



DESDE 1967

CENTRO DE INTEGRAÇÃO  
EMPRESA-ESCOLA DO PARANÁ



# Marketing Digital e a Internet

Prof. Liezer Veloso

# 10 COMERCIAIS QUE MARCARAM OS ANOS 2000





# Prof. Liezer Veloso

- **Formação:**

- ✓ Especialista em Controladoria (UEPG)
- ✓ Bacharel em Ciências Contábeis (UEPG).
- ✓ Tecnólogo em Gestão de Recurso Humanos (INEC)
- ✓ Cursando Licenciatura em Matemática (Unicesumar)

- **Experiência Profissional.**

- ✓ *Ensino Profissionalizante:* SENAC | SEED | **SENAI** | **CIEE**
- ✓ *Ensino Universitário:* INEC | SPEI | FACEAR | **FACET**
- ✓ *Industria de Alimentos:* BRF S.A e Seara Alimentos

- **Objetivo Geral:** O objetivo do curso é mostrar ao aluno estratégias e ações de marketing com as novas tecnologias da informação e comunicação. O marketing digital é essencial para o sucesso das empresas e de seus profissionais. É visto o impacto da internet na vida das pessoas e no ambiente de negócios.
- **Objetivos Específicos:**
  - ✓ Leis do marketing, logotipos e a satisfação do cliente virtual.
  - ✓ As vantagens da internet. O ambiente da inovação.
  - ✓ Cultura de Marca/ Branding, O Marketing Viral / Buzz Marketing, Público Alvo/ Target.



DESDE 1967

# CENTRO DE INTEGRAÇÃO EMPRESA-ESCOLA DO PARANÁ



- “Marketing é um processo social e gerencial pelo qual indivíduos e grupos obtêm o que necessitam e desejam através da criação, oferta e troca de produtos de valor com outros.”
- Marketing é a ciência e a arte de explorar, criar e entregar valor para satisfazer as necessidades de um mercado-alvo com lucro. Marketing identifica necessidades e desejos não realizados. Ele define, mede e quantifica o tamanho do mercado identificado e o potencial de lucro.

*(Philip Kotler)*

## Preço

- Ponto bem autoexplicativo. Referente ao valor e como será cobrado do cliente o seu produto. Além da definição do valor, outros pontos como a maneira que será cobrada e outras estratégias voltadas ao pagamento são abordadas.

## Praça

- Refere-se ao local seu produto será comercializado. Este ponto pode ser um pouco confuso quando analisamos o contexto de um e-commerce, já que está situado na internet e pode ser entregue para qualquer lugar do mundo (dependendo da logística de cada negócio).

## **Produto**

- Este ponto é importante pois deixa claro quais são as características do produto ou serviço que sua empresa está disponibilizando no mercado. Também ajuda a defini-lo e molda-lo.

## **Promoção:**

- Simples, este último ponto refere-se às estratégias que serão utilizadas para a divulgação do produto ou serviço. É onde entra a publicidade.



- As 22 Leis do Marketing, escritas por Al Ries, podem salvar a sua empresa, o seu emprego, e foram provadas ao longo da história nos mercados mais concorridos.

## **Lei Número 1: Liderança**

- Sempre é melhor ser o primeiro no mercado do que esperar para fazer o lançamento de um produto melhor.

## **Lei Número 2: A Categoria**

- Se é impossível ser o primeiro em uma categoria, deve-se inventar uma nova e assim conseguir ser o pioneiro no mercado.

## **Lei Número 3: A Mente do Consumidor**

- É melhor ser o primeiro na mente do consumidor, do que ser o primeiro no mercado.

## **Lei Número 4: Percepção**

- O marketing nunca é uma batalha de produtos, mas sim de percepções.

## **Lei Número 5: Enfoque**

- A chave do êxito em marketing é encontrar uma forma eficiente de fixar uma palavra na mente do cliente potencial.

## **Lei Número 6: Exclusividade**

- Duas companhias não podem ter a mesma frase ou palavra na mente do cliente.

## **Lei Número 7: A Lei da Escada**

- A estratégia de marketing que você deve utilizar depende do degrau que você ocupa na escada.

## **Lei Número 8: Dualidade**

- A longo prazo, toda batalha de marketing se converte numa carreira de só dois competidores.

## **Lei Número 9: O Contrário**

- Se o que você procura é o segundo lugar na indústria, a melhor estratégia é determinada pelo líder da mesma.

## **Lei Número 10: Divisão**

- Com o tempo, a maioria das categorias se dividem em muitos segmentos e cada um começa a agir como uma categoria.



## **Lei Número 11: Perspectiva**

- Os resultados dos planos de marketing só podem ser apreciados a longo prazo

## **Lei Número 12: Extensões de Linha**

- Existe a irresistível tentação de estender o patrimônio de uma marca de sucesso a campos não relacionados com ela.

## **Lei Número 13: Sacrifício**

- Você deve deixar todas as opções de lado e se focar em uma coisa só, para conseguir algo importante.

## **Lei Número 14: Atributos**

- Para cada atributo utilizado no marketing, há um atributo contrário que o concorrente pode usar eficientemente.

## **Lei Número 15: Sinceridade**

- Sempre que admitir algo errado no seu marketing, o cliente potencial aceitará esse reconhecimento positivamente.

## **Lei Número 16: Singularidade**

- Em toda situação de marketing, existe sempre uma ação que abrirá a porta para o sucesso significativo.

## **Lei Número 17: Incerteza**

- O futuro sempre será imprevisível.

## **Lei Número 18: Êxito**

- O êxito nos negócios quase sempre leva à arrogância, o que na maioria das vezes leva ao fracasso.

## **Lei Número 19: Fracasso**

- O fracasso no marketing deve ser esperado e aceito.

## **Lei Número 20: Exageração**

- A situação real com qualquer plano de marketing é frequentemente o contrário do que se reporta.

## **Lei Número 21: Aceleração**

- Os planos de marketing bem sucedidos se constroem com base nas tendências, não com base nas modas passageiras.

## **Lei Número 22: Recursos**

- Uma boa ideia não decolará sem os recursos adequados.

# Logotipo



- Logotipos estimulam a repetição de compra.
- Ele diferencia sua empresa dos concorrentes.
- Criar logotipo de empresa transmite credibilidade.
- Um logotipo profissional fica na memória de seus clientes.

# Criar logotipo sempre traz resultados



CENTRO DE INTEGRAÇÃO  
EMPRESA-ESCOLA DO PARANÁ

- Além de diferenciar sua empresa e atrair clientes, um logotipo profissional se valoriza com o tempo! Algumas valem milhões.
- Criar logotipo para empresa ajuda a criar vínculos emocionais com os clientes e torná-los mais fiéis.
- Já viu alguma grande empresa prosperar sem criar logotipo? Ele faz seu negócio brilhar aos olhos do público.

