



CUIDE DO SEU NEGÓCIO EM TEMPOS DE CRISE

+ MATERIAL BÔNUS:

9 PASSOS PARA DIVULGAR SEU NEGÓCIO SEM CONTRATAR UMA AGÊNCIA DE PUBLICIDADE

SUMÁRIO

Introdução

Capítulo 1 | AMIGOS, AMIGOS. NEGÓCIOS? DIVULGADOS!

Capítulo 2 | DE GRAÇA, ATÉ INJEÇÃO NA TESTA

Capítulo 3 | TEM CAFÉ?

Capítulo 4 | TOC. TOC. QUEM É?

Capítulo 5 | AME-SE E SEJA AMADO

Capítulo 6 | OS MEIOS JUSTIFICAM OS FINS

MATERIAL BÔNUS

INTRODUÇÃO

Oi, como você está?

Se você chegou até esse e-book significa que você tem uma empresa ou negócio e está enfrentando a crise causada pela pandemia do coronavírus. Antes de tudo, gostaríamos de começar a nossa conversa dizendo que você está fazendo a coisa certa ao buscar meios de melhorar o desempenho da sua marca.

É importante que você esteja disposto a entender como o papel da publicidade é essencial para o sucesso do seu negócio, seja em meio à crise ou não. Muitos pensam que a publicidade é somente uma parte do caminho que auxilia a alcançar metas e objetivos, porém ela vai além.

Em resumo, não adianta você caprichar na hora de anunciar e vender seu produto na internet, por exemplo, e quando seu cliente chegar ao estabelecimento, ser mal atendido, em um ambiente que não está adequado ou investindo em um produto que poderia ter um acabamento melhor.

O que nós queremos afirmar é que o sucesso do seu negócio não depende só de um fator, e sim de um conjunto de decisões. Essas decisões nem sempre são fáceis, principalmente quando tomadas numa situação de crise. Além disso, hoje existem inúmeras estratégias para auxiliar na hora da crise, mas é essencial que você entenda qual delas é a melhor para o seu negócio.

Pensando nisso, reunimos algumas dicas que podem auxiliar na publicidade do seu negócio sem que você precise investir na contratação de um profissional ou agência, pelo menos por enquanto.

Se o conteúdo a seguir for suficiente para melhorar o seu negócio nessa fase, indique os nossos serviços ou mande esse material para um amigo que esteja precisando!

Ah, e lembre-se: quando precisar de ajuda, chame a gente!

Capítulo 1

AMIGOS, AMIGOS. NEGÓCIOS? DIVULGADOS!

AMIGOS, AMIGOS. NEGÓCIOS? DIVULGADOS!

**Seus amigos e conhecidos sabem o que você faz?
Eles conhecem o seu produto ou sua empresa?**

O boca a boca é muito importante em várias fases de uma empresa, desde o processo de crescimento, de consolidação e, principalmente, na etapa de superação de crises.

Em meio a pandemia, muitas empresas começaram a enfrentar uma crise inesperada. É nítido, acompanhamos colegas sendo demitidos, lojas tradicionais de bairros sendo fechadas, ruas mais vazias e estoques dos estabelecimentos cheios, sem vendas. É por isso, que nesse período o boca a boca tornou-se ainda mais essencial na hora de gerar credibilidade e ajudar a marca a ser mais conhecida por outras pessoas.

Pense nas seguintes questões:

O que você fez até agora em meio à crise? Está anunciando em algum lugar o seu produto e seu serviço? Está pensando em parcerias? Como está seu ponto de venda? Está seguindo as orientações de segurança e higiene? Está com alguma promoção especial?

Todas essas perguntas precisam ter respostas claras, que façam com que seus clientes, amigos e parceiros se sintam seguros e respeitados. E que os deixem dispostos e motivados a serem porta-vozes da sua empresa.

Agora vamos pensar na seguinte situação:

Supondo que seu negócio venda um tipo de produto, responda: você já ouviu a opinião de pessoas próximas sobre o que está vendendo? Seja sobre a qualidade, os detalhes, a embalagem, a entrega... Todos esses fatores são essenciais, e é melhor que amigos possam te alertar sobre eventuais problemas, do que um cliente não ficar satisfeito e não voltar a comprar na sua empresa. Ou seja, quanto mais avaliações você tiver antes de começar a realizar grandes vendas, mais chances você tem de garantir o sucesso de sua empresa a longo prazo.

Outro ponto importante a se destacar é: se meus amigos e familiares, que me conhecem e convivem comigo não sabem o que faço/vendo, como as pessoas que nem me conhecem vão ficar sabendo?

