



10 Pontos a Avaliar Antes de Contratar uma Agência de Marketing

SUMÁRIO

SUMÁRIO – O que você vai encontrar por aqui?

Introdução

- 04. Por que investir no Marketing Digital?
- 06. O que faz uma Agência de Marketing Digital?
- 07. Como encontrar a agência certa?

10 pontos a avaliar antes da contratação de uma agência de Marketing Digital

- 09. Defina o que você precisa
- 11. Busque por referências de agência no mercado
- 13. Analise o tempo de resposta
- 15. Avalie o custo-benefício
- 17. Busque pelos diferenciais que a empresa oferece
- 19. Analise a qualidade dos canais de comunicação da Agência
- 21. Fique atento a experiência profissional da equipe
- 23. Analise a experiência em Gestão de Negócios
- 24. O método de trabalho deve ser claro
- 25. Empatia

Conclusão

- 28. Conheça o trabalho da Conteúdo Conecta!
- 29. Sobre o autor

INTRODUÇÃO

A contratação de uma Agência de Marketing Digital é um passo muito importante para o estabelecimento da sua marca na internet.

O trabalho realizado por essa empresa será responsável pela imagem, comunicação, captação de leads e fidelização de seus clientes.

Na hora de averiguar qual agência oferece as melhores condições para o seu negócio e segmento de atuação, muitas dúvidas podem surgir. São diversos fatores importantes que precisam ser levados em consideração para uma contratação assertiva.

Para que uma empresa inspire confiança e profissionalismo, é necessário, primeiramente, que comprove ampla experiência no mercado e apresente um portfólio com cases de sucesso comprovados. Mas, esses não são os únicos pontos a serem considerados na hora da escolha.

Esse ebook foi pensado para tirar todas as suas dúvidas sobre o que uma Agência de Marketing Digital deve oferecer para convencê-lo a firmar uma parceria. São 10 pontos explicados de forma clara e objetiva para que você termine essa leitura sabendo exatamente como agir.

Cada um dos 10 pontos conta ainda com orientações de como analisar a agência que você deseja contratar, de forma simples e prática, mesmo para quem não domina o assunto Marketing Digital.

Se sua empresa precisa de um trabalho de marketing que melhore o posicionamento na internet, construa autoridade no segmento de atuação, atraia novos clientes e torne a sua marca reconhecida, seja um pequeno negócio ou uma empresa já consolidada, as informações constantes neste material solucionarão as suas dúvidas e mostrarão o melhor caminho a seguir.

Boa leitura!

Por que investir no Marketing Digital?

Diversas pesquisas, incluindo um estudo realizado pela Revista Exame, apontam que 95% das empresas reconhecem que suas estratégias de marketing digital precisam melhorar.

Em questões de mercado, especialmente com as mudanças trazidas pela Pandemia do COVID-19, a digitalização passou a ser vista como necessidade urgente para as empresas de todos os setores.

O estudo “Covid-19 e o futuro dos negócios”, realizado pela IBM, pesquisou mais de 3.800 executivos C-Level em vinte países e concluiu que seis em cada dez empresas aceleraram projetos de digitalização nesse período. E ainda que, mais da metade (51%) dos executivos vai priorizar projetos desse tipo nos próximos dois anos de atuação.

O mundo não para de evoluir e juntamente com esses avanços, a internet está cada dia mais presente no cotidiano dos consumidores. Ou seja, quem não está online nos dias atuais, está off-line para o mundo.

Marcar presença no mercado digital de forma constante e assertiva é crucial para:

- ganhar visibilidade;
- atrair leads qualificados;
- fidelizar os clientes da empresa;
- ganhar autoridade e reconhecimento no segmento de atuação;
- aumentar as vendas e o faturamento.

É por isso que o trabalho de uma Agência de Marketing Digital, como a Conteúdo Conecta, é tão importante e necessário para a performance e resultados da sua marca.

E se você acha que basta colocar um site na web, criar um perfil no Instagram ou no Facebook que já é suficiente, está muito enganado. O trabalho de Marketing Digital engloba um conjunto elaborado de estratégias para que a sua empresa realmente se destaque diante da ampla concorrência.

Tudo isso parte de um estudo criterioso do seu negócio e do público-alvo. Depois, é traçado um planejamento estratégico que inclui quais ações são mais indicadas para a sua empresa, de forma personalizada.