# Logotipos



BRILLIANCE

JAC  
MOTORS



Mercedes-Benz



CHANA



CHERY



CHRYSLER



DODGE



Great Wall



NISSAN



MITSUBISHI



PAZENI



PLATINUSS



JAGUAR

Jeep



Koenigsegg



LAND-ROVER



SEAT



SSANGYONG



SUBARU



SUBARU



LIFAN



Mahindra



MAZDA



MINI



SUZUKI



TOYOTA



TROLLER



VOLVO

# Logotipos



CENTRO DE INTEGRAÇÃO  
EMPRESA-ESCOLA DO PARANÁ



Calvin Klein



Panasonic

NEXTEL



Good Food, Good Life



# Logotipos



CENTRO DE INTEGRAÇÃO  
EMPRESA-ESCOLA DO PARANÁ

DESDE 1967







DESDE 1967

# CENTRO DE INTEGRAÇÃO EMPRESA-ESCOLA DO PARANÁ



## Dados da Web

- 2,6 bilhões internautas no mundo
- 1 milhão acessam 1<sup>a</sup> vez todos os dias
- 88 bilhões de buscas no Google/dia
- Youtube – recebe 4 bilhões de views/dia e 100 horas de novos vídeos/minuto
- 3 bilhões de tweets por dia
- 500 milhões fotos a cada 24 horas

(Fontes: ITU / Forrester / Internet World Stats, / \* Brian Solis –2012, CGI.br 2013)

- Mais de 1 bilhão de internautas nas redes sociais
- Brasil é o 3º país em internautas,
- 2º maior em acesso ao Youtube,

Fonte: IDG / IBOPE

# A Internet no Brasil

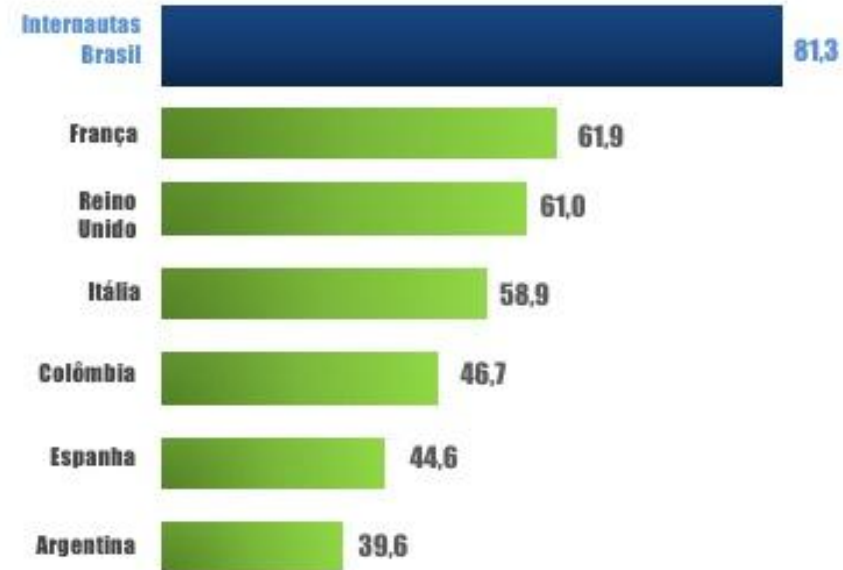


**190 milhões**  
de habitantes

 **51,0%**  **48,9%**

**81,3 milhões**  
de usuários na internet

Fonte: Google 2011



Region (5 returned)	Visits Share 04/12/2010	Visits Share 05/08/2010	Representation ▼
Northeast	13.00%	12.09%	108
North	2.71%	2.71%	100
Southeast	61.11%	61.56%	99
South	15.70%	16.00%	98
Center-West	7.48%	7.64%	90

**BR Region: North**  
4.6% of Online Population  
Average 25.1 Hours Online

**BR Region: Northeast**  
13.0% of Online Population  
Average 25.6 Hours Online

**BR Region: Center-west**  
8.4% of Online Population  
Average 24.9 Hours Online

**BR Region: Southeast**  
55.0% of Online Population  
Average 23.5 Hours Online

**BR Region: South**  
18.9% of Online Population  
Average 26.8 Hours Online



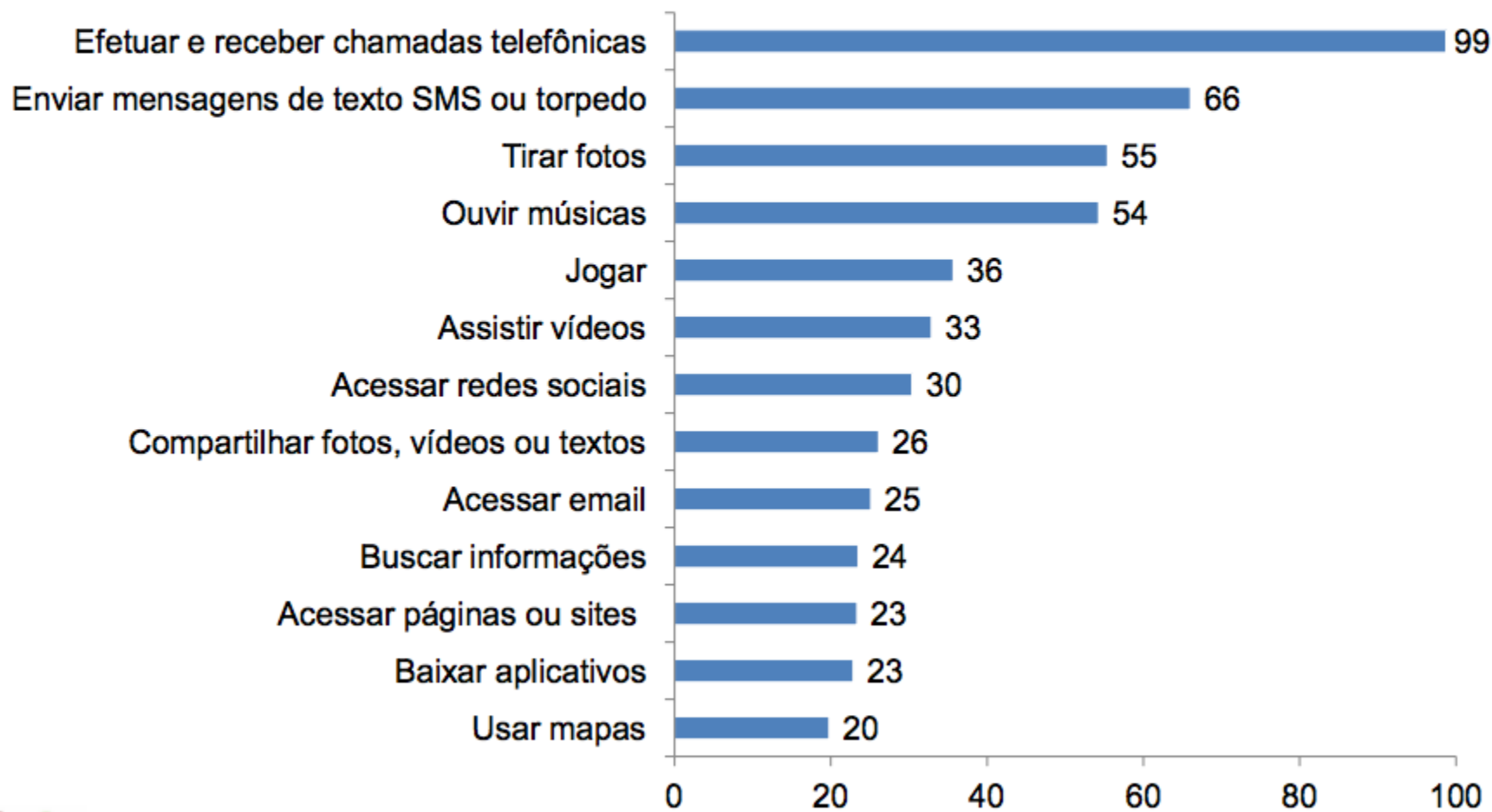
**“Puxado pela Bahia, o nordeste é a região que mais cresce em visitas na internet”**

