

agencia de marketing de contenido

Guía Definitiva para Elegir la Agencia de Marketing de Contenido Perfecta

Author: Sofia Rodriguez, CEO of "Contenido Brillante," a leading digital marketing agency with over 10 years of experience specializing in content marketing strategies for Spanish-speaking businesses.

Publisher: "Marketing Hispanoamérica," a renowned publishing house specializing in digital marketing trends and best practices for Latin American businesses. Their expertise lies in providing insightful resources and actionable strategies for businesses operating in the Spanish-speaking market.

Editor: Javier Martinez, experienced editor with over 15 years of experience in publishing business and technology articles, ensuring clarity and accuracy in the information presented.

Summary: This comprehensive guide provides an in-depth look at selecting the right agencia de marketing de contenido. It covers best practices for evaluating agencies, navigating common pitfalls, understanding contract terms, and measuring ROI. This guide empowers businesses to make informed decisions and achieve maximum impact from their content marketing investments.

H1: Encontrando la Agencia de Marketing de Contenido Ideal para tu Negocio

Choosing the right agencia de marketing de contenido is crucial for the success of your online strategy. A poorly chosen agency can waste valuable resources and hinder your growth. This guide will equip you with the knowledge and tools to make an informed decision.

H2: Identificación de Necesidades: ¿Qué Busca Tu Negocio?

Before you start searching for an agencia de marketing de contenido, clearly define your needs. What are your goals? Are you looking to increase brand awareness, generate leads, or drive sales? Understanding your objectives will help you identify agencies that align with your vision. Consider your target audience, your budget, and the specific types of content you require (blog posts, videos, infographics, social media content, etc.).

H2: Evaluando a las Agencias de Marketing de Contenido: Puntos Clave

Once you've defined your needs, it's time to evaluate potential agencias de marketing de contenido. Consider the following:

Experiencia: Look for agencies with a proven track record of success in your industry. Examine their portfolio and case studies to assess their capabilities.

Especialización: Does the agency specialize in the type of content you need? Some agencies focus on specific niches, while others offer a broader range of services.

Equipo: Meet the team. Are they experienced, knowledgeable, and passionate about their work?

Metodología: Understand their process. Do they follow a data-driven approach? How do they measure success?

Comunicación: How responsive and communicative are they? Clear and consistent communication is crucial for a successful partnership.

Testimonios: Check client testimonials and reviews to get an unbiased perspective.

Precios: Compare pricing models and ensure transparency. Avoid agencies that are suspiciously cheap, as this could indicate a lack of quality.

H2: Evitar las Trampas Comunes al Contratar una Agencia de Marketing de Contenido

Many businesses fall prey to common pitfalls when hiring a content marketing agency. Avoid these mistakes:

Centrarse solo en el precio: The cheapest agency isn't always the best. Prioritize quality over price.

No definir objetivos claros: Without clear goals, it's impossible to measure success.

Falta de comunicación: Poor communication can lead to misunderstandings and missed deadlines.

No revisar el contrato: Thoroughly review the contract before signing to avoid any surprises.

No monitorear el progreso: Regularly monitor the agency's performance and provide feedback.

H2: Medición del Retorno de la Inversión (ROI)

Measuring the ROI of your content marketing efforts is essential. Work with your agencia de marketing de contenido to establish clear KPIs (Key Performance Indicators) and track your progress. This could include website traffic, lead generation, social media engagement, and sales conversions.

H2: Estrategias para una Colaboración Exitosa con tu Agencia de Marketing de Contenido

Building a strong working relationship with your agency is vital for success. Maintain open communication, provide regular feedback, and collaborate closely on strategy and execution. Regular meetings and transparent reporting are essential.

H3: Conclusion

Selecting the right agencia de marketing de contenido is a critical decision for any business. By carefully evaluating potential agencies, understanding

your needs, and avoiding common pitfalls, you can ensure a successful partnership that drives tangible results. Remember to focus on building a long-term relationship based on trust and mutual understanding.

H3: Preguntas Frecuentes (FAQs)

1. ¿Cuánto cuesta contratar una agencia de marketing de contenido? The cost varies depending on the agency's size, experience, and the scope of work.
2. ¿Cómo puedo medir el éxito de mi campaña de marketing de contenido? Track key performance indicators (KPIs) like website traffic, lead generation, and social media engagement.
3. ¿Qué tipo de contrato debo esperar de una agencia de marketing de contenido? A detailed contract outlining the scope of work, timelines, payment terms, and intellectual property rights.
4. ¿Cómo puedo asegurarme de que mi agencia está utilizando las mejores prácticas? Look for agencies with a proven track record and a data-driven approach.
5. ¿Qué pasa si no estoy contento con el trabajo de la agencia? Most contracts include clauses for addressing client dissatisfaction.
6. ¿Cómo puedo encontrar una agencia de marketing de contenido que se especialice en mi industria? Search online directories and review agency portfolios.
7. ¿Debo contratar una agencia de marketing de contenido a tiempo completo o por proyecto? This depends on your budget and the scope of your needs.
8. ¿Cómo puedo saber si una agencia es legítima? Check online reviews, verify their credentials, and request references.
9. ¿Qué debo incluir en mi brief para una agencia de marketing de contenido? Your business goals, target audience, budget, and preferred content formats.

Artículos Relacionados

1. "10 Errores Comunes en el Marketing de Contenido (y Cómo Evitarlos)": This article outlines common mistakes in content marketing and offers solutions.
2. "Estrategias de SEO para Maximizar el Impacto de tu Contenido": This article explores how to optimize content for search engines.
3. "Cómo Crear una Estrategia de Marketing de Contenido Ganadora": A step-by-step guide to developing a successful content marketing strategy.
4. "La Importancia del Marketing de Contenido en el Mundo Digital": Discusses the importance of content marketing in the digital landscape.

5. "Análisis de la Competencia: Clave para el Éxito en el Marketing de Contenido": Explores the importance of competitor analysis in content marketing.
6. "Herramientas Esenciales para la Gestión de tu Agencia de Marketing de Contenido": A review of helpful tools for content marketing agencies.
7. "Cómo Medir el ROI de tu Estrategia de Marketing de Contenido": Detailed guide on measuring ROI for content marketing.
8. "Las Mejores Prácticas para la Creación de Contenido de Alta Calidad": Tips on producing high-quality content.
9. "Marketing de Contenido para PyMEs: Una Guía Completa": Focuses on content marketing strategies specifically for small and medium-sized enterprises.

agencia de marketing de conteudo: *Marketing de Conteúdo B2B* Gay Flashman, 2024-07-31

Em Marketing de Conteúdo B2B, Gay Flashman nos guia pelo dinâmico mundo do marketing digital, mostrando como empresas e organizações podem usar o jornalismo de marca para criar narrativas autênticas e envolventes. Flashman começa abordando a crise de confiança que muitas marcas enfrentam hoje e a importância do propósito de marca como uma forma de se conectar verdadeiramente com os consumidores. A autora argumenta que o jornalismo de marca é a chave para construir essas conexões, proporcionando histórias que refletem os valores e a missão da empresa de maneira autêntica. O livro detalha como as empresas podem adotar uma abordagem de redação jornalística em suas estratégias de marketing de conteúdo. Flashman introduz conceitos como story mining e storytelling, explicando como identificar, criar e compartilhar histórias que impactem o público-alvo. Além disso, ela explora a criação de diferentes formatos de conteúdo, incluindo textos, vídeos, imagens e podcasts, destacando as melhores práticas para cada formato. Ao longo do livro, Flashman apresenta estudos de caso e exemplos práticos de organizações que implementaram com sucesso o jornalismo de marca em suas estratégias de marketing. Esses exemplos servem como inspiração e orientação para profissionais que buscam aprimorar suas práticas de marketing de conteúdo B2B. Com uma abordagem objetiva e prática, este livro é uma ferramenta valiosa para qualquer profissional que atua em marketing, vendas e comunicação no universo B2B, proporcionando insights e estratégias que podem ser aplicadas imediatamente para melhorar a eficácia do conteúdo e fortalecer a presença da marca no mercado.