Portanto, se sua empresa quer vender e, principalmente, se você não quer ficar para trás, então precisa investir em marketing digital.



O que faz uma Agência de Marketing Digital?

Uma Agência é a sua grande parceira na definição de estratégias para crescer no mercado digital, aproveitando as oportunidades desse meio para favorecer a sua empresa.

Ela faz um estudo detalhado do seu negócio, traça um plano e executa as ações, para que você alcance os seus objetivos e metas.

Uma Agência é composta por uma equipe especializada em diversas áreas que são essenciais para alcançar sucesso na internet, como planejamento de conteúdo, redação, marketing estratégico, edição de conteúdos para diferentes formatos, gerenciamento de redes sociais, soluções empresariais, dentre outras áreas.

A Agência vai definir conjuntamente com a empresa o planejamento estratégico, produzir conteúdos, escolher as ferramentas certas, ficar de olho nas tendências e mensurar os resultados atingidos.

Ela vai otimizar o seu site para SEO e fazer com que os motores de busca o encontrem com facilidade, aumentando as taxas de cliques e de conversões.

Vai estudar o seu público-alvo, entender seu comportamento online, suas dores e depois vai usar essas informações para criar conteúdos ricos, relevantes e persuasivos.

Ela vai descobrir também quais são os canais de comunicação preferidos desse público, para conseguir emplacar o formato de conteúdo certo para ele.

“Nossa, mas tudo isso?” Não. Ainda tem mais. Tudo vai depender de cada caso, ou seja, das necessidades de cada negócio.

É por isso que a contratação de uma agência que conta com uma equipe especialista e que tem uma boa experiência no marketing digital, faz toda a diferença.

Mas, aí está o ‘pulo do gato’: Como encontrar a agência que vai entender o propósito da sua marca e deixar isso claro para o cliente?



Como encontrar a agência certa

Como CEO de uma empresa, é fundamental se preparar previamente. Entender a importância do marketing digital para o seu negócio é o primeiro passo.

Após isso, é muito importante reconhecer quais são os pontos a serem avaliados em uma agência que presta esse tipo de serviço.

Acreditar que a aposta no “menor preço” é a solução que você precisa, é um grande engano. São vários fatores a serem analisados para encontrar a Agência que vai te entregar um trabalho efetivo, com estratégias inteligentes e adequadas para o seu nicho de atuação e, principalmente, que mostre resultados.

Além de uma pesquisa cuidadosa sobre os nomes disponíveis na sua região, é muito importante estabelecer critérios de avaliação.

Os 10 pontos elencados a seguir vão te conduzir para a escolha mais adequada para o seu negócio. Então, concentre-se na leitura e anote os pontos que achar necessários para a sua tomada de decisão.

10 pontos a avaliar antes da contratação de uma Agência de Marketing Digital



01

Defina o que você precisa

Antes de começar a busca por uma Agência de Marketing Digital, é preciso ter bem claro quais são as suas necessidades e objetivos com esse trabalho.

Algumas perguntas podem orientar esse planejamento inicial:

Quais são as necessidades que a sua empresa tem neste momento com relação ao Marketing Digital?

Quanto você está disposto a pagar por isso?

Quais serviços a sua equipe interna não tem conhecimento para realizar?

O que o seu plano de negócios prevê em relação ao marketing?

Quais são os seus objetivos de venda para esse ano e como as estratégias de marketing podem impulsionar isso?

Pode ser que você já tenha um trabalho sendo realizado na internet ou pretenda começar isso do zero. Em ambos os casos, o serviço da agência vai te ajudar a solucionar o que você precisa. Mas, é muito importante ser claro e objetivo ao avaliar as suas demandas.

Ter claros os objetivos e necessidades da sua empresa, te permite restringir as buscas para encontrar exatamente o que você precisa, sem necessidade de desperdiçar tempo com negociações que não sejam úteis lá na frente, e gerem apenas desgaste e prejuízos. Seu tempo é o que você tem de mais precioso.

A avaliação do seu Plano de negócios ajuda a focar nos pontos de maior necessidade neste momento, a fim de avaliar as melhores formas de atender as demandas existentes.

Reunir o seu time para uma avaliação do que a equipe interna consegue atender e de quais são aqueles serviços que somente uma agência pode suprir, é interessante para ter uma visão mais clara do que é necessário terceirizar.