Fonte: Hitwise - Serasa Experian

Fonte: Comscore

# Proporção de usuários de telefone celular, por atividades realizadas no telefone celular nos últimos três meses

Percentual sobre o total de pessoas que utilizaram telefone celular nos últimos três meses



- ❑ O brasileiro é um dos povos mais presentes na web aproximadamente 49% da população navega.**
- ❑ A média mundial é de 30%.**

Fonte: (Ibope/media; PNUD 2013/ Revista Exame 2013)

❑ **53% pertencem às classes CDE.**

❑ **98% em redes sociais.**

Fonte: (Ibope/media; PNUD 2013/ Revista Exame 2013)







**Gugu Liberato**  
(89 membros)

## Gugu Liberato

Início > Comunidades > Alunos e Escolas > Gugu Liberato

descrição: O apresentador

idioma: **Português (Brasil)**

categoria: Alunos e Escolas

dono: Analfabeto .

tipo: pública



**Quero empinar um caminhão pipa**

(765 membros)

## Quero empinar um caminhão pipa

Início > Comunidades > Esportes e Lazer > Quero empinar um caminhão pipa

descrição: Se vc sempre viu um caminhão pipa.....mais sempre teve vontade de poder empina-lo.....poder ir buscar lá na rua de tras e mandar todos os peixinhos,raias etc.....

afinal se sua vontade é empinar o caminhão pipa....

Join Us....

**perolas do orkut .com.br**

**CUIDA BEM DELA...**



**ELA GOSTA QUE REPARE  
NO CABELO DELA**



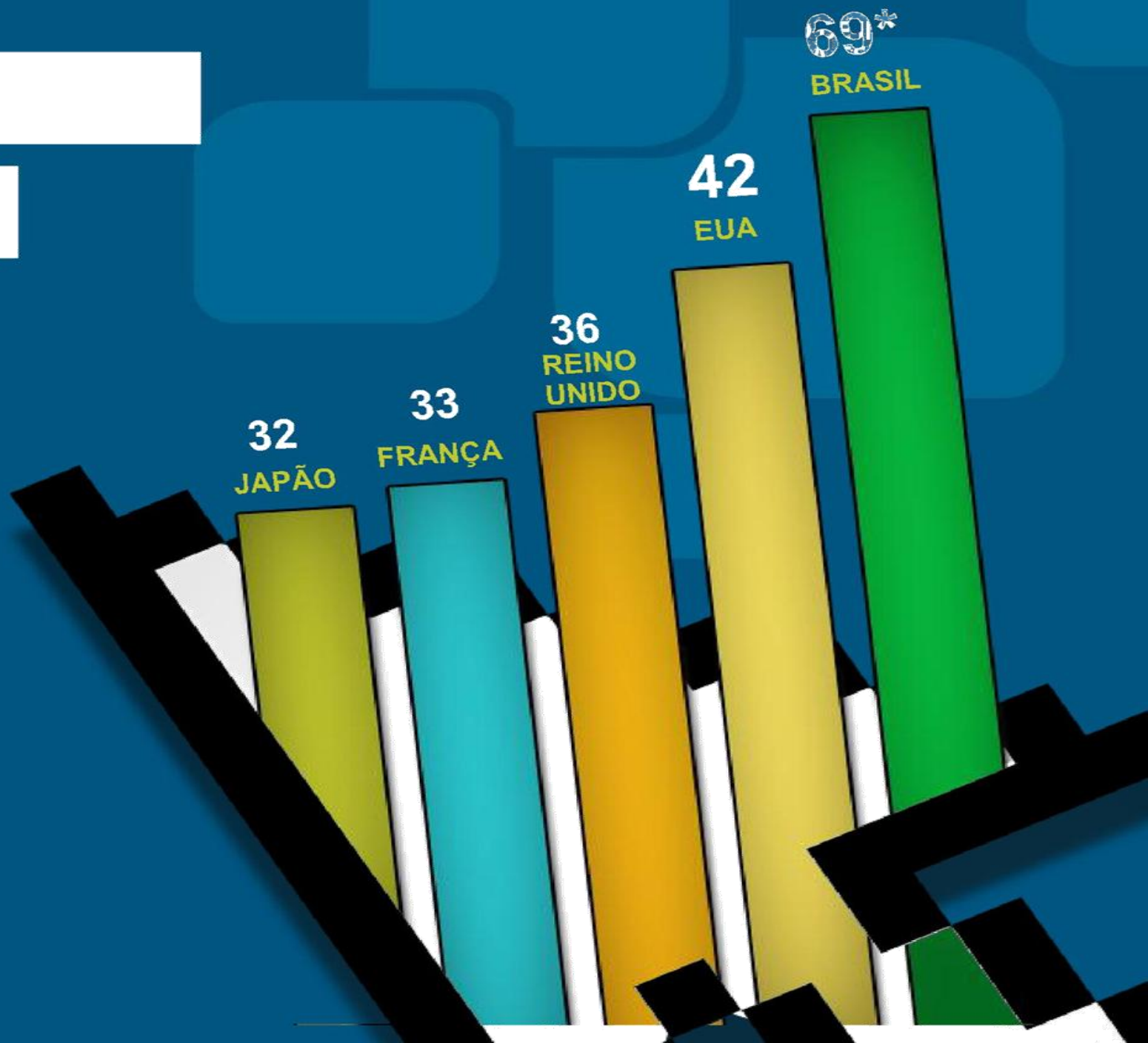
- ☐ + de 68 milhões acessam de suas casas e trabalho.**
- ☐ + de 90% tem acesso via banda larga.**
- ☐ Banda larga cresceu 80 X na última década.**

Fonte: IBOPE 2012

# Internet Brasil

## Tempo de uso

...é o maior do mundo!



