

GO2U

CONNECTION

MARKETING

Inovação do mercado
e tendências do agora

Afinal, qual a finalidade do marketing?

Comunicar e promover as características únicas e valiosas de uma marca, produto ou serviço, atingindo assim seu público-alvo e gerando nele **desejo, paixão e necessidade**.

A missão do marketing digital é **aumentar** a visibilidade da marca, **atrair** clientes e **impulsionar** os resultados de negócios

"Não venda produtos ou serviços, venda experiências e soluções."

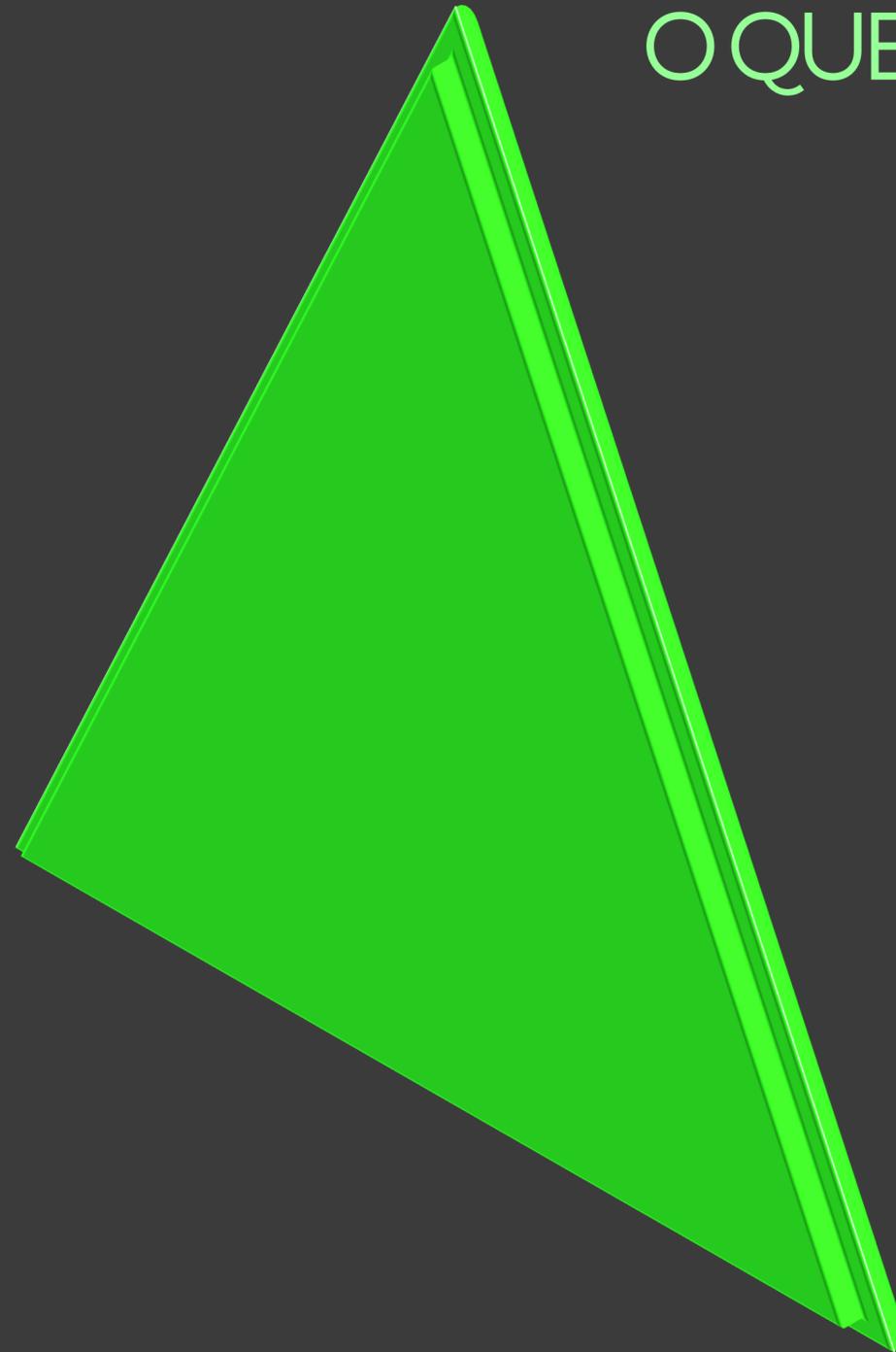
*Leonardo Inghilleri,
CEO ICG Global*

O triângulo do marketing

PÚBLICO-ALVO
QUEM?

