

**UAU!**



**MKT  
DIGITAL**

**ESTÁ TUDO DOMINADO**

Talvez não tenhamos a real ideia de quanto estamos sendo acessados, direcionados, bombardeados pelo Marketing Digital.

Com a Transformação Digital – a Internet - os limites foram reduzidos drasticamente e um novo mundo de possibilidades surgiu.

Começamos a entender o potencial deste mundo e como são utilizados os recursos neste mundo digital.

O objetivo deste eBook é prover um rápido entendimento dos conceitos de Marketing Digital, provocando você a integrá-lo em sua vida através de processos, recursos e práticas. Claro, sempre para ampliar o alcance daquilo que é real, como sua carreira, seu conhecimento a ser compartilhado.

O Marketing Digital pode ser utilizado para vários fins voltados para o bem: social, localização de bons profissionais, venda de produtos e serviços.

A rede está aí, e foi lançada, agora é com você... Faça um bom uso dela.

Influencie pessoas a fazer o mesmo, para um bem comum.

Vamos lá!



ESTAMOS, O TEMPO TODO,  
SENDO MOVIDOS,  
DIRECIONADOS, PROVOCADOS  
PELO MARKETING DIGITAL.

---

**E VOCÊ NÃO VAI UTILIZAR  
ESTE POTENCIAL PARA AS  
COISAS BOAS?**



## Advertising & Promotion

**Mobile Marketing**

**Display & Programmatic Advertising**

**Search & Social Advertising**

**Native/Content Advertising**

**Video Advertising**

**Print**

**PR**

## Content & Experience

**Mobile Apps**

**Video Marketing**

**Interactive Content**

**Email Marketing**

**Content Marketing**

**Optimization, Personalization & Testing**

**DAM & MRM**

**SEO**

**Marketing Automation & Campaign/Lead Management**

**CMS & Web Experience Management**

## Social & Relationships

**Call Analytics & Management**

**ABM**

**Events, Meetings & Webinars**

**Social Media Marketing & Monitoring**

**Advocacy, Loyalty & Referrals**

**Influencers**

**Feedback & Chat**

**Community & Reviews**

**Experience, Service & Success**

**CRM**

## Commerce & Sales

**Retail & Proximity Marketing**

**Channel, Partner & Local Marketing**

**Sales Automation, Enablement & Intelligence**

**Affiliate Marketing & Management**

**Ecommerce Marketing**

**Ecommerce Platforms & Carts**

## Data

**Audience/Market Data & Data Enhancement**

**Marketing Analytics, Performance & Attribution**

**Mobile & Web Analytics**

**Dashboards & Data Visualization**

**Business/Customer Intelligence & Data Science**

**iPaaS, Cloud/Data Integration & Tag Management**

**Predictive Analytics**

**Customer Data Platforms**

## Management

**Talent Management**

**Product Mgmt**

**Budgeting & Finance**

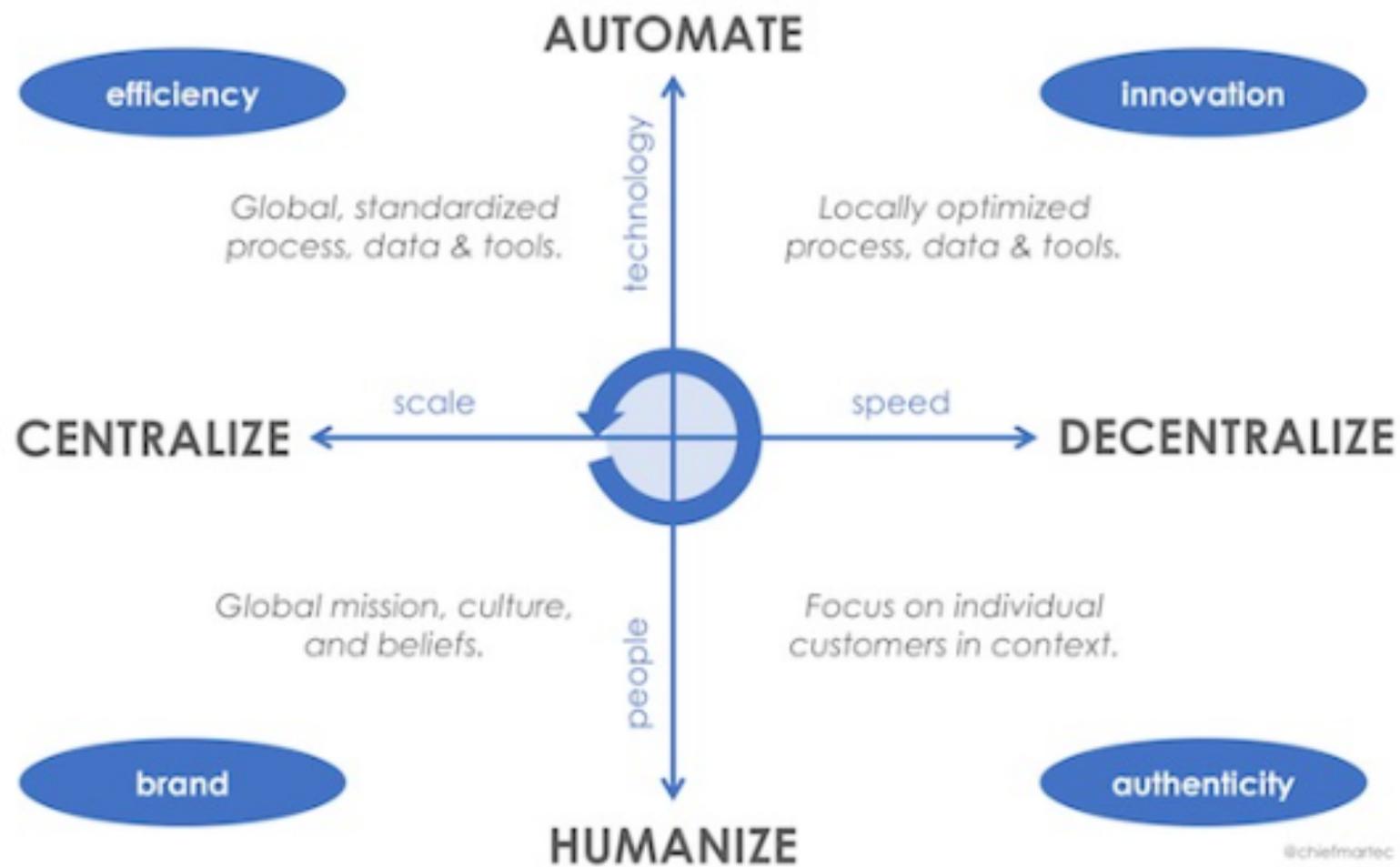
**Collaboration**

**Projects & Workflow**

**Agile & Lean Mgmt**

**Vendor Analysis**

## The 4 Forces of Marketing Operations & Technology



# GERAÇÃO DE CONTEÚDO



**SEU NEGÓCIO É ÚNICO...  
ENTÃO NÃO CORRA ATRÁS DE FÓRMULAS PRONTAS**



**LONDON**



**NEW YORK**

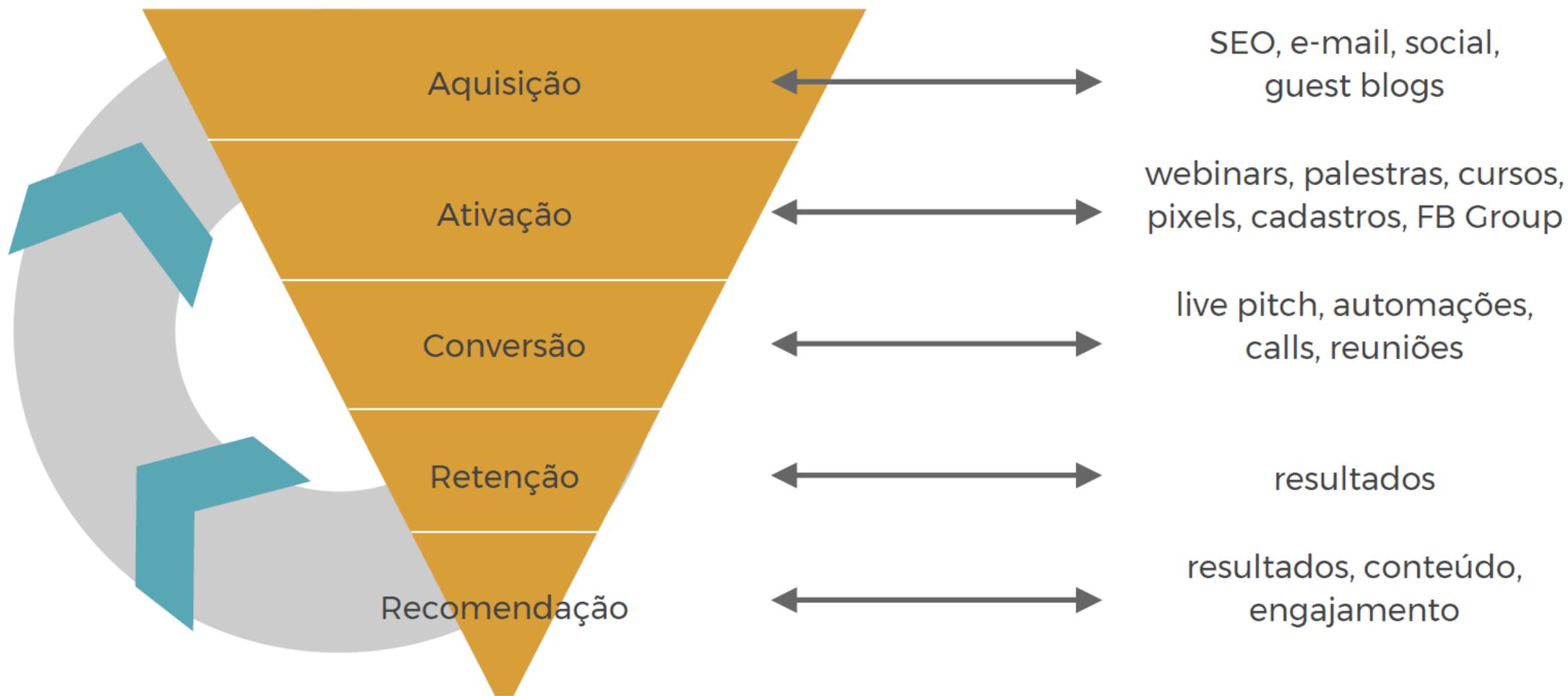


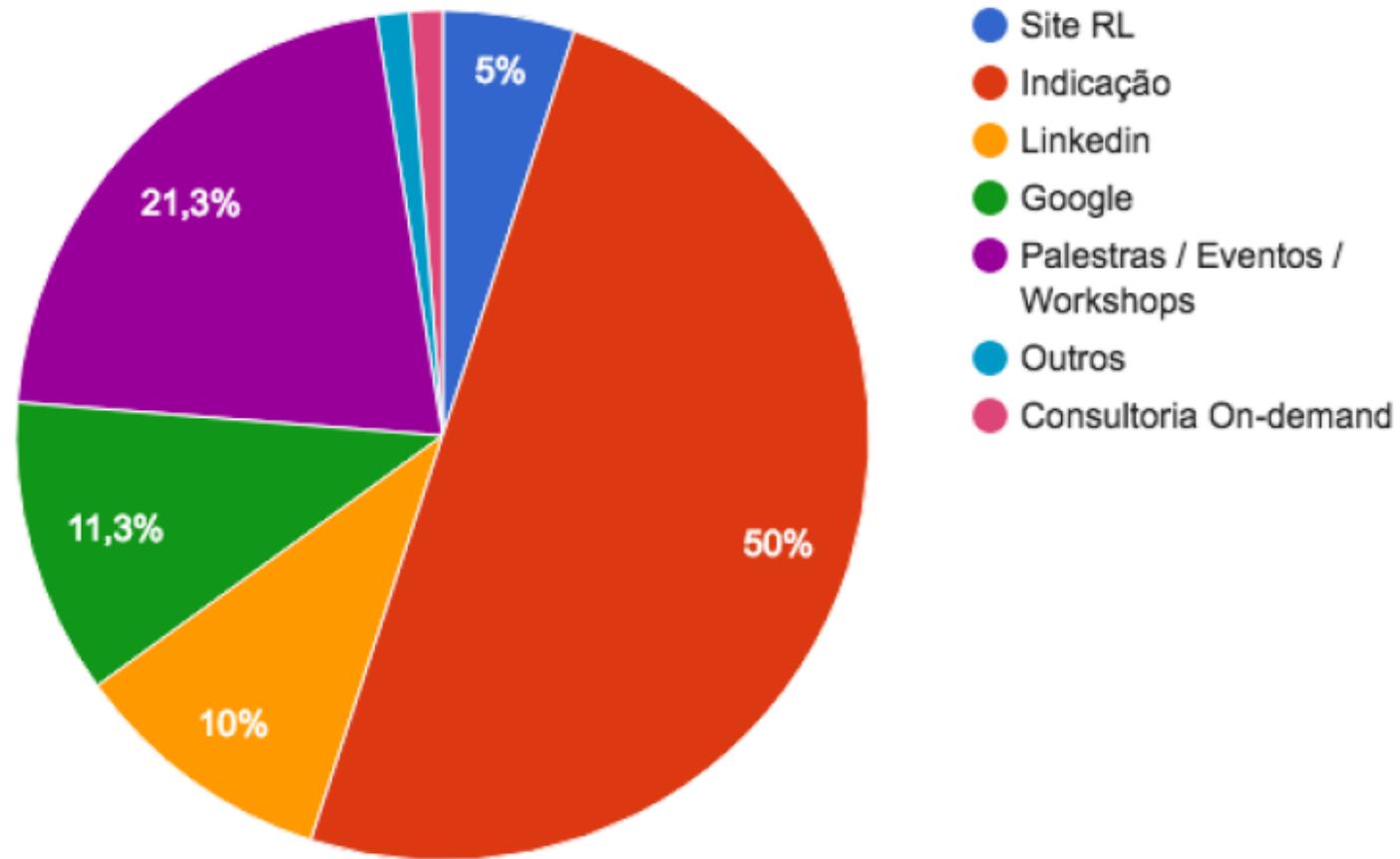
**TOKYO**



**MOSCOW**

**CRIE VOCÊ A SUA PRÓPRIA FÓRMULA  
E VOCÊ TERÁ UMA HISTÓRIA PARA CONTAR  
E INSPIRAR OUTROS**





**502**  
**CONTATOS RECEBIDOS**

**148**  
**PROPOSTAS ENVIADAS**

**52**  
**NOVOS CLIENTES!**



**TAXA DE  
CONVERSÃO**

**29%**

**35%**

“A  
FELICIDADE  
NÃO ESTÁ  
NOS  
PRODUTOS,  
MAS NA  
EXPERIÊNCIA”