Nada acontece através de mágica. E você pode acreditar que aquele concorrente que você tanto admira, deu muito duro pra chegar onde está. Provavelmente começou enfrentando uma série de problemas, foi entendendo as necessidades, ajustando estratégias, até chegar a um ponto em que se tornou referência para outros empreendedores, como você.

Para finalizar esse capítulo, temos um questionamento chave: Você tem explorado sua rede primária de relacionamento?

O testemunho é a melhor propaganda que você pode ter. Portanto, use isso a seu favor! Agradeça elogios recebidos nas redes sociais, compartilhe fotos da experiência com sua marca, peça para seus amigos postarem aquele storie no Instagram e divulgue seus clientes.

Capítulo 2

DE GRAÇA, ATÉ INJEÇÃO NA TESTA

DE GRAÇA, ATÉ INJEÇÃO NA TESTA

Conta para gente: você explora a propaganda gratuita?

Se a resposta for não, talvez seja hora de repensar e refletir.

Afinal, os canais gratuitos de divulgação estão aí para serem usados, então explore-os ao máximo!





Para começar, vamos ao queridinho do momento: Instagram

Atualmente é quase impossível conhecer uma pessoa que não tenha um perfil ativo no Instagram, seja pessoal ou profissional. Em resumo, essa rede social possui inúmeras ferramentas que possibilitam a criação de um conteúdo interessante e genuíno para os seus seguidores.

No feed é possível explorar bastante uma estética que você goste. Se o perfil da sua empresa é novo e ainda não tem postagem, é importante que nos primeiros posts algumas informações essenciais fiquem claras: do que se trata o seu negócio? onde encontrá-lo? como entrar em contato?

Também é importante que você abuse de **imagens de qualidade**, pode caprichar na edição e finalizar com uma boa legenda. Lembre-se de pensar na estética e na harmonização antes de postar suas fotos, assim você valoriza mais seu produto ou serviço. Uma opção é intercalar fotos de pessoas, com fotos de objetos e paisagens, assim fica mais natural, sem perder a característica de um perfil comercial.

Agora, uma dica primordial para o sucesso da sua rede: você não precisa anunciar sua marca em todos os posts! Afinal, quem te segue já sabe o que você vende. Leve ao seu público, **conteúdo de qualidade**, fortaleça sua marca, explore outras coisas que fazem parte do universo que você está vendendo. Você pode dar dicas, indicar filmes, séries e livros sobre o assunto. Dessa forma, você acaba se tornando referência no assunto e as pessoas vão acabar acessando o seu perfil para saber qual a próxima novidade relacionada ao seu negócio.

Outro ponto importante: não se aventure na criação de logo ou layouts elaborados, afinal você não é um profissional de propaganda. No lugar da criação de uma propaganda “caseira” opte por uma boa foto e um texto bacana.

É importante frisar que **não queremos limitar você**, apenas queremos que saiba que quando se trata de propaganda não é somente um layout bonitinho que vai surtir efeito. E se não souber dosar, sua rede pode ficar inadequada para seu serviço.

Vamos aos stories!



Essa é uma das principais ferramentas do Instagram, e você pode utilizá-la para humanizar seu processo de trabalho, fazendo com que você fique mais próximo de seu cliente.

Grave a rotina da sua empresa, mostre seus funcionários, momentos em equipe, o estoque ou como funciona o dia a dia, faça com que seu público entenda que por trás da marca existem pessoas normais, com sentimentos, angústias e alegrias.

Meu público não está no Instagram, o que eu faço?



Bom, apesar de muitas pessoas pensarem o contrário, o **Facebook** não morreu e ainda é uma ótima opção para divulgar produtos e serviços.

Nessa plataforma, você tem a opção de criar uma página para sua empresa, preenchendo com todas as informações essenciais, como: horário de funcionamento, endereço e contato. É na página da sua marca que você poderá divulgar seus conteúdos, produtos e serviços.

Falando em conteúdo...

Uma boa ideia para o Facebook é abusar dos vídeos, afinal eles estão dominando o cenário digital. Por isso, pense sempre em produzir vídeos, por mais simples que sejam: o importante é focar na entrega de um conteúdo de qualidade! As pessoas buscam conexão e aproximação, e esse tipo de recurso visual tem prendido a atenção na internet.

Existem outras redes sociais que podem auxiliar você a divulgar sua marca de forma gratuita em tempos de pandemia. Claro, que a **escolha da rede deve estar alinhada ao seu público-alvo**.



