicanal

1

Combinação Estratégica

Ficam entre as agências de serviço completo e as de canal único.

2

Canais Complementares

Elas combinam alguns canais de marketing complementares.

3

Exemplos de Integração

Por exemplo, SEO e web design ou gerenciamento de redes sociais e anúncios.

Uma agência de marketing digital é um bom negócio?

A pandemia forçou quase todas as empresas a adaptarem suas estratégias de negócios. Uma dessas adaptações foi a forma como elas comercializam com clientes em potencial. Mais pessoas do que nunca passaram a ficar mais tempo em casa e em dispositivos conectados à internet.



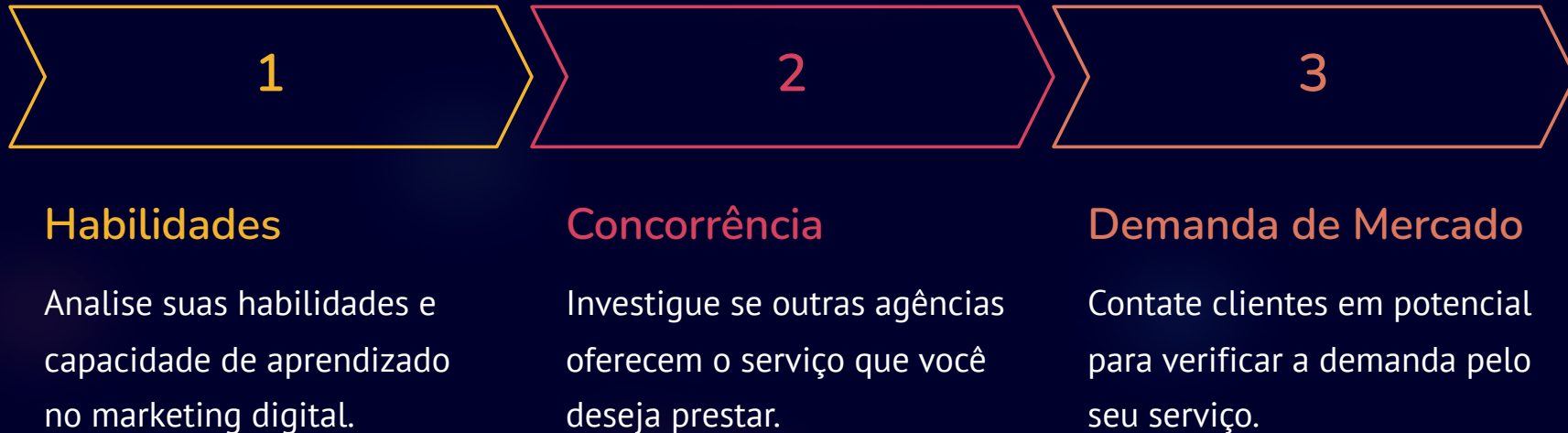
A resposta curta é “sim”

Uma agência de marketing digital ainda é um excelente negócio. Mas responda às perguntas a seguir para ter certeza:



1. Existe demanda para o seu serviço?

Vamos supor que você queira montar uma agência de marketing digital em parte por conta das suas habilidades na área. Se você realmente tem capacidade ou acredita que pode aprender mais, então a próxima pergunta é: “outras agências estão fazendo o trabalho que eu quero fazer?” Além disso, você pode se perguntar: “outras empresas estão procurando alguém que faça o que eu faço?” A melhor maneira de determinar se há demanda para o seu serviço é começar a contatar clientes em potencial.



2. Você pode gerar resultados?

Se você tem experiência como profissional de marketing, deve saber a resposta a essa pergunta. Esta é uma das razões pelas quais começar como freelancer ou conseguir um emprego em marketing digital é tão importante, além de: Ganhar experiência no marketing digital; Descobrir em quais nichos ou serviços você é bom; Construir uma reputação e um portfólio para si mesmo. Efetivamente entregar resultados pode diferenciar você de uma série de agências que, francamente, fazem muito pouco pelos seus clientes e não usam ferramentas como a Semrush para monitorar resultados. Apenas com habilidades básicas de vendas, você já consegue montar uma agência se souber como gerar resultados no mercado atual.

Experiência

Adquirir experiência prática é fundamental para gerar resultados.

Reputação

Construir uma reputação sólida e um portfólio robusto é essencial.

Monitoramento

Usar ferramentas de análise para monitorar e melhorar os resultados.