agencia de marketing de conteudo: Marketing de Conteúdo Épico Joe Pulizzi, 2016-09-01

Como você atravessa o ruído, o tumulto e a má informação que agora ocupa o espaço digital de seus clientes? Com MARKETING DE CONTEÚDO ÉPICO!!! Um dos principais especialistas do mundo em marketing de conteúdo, Joe Pulizzi, explica como atrair clientes atuais e futuros criando informações e conteúdo que efetivamente despertem o seu interesse. Não podemos mais interromper nossos clientes com conteúdo medíocre e mensagens de vendas com os quais eles não se importam. O Marketing de Conteúdo Épico conduz você passo a passo pelo processo de desenvolvimento de histórias que produzem informações, divertem e induzem os clientes a agir – sem realmente dizer-lhes explicitamente para fazê-lo. O conteúdo épico, distribuído para a pessoa certa no momento correto, é a forma de verdadeiramente capturar os corações e mentes dos clientes. É a forma de posicionar a sua empresa como confiável e especializada em seu setor de atividade. É o assunto que os clientes compartilham e falam a respeito. Uma vez que fisgamos os clientes com conteúdo épico, eles nos recompensam fazendo nossas vendas aumentarem sem parar. O Marketing de Conteúdo Épico fornece tudo o que você precisa para: - Determinar qual deve ser o seu nicho de

conteúdo para atrair e reter clientes. - Descobrir e desenvolver a declaração de missão de seu marketing de conteúdo. - Estabelecer um processo para a criação e administração do conteúdo épico. - Aprender como aproveitar canais de mídia social e e-mail para criar – e aumentar – o seu público. - Medir o desempenho de seu conteúdo – e aumentar o seu orçamento de marketing de conteúdo. Com estudos de caso aprofundados sobre a forma como a John Deere, LEGO, Coca-Cola e outras corporações líderes estão utilizando o conteúdo para gerar vendas épicas, este guia inovador lhe dará todas as ferramentas para você começar a criar e disseminar conteúdo que o leve diretamente para maiores lucros e crescimento.

agencia de marketing de conteudo: Marketing de Conteúdo Henrique Novaes, Você tem um blog ou trabalha produzindo conteúdo para outras pessoas? Tudo o que você deseja é que seus textos gerem resultados. Em outras palavras, você deseja que sua escrita desperte o interesse, a atenção e garanta uma ação no fim do post. Claro, sem isso nenhum conteúdo converte. E como sabemos que há um objetivo comercial por trás de tudo o que é publicado, nem só de informação vive um texto para a web. Se, na maioria das vezes, seus posts não “bombam” como você esperava, e tudo o que você consegue são míseros cliques e uma imensa taxa de rejeição, você está perdendo tempo (e dinheiro). Seus conteúdos não estão sendo bem redigidos, e provavelmente, você desconhece os pilares dos conteúdos memoráveis, fascinantes e poderosos. Você tem um problema, certo? Não se preocupe! Aqui está o que você precisa: “Conhecimento útil e verdadeiro sobre conteúdo eficaz que gera resultados.” Este livro é uma compilação de técnicas e conselhos que vão lhe ajudar a produzir conteúdos impossíveis de não serem lidos. Leia, escreva melhor e gere resultados!

agencia de marketing de conteudo: Planejamento e gestão de marketing de conteúdo Renata Bortoleto, 2019-12-20 A Série Universitária foi desenvolvida pelo Senac São Paulo com o intuito de preparar profissionais para o mercado de trabalho. Os títulos abrangem diversas áreas, abordando desde conhecimentos teóricos e práticos adequados às exigências profissionais até a formação ética e sólida. Planejamento e gestão de marketing de conteúdo traça um panorama sobre as mudanças e desafios trazidos pela revolução digital para o universo das marcas e para o mercado da comunicação. Diante das já saturadas fórmulas e abordagens publicitárias, empresas e agências encontraram no conteúdo (de informação e entretenimento) um caminho mais autêntico de promover uma conexão verdadeira com seus públicos, estimulando a produção de diálogos, a construção de relacionamentos e o incremento de vendas. Mais do que abordar esse contexto, o livro busca compartilhar experiências e ferramentas para que profissionais e organizações, de todos os portes e naturezas, possam pensar sobre como desenvolver seus próprios processos e projetos de conteúdo.

agencia de marketing de conteudo: Marketing de Conteúdo Rafael Rez, 2017-05-04 Se você... É um Empresário que quer expandir seu negócio no mundo digital, atraindo o interesse de mais clientes e aumentando suas vendas; Ou é um Empreendedor trabalhando em uma ideia ou em negócio em fase inicial e quer alcançar mais pessoas; Ou é um Profissional de Marketing, Comunicação ou Mídia e quer se atualizar sobre Marketing Digital; Ou é um Profissional Liberal que tem interesse em saber como usar recursos de Marketing para ter mais clientes. Este livro é sobre o presente e o futuro do marketing! Ele tem começo, mas não tem fim. Ao terminar de ler a última página, você deve seguir adiante e escrever sua própria história, seja você um profissional de marketing, um empreendedor, um produtor de conteúdo ou diretor de alguma empresa. Esta leitura pretende expandir sua mente, te ajudar a conectar os pontos, te mostrar como trabalhar como gente grande que está na vanguarda do mercado. Vamos falar sobre o marketing de conteúdo em todas as suas formas, cores e sabores. Planejamento, tráfego, geração de leads, vendas, tecnologia, ferramentas, tendências, práticas, produção, métricas e muito mais. Há duas moedas muito caras no mundo de hoje: o Tempo e a Atenção. Ninguém tem tempo a perder e todos gostariam de ter mais horas no dia para dar conta de tudo que tem a fazer. Conseguir que alguém preste atenção em você dentro deste contexto tem muito valor. Se as pessoas não prestarem atenção no que você ou seu negócio tem a dizer, não entenderão o seu valor e não comprarão o que você tem para vender, por melhor que seja. A moeda que compra o tempo e a atenção das pessoas hoje é o conteúdo. Se você

ainda não entendeu o poder do Marketing de Conteúdo, a hora é agora! Este livro será o seu guia para o início da sua jornada neste mundo incrível e encantador. Você nunca mais verá o Marketing da mesma forma.

agencia de marketing de conteudo: Marketing de conteúdo e branded content Camila Grillo, 2023-10-23 A Série Universitária foi desenvolvida pelo Senac São Paulo com o intuito de preparar profissionais para o mercado de trabalho. Os títulos abrangem diversas áreas, abordando desde conhecimentos teóricos e práticos adequados às exigências profissionais até a formação ética e sólida. Marketing de conteúdo e branded content traça um caminho para profissionais e agências compreenderem as similaridades e diferenças entre os conceitos de marketing de conteúdo e de branded content. Entre os temas abordados estão o passo a passo na estratégia de marketing de conteúdo, o briefing de um projeto de branded content e o papel da marca. O livro também aborda aspectos relacionados à construção das narrativas por meio da aplicação do storytelling, ao branded entertainment e aos conteúdos patrocinados por marcas. O objetivo é trazer ao leitor uma visão geral sobre o assunto e capacitá-lo a desenvolver estratégias tanto para pequenos quanto para médios e grandes negócios.