Tony Hsieh, CEO da Zappos



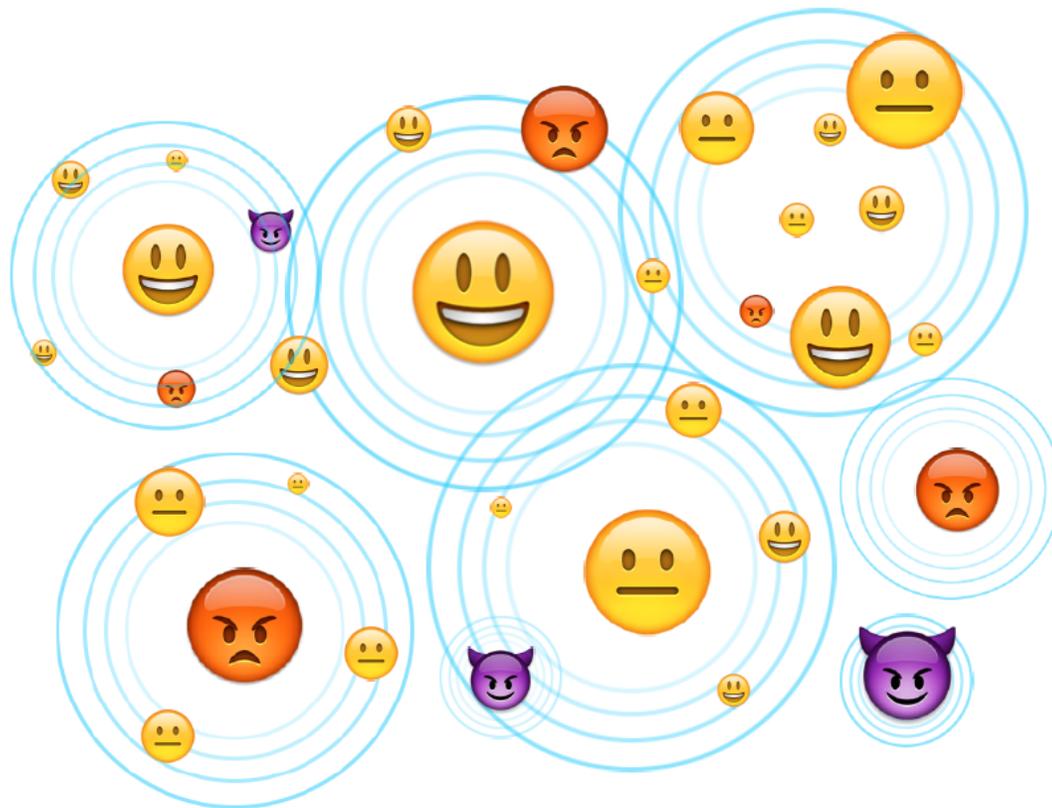
# SAC 1.0

A experiência do consumidor com o conteúdo era linear e dependia do que era comunicado pelas marcas.



# SAC 2.0

A expectativa do consumidor muda conforme a experiência é compartilhada por outras pessoas.



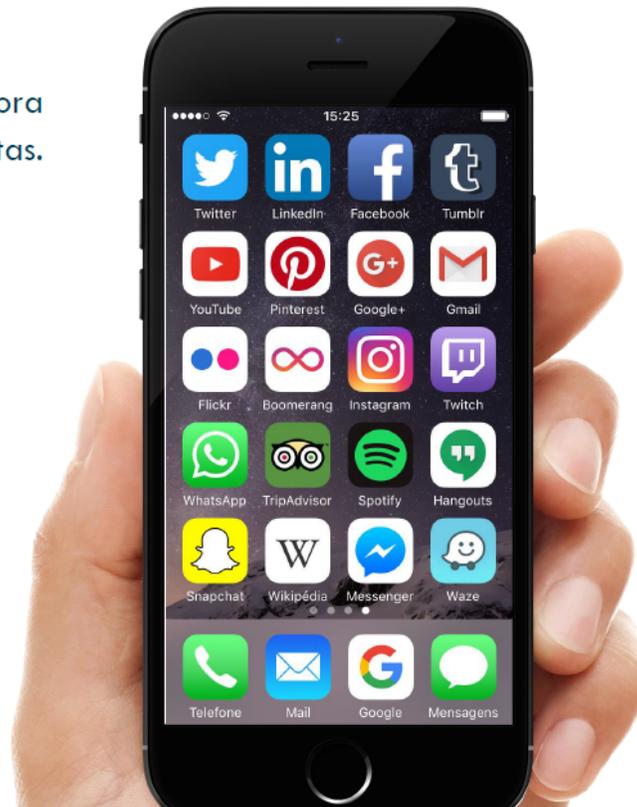
# SAC 3.0

Poder absoluto do consumidor.

