

POR QUE DEVO TER UM SITE?



MYDIA PLAY

A SUA AGÊNCIA DE MARKETING DIGITAL

INTRODUÇÃO:

Em um mundo de redes sociais, cada vez mais empresas estão questionando por que ter um site. Essa, porém, não é a única objeção. Desculpas como:

“Meu negócio é local, então por que ter um site se não vendo pela internet?”, “Eu já tenho uma página no Facebook, para que ter um site?”, dentre outros, são muito comuns. Você com certeza já se perguntou por que sua empresa precisa de um site próprio. Vamos te mostrar alguns benefícios que um site pode trazer, da exposição da marca ao aumento de vendas.

“Meu negócio é local, então por que ter um site se não vendo pela internet?”

É justo dizer que as vendas são uma das oportunidades que sua empresa obtém ao ter um site. Da mesma forma, é incorreto dizer que o site é apenas para esse fim. Se isso fosse verdade, todos os sites teriam o objetivo de comercializar produtos ou serviços. No entanto, sabemos que este não é o caso. Se sua empresa for local, como um escritório de advocacia, estúdio de arquitetura ou restaurante italiano, você pode usar seu site para atrair novos clientes e envolver seu público.

A busca do Google é muito utilizada por usuários que buscam soluções e serviços para seus problemas. Assim, quando alguém busca por "advogado trabalhista em São Paulo", "arquitetos em Florianópolis" ou "restaurante italiano em Porto Alegre", um site personalizado daria mais poder aos bots de busca.

Outro fator muito importante: um site transmite uma imagem muito mais profissional ao usuário do que um simples resultado com endereço e telefone. Nesse caso, o site pode funcionar como o primeiro canal de contato entre sua empresa e seu público. E uma boa primeira impressão é essencial para converter efetivamente esse visitante em um cliente no futuro.

“Minha empresa é pequena, por que preciso de um site?”

Exatamente com essa finalidade. Ter um site é um passo essencial para iniciar uma estratégia de inbound marketing que funciona muito bem para dar impulso inicial a microempresas e startups.

Enquanto o marketing tradicional precisa de um alto investimento no início, o marketing digital permite um investimento menor e um melhor retorno desse investimento (ROI), pois é fácil analisar o resultado de todas as ações realizadas.

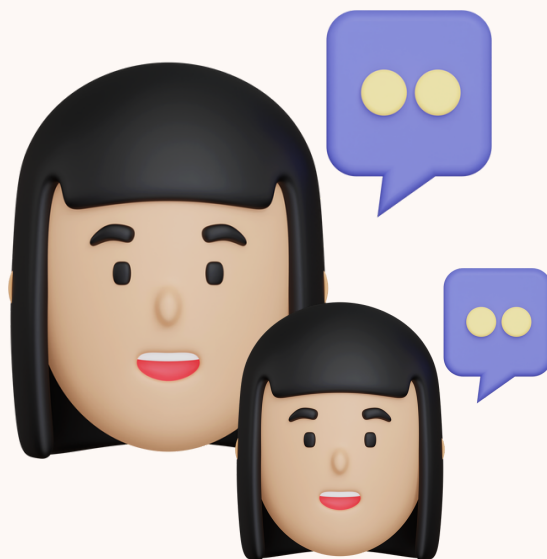
O Inbound Marketing é uma forma interessante e um diferencial de entrar no mercado com sua empresa, pois fica difícil competir com empresas grandes e já consolidadas que utilizam as mesmas táticas de marketing.



“Eu já tenho uma página no Facebook, para que ter um site?”

Uma página no Facebook é outro item importante, assim como um site. Portanto, um canal não substitui o outro. Porém, sem um site com domínio próprio, é absolutamente ineficaz a realização de campanhas de e-mail marketing, consideradas pela Results Digitalis como a forma mais eficaz de se relacionar com clientes e gerar Leads.

Afinal, para onde você vai direcionar seus clientes em potencial, para seu site ou página de mídia social? Usando uma analogia, onde você gostaria de encontrar seus clientes para fechar essas vendas importantes? Em sua própria loja ou em uma grande feira livre onde muitos concorrentes estão tentando chamar a atenção - e até mesmo pagam por isso? Aqui na empresa, enxergamos as mídias sociais como excelentes canais de geração de tráfego e de engajamento. Ou seja, utilizamos como um acréscimo à nossa estratégia de Marketing Digital, mas não como o principal canal.



Por que uma empresa precisa ter um site?

Ajuda a ser encontrado:

Sua empresa pode ser excelente, ter o melhor atendimento do mercado e oferecer produtos da mais alta qualidade. Mas de que adianta isso se as pessoas não conseguem encontrar o que você está fazendo?

Ter um site é a maneira mais fácil de se encontrar na internet hoje. O principal mecanismo de pesquisa que uma pessoa usa quando está interessada em qualquer assunto é o Google. E se essa pessoa tem curiosidade sobre o seu nicho ou o seu negócio, não é diferente.

Se a busca for sobre a sua empresa, é importante que você tenha um site bom e otimizado para que o primeiro resultado da busca seja com um link para o seu site. Agora, se a busca é sobre um problema que seu cliente está enfrentando, é importante que você tenha um bom conteúdo e um bom blog para manter sua empresa à frente da concorrência.