agencia de marketing de conteudo: Marketing escolar de bolso Helena Poças Leitão, 2021-01-22 Marketing Escolar de Bolso traz técnicas e práticas de marketing com o objetivo de apoiar as escolas da Educação Básica no desenvolvimento de seu plano estratégico. O livro visa ajudar gestores, mantenedores e profissionais envolvidos com a área de Marketing para que consigam desenhar estratégias eficientes, sempre acompanhando a realidade e os objetivos da escola. Por meio de uma linguagem fácil e didática, a autora aborda também os diversos tipos de ações de marketing tático da atualidade e como aplicá-los no mercado escolar.

agencia de marketing de conteudo: Conteúdo S.A., Segunda Edição Joe Pulizzi, 2022-10-28 Os autoproclamados especialistas em negócios se apegam ao mantra de que o desenvolvimento de produtos é o ponto de partida de toda empresa de sucesso: crie um produto, conquiste uma base de clientes, venda seu produto. Fácil. Por que, então, a grande maioria dos negócios fracassa antes de decolar? O empreendedor de sucesso e profissional do marketing de conteúdo Joe Pulizzi nunca deu ouvidos aos chamados especialistas – e seus negócios renderam milhões. Nesta edição completamente atualizada e ampliada de Conteúdo S.A., Pulizzi mostra como ele inverteu o roteiro para construir a vida dos seus sonhos. Em resumo, começou desenvolvendo um conteúdo valioso, não um produto. Em seguida, conquistou um público em torno daquele conteúdo e, então, criou um produto para aquele público. Conteúdo S.A., segunda edição, mostra como visualizar, iniciar e monetizar seu próprio negócio de conteúdo por meio de sete etapas simples: - O Ponto Ideal: identifique a intersecção entre a sua competência única e as dificuldades de seu público. - O Ajuste do Conteúdo: determine como você pode ajustar o seu ponto ideal para encontrar um lugar onde exista pouca ou nenhuma competição. - A Base: escolha uma plataforma principal para distribuição de conteúdo. - Conquista do Público: utilize as mídias sociais e a SEO para converter visitantes ocasionais em assinantes de longo prazo. - Receita: comece a cobrar dinheiro por seus produtos ou serviços. - Diversificação: amplie seus negócios expandindo para vários canais de entrega. - Vender ou Crescer: saia do negócio vendendo por milhões ou construa uma empresa.

agencia de marketing de conteudo: O Modelo de Marketing Integrado da Disney: Estratégias Clássicas e Modernas para o Sucesso nas Redes Sociais Filipe Zingano, O livro O Modelo de Marketing Integrado da Disney: Estratégias Clássicas e Modernas para o Sucesso nas Redes Sociais oferece uma análise prática e aplicável das estratégias de marketing utilizadas pela Disney em 1957, adaptando essas lições para o contexto moderno das redes sociais e do marketing digital. Através de capítulos bem estruturados, o livro aborda tópicos como a integração de divisões, a reutilização de conteúdo, a criação de experiências imersivas, e a publicidade e licenciamento eficazes. Este livro é destinado a profissionais de marketing e estudantes que desejam desenvolver competências em marketing integrado, aplicando princípios atemporais em um mercado em constante mudança. Com recursos adicionais como leituras recomendadas, ferramentas e templates de marketing, oferece uma base sólida para a implementação de estratégias eficazes que maximizem

o valor da marca e engajem o público.

agencia de marketing de conteudo: Marketing Digital: o Efeito do Conteúdo de Mídia Social e a Popularidade das Marcas no Facebook Jeimes Aquino de Alencar, 2021-08-26 O livro Marketing digital: o efeito do conteúdo de mídia social e a popularidade das marcas no Facebook é resultado de dois anos da pesquisa de mestrado em Administração do autor, que abordou a produção de conteúdos de marketing no ambiente digital e fez uma análise das duas maiores cervejarias do Brasil e a sua atuação na rede social Facebook. O livro retrata a trajetória das duas marcas e suas estratégias de conteúdo para a geração de engajamento, por meio de uma análise dos posts publicados desde o início das fanpages das duas marcas, identificando os tipos de assunto e mensagens. O autor também aborda, de forma clara e de fácil entendimento para o leitor, algumas estratégias de Marketing Digital e a utilização das redes sociais como o Facebook para a publicidade, o que trouxe uma nova forma de abordagem mercadológica por parte das empresas, que tiveram que se adaptar à utilização de novas ferramentas como fanpages para conquistar clientes. O livro é destinado principalmente a alunos dos cursos de Marketing, Administração e Comunicação e profissionais em geral que tenham interesse na criação de estratégias de marketing no mundo digital. A obra apresenta ainda uma abordagem elaborada pelo autor para construção de uma estratégia de Marketing digital dividida em cinco etapas: 1. Definição dos objetivos do seu negócio; 2. Identificação das necessidades do cliente; 3. Criação de uma persona; 4. Produção de conteúdo; 5. Definição dos canais.

agencia de marketing de conteudo: *ECSM 2021 8th European Conference on Social Media* Dr Christos Karpasitis, 2021-07-01 Conference Proceedings of 8th European Conference on Social Media

agencia de marketing de conteudo: RESUMO - Content Chemistry / Química de conteúdo: O Manual Ilustrado de Marketing de Conteúdo Por Andy Crestodina Shortcut Edition, Ao ler este resumo, o senhor aprenderá como desenvolver seus negócios criando um conteúdo digital poderoso. O senhor também aprenderá : a dominar as bases do marketing digital em poucos minutos; a otimizar o que o senhor já tem no lugar com a ajuda de alguns fundamentos; a melhor direcionar seu conteúdo, para que sua oferta seja mais visível e mais consultada; convencer um prospecto que visite seu site a ir mais longe; o que realmente funciona em termos de audiência; dicas sobre como subir facilmente nos resultados de busca do Google; quais são as ferramentas essenciais que os especialistas do setor digital acreditam que o senhor precisa saber. Todo empresário sabe que só porque uma idéia é boa ou um produto é bem sucedido, ele não vende. Grandes corporações têm equipes inteiras de marketing para comunicar e promover sua marca. No entanto, suas estratégias se baseiam em princípios simples e ferramentas acessíveis. Andy Crestodina, diretor de marketing da Orbit Media Studios, uma agência de web design e consultoria, vem conduzindo há décadas pesquisas sobre as características precisas dos conteúdos que envolvem os usuários. Se você administra uma empresa, uma equipe ou projetos, você também pode agora aprender o que realmente faz a diferença. O que o senhor tem a perder?

agencia de marketing de conteudo: A Arte de Escrever para a Web Paulo Macceto, 2017-10-10 Vender não se resume em divulgar. Não é quanto mais se divulga, mais se vende. O controle não é seu, é do público, é do cliente. Aliás, não é por você que o consumidor pensa em comprar, é por ele mesmo. Foi-se o tempo em que bastava você falar sobre o seu trabalho, seu negócio, seus serviços etc. Aquele tempo em que apenas o investimento nos melhores canais de publicidade trazia o resultado esperado. Esse jogo tradicional, intrusivo, que aparenta um tipo de controle sobre o que as pessoas irão consumir, no fundo, é apenas uma comunicação sem permissão que invade o espaço do consumidor em potencial. Você acha mesmo que o público, no momento em que está assistindo a um vídeo, por exemplo, fica lá esperando para aparecer uma propaganda sua? Não, ele não está interessado no que você tem a dizer ou vender. Pode ser duro ler isso, mas é a verdade. Então, se você quer que ele se interesse pelas suas ideias, serviços e produtos, ou o que quer que você venda, é melhor começar a investir em criação de conteúdo. Se você quer apenas ser visto, pode continuar investindo apenas em mídia tradicional, com os folhetinhos, propaganda e

anúncios sobre o quanto o seu trabalho é espetacular. Você será visto por muitas pessoas em pouquíssimo tempo. Esse é um jogo válido, mas se você quer construir um relacionamento, de maneira que as pessoas comprem e depois sintam o prazer de promover sua marca e seus produtos, a criação de conteúdo precisa entrar em cena.