Vamos supor que o seu site e redes sociais não tem uma boa frequência de postagens e nem apresentem conteúdo relevante, valoroso e persuasivo. Sua equipe pode até tentar, mas não tem alguém que seja especialista no assunto. Você pode suprir essa deficiência contratando os serviços de uma agência e ainda vai conseguir aproveitar melhor os serviços do seu colaborador em uma função onde ele tenha maior facilidade de atuar.

Conseguiu entender como é importante conhecer a fundo a sua empresa antes de partir para a contratação de uma agência?

Após essa criteriosa análise, você estará pronto para a busca ativa da melhor opção, aquela capaz de oferecer os resultados que você busca, se tornando uma grande parceira da sua empresa.

02

Busque por referências da agência no mercado

Avaliar o histórico, portfólio, clientes atendidos e cases de sucesso da Agência é um dos pontos mais importantes no processo de escolha.

Quando falamos em histórico, não são apenas os anos de experiência que contam. O que precisa ser analisado é a atuação da empresa, como ela é vista no mercado, quais clientes atendeu, se esses clientes falam bem do atendimento realizado, dentre outras qualificações.

Como o Marketing Digital não é uma área antiga, o foco dessa análise é quanto a expertise das suas estratégias e não quanto aos anos dedicados a área. É claro que, uma longa atuação no mercado soma e muito no currículo de uma agência, e isso também pesa na hora da escolha.

Mas, para facilitar a sua vida, vamos traçar alguns pontos fáceis de serem avaliados:

Serviços realizados

Pesquisar pelos serviços já realizados é uma forma examinar a reputação, tendo ainda a possibilidade de perceber a evolução da agência nas campanhas feitas ao longo do tempo;

Certificações e parcerias

Existem certificações que reconhecem o trabalho e a credibilidade das Agências de Marketing Digital. Esses são requisitos importantes a serem avaliados. Alguns exemplos são os certificados da RD Station, Google, HubSpot e Resultados digitais;

Cases de sucesso

As cases são aquelas campanhas de marketing que trouxeram resultado e que a empresa expõe como exemplo do que ela é capaz de fazer. Geralmente, esse material é facilmente encontrado no site da Agência e você pode ir além, visitando também os perfis das empresas atendidas para ver mais de perto o resultado desse trabalho;

Premiações

Também existem premiações de atuação no Marketing Digital. São reconhecimentos dados por organizações do setor que comprovam a credibilidade de uma agência e sua perspicácia para atingir grandes resultados;

Mídia

Você também pode fazer uma pesquisa além das mídias da própria agência, buscando por referências de fora, notícias, momentos em que o trabalho foi citado como exemplo e outras informações relevantes para a sua tomada de decisão.

Se você preferir, pode entrar em contato com os clientes que já foram atendidos pela empresa e perguntar sobre o trabalho realizado. Não sinta vergonha ao fazer isso, pois é uma prática que vai te ajudar a ganhar confiança.

03

Analise o tempo de resposta

O tempo de resposta ou Target Response Time, é o tempo em que o cliente espera pelo atendimento da sua demanda.

De acordo com a empresa americana IBM, pode ser definido como o tempo decorrido entre o fim de uma pergunta ou a procura de alguma solução e o início de uma resposta.

O tempo de resposta é crucial para a satisfação do cliente e tem grande impacto sobre a percepção dele sobre os serviços prestados por uma empresa. E por que ele é tão relevante para a sua tomada de decisão?

Você já passou por alguma dessas situações?

Você mandou um e-mail para uma agência super recomendada, mas já se passou mais de uma semana, e você não recebeu nenhuma resposta;

Entrou nas redes sociais da empresa, tentou tirar suas dúvidas por meio de comentários ou mensagens inbox, e não teve nenhum retorno;

Até para responder uma mensagem via Whatsapp, a equipe da agência demora;

Você solicitou um orçamento para um serviço simples e imediato, mas a empresa está enrolando para enviar;

Esses são sinais que mostram que a empresa não está preocupada com o TEMPO DE RESPOSTA, e isso é um indício muito perigoso. Afinal, quem não se preocupa com um bom atendimento nesse momento inicial, também não vai mostrar a disposição que você espera quando firmar um contrato.