ESTRATÉGIA
O QUE?

CONTEÚDO
COMO?





O futuro é agora.

3 tendências do marketing para
começar hoje e não perder o bondinho...

1 Inteligência artificial _

- ➔ Mais de 200 IA's criadas nos últimos 15 dias
- ➔ ChatGPT, Google Bard e centenas de IA's dominam o mercado hoje
- ➔ Textos, imagens, edições audiobooks, ebooks, projetos, apresentações, notas automáticas, análises financeiras e até montar uma startup e centenas de outras coisas **em segundos**



E o que a
Inteligência
Artificial (IA)
pode fazer
pela minha
clínica?

A Inteligência Artificial veio para ajudar e facilitar

Como o corretor ortográfico, Alexa, Siri do iPhone,
algoritmo das redes sociais, reconhecimento facial,
biometria e centenas de outras facilidades

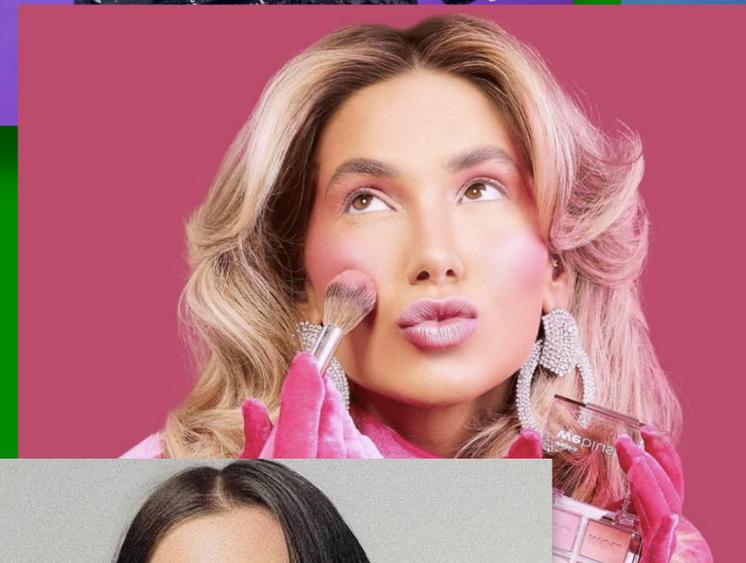


Ela não é um perigo.

Adaptar, aprender, usar e abusar:
essa é a nossa missão agora.

2 Marketing de influência

- 76% das pessoas compram porque os influenciadores recomendam
- 69% das lembranças de anúncios vem de publicidades feitas por influencers, contra 36% dos anúncios tradicionais feitos pela própria empresa



“Mas eu não tenho R\$ 1 milhão para contratar o fulano para fazer um vídeo pra mim...”

Calma, vamos aos dados e você se surpreenderá.

- ➔ Segundo o HypeAuditor, nano influenciadores com menos de 5.000 seguidores têm as maiores taxas de engajamento (5%)
- ➔ Quase metade (47,3%) dos influenciadores são micro influenciadores com 5.000 a 20.000 seguidores.
- ➔ A maioria (77%) dos profissionais de marketing diz que os micro influenciadores estão no topo de sua lista de parceiros ideais.

Como escolher um digital influencer para a minha unidade?

- ➔ Escolha alguém com influência positiva na cidade ou região. **Evite pessoas polêmicas.** Sempre peça o **media kit do influencer** para entender o público deste influencer e dados de engajamento.
- ➔ Faça sempre um **contrato do serviço com datas iniciais e finais e quais serão as entregas do influencer** – quantas fotos, vídeos, stories. É uma negociação. Se previna juridicamente.
- ➔ O influencer **não** pode “vender” ou mostrar **procedimentos no consultório.** Isso é proibido pelo CRO. **Promover é sempre a palavra.**
- ➔ Procure um influencer que **tenha fit com a GOU e sua unidade.** Não vai funcionar contratar um influencer de 20 anos para falar sobre prótese.