Fonte: \*IBOPE Nielsen / 2012

## Distribuição GEOGRÁFICA

É diretamente relacionada à população nas regiões.



# Atividades Online



CENTRO DE INTEGRAÇÃO  
EMPRESA-ESCOLA DO PARANÁ

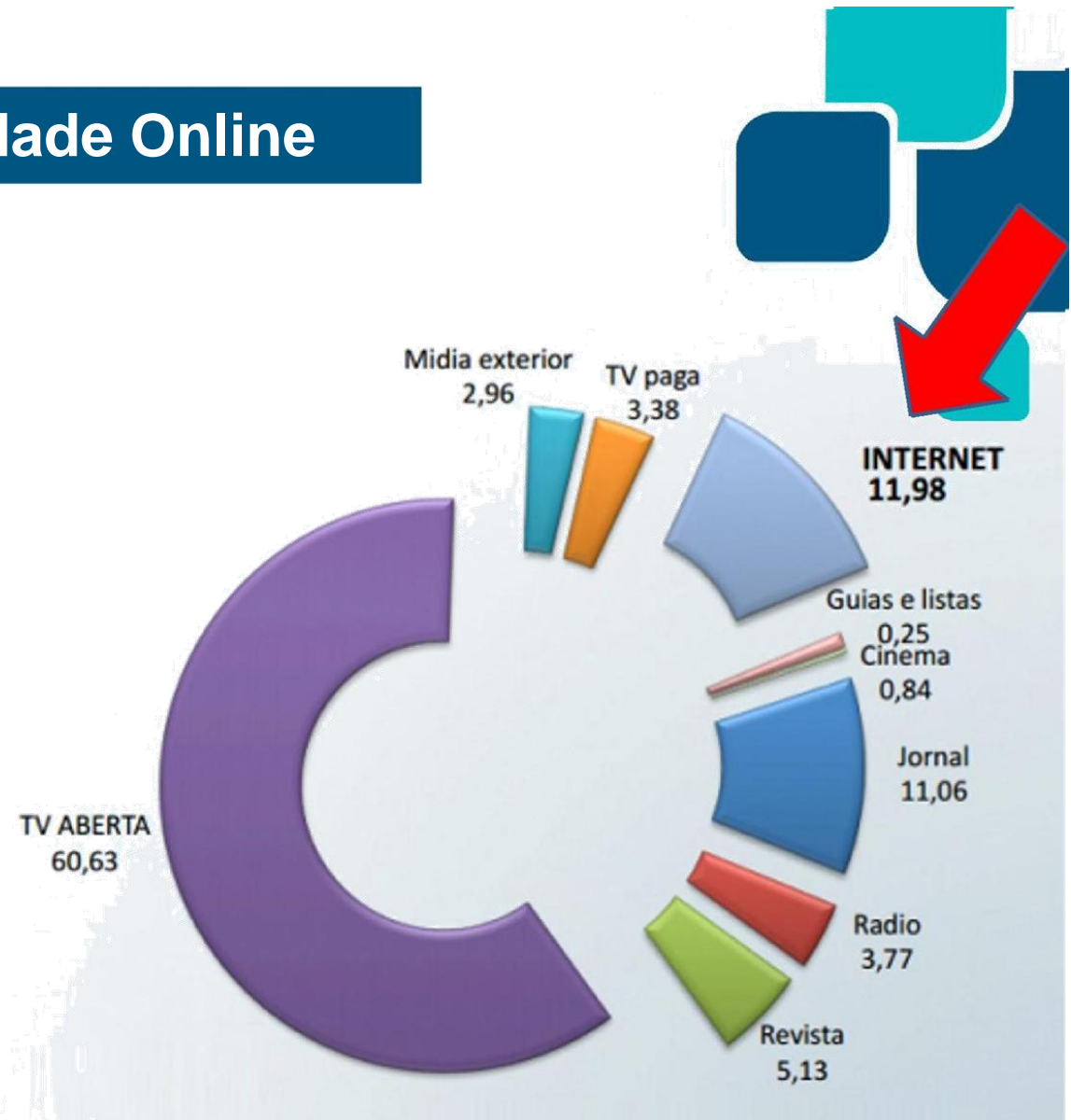
<b>Pesquisa (Search)</b>	<b>85.5</b>
<b>Redes sociais</b>	<b>81.9</b>
E-mail	78.9
Entretenimento	78.8
Mens.instantâneas	71
Compras	62.1
Blogs	61.6
Informações e notícias	61.3
Fotos	52.2
Games	50

Crescimento de **28%**

Faturamento de **R\$ 4,6 bi**  
em 2012.

Web já  
está em **2º**  
lugar

## Publicidade Online



- ❑ Os 100 maiores anunciantes já investem de 13% do seu orçamento em mídia digital.