É preciso avaliar cuidadosamente esse quesito antes de estabelecer uma parceria. Podemos afirmar com experiência, que esse é um termômetro preciso de como será o tratamento da agência quando você se tornar um cliente.

Além disso, durante toda a conversa sobre os serviços a serem realizados, atente-se se as suas dúvidas foram esclarecidas, se as suas prioridades foram consideradas, e se o atendimento foi personalizado ou apenas seguiu um padrão / protocolo.

Lembre-se que uma boa agência consegue facilmente transmitir a excelência do seu trabalho por meio da comunicação e envolvimento com leads e clientes.

Se a conversa for informativa, clara, precisa e acolhedora, você tem ótimos sinais de que está no caminho certo para uma boa contratação.

Como avaliar o tempo de resposta?

Se você quer comprovar esse quesito, algumas sugestões irão ajudar: Envie um e-mail solicitando maiores informações sobre um determinado assunto, faça uma pergunta nas redes sociais, entre em contato pelo WhatsApp ou por outras ferramentas de comunicação disponibilizadas pela agência e fique atento ao tempo que ela leva para responder, bem como, para a forma de atendimento.

04

Avalie o custo-benefício

Pode ser que você já tenha pensado que serviços de marketing não são baratos e por conta disso não tenha dado prioridade a eles até então. Acontece que, esse é um tipo de serviço que precisa ser medido não pela economia, mas sim pelo custo-benefício.

De acordo com o Dicionário Financeiro, o custo-benefício é o que define as melhores escolhas feitas por agentes econômicos. Por meio desse conceito, as pessoas ou empresas compram ou realizam aquilo em que os benefícios são maiores do que o custo de comprar ou produzir.

Nesse caso, o custo-benefício é o equilíbrio entre o preço e os serviços realizados pela agência contratada.

Ao contratar uma Agência de Marketing Digital, ela será responsável por auxiliar a sua empresa no atingimento de metas como aumento do faturamento, conquista de autoridade no segmento de atuação, fidelização dos clientes, dentre outras.

Boas Agências não prometem resultados, elas prometem que trabalharão duro e usarão a experiência da equipe para atingi-los! Preste muita atenção neste ponto e entenda bem como será o escopo de trabalho, evitando se iludir com falsas promessas. Lembre-se que no marketing, principalmente no digital, o sucesso não vem antes do trabalho e não existem fórmulas mágicas.

Você pode pensar que internalizar as atividades relacionadas ao marketing pode ser menos oneroso e em alguns casos, realmente pode funcionar. Mas, antes de optar por essa alternativa, é importante colocar prós e contras na balança.

Mesmo que você tenha pessoas na equipe que possam desempenhar essas funções, precisará estruturar um departamento, contratar outros profissionais especialistas em áreas específicas, investir em treinamento e qualificação, dentre outros custos.

Quando você contrata uma agência, esse pacote de especialidades já vem completo com redatores, designers, analistas e outras funções. Além de todos os equipamentos de hardware e software utilizados para desenvolvimento de conteúdos e análises.

Avaliando essas situações, você pode concluir qual alternativa se adequa melhor a realidade do seu negócio, optando por aquela que produz mais benefícios e faz os seus custos terem valido a pena.

Outro ponto muito importante, após a decisão de contratar uma agência, é com relação aos valores do serviço. Preços mais baixos podem parecer mais atrativos, entretanto, eles não garantem a capacidade no atendimento das demandas, muito menos no alcance de resultados.

Fique de olhos: Um valor muito abaixo da média de mercado, pode indicar que a empresa não disponha de profissionais qualificados e com a expertise necessária para fazer o projeto funcionar.

Por outro lado, também é necessária atenção quanto a valores muito altos, pois eles podem estar sendo superfaturados.

O segredo é seguir os 10 passos que te mostramos nesse e-book, avaliando o trabalho realizado pela agência que você almeja contratar e se ela é capaz de atender o que você espera.

Dessa forma, será muito mais fácil colher os benefícios esperados pelo investimento realizado.

Se você conseguir atingir seus objetivos de crescimento na internet, conseqüentemente vai obter maior retorno financeiro, fazendo a parceria valer a pena.

05

Busque pelos diferenciais que a empresa oferece

Já entrou nos sites de agências de marketing digital, mas achou tudo meio “receita de bolo da vovózinha”?