Consumidores agora  
são especialistas.

Tudo pode ser um canal de  
relacionamento.

Cada canal possui características  
diferentes de conteúdo.



*Como resolver problemas do  
consumidor que sabe mais que o  
atendente?*

*Como identificar a mesma  
pessoa, em diferentes  
canais?*

*Qual é a expectativa desses  
consumidores para cada  
canal?*

# MARKETING ÁGIL

---

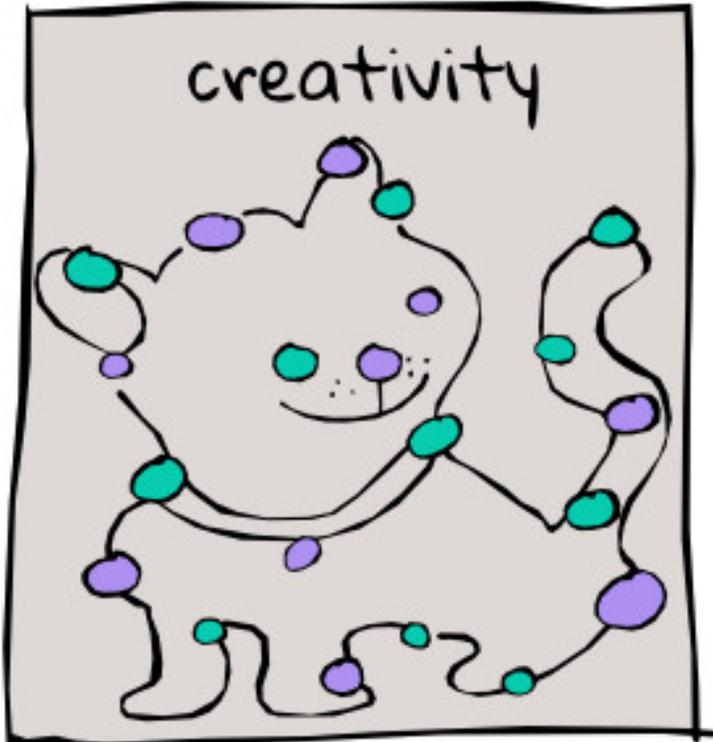
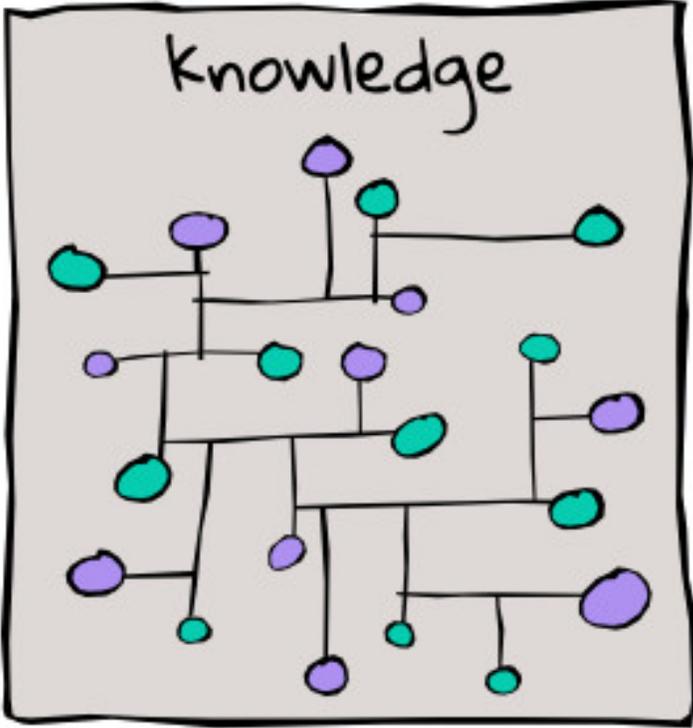
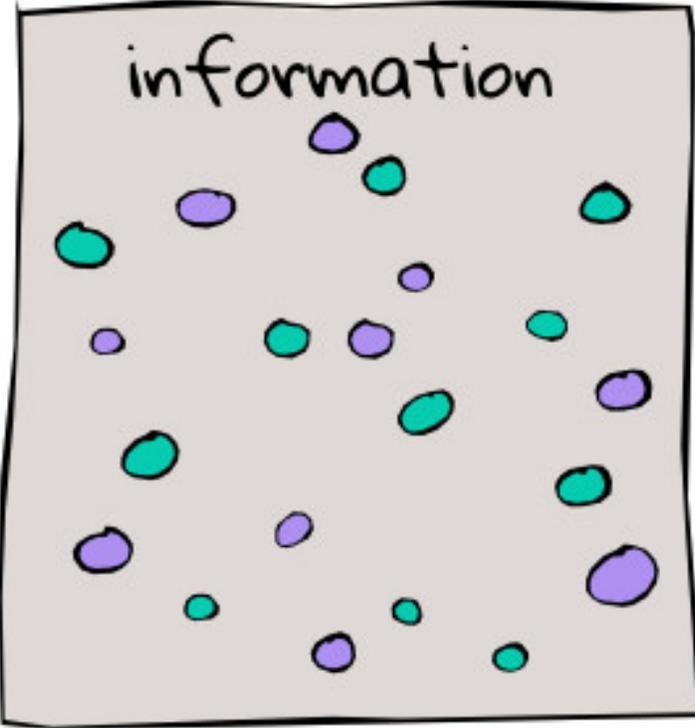
## CICLOS RÁPIDOS DE APRENDIZADO