3. Você consegue montar uma equipe?

A diferença entre ser um freelancer e administrar uma agência é o fato de contar com uma equipe. Escalar o negócio demanda processos e pessoas para gerenciá-los. Contratar funcionários traz consigo uma série de diferentes cenários jurídicos, de recrutamento, treinamento e gestão. Você gastará muito menos tempo com marketing e mais tempo com diferentes habilidades de negócios. Você consegue lidar com a pressão de gerenciar e desenvolver uma equipe?

1

Processos

Desenvolver processos eficientes para escalar o negócio.

2

Recrutamento

Enfrentar desafios jurídicos e de recrutamento ao contratar.

3

Gestão

Gerenciar a equipe e desenvolver habilidades de negócios.

Becoming a Team

Team must:



Team management
Interdependence
Skills for conflict
Planning for next steps
Division of work done
Individual accountability
Dependent upon goals & objectives
Positive & constructive feedback
Team members & project success
Communicate & listen; no blame



Prepared/ Prepare
Ideas and suggestions
Information & Identify
Verification/feedback
Team members' participation
Team work on task
Team work with
Team presentations
Team in discussions
Team group conflict



How do we reach our
purpose? Up the team charter?
How do we do better for

Definition

Get

Expect
Realistically
With time
Resources.

Objectives

Identifiable,
measurable &
achievable steps.

Tasks

Ways of reaching
the objectives.

Indicators

Ways of measuring
progress.

Framework for Working

How you do
"business" with
the rest of the world

Your personal beliefs
core values that affect
drive how you look at
with, and behave in

Beliefs and
attitudes
working
and understanding

Core
Values

The general outline of
the mandate may not
be affected by the group

Delivered from an
administrative
or political level

Mandate

Context in which the
operates has critical
on what can be done

Developing a
Shared Vision

A shared vision will be one
that all of the team members
agree are the elements of where
they want to be at this time
and the direction that they will
start moving towards to achieve
these elements.

4. Você está comprometido o suficiente?

Gerir um negócio é um compromisso a longo prazo. Depois de estruturar uma carteira de clientes e contratar funcionários que dependem de você, a pressão é diária. Os dias não serão sempre fáceis, o que significa que você terá que trabalhar duro quando as coisas estiverem complicadas como quando demora mais do que o esperado para conseguir o primeiro cliente, quando você perde um cliente ou quando gasta dinheiro com uma ferramenta, curso ou uma contratação que não dá certo. Por esses motivos, é bom ter uma verdadeira paixão pelo marketing e pelos negócios com os quais deseja trabalhar.

Compromisso

Gerenciar um negócio exige dedicação e compromisso a longo prazo.

Desafios Diários

Esteja preparado para enfrentar desafios diários e pressões.

Paixão

Uma paixão genuína pelo marketing e pelo negócio é crucial.

5. O que você quer da sua agência?

Esta questão diz respeito menos a montar uma agência de marketing ou não e mais sobre o que você quer obter com sua empresa. Como você deseja que sua empresa seja? Montar uma agência de marketing digital sem uma visão clara é como viajar sem um mapa. Aqui estão algumas ideias que você pode abordar na visão do seu negócio: Algumas agências desejam proporcionar liberdade, então se concentram em clientes que dão pouco trabalho, atuando remotamente e construindo processos simples. Algumas agências querem maximizar os lucros, então se concentram em escalar rapidamente e adquirir clientes maiores. Algumas agências desejam status e reputação, focando em trabalhar com clientes reconhecidos e de alto padrão. Algumas agências desejam ampliar suas oportunidades e se concentrar em parcerias estratégicas com empresas/pessoas que pensam da mesma forma. Algumas agências querem mais criatividade, então aceitam projetos com base em sua capacidade de fazer a diferença. Não existe uma abordagem única para determinar sua visão e de forma alguma você precisa escolher somente uma.

Liberdade

Agências que buscam liberdade optam por clientes menos exigentes e trabalho remoto.

Lucros


Agências focadas em lucros buscam escalar rapidamente e atrair grandes clientes.

Status

Agências que almejam status trabalham com clientes de renome para construir reputação.

Oportunidades

Agências que buscam oportunidades focam em parcerias estratégicas.



O modelo de negócios de uma agência de marketing digital

Uma das partes mais difíceis de administrar um negócio é encontrar um modelo de preços lucrativo. Há um equilíbrio delicado entre uma oferta irresistível para a qual seu mercado-alvo dirá "sim" e gerar receita suficiente para pagar seus funcionários e garantir seu lucro.

Modelos de Precificação

Elas têm a opção de cobrar dos clientes de várias maneiras diferentes, entre elas: Retentor, Por hora, Comissão/desempenho, Taxa fixa

1 Retentor

Permite planejamento e entrega de melhores resultados.