Isso acontece muito hoje em dia. Existem várias agências por aí vendendo fórmulas que prometem resultados grandiosos em pouquíssimo tempo. Mas, a realidade é bem diferente disso!

Acontece que, não basta vender uma imagem ou prometer resultados. Isso qualquer um pode fazer. Num mercado tão competitivo como o que temos na atualidade, um serviço de marketing de resultado exige diferenciais.

O que você acha que levou grandes empresas como a Netflix a se tornarem tão populares no mercado digital? Elas saíram da caixa, foram além do básico, mostraram inovação e criatividade.

“Fazer o que todo mundo faz não traz resultado?” Pode ser que sim, mas nunca vai te levar além do lugar onde todos os outros estão. Deu pra sacar!?

Mas... então como saber se a agência que você vai contratar oferece diferenciais?

Analisando cuidadosamente o discurso que ela apresenta, seja em seu site, redes sociais ou na própria comunicação direta enquanto vocês negociam.

É muito importante que você saiba identificar o que é um diferencial, por isso preparamos uma lista, considerando o trabalho das agências de marketing digital, para que você possa perceber mais facilmente e considerar esses fatores na sua tomada de decisão.

O que pode ser um diferencial?

- Metodologias utilizadas;
- Atendimento personalizado;
- Utilização de ferramentas e tecnologias;
- Serviços completos e personalizados;
- Custo-benefício;
- Criatividade;
- Inovação;
- Clientes felizes e satisfeitos com o trabalho;
- Engajamento;
- Soluções rápidas e eficientes;
- Expertise;
- Planejamento estratégico;
- Agilidade;
- Comprometimento e parceria;
- Comunicação efetiva;
- Propósito claro;
- Paixão pelo que faz.

Ao comparar o trabalho de várias agências, pontue os diferenciais de cada uma e analise quais combinam mais com a sua empresa.

Se você tem uma marca jovem, que exige uma linguagem criativa e um posicionamento descontraído, por exemplo, precisa encontrar uma agência que esteja aberta a uma comunicação inovadora. Priorize os diferenciais.

06

Analise a qualidade dos canais de comunicação da Agência

Avaliar como a Agência cuida do próprio Marketing Digital é de suma importância. A qualidade na divulgação do próprio negócio é o que vai comprovar se a empresa consegue mesmo entregar o que diz.

Imagine só, defender a importância do Marketing de Conteúdo e falar disso para os clientes, mas não saber utilizar em seu site, blog e redes sociais? Corre que é cilada, Bino!

Analise os canais de comunicação da Agência e verifique como ela utiliza os seus conhecimentos para promover a si mesmo e se destacar diante da concorrência.

“Mas, se não sou experiente em Marketing Digital, como e o que devo avaliar?”

Para facilitar esse trabalho, vamos falar sobre pontos importantes e fáceis de serem observados:

Analise a usabilidade das páginas do site, se elas são otimizadas para os dispositivos móveis, se é fácil de encontrar o que você precisa, se o carregamento é rápido e o ambiente confortável e convidativo;

Acesse o Blog da Agência e leia alguns dos conteúdos publicados. Verifique se há uma boa frequência de postagens, se os conteúdos são relevantes e interativos, e se eles transmitem confiabilidade, ou seja, você consegue perceber que quem escreveu sabe do que está falando;

Verifique se a Agência disponibiliza conteúdos ricos, que mostram a sua autoridade no assunto, como esse e-book aqui que você baixou pelo site da Conteúdo Conecta, onde a empresa aborda um tema com riqueza de detalhes;

Analise também as redes sociais, veja se os conteúdos são bem produzidos, se geram engajamento e como é o relacionamento da Agência com seus seguidores. Ela é comunicativa? Consegue transmitir proximidade? Avalie esses pontos;

Pense se você conseguiu entender a identidade visual da empresa, se ela transmite organização e cuidado com o posicionamento na internet;

Avaliar o SEO pode ser mais difícil para quem não tem experiência. Uma dica é pesquisar pelas palavras-chaves que a empresa utiliza com maior frequência e verificar como é o seu posicionamento no ranqueamento do Google.

Essas são formas simples, práticas e rápidas de analisar se a Agência de Conteúdo que você pretende contratar, consegue aplicar as estratégias que oferece na proposta de trabalho.