agencia de marketing de conteudo: Startup Brasil Pedro Mello, Marina Vidigal, 2013-03-05 Neste livro, os autores Pedro Mello e Marina Vidigal apresentam a trajetória de empreendedores brasileiros que transformaram o país a partir dos seus negócios. Um verdadeiro guia para aquelas pessoas que desejam se aventurar no mundo do empreendedorismo. Um livro repleto de histórias de sucesso que, entre erros e acertos, só se tornaram possíveis por causa de grandes ideias e muita mão na massa. Em Startup Brasil, Pedro Mello e Marina Vidigal nos convidam a conhecer a trajetória de empreendedores brasileiros que transformaram o país a partir de seus negócios. É uma fonte de inspiração e de conselhos para novos empreendedores, um livro recheado de histórias sobre brilho nos olhos, sonhos grandes e insatisfação permanente. Vale a leitura! Rodrigo Telles Presidente da EndeavorStartup Brasil se encaixa perfeitamente no ensino de empreendedorismo, na medida em que a melhor forma de levar o assunto aos jovens é por meio de histórias que inspiram e motivam, instigando o potencial empreendedor que todos eles carregam, mas permanece adormecido até que alguma experiência, própria ou alheia, provoque este despertar. Marcos Hashimoto Professor e coordenador do Centro de Empreendedorismo do Insper Leitura obrigatória para qualquer empreendedor ou pessoa interessada em empreendedorismo de alta performance. José Salibi Neto Diretor de conhecimento da HSM

agencia de marketing de conteudo: Agência Enxuta Natanael Oliveira, 2018-10-04 Qual a PRIMEIRA coisa você deve fazer quando fechar um novo contrato? Qual a maneira mais INTELIGENTE para organizar a rotina de uma agência? Como TRIPLICAR as suas chances de gerar resultados para os seus clientes? Como PREPARAR sua agência para contratos de alto valor em poucos dias? Essas são algumas das perguntas mais frequentes nas agências de Marketing Digital. Para ser mais específico, hoje as perguntas sobre a criação de uma agência enxuta estão na lista das principais perguntas do mercado. São consultores que fecham novos contratos e não fazem ideia de como conduzir um novo projeto com seus clientes e empresários que não conseguem montar uma equipe interna Foi por isso que nós criamos o livro Agência Enxuta Nesse livro vamos apresentar um processo que apesar de ser muito poderoso para a construção de uma agência de marketing digital do zero é totalmente SIMPLES de ser implementado... e você poderá fazer isso sem precisar de anos e anos de trabalho. Se você se dedicar seriamente, você conseguirá seguir todas as etapas em poucos meses. Nós iremos cobrir os principais detalhes sobre a construção de agência lucrativa e enxuta do zero, com uma linguagem simples e objetiva para te ajudar a entender na prática os 4 processos mestres para fechar contratos de R\$10.000,00 O livro Agência Enxuta vai te ensinar não somente a montar sua agência da maneira mais organizada e inteligente que existe, mas vai te ajudar a gerar resultados REAIS e de maneira previsível para os seus clientes. Ponto.

agencia de marketing de conteudo: Gestão De Marketing Digital Alan Koerbel, 2023-06-02 Aprenda a elevar a maturidade do marketing digital com velocidade. Descubra os segredos para criar estratégias de sucesso, escolher as táticas certas, controlar a demanda, e por fim, otimizar campanhas online. O marketing digital é uma ciência nova. Por isso, faltam processos consolidados e profissionais experientes, o que, na prática leva ao ciclo de tentativa e erro. Para alcançar o sucesso no digital é preciso descobrir a resposta para estas perguntas: Estratégia: como se destacar com os recursos disponíveis? Produção: como entregar com qualidade e ser produtivo? Performance: como investir em mídia e obter retorno? A resposta é simples de imaginar, porém complexa para aplicar: “excelência na gestão de marketing digital”. Este livro descomplica o marketing digital com guias e conceitos para colocar em prática. Apresenta um conteúdo rico e objetivo sobre gestão marketing digital. Sem enrolação. Feito para colocar em prática após cada capítulo e promover mudanças rápidas. Criado a partir de duas décadas de vivência intensa do autor em tecnologia e marketing, onde participou ativamente de centenas de casos reais de transformação digital do marketing. Indicado para gestores, empreendedores, profissionais de marketing, estudantes e todas as pessoas

interessadas em conhecer o melhor do marketing digital corporativo. Para iniciantes e profissionais experientes. Boa leitura e desejo que você acelere sua equipe e decole suas campanhas.

agencia de marketing de conteudo: Custos de Operações no E-commerce Silvana Torquato Fernandes Alves, Lúcia Maria Tavares, 2023-10-01 Esta obra apresenta informações valiosas sobre fatores importantíssimos para um e-commerce de sucesso: administração, gestão, logística, sistemas informatizados, marketing, formas de pagamento, impostos, entre vários outros tópicos importantes para a criação de um negócio virtual bem-sucedido, competitivo e rentável.

agencia de marketing de conteudo: #socialholic Fernando Polo, Juan Luis Polo, 2021-10-22 As redes sociais vêm transformando radicalmente a forma como as pessoas se comunicam no século XXI. A troca de informações que elas possibilitam afeta, também, a maneira como a indústria e os serviços são solicitados e avaliados por seus consumidores. Aplicativos que facilitam a identificação da oferta e a comparação de preços de diferentes fornecedores, e que permitem a postagem de opiniões de clientes sobre sua satisfação ou frustração ao consumir um artigo tornaram necessário que as empresas também se lançassem a essas plataformas, propondo-se, principalmente, a escutar seus clientes para atender melhor a suas expectativas e, assim, fidelizá-los - a ponto de, em alguns casos, convocarem a participação de consumidores e de clientes potenciais para opinar sobre novos produtos ainda em projeto.

agencia de marketing de conteudo: Estratégias de Marketing para Negócios NO LINKEDIN Henrique Novaes, Bem-vindo ao nosso treinamento de marketing de nível superior do LinkedIn, projetado para levá-lo à mão e orientá-lo no processo de tirar o máximo proveito do LinkedIn em nome de sua empresa. Estou muito animado por tê-lo aqui e sei que isso será muito útil para você. Este treinamento exclusivo mostrará passo a passo, tópico por tópico e ferramenta por ferramenta, o que você precisa saber para dominar o LinkedIn Marketing, da maneira mais fácil possível, usando as ferramentas mais eficazes e no menor tempo possível. Este treinamento é composto por 20 capítulos, prontos para mostrar as mais recentes estratégias de Marketing do LinkedIn. É exatamente isso que você aprenderá: Capítulo 1 - O que é Marketing de LinkedIn? Capítulo 2- Configurando um perfil do LinkedIn otimizado para os negócios Capítulo 3- Criando uma página envolvente da empresa Capítulo 4- Usando "Sugestões de Conteúdo" para encontrar os principais tópicos do LinkedIn Capítulo 5- Criando publicações eficazes de marketing no LinkedIn Capítulo 6 - Patrocinar publicações de marketing do LinkedIn da maneira certa Capítulo 7- Criando e Crescendo um Grupo LinkedIn para Perspectivas Capítulo 8- Usando a 'Pesquisa' para encontrar e conectar-se com leads Capítulo 9 - Criando um anúncio de tráfego no LinkedIn Capítulo 10 - Criando um anúncio em vídeo do LinkedIn Capítulo 11 - Criando um anúncio de mensagens do LinkedIn Capítulo 12 - O perfeito plano de marketing passo a passo do LinkedIn para 2020 Capítulo 13 - Hacks simples de marketing no LinkedIn para aumentar sua audiência B2B Capítulo 14 - Dicas para criar conteúdo nativo do LinkedIn impressionante Capítulo 15- Como fazer o algoritmo do LinkedIn funcionar para você Capítulo 16 - Estratégias poderosas de InMail que funcionam Capítulo 17 - Marketing do LinkedIn O que você deve ou não fazer Capítulo 18 - Ferramentas e serviços de marketing premium do LinkedIn a considerar Capítulo 19 - Histórias de sucesso de marketing no LinkedIn Capítulo 20 - Perguntas frequentes sobre marketing no LinkedIn Bem, chegou a hora de você aproveitar ao máximo o LinkedIn, em nome da sua empresa!

