

CHEGA DE JOGAR DINHEIRO FORA COM MARKETING DIGITAL: FIQUE NO SEU STORYBRAND

Conheça os 7 princípios que tornam suas mensagens mais claras e atraentes



O marketing digital parece correr na velocidade da luz e as empresas sempre atrás de qual é a nova *trend*, se agora precisa colocar o CEO dançando no TikTok, entrar na conversa no Twitter ou postar loucamente no Instagram. Fato é que isso já se reflete nos orçamentos de marketing, que, só em 2022, vão significar 9,5% da receita total de uma empresa, de acordo com a Gartner. A consultoria também apurou que 70% das companhias ouvidas pretendem gastar mais no futuro, apenas o mercado de marketing digital deve atingir US\$ 786,2 bilhões até 2026.

Mas será que a sua empresa está usando a estratégia certa, aquela que vai te trazer mais faturamento? Ou o seu departamento de marketing está correndo em círculos, investindo seu dinheiro em ações que não trarão o retorno esperado?



ALICIA HULTMANN AYALA*
Owner da Evolucionar.io

Segundo a Smart Insights, 45% das companhias não têm uma estratégia de marketing digital claramente definida – e isso pode ser um reflexo da liderança. Você está atrás da última *trend* e solicitando que o seu marketing corra atrás, ou você está atrás de uma estratégia a longo prazo com alta adaptabilidade?

As organizações tiveram que se adaptar rapidamente para permanecerem não apenas à frente da concorrência, mas também relevantes em um mercado sempre volátil. Você sabe bem disso.

E, para completar o cenário, o perfil do consumidor também se transformou. As redes sociais deram voz a

todos e o marketing digital não se trata mais de defender apenas os interesses da empresa e o que ela quer vender. A sensação de entrar em uma rede social é a de entrar em um lugar cheio de gente, muito barulhento, onde todos querem falar e ter atenção ao mesmo tempo.

POR QUE A SUA MENSAGEM NÃO CONECTA E VOCÊ NÃO VENDE

A questão é bem mais embaixo. O seu cliente só compra os seus produtos depois que é estimulado, quando escuta ou lê palavras que despertam seu desejo. Porém, é bem grande a chance de que essas palavras não se conectem verdadeiramente com o desejo e as necessidades do seu cliente, fazendo com que você desperdice dinheiro. E eu vou te contar por que a sua mensagem não conecta e você não vende.

A comunicação clara e simples é a chave. E a estrutura certa pode ser capaz de transformar profundamente a forma como os produtos e/ou serviços são posicionados, inovando como sua organização faz negócios.

O cérebro do ser humano é projetado para fazer duas coisas: 1) sobreviver e prosperar; e 2) conservar calorias. E esses instintos, aplicados no marketing digital, são atendidos de uma maneira que o que a sua marca oferece precisa ajudar as pessoas a sobreviverem e a prosperarem, seja aumentando sua renda, seu *status* social, economizando dinheiro, etc, e também de uma maneira simples, para que o cérebro não queime muitas calorias para entender o que você oferece.

Não importa o *trend* da dancinha ou qual é a rede social ou ferramenta SaaS de última geração. O que importa é a mensagem clara e simples que você vai transmitir nesses canais.

E de que maneira isso pode se concretizar? Contando uma história que se foque no consumidor, não na sua empresa. Que seja simples, sem distrações, para que a atenção continue focada.

É seguindo esses preceitos que a StoryBrand foi criada, sendo um framework com 7 princípios que esclarece a sua mensagem e, quando bem contada, faz o cliente te escutar e converte em vendas:

1) Desperte um desejo

Em primeiro lugar, defina o que pode despertar um desejo no seu cliente. É o que vai deixá-lo animado e curioso, significando um problema a ser resolvido pelo herói dentro dessa história.

2) Nunca deixe de focar no problema

A partir do momento em que o problema que ele tem não é mais o foco, esse cliente deixa de prestar atenção e a história não tem mais graça.

3) O cliente é o herói

Sua marca tocou o cliente, despertando um desejo que ele tem. Você e a sua marca devem ser o guia, que o ajudará a encontrar um caminho e resolver esse problema.

4) Ofereça um plano

Os clientes precisam ser guiados nessa jornada. E o papel da sua empresa é mostrar passos simples e seguros que podem ser dados para que o problema seja resolvido e o negócio, feito.

5) Estimule a ação

É dever do guia chamar o herói para a ação. Não importa o tipo de comunicação, ela deve ter apelos claros como 'compre agora', 'agende uma reunião'.

6) Dê um gostinho

O cliente quer saber como será a sua vida ao usar o produto ou serviço. Mostre os benefícios, faça com que ele se encante com a ideia de ter os benefícios desejados.

7) Mostre as consequências

Assim como é importante mostrar tudo de bom que virá com a compra, o consumidor também precisa saber os riscos que corre ao não fechar negócio.

Vender é muito mais do que apenas anunciar. É uma jornada que leva ao sucesso ou ao fracasso. O consumidor precisa ser envolvido, encantado, sentir-se parte de algo. Até quando você continuará a fazer marketing digital da maneira errada?

****Alicia Hultmann Ayala** é a única Guia Certificada StoryBrand no Brasil e lidera a agência de marketing Evolucionar.io., da qual é Owner.*

***Este texto foi originalmente publicado no site Administradores.com.br.*