Passo a passo para uma estratégia com influenciador



1. Defina objetivos claros – o que queremos?
2. Defina seu público-alvo (target) – quem eu quero alcançar?
3. Defina seu orçamento – quanto posso investir?
4. Mapeie as conversas do seu target – o que está em alta?
5. Parta para criação – qual a estratégia completa?
6. Mapeie e estude os influenciadores – tem *fit* com a marca?
7. Defina e contrate os influenciadores – faça o contrato, hein!
8. Repasse o briefing – o famoso “resumo” da estratégia
9. Comece a produção – coloque prazos e datas
10. Publique – em parceria com o influenciador
11. Amplifique e otimize – Campanhas pagas
12. Mensure e analise – não é só engajamento, queremos vendas!
13. Retroalimente – compare, ajuste e faça novamente!

3

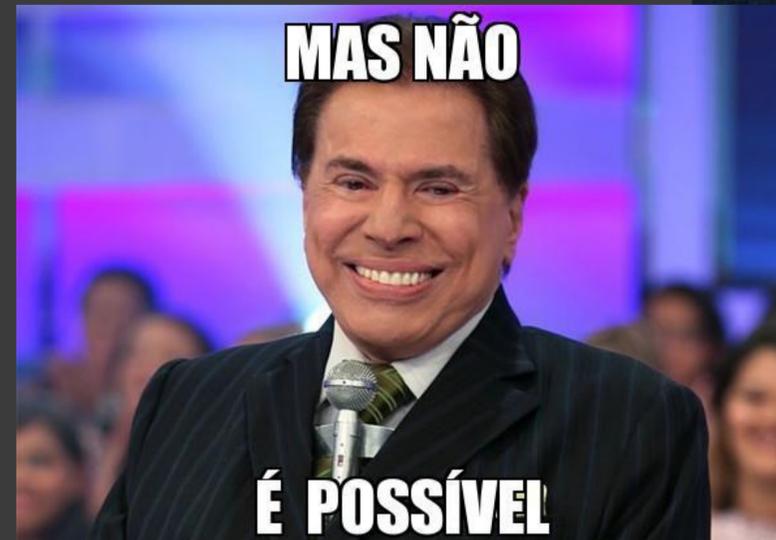
Vídeos curtos e nada de texto_

- Nessa tendência, o desafio é produzir conteúdos de qualidade, relevantes e atrativos
- De acordo com o estudo *Visual Networking Index*, da Cisco, até 2022, 82% de todo o tráfego da internet seria gerado por vídeos curtos
- Vídeos curtos têm uma taxa de conclusão 4 vezes maior do que os vídeos mais longos, segundo Meta
- Reels, TikTok, Youtube Shorts, Status do WhatsApp

4 motivos para comprovar a eficácia dos vídeos curtos

- 1 Captura rápida da atenção
- 2 Compartilhamento fácil
- 3 Engajamento elevado
- 4 Aumento da visibilidade da marca

“Então eu preciso fazer dancinha do TikTok para aumentar as vendas na minha clínica?”



NÃO! (ufa...)

Lembre-se do triângulo do marketing.
As dancinhas e as famosas *trends* não
são para todos os públicos

Existem **milhares de formas** de cativar,
despertar e conquistar seu público

Tenha um objetivo, conheça seu
público e produza vídeos criativos
e de boa qualidade técnica

Últimas dicas do carinho do marketing

- ➔ Para gravar vídeos bons não precisa do melhor celular. Basta um ambiente silencioso, boa iluminação e UMA CAMERA LIMPA (por favor rsrs!)
- ➔ Não subestime o poder do marketing tradicional. O boca a boca, as promoções internas, ações de rua e outdoors ainda são extremamente eficazes
- ➔ Planejamento é tudo. Conteúdo para redes sociais não é bicho de sete cabeças. É só planejar o cronograma dentro da sua realidade e do tempo disponível
- ➔ Postar todo dia qualquer coisa é bem pior do que não postar. Poste conteúdos ricos, cativantes, bem feitos. Se coloque no lugar do cliente: eu me interessaria por esse conteúdo?

The image features the letters 'GOU' in a large, 3D, lime-green font. The letters have a metallic sheen and are set against a dark background with faint, glowing white circuit lines. The 'G' is a bold, blocky letter, the 'O' is a simple circle, and the 'U' is a simple U-shape. The overall aesthetic is futuristic and technological.

GOU

CONNECTION