agencia de marketing de conteudo: Manual completo de empreendedorismo Alexandre Sita, Elissandro Saboia, 2021-04-14 A cada dia se fala mais em empreender. Porém, mais do que abrir o próprio negócio e ser seu próprio chefe, o empreendedorismo cobra muitas habilidades e competências àqueles que decidem se arriscar. É necessário desenvolver o comportamento empreendedor para alcançar o sucesso. O livro conta com a experiência de pessoas apaixonadas por esse estilo de vida. Elas abordaram muito mais do que apenas cases durante os artigos, falam sobre: indústria 4.0 e o perfil do empreendedor inserido nela, tecnologia, novos modelos de negócios, novo mindset e a importância de estar sempre atento às mudanças e a necessidade de acompanhá-las. O manual é extremamente atual e se direciona a todos que buscam abrir ou manter o próprio negócio em um período de mudanças - como o que estamos vivendo. Saiba como desenvolver habilidades,

gerir pessoas e o próprio negócio, entender as tendências de mercado e inovar.

agencia de marketing de conteudo: Digital Branding: Estratégias, táticas e ferramentas para impulsionar o seu negócio na era digital Daniel Rowles, 2019-11-27 A popularização da internet viabilizou uma verdadeira revolução no marketing e na comunicação. No início, os recursos mais utilizados eram os sites, o e-mail e as ferramentas de busca; até que surgiram as redes sociais, os e-commerces e várias outras tecnologias que subverteram a forma e o conteúdo com os quais empresas e marcas se relacionavam com seus consumidores. Nesse cenário, gestores de marketing e comunicação foram obrigados a reverem suas estratégias, táticas e métodos para darem conta da difícil missão de manter os consumidores engajados com suas marcas. Anunciar na TV, no rádio ou nas mídias impressas já não traz mais os mesmos resultados. A comunicação se tornou mais complexa e difusa, e o consumidor assumiu o protagonismo na construção (ou destruição) e na propagação das marcas. Em Digital Branding, Daniel Rowles esclarece os temas mais relevantes do marketing digital, de modo profundo e pragmático, e prepara você para lidar com a complexidade da construção e da gestão de marcas em um mundo cada vez mais digital. Em 16 capítulos recheados de técnicas e ferramentas, você aprenderá desde a análise da estratégia mais adequada para o seu digital branding, até técnicas de SEO (Search Engine Optimization) para dar mais visibilidade ao seu conteúdo. Após a leitura de Digital Branding, você será capaz de: analisar a jornada dos seus usuários, estabelecer políticas e práticas para suas redes sociais, compreender e utilizar os mecanismos de busca ao seu favor, preparar seu branding para o mobile, fazer publicidade on-line, usar o e-mail marketing adequadamente, escolher e implementar ferramentas de CRM e automação de marketing e ainda integrar todas essas iniciativas em um processo de digital branding consistente e mensurável. Digital Branding é, em suma, uma metodologia desenvolvida para capacitar profissionais de marketing e comunicação a extraírem o que há de melhor das tecnologias digitais, aumentando o impacto e os resultados de suas marcas e empresas.

agencia de marketing de conteudo: Comunicação integrada de marketing Chirles de Oliveira, 2022-02-04 A Série Universitária foi desenvolvida pelo Senac São Paulo com o intuito de preparar profissionais para o mercado de trabalho. Os títulos abrangem diversas áreas, abordando desde conhecimentos teóricos e práticos adequados às exigências profissionais até a formação ética e sólida. Comunicação integrada de marketing traz uma visão estratégica de como as ferramentas comunicacionais influenciam e impactam o poder de decisão de compra do consumidor moderno, afinal, é possível parafrasear a propaganda é a alma do negócio para a comunicação integrada é a alma do negócio. Autores internacionais e nacionais apontam a comunicação integrada como estratégia para alavancar não apenas resultados diretos como vendas, mas também como a estratégia para criar uma mensagem uníssona para a organização com o uso eficaz das três diferentes modalidades comunicacionais: comunicação interna, institucional e mercadológica. Entre os temas abordados, estão: a arte da propaganda e sua evolução para o product placement e advertainment; a influência do digital no contexto Vuca; a importância da comunicação institucional; relações públicas e assessoria de imprensa; employer branding como a nova roupagem da comunicação interna; entre outros.

agencia de marketing de conteudo: Direitos Fundamentais na Era Digital Adalberto Pasqualotto, Andressa Munaro Alves, Gabriel Fraga Hamester, Nesta obra, os leitores são convidados a realizar uma interseção entre o Direito do Consumidor e as novas tecnologias, explorando os desafios e as implicações legais decorrentes desse universo em constante evolução. Este livro abrange uma ampla gama de temas relevantes, fornecendo uma análise profunda e atualizada sobre assuntos como a rotulagem de alimentos, a economia do compartilhamento, a responsabilidade civil, a liberdade econômica, o superendividamento e a tomada de decisão do consumidor. A proteção de dados, um tema cada vez mais crucial na era digital, é abordada com rigor e precisão, discutindo as implicações legais e éticas das práticas de coleta, armazenamento e uso de informações pessoais, em particular no contexto das redes sociais. Além disso, este livro examina a importância do processo coletivo como mecanismo de proteção dos direitos do consumidor, as cláusulas penais e suas repercussões legais, o crowdfunding publicitário como uma

forma inovadora de financiamento e divulgação, bem como as implicações da inteligência artificial e do marketing no cenário jurídico. Escrito por juristas dispostos a enfrentar os temas do nosso cotidiano, este livro jurídico oferece uma abordagem analítica, fundamentada em jurisprudência e legislação atualizada, fornecendo aos leitores uma compreensão abrangente e aprofundada das questões jurídicas envolvidas no consumo moderno. Com sua linguagem acessível e rigor técnico, O Universo do Consumo Moderno é uma leitura essencial para estudantes, profissionais do direito e todos aqueles interessados em compreender as dinâmicas jurídicas e os desafios enfrentados no mundo contemporâneo do consumo.