Caso você realize essa pesquisa e não se sinta satisfeito com o que vê, então é melhor avaliar outras agências.

Só feche o contrato caso se sinta seguro e confiante de que o trabalho ajudará a sua empresa.

07

Fique atento a experiência profissional da equipe

Você está procurando por uma empresa que melhore a comunicação da sua e que traga resultados, e isso exige experiência profissional. Não tem como você simplesmente entregar essa responsabilidade na mão de aventureiros.

Os responsáveis por cada setor da Agência precisam ter conhecimento e uma boa experiência no que fazem. Você pode avaliar isso analisando os perfis individuais ou conversando diretamente com a equipe.

Fazer uma visita a Agência é uma forma interessante de sondar pessoalmente essas informações. Caso isso seja possível, faça um agendamento e aproveite a oportunidade para tirar todas as suas dúvidas.

Mas, o que avaliar de um profissional de Marketing Digital?

Você pode fazer perguntas sobre o trabalho da pessoa, analisar se ela fala com entusiasmo sobre o assunto, se mostra satisfação profissional e tem segurança para falar do que sabe fazer. Pode ainda pesquisar o portfólio ou linkedin dos membros da equipe.

Vale lembrar que, qualidade de vida é algo muito significativo no trabalho, pois está diretamente ligada a produtividade. Quanto melhor for o clima organizacional de uma empresa, melhor será a qualidade dos serviços prestados por ela.

Se você tiver a oportunidade de visitar pessoalmente o local, analise a recepção, o conforto e a descontração da equipe. Se você se sente acolhido, é um sinal de que uma boa parceria é possível.

“Ah! Mas essa galera do Marketing Digital é cheia de juvenzinhos, será mesmo que eles têm experiência?”

É importante considerar que o Marketing Digital realmente é um assunto novo, sendo uma área que vem despertando cada vez mais o interesse das gerações mais jovens.

Mas, isso não quer dizer que uma equipe jovem não seja comprometida, eficiente e especialista. É preciso se certificar quanto ao profissionalismo e a capacidade de mostrar resultados.

Os Cases de sucesso também podem ajudar nessa avaliação. Pois, nem sempre o que conta são os anos de carreira em um segmento, mas o olhar estratégico e a efetividade do trabalho realizado.

08

Analise a experiência em Gestão de Negócios

Quem está à frente da gestão de uma Agência precisa entender apenas de Marketing Digital? É óbvio que NÃO!

Entender de negócios é fundamental para a criação de um trabalho efetivo de marketing. Sem essa base de conhecimento, não é possível entender o mercado, elaborar estratégias assertivas e moldar ações inteligentes para vender mais.

É por isso que um fator relevante no momento de avaliar a Agência que você deseja contratar, é quanto ao conhecimento e experiência de quem está à frente do negócio.

Uma equipe qualificada, dinâmica e inspirada é algo maravilhoso. E uma base sólida de conhecimento de gestão é a complementação perfeita.

A gestão eficiente de um negócio proporciona muito mais rapidez na tomada de decisões, uma vez que existe entendimento a respeito de dados, indicadores e métricas para mensuração de processos e resultados.

O impacto desse conhecimento nos serviços oferecidos resulta numa melhoria contínua das estratégias utilizadas para alavancar a sua empresa no mundo digital.

Assim como você não deve contratar uma agência que não mostra uma boa comunicação em seus canais, também não deve contratar uma que não tenha experiência na gestão de negócios, pois isso também é importantíssimo para que as ações de marketing sejam efetivas.

Mas, como saber se a Agência que você quer contratar tem esse conhecimento?

Fácil! É só avaliar o currículo de quem está à frente dela.

Se essas informações não estão disponíveis no site, não é um bom sinal. Mas, você ainda pode pesquisar no LinkedIn e descobrir mais sobre a pessoa.

09

O Método de trabalho deve ser claro

Sabe quando a pessoa conversa, conversa... conversa, explica daqui... explica dali... mas você ainda não consegue entender claramente como funciona o trabalho dela?

Pois é, infelizmente, esse é um problema comum e do qual você deve fugir! Isso mesmo, FUJA LOKO.

Empresas sérias e comprometidas deixam claros os seus métodos. Você consegue enxergar começo, meio e fim da estratégia proposta.