2 Por hora

Simples, mas requer definição de taxa horária adequada.

3 Comissão/Desempenho

Vincula trabalho a resultados mensuráveis, mas com volatilidade.

4 Taxa fixa

Ideal para serviços pontuais e projetos com objetivos definidos.



Retentor

Planejamento Antecipado

A maioria das agências usa o modelo de retentores porque eles permitem que os proprietários da empresa se planejem com antecedência, especialmente quando os retentores se transformam em clientes de longo prazo.

Pagamentos Garantidos

Com a previsibilidade de contar com pagamentos antecipados garantidos, as agências, por sua vez, podem entregar melhores resultados aos seus clientes.

Mudança na Previsibilidade

Curiosamente, a previsibilidade não é algo pelo qual as agências são conhecidas, mas os retentores podem ajudar a mudar isso.

Por hora

Modelo Simples

Outro modelo de precificação popular é o baseado em horas, que também é o mais simples de todos. Basta definir a taxa horária para cada serviço e cobrar do cliente por cada hora gasta em um projeto.

Erro Comum

Um erro que as agências cometem ao cobrar por hora é não cobrar o suficiente para compensar as horas que você gasta trabalhando.

Comissão/Desempenho



1

Resultado Mensurável

O modelo baseado em desempenho/comissão é frequentemente usado por agências que querem vincular definitivamente seu trabalho a um resultado mensurável para um cliente. Por exemplo: leads gerados que se transformaram em clientes.

2

Lucratividade

Esse modelo de precificação pode ser extremamente lucrativo para agências experientes, confiantes em sua capacidade de gerar bons resultados.

3

Volatilidade

A desvantagem do preço baseado em desempenho é a volatilidade criada pelo fato de que seus clientes podem abandonar o projeto a qualquer momento ou desaparecer na hora de pagar.

Taxa fixa

1

Preço Estabelecido

Como o nome sugere, esse modelo envolve cobrar dos clientes uma taxa fixa pelo projeto.

2

Estimativa de Horas

As agências irão estimar o número total de horas necessárias para um projeto e multiplicá-lo por uma taxa horária.

3

Serviços Pontuais

Taxas fixas são boas para agências que oferecem serviços pontuais, como desenvolvimento de sites e auditorias de SEO.

4

Objetivos Definidos

Eles também funcionam bem para empresas que oferecem entregas com objetivos bem definidos.

Visão geral dos modelos de preços de agências digitais

	Preços embalados (em níveis)	Preços do menu (a la carte)	Preços por projeto	Preço mensal (retenção)	Preço por hora
Visão geral	Permite que as agências ofereçam vários "pacotes" com diferentes combinações de serviços a diferentes preços.	Com base no valor dos serviços individuais que seu cliente quer de uma agência.	O cliente é cobrado por projeto.	O cliente retém seus serviços mensalmente.	O cliente paga uma taxa por hora com base no trabalho que você faz.
Exemplo	<ul style="list-style-type: none">Serviços de SEO + 3 conteúdo p/m + replanejamento do site único	<ul style="list-style-type: none">Design de brochuraImpressão de 500 brochuras	<ul style="list-style-type: none">Desenvolvimento de uma nova campanha de anúncios do FacebookAuditoria do site de SEO	<ul style="list-style-type: none">Retenção de 50 horas por mês para serviços de SEO	<ul style="list-style-type: none">Serviços de SEO a US\$ 150 por hora
Prós	<ul style="list-style-type: none">Apela a várias personasDeixa menos dinheiro na mesaLimpa a rota de upselling	<ul style="list-style-type: none">Grande flexibilidadePonto de entrada de menor custoMais fácil de vender após a confiança estabelecida	<ul style="list-style-type: none">Simples e diretoMais fácil de expandir do que o modelo de preço por hora	<ul style="list-style-type: none">Renda mensal garantidaTaxa de retenção paga antecipadamenteÉ fácil de expandir	<ul style="list-style-type: none">Simples e diretoVenda fácil para os clientesPode ser lucrativo para projetos que exigem muita resolução de problemas
Contras	<ul style="list-style-type: none">Provavelmente é confuso	<ul style="list-style-type: none">Mais "vendas" por clienteMétodo de preços menos popular, pode causar confusão	<ul style="list-style-type: none">Pode ser difícil estimar quanto tempo um projeto levará	<ul style="list-style-type: none">Pode ser uma venda difícil para novos clientes	<ul style="list-style-type: none">Expansão desafiadoraNenhum incentivo para trabalhar muito/rápido
Popularidade	★★★☆☆	★★☆☆☆	★★★★★	★★★★★	★★★☆☆

Passo a passo para montar uma agência de marketing digital

Montar uma agência de marketing digital envolve uma série de etapas estratégicas. Desde a escolha de serviços até a prestação de qualidade, cada passo é crucial para o sucesso no mercado competitivo. Siga este guia para criar uma agência destacada e eficiente.