# O que mudou?



# O que mudou?

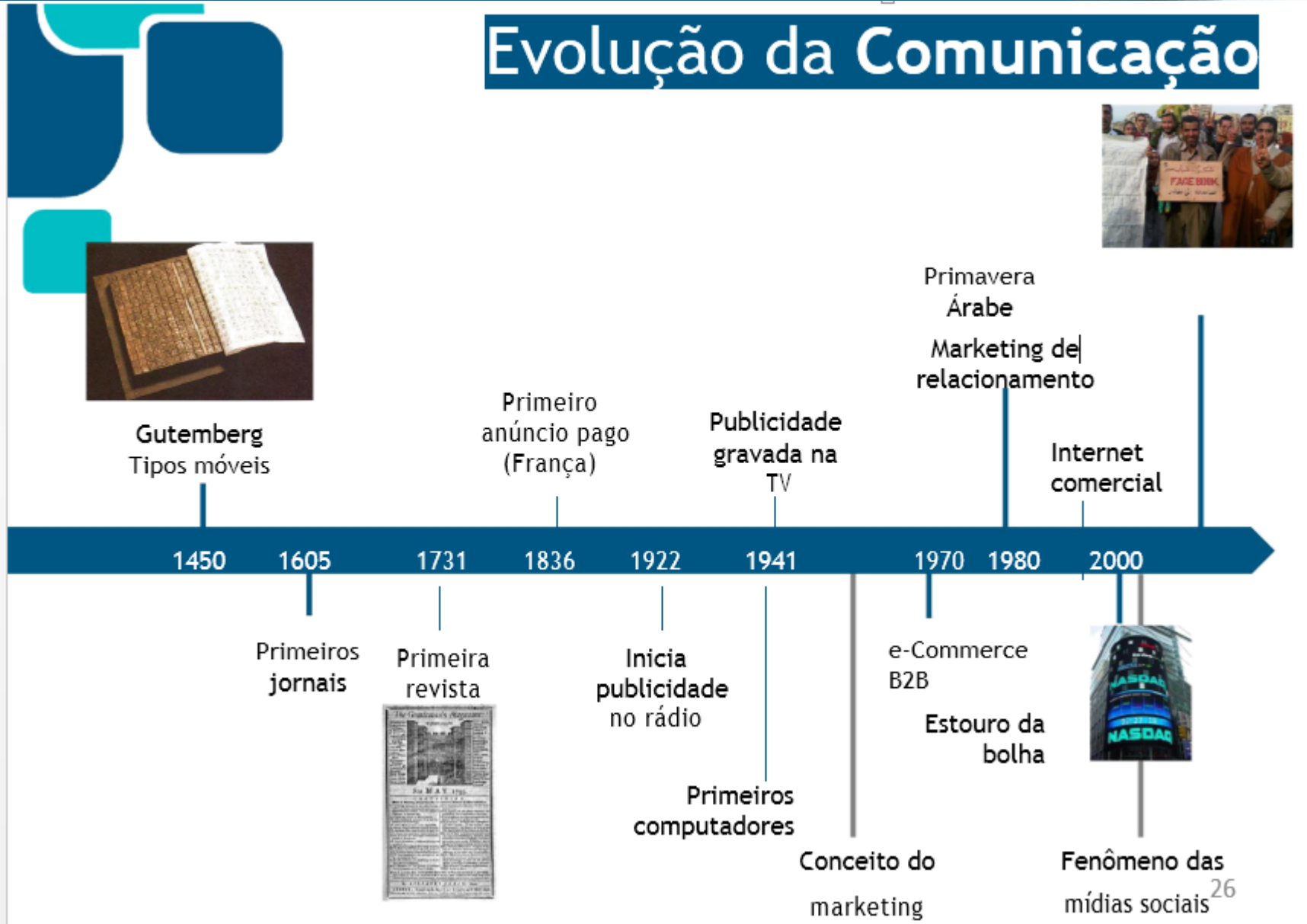


# O que mudou?



# O que mudou?

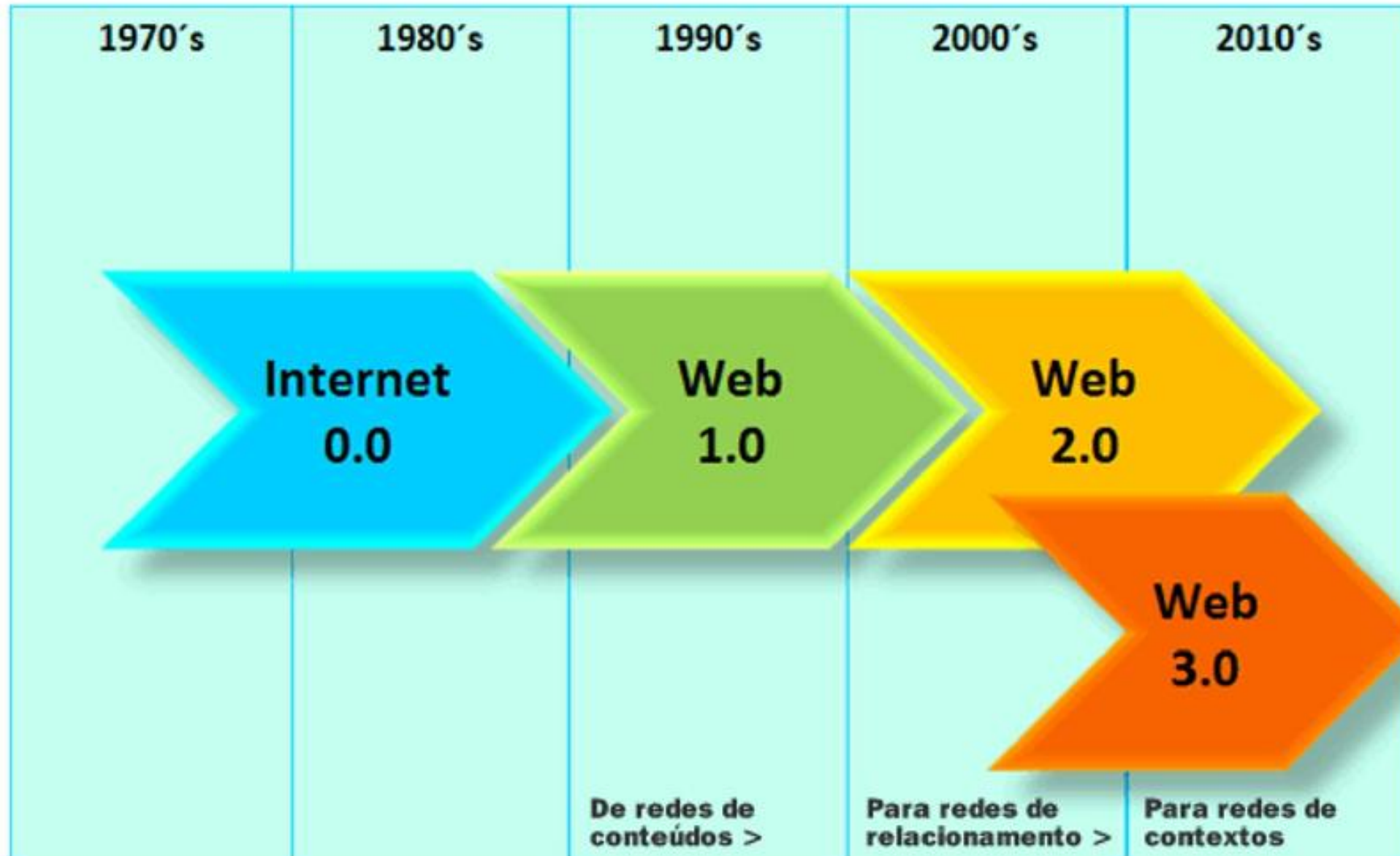
## Evolução da Comunicação



# O que mudou?



# O que mudou?



Ou **Web Semântica**, Ou **Internet inteligente**,  
que organiza as informações de acordo o perfil  
de quem navega.

# Ferramentas de Marketing



+ Complexo  
+ Diversificado

- ❑ Só 14% acreditam em propaganda tradicional.
- ❑ Seguem mais as indicações de conhecidos.
- ❑ Precisamos usar estratégias cross-media.