Não adianta a agência te dizer que vai alcançar tal resultado em determinado período de tempo, se não consegue mostrar o caminho para chegar até lá. Priorize quem não esconde o jogo e principalmente, quem consegue mostrar que tem boas metodologias.

Metodologia nada mais é do que o caminho ou a via para a realização de algo. Ela é importante em várias áreas e tem papel crucial na gestão de projetos porque orienta, alinha o trabalho a ser realizado e aponta direções para atingir os objetivos.

10

Empatia

Esse é um dos pontos mais importantes que uma Agência de Marketing Digital precisa mostrar.

A Empatia, de acordo com o dicionário Oxford Languages (melhor resposta do Google), é:

1. A faculdade de compreender emocionalmente um objeto (um quadro, p.ex.).
2. A capacidade de projetar a personalidade de alguém num objeto, de forma que este pareça como que impregnado dela.
3. A capacidade de se identificar com outra pessoa, de sentir o que ela sente, de querer o que ela quer, de apreender do modo como ela aprende, etc.

Para a PSICOLOGIA, é o processo de identificação em que o indivíduo se coloca no lugar do outro e, com base em suas próprias suposições ou impressões, tenta compreender o comportamento do outro.

Para a SOCIOLOGIA, é a forma de cognição do eu social mediante três aptidões: para se ver do ponto de vista de outrem, para ver os outros do ponto de vista de outrem ou para ver os outros do ponto de vista deles mesmos.

Podemos entender, portanto, que a empatia é considerada como uma capacidade de sentir o que outra pessoa sente, como se você estivesse no lugar dela. Ou seja, você experimenta de forma objetiva e racional o que ela está vivenciando, a fim de compreender as suas emoções.

Mas, o que isso tem a ver com Marketing Digital?

Para um trabalho assertivo na Web, é fundamental colocar-se no lugar do seu cliente, tomar as suas dores e entender o que ele precisa, para oferecer soluções que atendam esses fatores.

E não se trata apenas de questões emocionais e não palpáveis. O trabalho da Agência é transformar isso em dados, desde a pesquisa e construção da persona até o estabelecimento e acompanhamento de métricas, tudo envolve o entendimento do comportamento do cliente, especialmente das suas dores.

Consegue perceber agora por que a empatia é tão importante no trabalho realizado por uma Agência?

CONCLUSÃO

Agora que você já sabe quais são os principais pontos a serem avaliados antes de fazer a contratação de uma Agência, é momento de colocar em prática os aprendizados adquiridos nesse material.

Consulte boas fontes, pesquise, converse e tire todas as suas dúvidas antes de fechar negócio.

Dessa forma, você consegue encontrar uma equipe que te inspire confiança, segurança, profissionalismo e, principalmente, que te deixe entusiasmado para embarcar no mundo digital.

Esse é um processo que demanda dedicação nessa primeira fase. Mas, o tempo investido agora é importantíssimo e vai trazer benefícios relevantes a longo prazo.

A parceria com uma Agência Top of Mind vai fazer o seu tempo e dinheiro renderem muito mais. Afinal, você pode cuidar da gestão do seu negócio, enquanto ela faz o trabalho online por você.

Investir em qualidade é investir com responsabilidade.

Conheça o trabalho da Conteúdo Conecta!

Conheça os serviços oferecidos pela CONTEÚDO CONECTA e transforme a maneira como sua empresa faz Marketing Digital.

Conosco você aumenta as suas chances de vender, comunica a sua marca com profissionalismo e se torna referência no segmento de atuação.

Estamos de portas abertas para solucionar todas as suas dúvidas sobre esse trabalho.

Acesse nosso site para conhecer mais sobre nossos serviços, experiência e cases de sucesso.

Preencha o formulário de contato caso tenha dúvidas ou deseje saber mais sobre o tema.

Acesse nosso Blog e redes sociais para conferir conteúdos diversos sobre marketing digital, negócios, produtividade, bem-estar e muito mais.



Sobre o autor

Daniel Banin é Especialista em Soluções Empresariais da CONTEÚDO CONECTA.

Profissional de marketing, experiente em administração de empresas, que tem uma visão voltada para o crescimento do negócio. Por possuir um perfil planejador e analítico, consegue enxergar caminhos ainda não desbravados, que possam proporcionar crescimento escalável ou mesmo contenção de despesas dentro das organizações.



Daniel Banin

Especialista em Soluções Empresariais