1. Escolha um serviço para oferecer

① Serviço Completo ou Específico

O primeiro passo é determinar quais serviços você vai oferecer aos seus clientes. Você pode montar uma agência de serviço completo, oferecendo um único serviço ou combinando serviços complementares.

Ideias de Serviços

SEO

Otimização para motores de busca.

Redes Sociais

Engajamento e gestão de mídias sociais.

Anúncios Online

Publicidade paga na internet.

E-mail Marketing

Campanhas de e-mail direcionadas.

Marketing de Vídeo

Produção e promoção de vídeos.

Ecommerce

Estratégias para comércio eletrônico.

Marketing de Conteúdo

Criação de conteúdo relevante.

Web Design

Desenvolvimento de sites otimizados.

Um exemplo de combinação de serviços complementares seria uma empresa de web design que oferece serviços de SEO para esses mesmos clientes.

2. Escolha um nicho

Destaque-se

A concorrência é grande no marketing digital e já existe um monte de agências por aí. Tentar atender todo mundo fará sua empresa desaparecer em meio às outras.

Defina o Tom de Voz

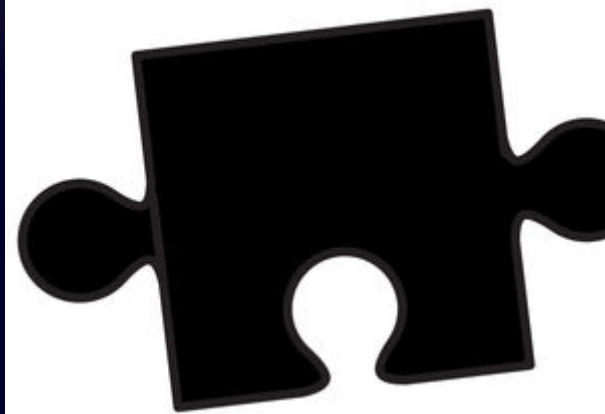
Escolha se destacar em vez de se buscar um caminho mais fácil. Para isso, escolha um nicho e analise as empresas que atuam nele.

Entenda o Público-Alvo

Quanto menor for o seu público-alvo, mais fácil será definir seu tom de voz. Seus clientes entenderão melhor o que você faz e se sentirão à vontade para tomar decisões.

nicho de me

condición de salud



Persona sana

3. Encontre clientes

1

Desafio do Marketing

O lado curioso de administrar uma agência digital é que, provavelmente, o próprio marketing será seu maior desafio.

2

Competição Acirrada

Com cerca de 500.000 agências de marketing no mundo brigando por cada cliente, destacar-se se torna um imperativo.

3

Apresentação Eficaz

Como você também é um profissional de marketing, deve estar ciente disso ao apresentar sua empresa a clientes em potencial.

4. Preste serviços de qualidade

1

Conquista de Clientes

Se conseguir clientes é metade da gestão de uma agência, a prestação de serviços é a segunda parte.

2

Administração Eficiente

Como proprietário de uma agência de marketing, você precisa não gastar seu tempo se preocupando com a prestação de serviços.

3

Processos e Estratégias

Esta é a única maneira de você ter tempo para conseguir clientes enquanto gera resultados de qualidade e de forma consistente.

4

Gerenciamento de Entregas

Para uma agência crescer de forma eficaz, você precisa de processos para gerenciar as entregas.

Como começar uma agência de marketing digital?



Faça-se estas perguntas antes:

- 1 Há demanda para o seu serviço?
- 2 Você consegue montar uma equipe?
- 3 O que você quer da sua agência?
- 4 Você consegue gerar resultados?
- 5 Você está suficientemente comprometido?

Guia passo a passo

- 1 Aperfeiçoe suas competências em marketing digital e crie autoconfiança
- 2 Decida que tipos de serviço oferecer
- 3 Decida como você planeja operar seu negócio
- 4 Registre sua empresa
- 5 Estabeleça sua presença digital
- 6 Mostre sua experiência e competência
- 7 Escolha as ferramentas corretas
- 8 Defina seu modelo de negócio
- 9 Consiga seu primeiro cliente

