

Para saber mais

Integrando o Marketing Digital com o Marketing Impresso

Já pensou que suas ações de marketing podem ser integradas e que o digital pode andar de mãos dadas com o marketing impresso de sua empresa? Foi pensando exatamente neste assunto que resolvi escrever algumas dicas.

Seu site e seu endereço de email

Em primeiro lugar, não esqueça de colocar seu endereço de e-mail e seu site em seus impressos. Você vai fazer a distribuição de um panfleto, flyer ou um folheto com um explicativo de seus produtos e serviços, mas a pessoa que vai receber pode se interessar em saber mais sobre a sua empresa ou sobre seu produto, e o seu site pode muito bem informar tudo isso. A empresa onde você trabalha pode ter um site explicando melhor e com mais detalhes o que você começou a apresentar em um folheto ou flyer. O e-mail é importante para o caso de dúvidas. Se for possível, utilize um contato via telefone, pois muitas vezes as pessoas preferem um bom atendimento ao telefone do que um chat na internet onde elas nem sabem com quem estão falando.

Uso Moderado de QR Code

O QR Code nada mais é do que um código de barras 2D que vem sendo usado com bastante frequência nos dias de hoje, mas infelizmente e na maioria das vezes, o QR Code vem sendo aplicado de forma errada. Caso queria usar esse recurso em seus impressos, tenha alguns cuidados. Não use um QR code muito pequeno que não seja lido em um leitor de QR Code. Faça um teste para verificar se os principais smartphones conseguem ler o QR Code que está sendo usado. Muito cuidado com a cor do QR Code, muitos leitores de QR apresentam dificuldades em ler QR Codes coloridos. QR codes na cor preta costumam ser os melhores aceitos pelos leitores.

Certifique-se que seu público vai interagir com esse QR Code, pois de que adiantaria usar um recurso de tecnologia inovador, se seu público não possui um Smartphone para usá-lo? Se usar o QR Code para direcionar o visitante para o site da empresa ou para uma página específica, tenha certeza de que esse site ou essa página funcionam bem na grande maioria dos Smartphones. A melhor forma de fazer isso é tendo um site responsivo, ou seja, um site que se adapta a diversos tipos de dispositivos, sejam computadores, tablets ou celulares.

Por último, mas também muito importante, use o QR Code para complementar informações que não puderam ser apresentadas em seu impresso. De repente um vídeo demonstrando o produto, ou uma entrevista com um cliente satisfeito. Seja criativo, mas use o QR Code para te ajudar na comunicação e não para atrapalhar.

Indique seus canais nas redes sociais

Toda empresa tem uma página no facebook, então você também precisa ter uma, certo? Errado! Antes de mais nada, você deveria se perguntar se o seu público usa facebook... Seu produto é melhor vendido pelo facebook? Se você trabalha no segmento de B2B, como pretende escrever dicas, soluções ou sugestões para seu público no facebook? Todas essas perguntas devem ser feitas. Repense o uso do facebook se em alguma delas, a resposta for não. Pois remar na mesma onda que outros players do mercado, nem sempre é uma melhor solução. Seguir seu concorrente, menos ainda, pois seu concorrente pode estar fazendo uso das redes sociais de forma errada, ou pouco efetiva.

Seguir seu feeling ou seu coração é lindo e funciona com times de futebol, mas para definir a estratégia e as ações integradas entre seus canais sociais e seus impressos, use o “feijão com arroz” do planejamento de marketing que você conhece.

Na maioria dos casos, os canais sociais são ótimos para lançar ou reforçar uma marca e para aumentar tráfego em seu site, em alguns casos é até possível vender indiretamente, mas concentre seus esforços em entender como seu público alvo usa as redes sociais e como pode construir relacionamento e engajamento com esse público. Conhecendo bem os melhores canais para se relacionar com seus prospects e clientes, não esqueça de indicar os acessos em seu impresso. Você poderia por exemplo usar o QR Code para redirecionar seu target para uma página no facebook ou para o perfil corporativo de sua empresa no LinkedIn. São apenas exemplos, mas que dependendo do seu negócio, podem ser sim efetivos e ajudam, e muito, na comunicação de seu negócio.

Abraços e até a próxima, Gustavo Loureiro