agencia de marketing de conteudo: Planejamento Estratégico de Comunicação Hilton Israel, 2024-11-29 Em um Brasil onde o acesso ao conhecimento muitas vezes parece restrito à uma elite privilegiada, o livro Planejamento Estratégico de Comunicação Para Quem Não Faz Parte da Elite Viajada do Brasil vem democratizar a compreensão e a aplicação do poder da comunicação. Trata-se de uma obra dedicada a todos aqueles que desejam entender planejamento estratégico de comunicação sem barreiras, sem jargões acadêmicos, mas com uma clareza que ilumina o caminho das marcas até os corações e mentes do público. Em um mundo onde a conexão é moeda valiosa, a comunicação eficaz é a chave para o sucesso de qualquer organização. Este livro não apenas desvenda os mistérios por trás do planejamento estratégico de comunicação, mas também o transforma em uma ferramenta acessível e poderosa para moldar o destino das marcas, ideias e pessoas. Escrito de forma simples, prática e abrangente, oferece insights valiosos para aqueles que desejam não apenas entender, mas também aplicar estratégias de comunicação que impulsionam o alcance dos objetivos organizacionais. Do desenvolvimento da identidade da marca à criação de campanhas publicitárias de sucesso, cada página deste livro é uma jornada educativa, uma ode à arte de comunicar. E de refletir. Ao longo das páginas, você descobrirá como a comunicação é um poderoso agente de mudanças, como dá vida às marcas, ideias e empresas, e como o planejamento estratégico de comunicação é a bússola que guia cada passo dessa jornada. Com exemplos práticos, insights inspiradores e uma abordagem acessível, este livro não apenas informa, mas também inspira uma nova atitude em relação à comunicação. Em última análise, Planejamento Estratégico de Comunicação Para Quem Não Faz Parte da Elite Viajada do Brasil é mais do que apenas um livro, é uma chamada para ação, um convite para todos os que desejam transformar o mundo ao seu redor por meio da comunicação estratégica.

agencia de marketing de conteudo: A Ciência do CRM Heverton Anunciação, 2023-11-17 O livro mais completo de CRM (Marketing de Relacionamento) já escrito no Brasil. O livro é dividido em três partes: 1. O Capitalismo do Cliente: apresentaremos que CRM e Experiência do Cliente não é um software que você compra, instala e já fica tudo perfeito; 2. Social CRM: como implementar uma estratégia de atendimento nas redes sociais e internet; 3. Conselhos da Elite: Reunimos dicas de profissionais de vários setores que te mostram como pensar e praticar excelência na experiência do cliente. Você entenderá toda a estratégia envolvida para empresas e carreiras que queiram realmente trabalhar com dados, mas com uma finalidade final de relacionar-se melhor com os clientes, funcionários e cidadãos. Este livro é a pesquisa e trabalhos executados pelo Heverton Anunciação em empresas nacionais e internacionais. Heverton Anunciação, fundador da Universidade do Consumidor, consultor e influenciador número 1 no mundo em CRM e Experiência do cliente. Autor de dezenas de livros e atuou em projetos para O Boticário, Citibank, Banco Original, Havaianas, Entel Chile, Clube Extra, Ademilar, Atento, Marisol, Parmalat, entre outras. Finalista do Prêmio Profissional do Ano Abradi Digitalks 2023 de profissional do ano em Experiência do Cliente. É jurado de vários prêmios para eleger os melhores cases de atendimento ao cliente no Brasil. Já palestrou em eventos como South Summit, Viasoft Connect, APASHOW, GBS Dubai, etc... Membro do conselho consultivo da maior rede mundial de profissionais de atendimento ao cliente Contact Center World. Especialista em CX do Instituto da Transformação Digital.

agencia de marketing de conteudo: Marketing Digital na Prática Paulo Faustino, 2019-06-12 Aprenda na prática como criar do zero uma estratégia de marketing digital para promover qualquer tipo de negócio ou produto, em qualquer país do mundo. Vivemos na era da

informação e da atenção. Gerar vendas através dos canais digitais é a cada dia que passa, uma tarefa cada vez mais difícil e complexa. Dominar as plataformas e ferramentas de marketing digital existentes não é a solução. A solução passa pelo desenvolvimento de estratégias adequadas às necessidades do mercado e dos consumidores, que envolvam o todo e não apenas uma parte. O Livro Marketing Digital na Prática oferece um olhar prático e pragmático sobre a importância da estratégia, como tirar partido das principais plataformas e ferramentas de marketing digital disponíveis e aplicar todo esse conhecimento no desenvolvimento e promoção de qualquer tipo de negócio ou produto. Este livro oferece uma abordagem totalmente prática sobre a criação de estratégias de marketing digital, possíveis de serem utilizadas por qualquer tipo de negócio ou produto. Marketing Digital explicado por quem faz!!!

agencia de marketing de conteudo: *Aldeia Ed.184* Editora Aldeia, 2024-07-02 Fernando Mantovani, pré-candidato a prefeito de Cascavel. Contelle: novo olhar para a assessoria de imprensa. Região Norte e associativismo. Um escritório de altíssimo nível na área processual. Clube de Ciências, gastronomia italiana, poesia e mais!

agencia de marketing de conteudo: Princípios de Marketing Kotler, Philip, Armstrong, Gary, 2023-03-09 A 18ª edição de Princípios de marketing reflete as principais tendências e forças de mudança que impactam o marketing nesta era digital, apresentando ferramentas para que os profissionais compreendam as necessidades e os desejos do consumidor e possam, assim, criar e desenvolver uma proposta de valor para ele, promovendo engajamento e retenção desses clientes. Complementado por inúmeros casos de empresas globais e trazendo uma cobertura revisitada e atualizada das tecnologias de marketing digital, bem como das mídias on-line, móvel e social, este é um livro de consulta indispensável para estudantes, empreendedores e profissionais das mais diversas áreas que desejam desenvolver uma estratégia de marketing para criar vantagem competitiva.

agencia de marketing de conteudo: *Como Ganhar Dinheiro Escrevendo na Internet*© Enrique Sem H, 2024-10-18 Pensando em deixar currículo no McDonald's? Que tal trabalhar de casa em vez disso? O ebook "Como Ganhar Dinheiro Escrevendo na Internet©" é um manual completo de como fazer dinheiro em casa de forma honesta! A maioria pensa que escritor só faz dinheiro milhões de livros vendidos. A verdade é que a internet precisa de escritores todos os dias — para todo tipo de coisa! Seja para empresas atraírem clientes através de postagens num blog ou para influenciadores gravarem um episódio de podcast, escrever é uma das tarefas mais delegadas no mercado de trabalho digital porque escrever é um ato introspectivo. Pouca gente tem a paciência de ler, raciocinar e traduzir os pensamentos em um texto de 500 ou mil palavras, abrindo oportunidade para quem gosta de escrever (e segue as recomendações deste livro) ser bem pago para isso! Um trabalho que pode ser feito de casa ou de qualquer canto do mundo, sem precisar sair do pijama. Você aprenderá: - A criar conteúdos; - Montar um portfólio; - Encontrar clientes no Google; - E construir uma renda extra; - Usando celular ou computador; - Sem precisar das redes sociais! 'Como Ganhar Dinheiro Escrevendo na Internet©' é para quem: - Odeia ter chefes; - Não pode nem quer sair de casa; - Não gosta de transporte público; - Quer fazer os próprios horários; - Prefere trabalhar com a mente; - E ser bem pago para isso!

agencia de marketing de conteudo: A (r)evolução da reportagem Liliane de Lucena Ito, 2019-03-21 Os ambientes midiáticos têm sofrido alterações expressivas desde a virada do milênio, sobretudo a partir dos dispositivos móveis e da web 2.0. Entre todos, destaca-se o jornalismo, que tem se reinventado para continuar cumprindo com o seu papel social. Porém, a reinvenção do jornalismo tem outra importante razão: a sobrevivência. Diante de tantas mudanças, a jornalista Liliane de Lucena Ito desenvolveu uma investigação que teve como objetivo compreender os panoramas nos quais o jornalismo estava inserido, além de observar meios de comunicação e produtos jornalísticos inovadores. Sua investigação, que resultou em uma tese de doutorado, intitulada "A (r)evolução da reportagem – estudo do ciclo da reportagem hipermídia, da produção às repostas sociais", apresenta dados relevantes para a compreensão sobre prováveis futuros para o jornalismo multiplataforma, especialmente no que diz respeito ao uso de uma linguagem gráfica. A

investigação virou livro e acaba de ser publicada pela Ria Editorial.

