

[e - book]



MARKETING DIGITAL SEM GASTAR NADA

Você pode crescer com muito pouco orçamento.

Veja o que fazer usando redes sociais, e-mail marketing e SEO.

Simples e perfeitamente possível.





O pequeno empreendedor tem o orçamento quase sempre apertado. Mas isso não o impede de abrir mão de estratégias de marketing para atrair clientes e crescer.

O marketing digital oferece ferramentas acessíveis que podem colocar seu negócio no radar do público certo, mesmo com poucos recursos.

É uma das formas mais econômicas e eficazes de promover um pequeno negócio.

Diferente de anúncios tradicionais, como panfletos ou comerciais na TV, ele permite alcançar um público amplo com investimentos baixos e resultados mensuráveis.



O Brasil tem mais de **150 milhões** de usuários de internet, e **90% dos consumidores** pesquisam online antes de comprar. Estar presente no ambiente digital é essencial para atrair clientes.

- **Custo acessível:** muitas ferramentas são gratuitas ou têm opções de baixo custo.
- **Segmentação:** você pode direcionar suas ações para o público certo (ex.: clientes na sua cidade).
- **Resultados mensuráveis:** é possível acompanhar quantas pessoas viram seu anúncio ou clicaram no seu site.

Para começar, há três estratégias que você pode começar a usar hoje: redes sociais, e-mail marketing e SEO.

REDES SOCIAIS: CONECTE-SE COM SEUS CLIENTES SEM GASTAR MUITO



As redes sociais são um dos melhores canais para pequenos negócios com orçamento limitado. Plataformas como Instagram, Facebook e WhatsApp são gratuitas e têm milhões de usuários no Brasil, permitindo que você alcance clientes na sua região sem grandes investimentos.

Nem toda rede social é ideal para o seu negócio. Se você tem uma padaria, por exemplo, o Instagram é ótimo para mostrar fotos de pães frescos, enquanto o WhatsApp pode ser usado para receber pedidos. Já o Facebook é útil para criar uma comunidade local.

Para começar, crie perfis gratuitos no Instagram e WhatsApp e comece a postar. Poste sempre, regularmente e de forma autêntica e simples.

Publique pelo menos **3 vezes por semana**, mostrando seus produtos, bastidores e promoções. Use um tom próximo e verdadeiro – os clientes valorizam a autenticidade. Por exemplo, um pequeno comerciante pode postar um vídeo fazendo entregas e agradecendo aos clientes.

Ajuda muito criar um calendário de postagens. Exemplo: segunda-feira – foto do produto; quarta-feira – dica relacionada ao seu negócio; sexta – promoção).

Responda a mensagens e comentários rapidamente. Crie um link “Fale comigo no WhatsApp” e divulgue este link no Instagram para facilitar o contato. Reserve 15 minutos por dia para responder mensagens e interagir com seguidores.



TESTE ANÚNCIOS DE BAIXO CUSTO



Se puder investir um pouco, o Instagram e o Facebook permitem criar anúncios a partir de R\$ 5/dia. Direcione-os para sua cidade ou bairro e use imagens atrativas.

Teste um anúncio com R\$ 20, segmentando para pessoas a 5 km da sua loja.

Exemplo real: uma costureira em São Paulo começou a postar fotos dos vestidos que fazia no Instagram. Com posts diários e anúncios de R\$ 10/semana, ela dobrou os pedidos em 3 meses, gastando menos de R\$ 50.

E-MAIL MARKETING: FIDELIZE CLIENTES COM BAIXO CUSTO



O e-mail marketing é uma estratégia poderosa para manter seus clientes engajados e aumentar as vendas. Ele permite enviar mensagens personalizadas, como promoções ou novidades, diretamente para a caixa de entrada do cliente.

Para usar o e-mail marketing sem gastar muito, comece criando uma lista de contatos. Colete os e-mails dos seus clientes. Se você tem uma loja física, peça o e-mail na hora da compra. No WhatsApp, pergunte se o cliente gostaria de receber promoções por e-mail.