O Pinterest, por exemplo, é uma rede só para fotos e vídeos, sem grandes legendas ou explicações. A intenção de usar essa plataforma é deixar que a imagem se venda por si só e acredite na gente: dá certo! O Pinterest é uma grande vitrine para os seus produtos ou para expor o seu conhecimento sobre o serviço oferecido! Se você trabalha com venda de roupas, por exemplo, além de encontrar inúmeras referências de fotos legais para fazer para a sua loja, é possível compartilhar as fotos produzidas por você.



O Twitter é outra plataforma que também ganha destaque, uma rede rápida e dinâmica de informação. Grande parte do público é jovem, então se este for o seu alvo: atacar! Brinque com memes, gifs e posts mais descontraídos, mas atenção: se esse não for o perfil da sua empresa, vale repensar um pouco se deve criar um perfil ou não.



Também temos a rede social dos negócios, o LinkedIn! Repleta de empresários, contratantes, contratados, empresas, autônomos... Todo mundo está lá. E aí que está o pulo do gato: surpreenda! Se as pessoas estão na rede buscando conteúdos densos e coisas empresariais, receber uma divulgação de produto ou serviço vai acabar chamando atenção.

Vale reforçar: não se engane, **o sucesso nas redes não vem da noite para o dia!** Exige esforço, dedicação e cuidado. Costumamos pensar que o seu negócio é como uma árvore, exige muita atenção até que finalmente floresça e dê frutos!

Bom, sobre as redes encerramos por aqui, ressaltando: **quem não é visto não é lembrado!** Aproveite os recursos gratuitos de cada rede, peça para os amigos darem aquela força no engajamento (*alô, capítulo 1!*) e capriche.

Capítulo 3

TEM CAFÉ?

TEM CAFÉ?



Se você possui um ponto de venda ou um local para atendimento, deve prestar muita atenção nesse capítulo!

O seu espaço comercial segue todas normas e orientações dos órgãos competentes da sua região? A iluminação é adequada? Seus produtos estão dispostos de forma correta? Essas são algumas das coisas que temos que nos preocupar na hora de convidar as pessoas para conhecer o espaço, principalmente em tempos de crise.

No seu espaço, para a pessoa realizar uma boa compra é necessário que um vendedor acompanhe o cliente? Ou é possível que a pessoa entre, escolha e realize a compra sozinha? Isso deve ser pensado na hora de planejar a disposição dos produtos pela loja, por exemplo. Caso a proposta seja o cliente fazer tudo sozinho, os preços devem estar visíveis, tudo deve estar organizado por categorias e sem grandes dificuldades.

É extremamente importante garantir que as pessoas que vão trabalhar no seu estabelecimento estejam dispostas a fazer um atendimento adequado, tirando todas as eventuais dúvidas dos seus clientes. Afinal, sabe-se que a maioria das pessoas quando tem uma má experiência com atendimento, não retorna à loja.

Se você oferece um serviço/produto mais selecionado e possui um atendimento diferenciado, é importante pensar em como fazer o cliente se sentir importante durante o tempo que passar no seu estabelecimento.

Que tal servir um cafezinho com biscoitos, água, suco? Vale lembrar que não há limites para criar uma experiência com seu cliente, por exemplo, no mercado da moda é muito comum servir champagne, já no meio jurídico servir um whisky também pode ser uma boa prática. Isso tudo contribui para que seu público tenha uma excelente experiência e lembre da sua marca com afetividade.

Outro ponto importante: se no seu serviço é necessário ter uma sala de espera, capriche nos móveis, com poltronas ou cadeiras confortáveis, coloque um som ambiente, revistas e jornais, um café ou água. Lembre-se que as pessoas vão ao banheiro e ele precisa estar sempre limpo, com papel e sabonete.

E um fator muito importante: em tempos de preocupação com coronavírus, tenha sempre disponível álcool gel, oriente seus funcionários e clientes quanto o uso de máscaras e mantenha o ambiente arejado. Se necessário, limite a entrada de clientes.

Prepare tudo com muito carinho e atenção e colha resultados positivos.

Capítulo 4

TOC. TOC. QUEM É?

TOC. TOC. QUEM É?

Atenção para uma pergunta importante: você sabe quem é o seu público?

Esperamos que a resposta para essa pergunta seja sim! Mas tudo bem, se não for, basta você focar neste capítulo antes de colocar os anteriores em prática. **Conhecer seu público é uma das coisas mais importantes para o seu negócio.** É esse conhecimento que pode definir se seu negócio vai ou não dar certo! Afinal, como podemos divulgar alguma coisa se não sabemos para quem é?

Na hora de convidar os seus amigos para viverem a experiência que você proporciona, por exemplo. Você sabe exatamente quem convidar, quem se identifica com o seu produto/serviço?