agencia de marketing de conteudo: Empreendedorismo para jornalistas: Ana Paula Pinto de Carvalho, 2020-01-01 Infelizmente, hoje em dia, os maiores e mais tradicionais meios de comunicação do nosso país estão nas mãos de alguns poucos grupos empresariais – o que representa uma imensa barreira aos jornalistas que tentam se manter objetivos e imparciais. Contudo, já começamos a avistar mudanças nesse cenário! Com o popularização da internet, veio também a possibilidade de o jornalista se tornar mais independente e de se manter mais alinhado aos princípios éticos da profissão. Veja aqui como a união do empreendedorismo e do jornalismo pode transformar não apenas a sua carreira, mas toda a área jornalística.

agencia de marketing de conteudo: Implementação de negócios digitais Renato Bongiorno, 2019-10-15 A Série Universitária foi desenvolvida pelo Senac São Paulo com o intuito de preparar profissionais para o mercado de trabalho. Os títulos abrangem diversas áreas, abordando desde conhecimentos teóricos e práticos adequados às exigências profissionais até a formação ética e sólida. Com o objetivo de contextualizar o leitor e exemplificar as principais tendências do mercado digital, o livro exhibe em detalhes quais ações de marketing digital são essenciais para que as empresas se destaquem nas mais variadas formas de comunicação do mundo on-line. Entre estas, destacamos as vantagens quanto ao investimento em websites, CMS, social media, vídeos on-line, aplicações mobile, blogs, reviews, e-books/whitepapers, landing pages, webinars, newsletters e e-mails marketing, apresentando o impacto que as estratégias de SEO e inbound marketing exercem sobre cada uma delas. A fim de proporcionar ao leitor o conhecimento para implementar essas ações em seus negócios digitais, o livro retrata estratégias e métricas que o levarão à conquista de novos clientes. Ressaltamos também a importância do investimento no capital humano ao apresentar as vantagens comerciais obtidas com o smarketing – integração das equipes de marketing e vendas nesse novo cenário –, ilustrando as principais capacidades técnicas e comportamentais necessárias para alinhar sua equipe às exigências do mercado digital.

agencia de marketing de conteudo: Perspectivas atuais em Gestão, Estratégia e Marketing nas empresas Milena de Cássia Rocha, 2023-03-07 **BALANCED SCORECARD: FERRAMENTA DE SUPORTE AO MAPA ESTRATÉGICO** Ingrid Aparecida Siqueira Crispim **O PAPEL DOS PROFISSIONAIS DE MARKETING NA ERA DIGITAL: A VISÃO DOS PROFISSIONAIS DE EMPRESAS E DAS AGÊNCIAS DE COMUNICAÇÃO** Guilherme Di Donato Gonçalves Pereira **O USO DAS TECNOLOGIAS NO AUXÍLIO DA ADMINISTRAÇÃO E GESTÃO DAS ORGANIZAÇÕES MILITARES DO EXÉRCITO BRASILEIRO** Adriano Paulo da Costa **PAPEL DAS ALIANÇAS ESTRATÉGICAS NO MICROCRÉDITO NO BRASIL** Gilvanete Dantas de Oliveira Pereira **PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO: FERRAMENTAS E TÉCNICAS AO MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL** Rodrigo Braga Fernandes Vieira, Igor Wagner de Andrade Marques, Françoise Wilhelm Fontenele e Vasconcelos Pacheco, Lilian Guimarães do Nascimento Leal, Dina Ester Matias Coelho, Marcus Felipe Frota Gama, Everton Sales da Silva, Suany Naiara Rosa dos Anjos, Núbia Fernanda Santos da Silva Campos, Vânia Maria de Oliveira e Silva, Liliane Amaral Janguê Bezerra Diniz, Sérgio Castro Gomes, Marcelo Augusto Viana Pereira **RELACIONANDO BPMS E DESEMPENHO OPERACIONAL** Edineide Maria de Oliveira, Caio Renan Pierno, José Iesca Rodrigues, Noemia Lazzareschi

agencia de marketing de conteudo: Video Marketing Jon Mowat, 2018-10-26 O vídeo está se tornando rapidamente o a linguagem dominante para produtos, marcas e negócios se comunicarem com o mercado. Com uma parcela cada vez maior da população economicamente ativa composta por Millennials (1980-1998) e Geração Z (a partir de 1998), se comunicar por meio de conteúdos em vídeo passa de alternativa à necessidade. Diante da profusão de novas mídias, especialmente dos canais digitais, saber o que comunicar, quando, onde e o formato mais adequado, tornou-se uma das maiores dores para profissionais de marketing, vendas e comunicação. Em Video Marketing: como usar o domínio do vídeo nos canais digitais para turbinar o marketing de produtos, marcas e negócios, Jon Mowat, CEO da Hurricane Media e uma das maiores autoridades mundiais no assunto, desmistifica o video marketing e ensina o passo a passo para elaborar um planejamento e produzir

vídeos de marketing de forma sistemática, em escala, auxiliando de pequenos negócios a marcas globais. Video Marketing é uma obra completa, com dezenas de recursos e cases para você acessar online, capaz de proporcionar um aprendizado teórico e prático para introduzir o video marketing de forma efetiva na sua empresa. Após a leitura de Video Marketing, você será capaz de dar outra dimensão ao uso do vídeo no seu negócio, desfrutando das vantagens de dominar a nova linguagem para engajar clientes e consumidores da nova geração.

agencia de marketing de conteudo: Digital Influencers e Social Media Michael César Silva, Glayder Daywerth Pereira Guimarães, Caio César do Nascimento Barbosa, 2024-04-07 Como síntese do exposto, explicam os autores em suas considerações finais, que há uma nova organização: 'o mercado de consumo digital, pautado em novos arranjos contratuais, desenvolvimento do comércio eletrônico, veiculação de publicidade digital – em especial com a utilização massiva de marketing de influência –, emprego da inteligência artificial, tratamento de dados pessoais dos consumidores, criação de perfis digitais de consumo e bens digitais ofertados no mercado de consumo. Os digital influencers atuam nas redes sociais pelo contato direto e pessoal com o público, criando uma relação de proximidade por meio da utilização de meios informais especialmente, mediante a produção de conteúdo, em segmentos específicos, com regularidade e credibilidade, alcançando engajamento e alto grau de influência sob o comportamento de seus seguidores e que, por conseguinte, se utilizam dessa relação de confiança para obtenção de remuneração (direita ou indireta) pela realização de atividade publicitária, em seus diversos formatos, nas plataformas digitais.' Com efeito, observa Francesco Galgano (Lex mercatoria, p.239-250) que nesta sociedade a tecnologia industrial é substituída pela técnica contratual, pois em muitos setores o contrato se substituiu à própria lei no papel de organização da sociedade civil. Esta tende a se auto-organizar através de técnicas financeiras. Com isso, a tutela do interesse geral se transforma em um componente do lucro e qualquer proteção ao consumidor se justifica unicamente para o incremento das vendas. A nova lex mercatoria consiste em um direito criado por empreendedores sem a mediação do Poder Legislativo do Estado. A leitura dessa fascinante obra, permitiu-me não apenas acrescer conhecimento, porém compreender a dramática mudança tecnológica como um convite para refletirmos sobre quem somos e como vemos o mundo. Quanto mais pensamos sobre como aproveitar a revolução tecnológica, mais analisamos a nós mesmos e os modelos sociais subjacentes que são incorporados e permitidos por essas tecnologias. E mais oportunidades teremos para moldar a revolução de uma forma que melhore o estado do mundo. Que o leitor possa apreciar da melhor forma o livro Digital Influencers e Social Media de Michael César Silva, Glayder Daywerth Pereira Guimarães e Caio César do Nascimento Barbosa. Parabéns a Editora Foco por trazer ao público um material de tamanha relevância e atualidade. Trecho do prefácio de Nelson Rosendal

