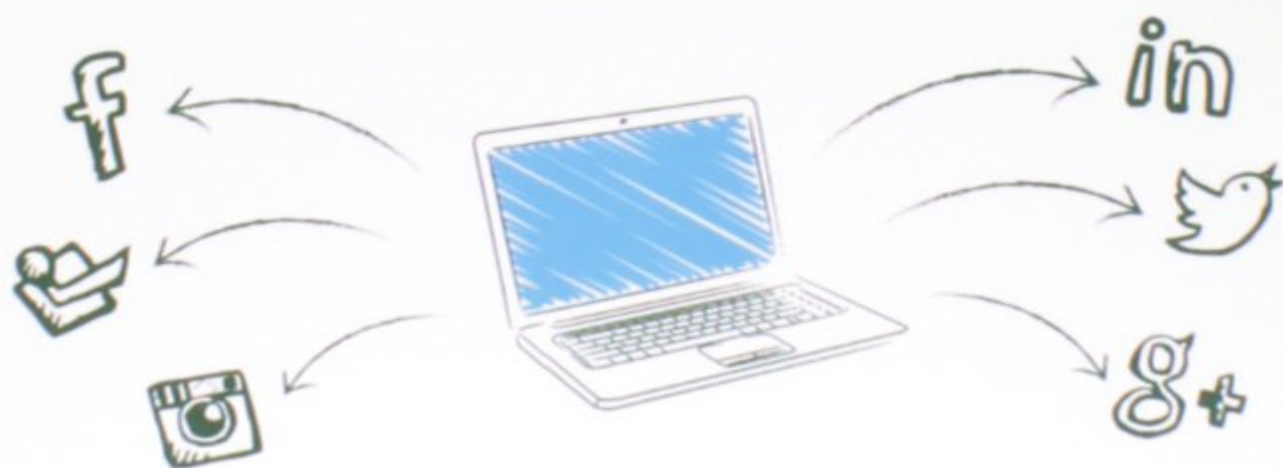


— DIAGRAMA DE SOLUÇÕES DIGITAIS —

PLANEJAMENTO DE MARKETING DIGITAL

COMO POSICIONAR SUA EMPRESA EM MÍDIAS SOCIAIS,
BLOGS, APLICATIVOS MÓVEIS E SITES



Resumo de Planejamento de Marketing Digital. Como Posicionar Sua Empresa em Mídias Sociais, Blogs, Aplicativos Móveis e Sites

“Como diz o velho ditado, uma imagem vale mais que mil palavras! Com o ritmo que as pessoas hoje digerem as informações, nada melhor que investir no dinamismo de infográficos e recursos visuais para atrair a atenção dos leitores do século XXI.

O Diagrama de Soluções Digitais proposto pelo livro torna a compreensão do planejamento, das ações e dos resultados em marketing digital muito mais leve e assimilável para qualquer cliente.” – Adriana Melo, designer pela Esdi/Uerj, diretora executiva da Artecomm e editora da Revista Wide “Um dos grandes desafios do planejamento estratégico de marketing digital é integrar, de maneira sistêmica, comunicação, gestão e tecnologia.

Neste cenário complexo, em que Social Computing e Mobilidade são palavras-chave, o Diagrama de Soluções Digitais (DSD) é um excelente ponto de partida para esta tarefa.” – Fábio Flatschart, autor da Brasport e professor do curso de MBA em Marketing Digital da Fundação Getúlio Vargas (FGV) “O planejamento de marketing requer organização, visão de longo prazo, imaginação e um olhar mais amplo e flexível, em uma era em que tudo muda muito rapidamente.

Este livro ajuda justamente nesse ponto: facilita a etapa mais demorada, trabalhosa e crucial para o sucesso de ações digitais, ao propor técnicas de design thinking para reunir, em um só diagrama de fácil compreensão, todo o conjunto de itens a serem considerados.

Uma ferramenta muito útil para enxergar o todo e seguir pelo melhor caminho.” – Mariela Castro, consultora e palestrante em comunicação digital, autora do blog Mídias Sociais em Exame.com “Peter Drucker dizia que não conseguimos gerenciar aquilo que não conseguimos medir.

Eu acredito que não conseguimos medir aquilo que não planejamos. Na era digital em que vivemos, a complexidade e a quantidade da informação crescem drástica e constantemente e, nesse cenário, saber o que e como medir para extrair inteligência e poder gerenciar torna-se ainda mais essencial.

O único modo de fazermos isso é planejando e, por isso, este livro é tão importante.” – Martha Gabriel, autora e palestrante premiada, com quatro participações em TEDx, 35ª professora especialista em tecnologia (Online Universities) e uma das 50 blogueiras mais influentes do mundo (KRED) “Um dos principais gaps do mercado digital nacional (e eu diria o mesmo para todas as áreas em Marketing e Comunicação!) é a falta de planejamento.

Este livro cumpre, portanto, um papel vital para a evolução da área digital do Brasil e é leitura mandatória a todos que são/almejam ser gestores de projetos, equipes e empresas atuantes no turbulento ambiente de marketing no qual vivemos hoje.” – Nino Carvalho, coordenador dos cursos de MBA e Pós-MBA em Marketing Digital da Fundação Getúlio Vargas (FGV) No começo dos anos 2000, as empresas se perguntavam se deveriam ou não possuir um site.

Hoje, não manter uma página virtual é incogitável. Esse mesmo processo está se repetindo com as redes sociais. Na era digital, o papel mercadológico das grandes redes esbarra em graves defeitos de planejamento, e os profissionais acabam por fazer opções com pouco ou nenhum critério.

Em função disso, deixam passar o que as pessoas comentam sobre suas marcas através da internet e não investem em qualquer forma de controle verdadeiramente efetivo sobre o resultado de suas iniciativas.

Até o momento, estima-se que 92% das organizações que produzem conteúdo aumentam o número de clientes adquiridos, por dia, a partir de seus blogs. As companhias business-to-business (B2B) que se utilizam de redes sociais geram 67% mais leads que aquelas que não o fazem.

Os canais sociais da web estão se tornando decisivos para os negócios, e a tendência é que deixem de ser simples ferramentas e passem a ser parte indissociável de sua composição.

Para auxiliar estudantes, professores, profissionais, gestores e empreendedores a escolher os canais em que devem atuar, este livro traz o Diagrama de Soluções Digitais (DSD). O DSD é o resumo de um sistema prático e eficaz para organizar estudos e atuação no mercado de canais sociais.

A partir de um breve estudo sobre o papel das mídias digitais no desenvolvimento das instituições, o livro introduz e detalha todos os elementos que compõem o Diagrama, incluindo estudos de caso e métricas para definição de metas.

Partindo de exemplos, dados, ilustrações e estudos de caso, o livro Planejamento de Marketing Digital apresenta um projeto completo e definitivo de atuação nas redes sociais. - Planeje suas ações de marketing digital.

- Alinhe as ações digitais desenvolvidas com a estratégia de marketing adotada em seu planejamento. - Destaque os canais mais importantes, de acordo com os seus objetivos. - Torne objetiva a distribuição da sua carga de esforço.

- Defina métricas para acompanhamento. - Estipule as metas que você pretende atingir. Visite o site e tenha acesso à Planilha de Priorização de Canais, ao Checklist e aos itens de composição do DSD para download, além de infográficos sobre marketing digital e mais informações sobre o livro.

Você também pode divulgar o seu case e ter acesso ao DSD de outros leitores.

[Acesse aqui a versão completa deste livro](#)