



NEGÓCIOS EM MÍDIA

GRUPO FTPI

SERVIÇOS

VEÍCULOS REPRESENTADOS

REGIÕES E COBERTURA

NOTÍCIAS

CONTATO

home > notícias >

28
Mai/18

5 dicas para turbinar seu planejamento digital



ÚLTIMAS NOTÍCIAS

Como a TV on demand e a TV por assinatura aprenderam a caminhar juntas

Inimigas nos tempos modernos? Nada disso! Veja como a TV on demand chegou para completar a TV por assinatura.

Engajamento digital: como jogadores de futebol ajudam no seu negócio

Com milhares de seguidores nas redes sociais, a imagem dos craques de futebol pode ser usada pela sua empresa para alcançar consumidores.

Conheça o IGTV, o novo aplicativo de vídeos do Instagram

Recurso de vídeos na vertical e com até uma hora de duração chega para abrir a competição contra o YouTube.

Dar vida a uma campanha de marketing digital pode parecer fácil à primeira vista. Afinal, usar redes sociais e a internet é algo quase que intuitivo, né? O problema é que, sem um planejamento digital adequado, as chances dos seus esforços não receberem a resposta que você espera é bem grande.

Isso porque, assim como você ou a sua empresa, existem milhões de outras pessoas tentando chamar a atenção de um determinado **público-alvo** na internet. Então, sem um plano bem traçado e sem ações digitais estratégicas, a sua comunicação se perde no meio de tantas outras.

Mas não se desespere: a gente ajuda você! É só seguir alguns passos simples para garantir o sucesso da sua campanha.

Defina o objetivo

O primeiro passo para começar é traçar um objetivo. Você quer aumentar as vendas de um produto, fortalecer o nome da marca ou melhorar o engajamento nas redes sociais? Existem infinitos resultados que uma **campanha de marketing digital** bem planejada pode alcançar, mas, se você não traçar estratégias específicas para atingir a sua meta, a comunicação fica um pouco perdida no meio do caminho.

Conheça o público-alvo

A segunda etapa de um planejamento digital tem tudo a ver com pesquisa, já que, para atingir o seu objetivo, você vai precisar saber com quem a sua marca quer falar. Saber a idade, os interesses e até a região em que o seu público-alvo mora é fundamental para traçar uma **comunicação** online que chegue até essas pessoas.

Escolha as plataformas digitais

Depois que escolher a quem essa comunicação será endereçada, é hora de decidir por onde ela será feita. Uma dica valiosa para definir quais devem ser as redes sociais certas é analisar como os concorrentes estão fazendo. Vai dar para perceber quais as plataformas digitais que mais agregam o seu público-alvo e, a partir daí, definir campanhas específicas para cada uma delas.

Um erro bem comum de quem tenta fazer ações de marketing digital sem planejamento é usar o mesmo material para todas as redes sociais. Cada plataforma espera tipos diferentes de publicações em cada uma delas. Afinal, se não fosse assim, as pessoas não teriam contas em tantas **redes sociais**, certo? Então, quando você for fazer uma ação, analise o tipo de conteúdo que é mais aceito e consumido naquele ambiente e abuse dos recursos que cada plataforma oferece, como os Stories do Instagram ou os GIFs e memes do Twitter.

Faça um cronograma de ações

Outro passo bem importante é definir a frequência e a duração das postagens. Dá para traçar cronogramas semanais,

Google Duplex: inteligência artificial e a evolução do atendimento ao cliente

A nova ferramenta da assistente pessoal dos celulares Android faz ligações e imita a voz humana para resolver pequenas tarefas do dia a dia

Conheça as novidades do Facebook e do Instagram

Mark Zuckerberg anunciou durante a conferência anual de desenvolvedores do Facebook ferramentas para incrementar a experiência com as redes sociais.

[VEJA MAIS](#)

mensais e até anuais, dependendo do tipo de campanha digital que você estiver pensando.

Mas é importante não abandonar o seu planejamento digital. É claro que mudanças podem ser feitas no meio do caminho, mas tentar improvisar muito acaba anulando as chances das suas ações alcançarem o sucesso desejado.

Monitore os resultados

Não existe receita pronta para você fazer um bom planejamento digital, mas analisar as respostas dos seus potenciais clientes a uma ação é uma estratégia que quase nunca falha. É a partir disso que você vai conseguir traçar aquilo que dá certo com o seu público-alvo e aquilo que precisa ser adaptado ou até mesmo descartado.

O importante é você não se deixar enganar pelo ambiente online: pode parecer fácil, mas chamar a atenção de um determinado público é bem desafiador. Então, para não ter erro, lembre-se que um planejamento digital precisa de muito tempo e dedicação para dar certo.

Para ajudar você a planejar sua campanha, negociar mídia com os melhores veículos e otimizar sua verba publicitária, pode contar com o Grupo FTPI. Somos 3 empresas especializadas em serviços de pesquisa, planejamento e compra mídia on e offline prontas para trabalhar com você para alavancar seus resultados.

Tags: [Facebook](#), [Instagram](#), [Linkedin](#), [online](#), [planejamento](#), [planejamento digital](#), [plataformas digitais](#), [público-alvo](#), [redes sociais](#), [Twitter](#)

[voltar](#) [topo](#)



NEGÓCIOS EM MÍDIA

Jornal

Revista

Rádio AM

Rádio FM

TV

Cinema

Mídia Exterior

FTPI São Paulo
(11) 2178-8700

FTPI Brasília
(61) 3035-3750

FTPI Rio de Janeiro
(21) 3852-1588

FTPI Nordeste
(81) 2128-4350

FTPI Belo Horizonte
(31) 2105-3609

FTPI Curitiba
(41) 3026-4100

FTPI Campinas
(19) 3296-6224

FTPI Goiânia
(62) 98129-0250

FTPI Porto Alegre
(51) 99284-2534

2018 | © Todos os direitos reservados

Compartilhe



web by Citrus7