Vamos falar de novo sobre a divulgação. Seus potenciais clientes são jovens? Usam qual rede social? Gostam de vídeos? Aceitam bem uma linguagem informal e descontraída? É imprescindível ter todas essas respostas, porque é a partir delas que você pode identificar qual a melhor estratégia para ajudar sua marca a crescer.

Você precisa saber do que seu público gosta para identificar se seu ponto de venda/escritório está adequado, se deve ser mais sério ou jovial, por exemplo. O mesmo vale para como você entrega seu produto, como seus funcionários devem se vestir, o modo como irá se comunicar nas redes sociais, etc.

Tudo isso, todos os detalhes devem ser estudados e pensados com muito cuidado. Dessa forma o seu conteúdo será entregue para um público que quer recebê-lo e que poderá ser convertido em vendas!

Capítulo 5

AME-SE E SEJA AMADO

AME-SE E SEJA AMADO

Qual o sentimento que a sua marca desperta nas pessoas?

Você alguma vez já se perguntou isso? Identificação, amor, carinho, alegria, tristeza, raiva? São tantos fatores que contribuem para o sentimento que seu cliente tem por sua empresa, por isso queremos fazer com que você pense bem em todos os detalhes.

Com certeza existe alguma marca que você ama, respeita, acompanha e indica! O que faz você gostar tanto dela assim? Encontre essa resposta e replique no seu negócio de forma personalizada, pensando no seu público-alvo!

Parece difícil, mas não é, basta perceber quais as necessidades que essas pessoas têm e ser a solução para elas!

Seja um serviço de saúde, entretenimento, moda... As pessoas estão em busca de experiências e adoram sentir que fazem parte de alguma coisa. Faça elas se sentirem assim!

Ame a sua marca, seja o reflexo daquilo que você deseja.

Capítulo 6

OS MEIOS JUSTIFICAM O FIM

OS MEIOS JUSTIFICAM O FIM

Esperamos ter feito você refletir sobre vários fatores da sua empresa!

Pequenas atitudes e decisões, tomadas de forma consciente, podem garantir que sua marca saia da crise sem grandes prejuízos. É importante que você **não deixe de divulgar seu negócio** por não ter como investir nessa área, faça você mesmo de forma consciente e seguindo as dicas.

As pessoas só vão saber que ele existe se virem coisas sobre ele. Só vão indicar se tiverem boas experiências. No final das contas, o que vale é o que chega ao público, então se atenha a isso!

E, se precisar de ajuda. Entre em contato conosco e vamos conversar a respeito!

Que tal indicar esse material para os seus amigos empreendedores? Não esqueça de acompanhar nossas redes sociais!

MATERIAL BÔNUS



9 PASSOS PARA DIVULGAR SEU NEGÓCIO SEM CONTRATAR UMA AGÊNCIA DE PUBLICIDADE

9 PASSOS PARA DIVULGAR SEU NEGÓCIO SEM CONTRATAR UMA AGÊNCIA DE PUBLICIDADE

- 1** Desenvolva um nome para o seu negócio: lembre-se de ser claro, fácil de escrever e falar e que ninguém tenha escolhido esse nome antes;
- 2** Defina uma escala de cores: use cores que façam ligação com o seu ramo de atuação;
- 3** Adote um elemento, desenho, forma ou figura: sua marca pode ser reconhecida por alguma imagem que não é necessariamente a escrita;
- 4** Crie seus perfis na redes sociais: escolha a rede que tenha mais identificação com seus consumidores;

- 5** Esteja presente no Google: faça seu perfil no Google Meu Negócio e preencha todos os dados, validando sua empresa. Em caso de estabelecimentos comerciais, pode ser interessante dar uma olhada no *TRIPADVISOR* também;
- 6** Comunique sua primeira rede de contatos: seus amigos tem que saber o que você está oferecendo, use o WhatsApp que é gratuito para mostrar um pouco do seu produto ou serviço - mas não seja abusivo!;
- 7** Construa uma relação com seu cliente: parabenize em datas comemorativas, promova coquetéis, participe de networkings, por exemplo;
- 8** Crie uma promoção: mostre ao seu cliente que a negociação é vantajosa.
- 9** Cuide muito bem das críticas: saiba lidar e responder com maestria qualquer comentário negativo que apareça, seja gentil e tente resolver o problema, sempre.

MATERIAL PRODUZIDO POR

REGISPUBLIC

PROPAGANDA

ACOMPANHE NOSSAS
REDES SOCIAIS

 [INSTAGRAM](#)

 [FACEBOOK](#)

 [SITE](#)

 [WHATSAPP](#)

NÃO REPRODUZIR SEM AUTORIZAÇÃO