*Cross-media: é a distribuição de serviços, produtos e experiências por meio das diversas mídias e plataformas de comunicação existentes no mundo digital e off-line.*

- Postura mais Ativa nas decisões sobre marcas
- Experiências Únicas
- Interação
- Deseja ser Notado

# Novos Consumidores



CENTRO DE INTEGRAÇÃO  
EMPRESA-ESCOLA DO PARANÁ  
DESDE 1967

**EXAME.COM**  
Assine veja e com mala R\$49,99  
Abril id | ENTRAR

**ESTADÃO.COM.BR/Blogs**  
AS melhores v conteúdo par: evoluir na ca!

**NEGÓCIOS**  
FORMAÇÃO INSPIRAÇÃO BOLSAS E INDICADORES REVISTA MBA BLOGS ASSINE

**CORREIO BRAZILIENSE**  
Brasil, quarta-feira, 7 de outubro de 2012

**Eu acredito em você.!**

**REDES SOCIAIS**  
Dafiti após mercado lança loja

**Fan page de loja que mandou cliente "procurar um macho" volta ao ar**  
Estado de Minas  
Publicação: 12/09/2012 16:49 Atualização: 12/09/2012 17:30  
Abro de polémicas nas redes sociais por xingar uma cliente com palavras de baixo calão, a fan page da loja virtual de roupas e acessórios Visou voltou ao ar na tarde desta quarta-feira (12/9). Ontem, os responsáveis pelo site excluíram a **página no Facebook**, que até então tinha 15 mil curtidores. Após a retirada da página da rede social, surgiram homônimas criadas por internautas sem relação com os responsáveis pela loja, com o intuito de caçar da situação. Em alusão a um recente boom da Internet, umas das páginas foi batizada "Visou Intellectada".  
O caso ganhou repercussão depois que as ofensas do funcionário à cliente, pelo Facebook, começaram a ser reproduzidas na Internet. Ao questionar a demora na entrega de um anel comprado há cerca de dois meses e ainda não recebido, a jornalista Nina Gazire, foi chamada de "mimada" e de "comunistazinha de m". O funcionário da Visou ainda mandou a jornalista "procurar um macho".

**CHEGOU O CARTÃO-BE ALELO REFEIÇÃO**

**250 Presença 1.4i 1.4 Flex 8V 2**  
Ano: 2005  
R\$ 15000,00

**Dafiti HUX 1.8 mpi Flex 3V 4p**  
Ano: 2007  
R\$ 22000,00

## GINA INDELICADA SURPREENDE EMPRESA: 'VAMOS ACIONAR O JURÍDICO'

PRINCIPAIS EXE  
COM A INESPER

Tweetar 1.7

Luzmar Araújo

PALITO ROLIÇO  
DE MADEIRA  
**GINA**



**Gina Indelicada**

1.722.137 curtiram · 2.069.952 falando sobre isso

Curtir Mensagem

Gina, m  
ninguém  
todos p

é? vc co  
deve se  
né rsrs

Personagem fictício

Pergunte oq quiser e eu responderei como EU quiser. // Imprensa: ginaindelicada@gmail.com

Sobre



Fotos



Opções "Curtir"



**Como lidar e Impactar esse novo consumidor???**

Com a **web 2.0** é mais importante a identidade digital do que a física.

# Os maiores desafios de hoje

- ❑ Fragmentação da mídia
- ❑ Localização do consumidor





DESDE 1967

**CENTRO DE INTEGRAÇÃO  
EMPRESA-ESCOLA DO PARANÁ**

# Marketing Digital

- É o conjunto de ações estratégicas aplicadas nos meios digitais (internet e tecnologias móveis), para conquistar e fidelizar clientes, elevando a participação da empresa no mercado.
- Consiste em planos de ação para divulgar e comercializar serviços e produtos, melhorando a rede de relacionamentos das empresas. Afinal, novas mídias, novas formas de comunicação.
- O marketing digital é uma extensão do próprio marketing, a diferença são os canais utilizados, já que este envolve o uso de todos os dispositivos conectados à internet e suas funcionalidades para espalhar mensagens.

## **E-business:**

- Usar os meios e plataformas eletrônicas para fazer negócio

## **E-commerce:**

- Comprar e vender produtos por meios eletrônicos.

## **E-marketing:**

- Esforços para comunicar, promover e vender produtos pela internet



- ❑ A principal tendência é a convergência.
- ❑ O consumidor quer celular pra...( 32% uso pra falar)
- ❑ 30% pessoas são a favor propagandas no celular (Ibope).



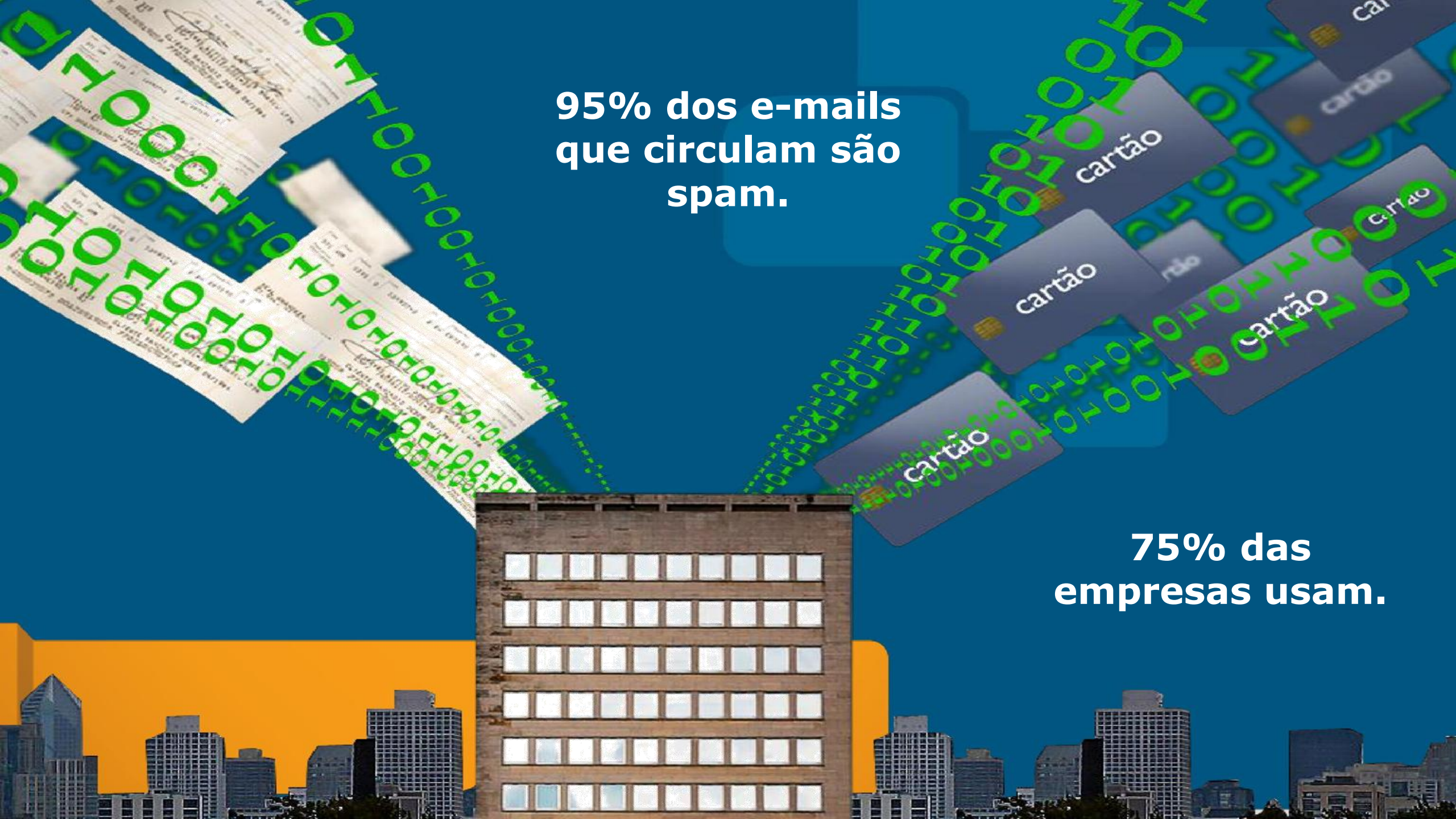
- ❑ 7 bilhões de pessoas no mundo e 6,2 bilhões de celulares
- ❑ 1,7 bi com acesso à web
- ❑ Maior Telecom
- ❑ GSM + usada