MARKETING ÁGIL	MARKETING TRADICIONAL
VÁRIOS PEQUENOS EXPERIMENTOS	POUCAS GRANDES APOSTAS
TESTES E DADOS	OPINIÕES E CONVENÇÕES
TRIBOS E NICHOS	MERCADOS DE MASSA IMPESSOAIS
ENGAJAMENTO E TRANSPARÊNCIA	POSTURA “OFICIAL”

# DE DADOS A SABEDORIA

---

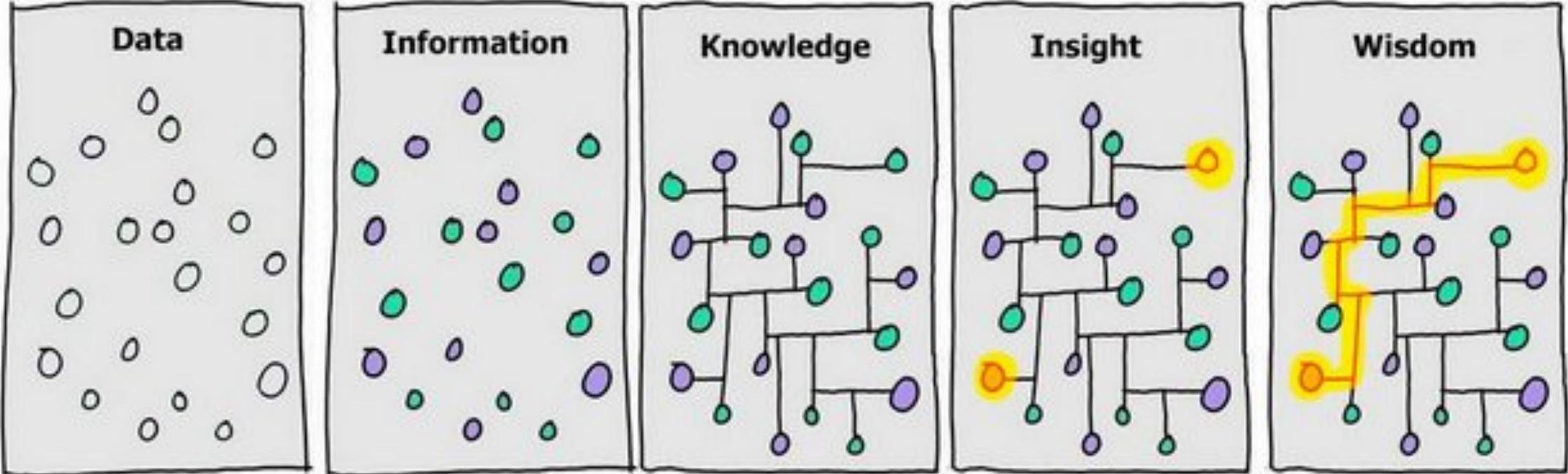
Google Adwords   Facebook Ads   Pipeline   Analytics