Use uma planilha simples para organizar os e-mails dos clientes. Escolha uma ferramenta gratuita como Mailchimp ou Sendinblue, por onde você pode criar e enviar campanhas sem custo inicial. Cadastre-se e importe sua lista de contatos.

Não seja chato: envie mensagens curtas e úteis, como promoções, dicas ou novidades. Por exemplo, um mercadinho pode enviar um e-mail com o título “Ofertas da semana: 20% de desconto no produto X!”. Inclua um botão para o cliente fazer o pedido no WhatsApp.

Envie 1 e-mail por semana com uma promoção ou novidade. Monitore os resultados. Dá para saber quantas pessoas abriram o e-mail e clicaram nos links. Se a taxa de abertura for baixa, como menos de 20%, teste títulos mais chamativos ou ofertas mais atraentes. Acompanhe as métricas no Mailchimp e ajuste suas mensagens.

Exemplo real: um salão de beleza começou a enviar e-mails semanais com promoções de manicure. Com uma lista de 200 clientes e custo zero, o salão aumentou os agendamentos em 15% em 2 meses.



SEO: SEJA ENCONTRADO NO GOOGLE NATURALMENTE



SEO (Search Engine Optimization, ou otimização para motores de busca) é a prática de melhorar a visibilidade do seu negócio no Google.

Quando um cliente pesquisa “padaria perto de mim” ou “costureira em São Paulo”, você quer que seu negócio apareça nos primeiros resultados – e isso pode acontecer de graça.

Para começar, crie um perfil no **Google para sua empresa**. É gratuito e permite que sua empresa apareça no Google Maps e nas pesquisas locais. Insira o nome do negócio, endereço, telefone, horário de funcionamento e fotos.

Identifique termos que seus clientes pesquisam e use-os no seu perfil do Google e redes sociais. Por exemplo, uma padaria pode usar **“padaria artesanal no centro”** ou **“pão fresco no bairro”**.

Pesquise no Google o que os clientes digitam (ex.: **“padaria em [sua cidade]”**) e inclua esses termos no seu perfil.

Produza conteúdo simples. Se você tem um site (ou até uma página no Instagram), crie conteúdo útil. Por exemplo, um mercadinho pode postar **“5 receitas fáceis com produtos do nosso mercado”**. Isso atrai clientes e melhora seu ranqueamento.



Escreva 1 post por mês com dicas relacionadas ao seu negócio. Peça avaliações aos clientes (ex.: “Deixe sua opinião no Google!”).

Avaliações positivas no Google para sua empresa aumentam sua credibilidade e melhoram sua posição nas pesquisas. Incentive os clientes a avaliarem (ex.: “Gostou do nosso atendimento? Deixe sua avaliação!”).

Exemplo real: Um eletricista criou um perfil no Google para sua empresa e usou palavras como “eletricista 24 horas”. Em 3 meses, ele passou a receber 5 chamadas por semana de novos clientes, sem gastar nada.