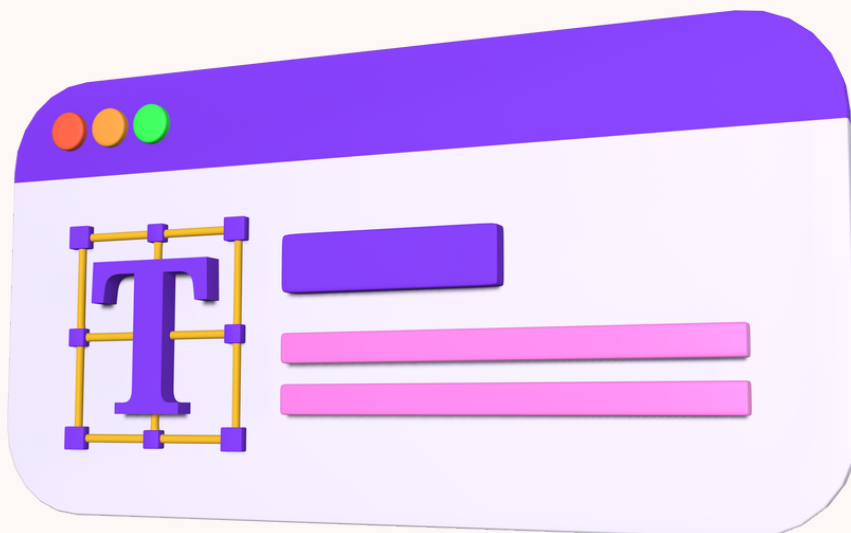


Ganhe autoridade no mercado:

Se você conhece duas soluções para o seu problema e apenas uma tem site, em quem você confiaria mais? Em uma página com seu próprio domínio ou em uma página de fãs no Facebook?

Não queremos descartar as mídias sociais - como mencionamos acima, elas desempenham um papel fundamental em uma estratégia de marketing digital. O ponto aqui é que um site é muito mais personalizável e profissional do que um perfil social.

Com a web, sua empresa tem muito mais formas de divulgar seu produto. Além disso, ao criar conteúdo, você pode provar para a sua persona que entende do assunto e que tem capacidade técnica para ser a solução para os problemas que ela enfrenta. É uma diferença muito poderosa neste processo de tomada de decisão.



Expandir os negócios:

Qual é o objetivo do seu negócio? Você planeja expandi-lo? Uma das missões do Alojamento Digital é ajudar as empresas a alcançar um crescimento previsível e escalável através do Inbound Marketing.

Para isso, utilizamos uma metodologia comprovada que, com o auxílio do software RD Station, auxilia diariamente milhares de clientes nesta escalada de sucesso. Porém, nada disso seria possível se essas empresas não tivessem um site com domínio próprio.

Para obter mais clientes, você precisa de mais leads. E para obter mais leads, você precisa de mais visitantes. E se você deseja obter mais visitantes, precisa deste site para recebê-los.

Um site costuma ser o primeiro canal de contato entre sua empresa e um cliente em potencial. O Inbound Marketing permite que esses clientes venham até você, em vez de você ir até eles. A longo prazo, este é um processo muito benéfico.



Relacione-se com seu público:

A forma de consumo mudou desde que a Internet passou a estar presente em cada minuto do nosso dia a dia. E já faz um tempo, não é? A busca por produtos e serviços online já é um hábito consolidado dos consumidores.

Assim, esse consumidor deixa de ter um papel meramente reativo ao marketing e à publicidade. É perfeitamente normal que eles pesquisem sua marca ou seu problema online antes de tomar uma decisão de compra. E é aqui que entra o site da sua empresa.



Relacione-se com seu público:

Existem muitas maneiras de manter um relacionamento com o público do seu site. E todos eles funcionam muito bem:

- Publicar postagens de blog ou material rico sobre problemas enfrentados por seu público;
- Responder aos comentários das pessoas nas postagens do blog;
- Crie uma central de relacionamento com respostas para as perguntas mais frequentes; gravação e fornecimento de treinamento on-line para clientes;
- Bate-papo em tempo real para atender os clientes.

Listamos apenas 5, mas existem muito mais opções. Aqui é importante saber que seu site é como seu escritório virtual, então todo visitante deve ser tratado como se estivesse visitando sua empresa.



Venda:

De acordo com as boas práticas do Inbound Marketing, depois de atrair, converter e conectar, é hora de vender.

E qual é o papel do seu site nesta etapa? Em termos de vendas, seu site pode ser útil tanto para vendas consultivas, como no DR, quanto para vendas de autoatendimento, como no comércio eletrônico.



Venda:

Se sua venda for consultiva, o site auxilia o vendedor no fechamento com o cliente. É fundamental que você tenha uma área com soluções e preços para seus produtos.

Se sua venda for de autoatendimento, um site ajudará você a expandir seus negócios, permitindo que os clientes comprem onde e quando mais gostarem. Não importa se é Páscoa ou 4 da manhã. A internet nunca desliga. Isso significa que você não precisa se limitar ao horário de trabalho com a loja online.



E aí, entendeu por que sua empresa precisa ter um site?

Retomando, ter um site próprio é parte basilar para uma estratégia de Marketing Digital com foco em resultados. É o canal que vai passar toda a credibilidade necessária para sua base e auxiliar em diversos fatores, como ser encontrado, ganhar autoridade no mercado, expandir o negócio, vender seus produtos ou se relacionar com a audiência.



E aí, entendeu por que sua empresa precisa ter um site?

Agora, se sua empresa já possui um site, tenha em mente que o caminho está sendo trilhado, mas de maneira alguma você deve ficar parado no tempo e pensar que tudo está resolvido. Os próximos passos após ter um site são as otimizações de conversão, as otimizações para SEO, as atualizações no design, o planejamento de conteúdo, as adequações no layout para dispositivos móveis, etc.

Esperamos que esse ebook tenha elucidado algumas dúvidas a respeito da importância de um site para o seu negócio. Caso você queira acrescentar algo ao debate, sinta-se à vontade para entrar em contato conosco ou compartilhar esse material com seus amigos e clientes que ainda possuem objeções para criar um site com um domínio próprio.



MYDIA PLAY

A SUA AGÊNCIA DE MARKETING DIGITAL