# DE DADOS A SABEDORIA

---

Google Adwords   Facebook Ads   Pipeline   Analytics



# CANVAS DE MARKETING

## Canvas do Marketing



 Parceiros	 Atividades Chave (Rotina)	 Proposta de Valor (Objetivo de Marketing)	 Métricas (Conversão Chave) KPI	 Persona
	 Ferramentas		 Canais	
 Estratégia (Conteúdo)				
 Orçamento total de Marketing	 Resultado esperado			

# DE DADOS A SABEDORIA

---

```
• growth-hacking;

// processo;
>> growth hacking é um processo científico de experimentos;

//data-driven;
>> não há espaço para achismos, decisões são baseadas em dados

//integrado;
>> marketing + produto + vendas + todos = resultado melhor

//otimização;
>> com recursos limitados, a ideia é fazer mais com menos
```

**Growth Hacking** está mais ligado a processos do que a táticas específicas. A realidade é que a maioria das táticas só funciona por um curto período.

Então eu recomendo rodar um número mínimo de testes por semana e então começar a construir um time que permitisse atingir esse número. Seam Ellis.

# MUITA COISA INTERESSANTE COM AUTORES, WEB E COLABORADORES

## #seconecta

Agradeço a todos que direta ou indiretamente contribuíram com este breve conteúdo. Incluindo professores, autores que li e pessoas que tem meu respeito. Obrigado por contribuir!

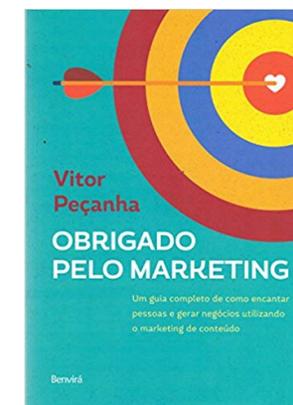
Minhas fontes: livros físicos e digitais que adquiri, minha experiência, fontes da Web conhecidas (e nem tanto) e amigos com suas dicas e cases. Conforme citações nos textos.

Seja legal, sempre respeite os direitos autorais!

## ALGUMAS REFERÊNCIAS

Algumas referências e publicações admiradas:

Imagens de referência pixabay.com



[Alguns sites legais e de referência – conecta lá:](#)

[www.rockcontent.com.br](http://www.rockcontent.com.br)

[www.growthteam.com.br](http://www.growthteam.com.br)

[www.resultadosdigitais.com.br](http://www.resultadosdigitais.com.br)

[www.contenttools.com.br](http://www.contenttools.com.br)

[www.chiefmartec.com](http://www.chiefmartec.com)

# </> Tchau

```
// Obrigado Pessoal!  
if (mundo == "REAL" || mundo == "DIGITAL")  
    System.out.print("A gente se vê por aí!");
```

Sérgio Henrique Caliani  
Na Invillia utilizou Mkt Digital na atração de bons profissionais  
<https://www.linkedin.com/in/sergiohcaliani/>  
<https://br.pinterest.com/shcaliani/>  
<https://shcaliani.github.io/eBooks/>