# Banners



			<b>728x90</b>
			<b>468x60</b>
			<b>234x60</b>
			<b>300x250</b>
			<b>125x125</b>
			<b>120x240</b>
<b>120x600</b>	<b>160x600</b>		

The background features a blue gradient with green binary code (0s and 1s) scattered throughout. On the left, there are several overlapping, tilted images of credit cards. On the right, there are several overlapping, tilted images of credit cards with the word 'cartão' written on them. At the bottom, there is a silhouette of a city skyline against an orange and blue background.

**95% dos e-mails  
que circulam são  
spam.**

**75% das  
empresas usam.**

- Spam é o termo usado para referir-se aos e-mails não solicitados, que geralmente são enviados para um grande número de pessoas. Quando o conteúdo é exclusivamente comercial, esse tipo de mensagem é chamada de UCE (do inglês Unsolicited Commercial E-mail).

- ❑ A diferença é o relacionamento prévio.
- ❑ Organizações antispam ([www.antispam.br](http://www.antispam.br))

**NOVO**

**Código de autorregulamentação para a prática de e-mail marketing**

## SEJA BEM-VINDO AO NOSSO WEB SITE



**DOWNLOAD  
DO CÓDIGO  
NA INTEGRA  
EM PDF**

### Entenda o código de autorregulamentação em 10 passos

As entidades signatárias recomendam a leitura na íntegra do Código de Autorregulamentação para a Prática de E-mail Marketing. Mas, para facilitar o entendimento ajudar a adequação das empresas às normas previstas no Código, segue abaixo uma lista dos principais itens comentados:

#### **1 – Para quem posso enviar e-mail marketing?**

O Código estabelece que as bases devem ser opt-in ou soft opt-in. Ou seja, os destinatários devem ter solicitado o recebimento das mensagens enviadas (opt in). Ou, o

# Flash Mob



CENTRO DE INTEGRAÇÃO  
EMPRESA-ESCOLA DO PARANÁ

- ❑ Ação para mobilizar as pessoas em torno de um evento, ou promoção.
- ❑ noção de tribos
- ❑ multidão certa



E a segunda foi a da TNT que colocou um botão que ao ser acionado dava início ao "drama" nas ruas da Bélgica. Tudo isso afim de lançar o canal de TV de alta qualidade.





- ❑ Envolve técnicas para elevar o posicionamento de um website nos mecanismos de buscas.



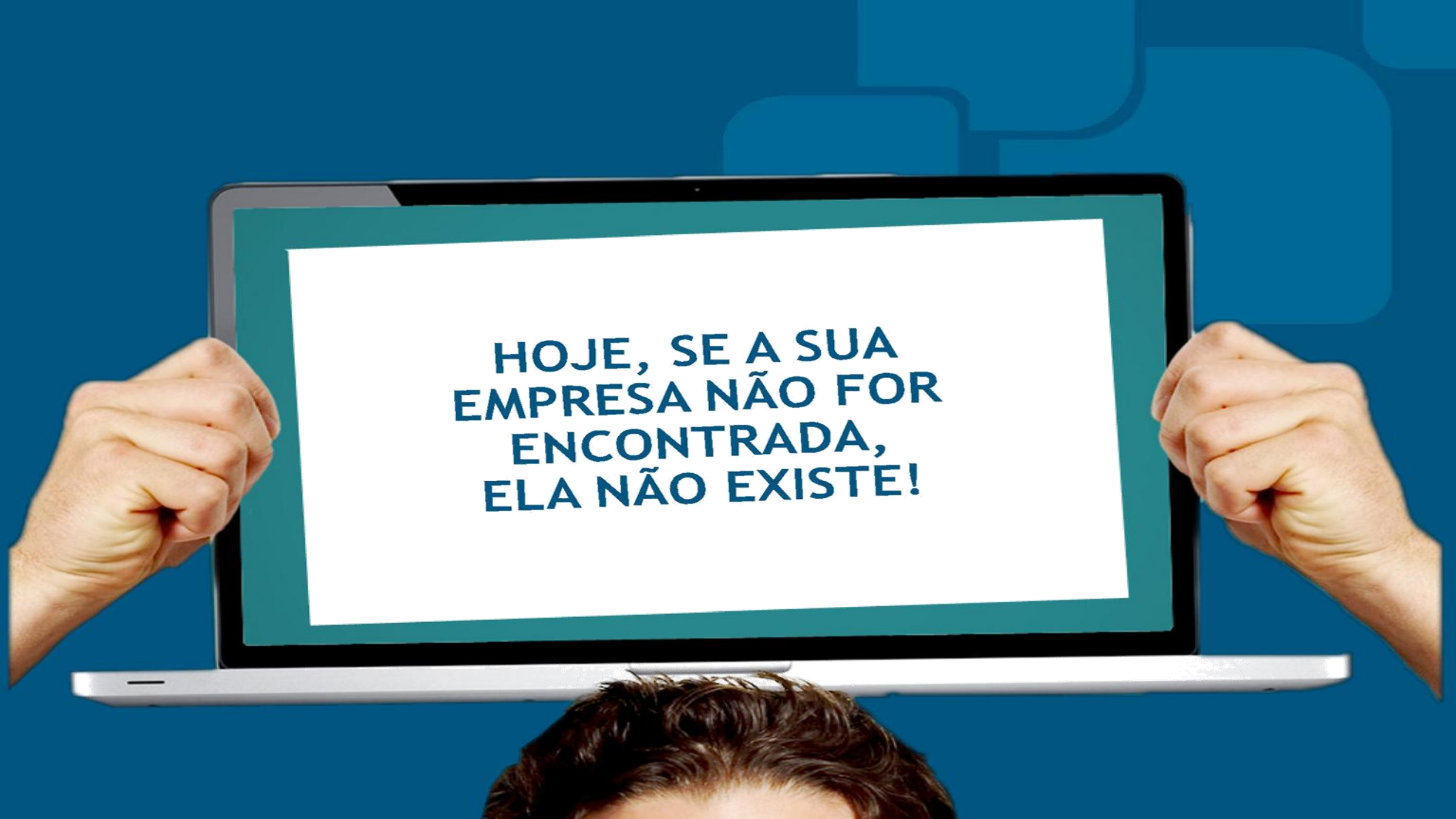
- ❑ É o cliente que procura o que deseja, e encontra, ou não, a sua empresa.
- ❑ Inversão do Marketing
- ❑ 87% das pessoas encontram o que estão buscando.
- ❑ No mundo são feitas mais de 65 bilhões de buscas.