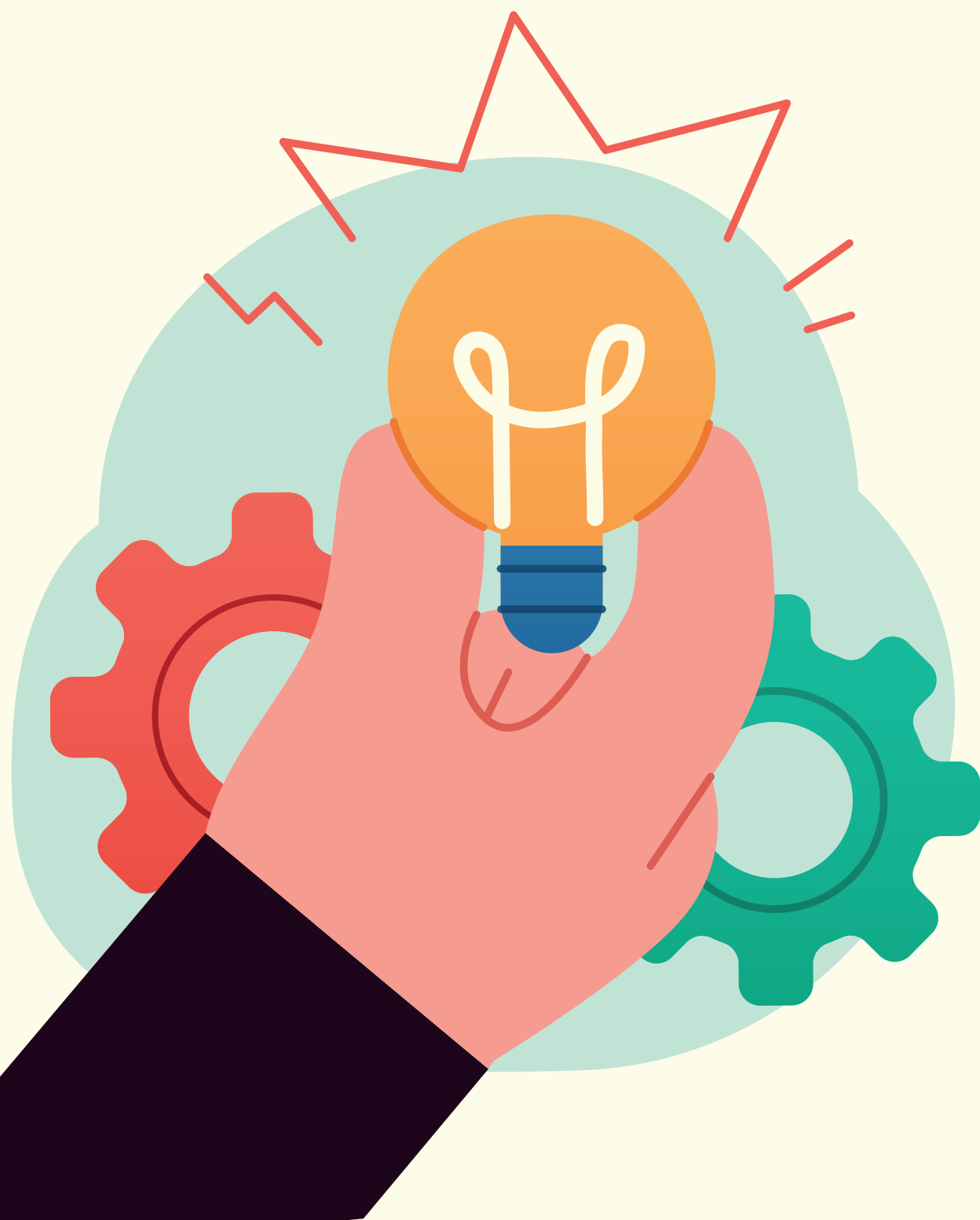
PLANO DE 30 DIAS PARA COMEÇAR



- **Semana 1:** crie perfis no Instagram, WhatsApp e Google para sua empresa. Poste 3 vezes no Instagram (ex.: foto do produto, bastidores, promoção).
- **Semana 2:** colete e-mails dos clientes e cadastre-se no Mailchimp. Envie seu primeiro e-mail com uma promoção.
- **Semana 3:** peça avaliações no Google para sua empresa e use palavras-chave no seu perfil. Responda a mensagens no WhatsApp e Instagram.
- **Semana 4:** teste um anúncio de R\$ 20 no Instagram, segmentado para sua cidade. Analise os resultados (ex.: quantas pessoas clicaram) e ajuste sua estratégia.

Orçamento total: R\$ 20 (anúncio no Instagram).
Todo o resto é gratuito.

FIQUE LIGADO!



O marketing digital não precisa ser caro para trazer resultados. Com redes sociais, e-mail marketing e SEO, você pode atrair e fidelizar clientes gastando pouco ou nada. Comece com ações simples, como criar um perfil no Google para sua empresa ou enviar e-mails promocionais, e vá ajustando conforme os resultados aparecem.

O Sebrae está aqui para apoiar sua jornada – acesse nossos cursos gratuitos, como **“Marketing Digital para Pequenos Negócios”**, e transforme seu negócio com estratégias que cabem no seu bolso.

Vamos crescer juntos?



QUER SABER MAIS
Central de Relacionamentos
0800 570 0800
www.sebrae.com.br