# Porque é importante estar no TOPO?



- ❑ 60% clicam nos 3 primeiros resultados e 90% nos top ten.
- ❑ 80% não vão além da 1ª página...
- ❑ 39% acreditam que os primeiros são os líderes de mercado.

A person is holding a silver laptop open. The laptop screen displays a white rectangular area with a teal border containing text. The person's hands are visible on the sides of the laptop, and the top of their head is visible at the bottom. The background is a solid blue color with faint, overlapping teal shapes.

**HOJE, SE A SUA  
EMPRESA NÃO FOR  
ENCONTRADA,  
ELA NÃO EXISTE!**



**A melhor forma  
de encontrar o  
consumidor é  
ser encontrado  
por ele !!!**



- ❑ Marketing viral ou publicidade viral são técnicas de marketing que tentam explorar redes sociais pré-existentes para produzir maior divulgação da marca. São processos parecidos com o de uma epidemia; uma doença.



# Redes Sociais



CENTRO DE INTEGRAÇÃO  
EMPRESA-ESCOLA DO PARANÁ

DESDE 1967



- Representação dos relacionamentos afetivos ou profissionais
- Responsável pelo compartilhamento de ideias entre pessoas que possuem interesses e objetivos em comum.

## **Mídia Social na Internet**

- São as relações entre os indivíduos na comunicação mediada por computador.

- Redes sociais diferentes podem prover valores diferentes aos indivíduos que fazem parte delas.
- Esses valores dependem não só da apropriação, mas igualmente das próprias ferramentas:
  - Reputação
  - Autoridade
  - Popularidade
  - Visibilidade
  - Laços Sociais
  - Informação

# Redes Sociais



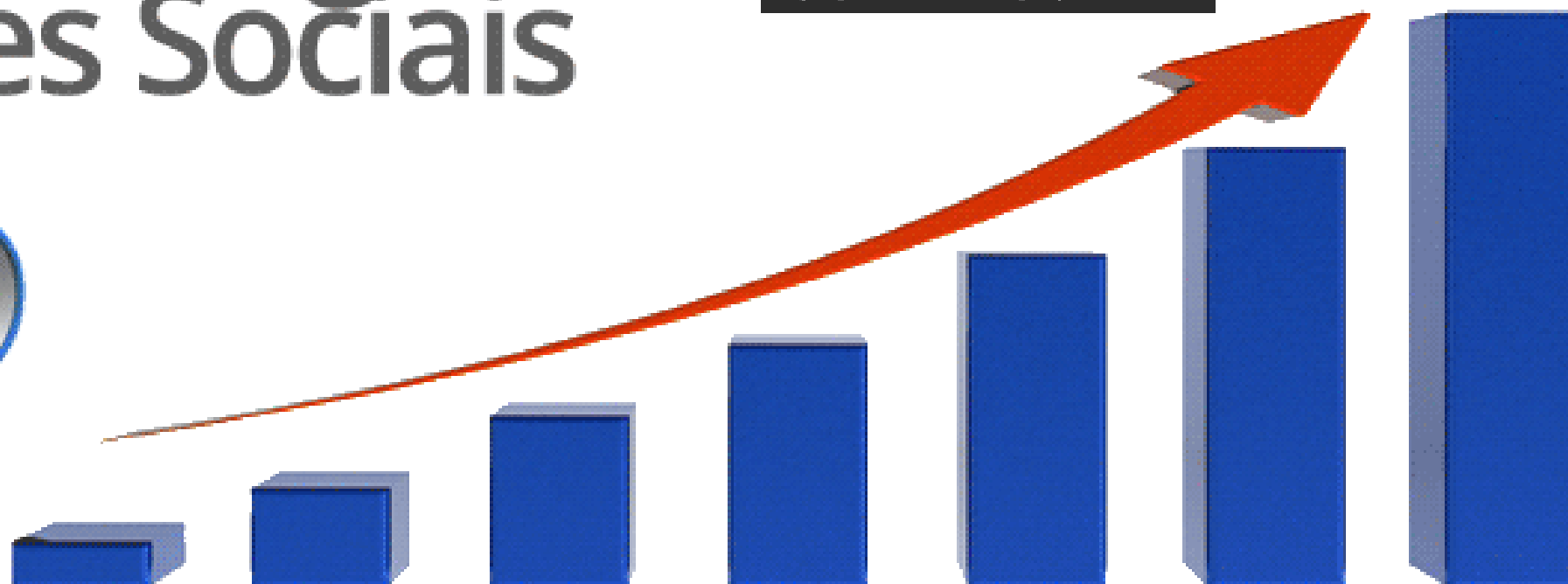
CENTRO DE INTEGRAÇÃO  
EMPRESA-ESCOLA DO PARANÁ

DESDE 1967



## Marketing em Redes Sociais

6.974 pessoas alcançadas  
4/4/2012 - 10/4/2012



Total de opções "Curtir"?

**7.413** ↑ 60,87%

Amigos de fãs?

**45.153** ↑ 72,85%

Pessoas falando sobre isto?

**29** ↑ 1350%

Alcance total semanal?

**6.974** ↑ 7016,33%



**Heineken cria ação com QR code para pessoas se conhecerem**

- Em Grupos (máximo 5 pessoas) elabore um plano de marketing que possa ser viral...
- Apresentar para todos da sala.
- 17h10 iniciamos apresentações.

*liezerveloso@hotmail.com*