agencia de marketing de conteudo: Agile Marketing: como as metodologias ágeis e o uso de dados estão revolucionando a gestão do marketing Neil Perkin, 2023-08-16 Talvez você já tenha ouvido falar sobre agile ou metodologias ágeis, mas o emprego desta mentalidade e suas ferramentas ao marketing é um fenômeno bem mais recente. Em Agile Marketing: como as metodologias ágeis e o uso de dados estão revolucionando a gestão do marketing, Neil Perkin, reconhecido especialista na área, discute a profunda transformação pela qual a gestão do marketing está passando. Neil aborda o impacto que o uso de dados, a tecnologia e a automação provocam no marketing e como o agile marketing representa uma resposta adequada para que os profissionais dessa área possam lidar com os desafios desse ambiente em rápida transformação. Em outro momento, Perkin discorre sobre o agile marketing como estratégia para que os especialistas dessa área sejam capazes de compreender os contextos mercadológicos envolvendo clientes, stakeholders e concorrentes e perceber situações de forma que possam adaptar rapidamente seus esforços de marketing para serem mais eficazes. A seguir, o autor explica todos os detalhes da execução do agile marketing, como uso de sprints, priorização de backlogs, kanban, métricas, KPIs e OKRs. Além disso, ele apresenta a nova estrutura organizacional para as áreas de marketing, baseada em squads, times pequenos e multidisciplinares. Neil também discute como escalar times de agile marketing em organizações que possuem várias frentes de marketing, como grandes empresas e

companhias multinacionais. Em relação ao uso de dados, Perkin trata do emprego inteligente da informação na tomada de decisões mercadológicas em alta velocidade e alerta para os erros mais comuns das empresas no tratamento de dados e sobre como evitá-los. Por fim, o especialista apresenta a questão da cultura organizacional e do papel da liderança para uma implementação bem-sucedida do agile marketing na empresa. Enfim, Agile Marketing é um livro que vai fazer você repensar a gestão do marketing do seu negócio e ter muito mais rapidez, agilidade e eficácia nas ações mercadológicas da sua organização.

agencia de marketing de conteudo: Meu Próprio Negócio Meu Próprio Negócio, Negócios, On Line Editora, 2016-07-22 Descubra os segredos de jovens que faturam bem mais como empresários.

agencia de marketing de conteudo: Indicadores, métricas e monitoramento de resultados Frederico Reis Pacheco, 2023-08-28 A Série Universitária foi desenvolvida pelo Senac São Paulo com o intuito de preparar profissionais para o mercado de trabalho. Os títulos abrangem diversas áreas, abordando desde conhecimentos teóricos e práticos adequados às exigências profissionais até a formação ética e sólida. Indicadores, métricas e monitoramento de resultados aborda de forma abrangente e atualizada a importância de medir e monitorar os resultados de negócios na área de comunicação. A obra apresenta de forma clara e didática os conceitos fundamentais sobre indicadores e métricas, além de destacar ferramentas utilizadas para medir e avaliar o desempenho de campanhas e ações. O livro oferece orientações práticas para definir objetivos claros e mensuráveis e apresenta tendências, técnicas e boas práticas para a implementação de um sistema de monitoramento de resultados eficiente. O objetivo é desenvolver no leitor uma estratégica capacidade analítica para gerenciar indicadores, independentemente da ferramenta utilizada. A obra é recomendada para profissionais, estudantes e pesquisadores que desejam aprimorar suas habilidades em mensurar e avaliar resultados. O diferencial deste livro é ir além da questão operacional e agregar uma visão estratégica para pensar o negócio, derrubando alguns mitos do mercado.

agencia de marketing de conteudo: Buyer Personas: como construir perfis de compradores para orientar o seu marketing e vender muito mais Adele Revella, 2023-11-16 Se você trabalha com vendas ou marketing, já deve ter ouvido falar em personas ou buyer personas durante alguma reunião ou nas redes sociais. A construção de buyer personas, ou perfis de compradores, popularizou-se nos últimos anos juntamente com o marketing digital. Mas, afinal, o que são as buyer personas? Em que essa metodologia, de fato, pode ajudar a sua empresa a fazer mais negócios? Como construir buyer personas de forma consistente? É com o propósito de responder a essas e a muitas outras perguntas sobre o assunto que Adele Revella, fundadora e CEO do Buyer Persona Institute, apresenta em seu livro todas as técnicas necessárias para a construção de buyer personas que trarão insights valiosos para orientar as estratégias e táticas de marketing que farão a sua empresa vender muito mais. Partindo do entendimento dos clientes, por meio de entrevistas com clientes reais, conversas com o time de vendas, entre outras técnicas, Revella ensina de forma clara e consistente como elaborar perfis de compradores que sejam de fato úteis e que sejam fiéis à realidade, e não somente peças de ficção criadas a partir da imaginação do seu time de marketing. Com a leitura de Buyer Personas: como construir perfis de compradores para orientar o seu marketing e vender muito mais, você e seu time de marketing ou vendas estarão muito mais preparados para lidar com os compradores que a empresa visa persuadir, seja atraindo-os por meio do seu marketing digital, seja abordando-os diretamente com o seu time de vendas.

agencia de marketing de conteudo: Vídeos que Vendem Mais Camilo Coutinho, 2020-07-01 VOCÊ NÃO SABE O QUE É VIDEO MARKETING? Que bom que você tirou o meu livro da prateleira e está aqui lendo essa orelha. Agora que estou com a sua atenção presa aqui, eu quero seu voto de confiança – ou melhor um olho de confiança – no conteúdo que eu coloquei dentro dessas páginas sobre o video marketing. Na outra orelha eu me apresento, mas depois você lê ela, o que você precisa saber que desde 2006 eu trabalho com vídeos focados em varejo e vendas, e toda essa expertise resultou no conteúdo desse livro, com pontos reais que eu uso no dia-a-dia da minha

empresa com clientes e alunos. As estratégias e táticas aqui colocadas vão desde o início, ou seja, para você que está entrando nesse mundo, até o mais avançado disponível no momento que finalizei esse livro (ou seja, compra esse livro para a editora se animar e me permitir escrever uma segunda edição... rs). Dentro do livro você encontra dicas práticas para você aplicar em seus vídeos, como por exemplo, o uso dos meus métodos para a criação de roteiros, ou mesmo o meu famoso roteiro chicote onde com apenas 6 perguntas você vai poder criar roteiros para qualquer tipo de assunto que exista no mundo. É claro que essa é só uma citação pois nesse calhamaço de páginas (que eu espero que você rabisque e anote muito) tem muito conteúdo valioso sobre video marketing, e a minha real felicidade é te dar boas-vindas ao Video Marketing.

Additional Resources

About Egencia: The World's Business Travel Platform

GBT Travel Services UK Limited (GBT UK) and its authorized sublicensees (including Ovation Travel Group and Egencia) use certain trademarks and service marks of American Express ...

Egencia Connect Community

Loading. ×Sorry to interrupt. CSS Error

Corporate Travel Management, Business Travel Services

GBT Travel Services UK Limited (GBT UK) and its authorized sublicensees (including Ovation Travel Group and Egencia) use certain trademarks and service marks of American Express ...

Login | Egencia

Create an account or log into Amex GBT Egencia™. Manage your current travel bookings, make new reservations, and oversee your business travel program here.

Egencia Mobile App: Best Business Expense Tracker & Travel ...

GBT Travel Services UK Limited (GBT UK) and its authorized sublicensees (including Ovation Travel Group and Egencia) use certain trademarks and service marks of American Express ...

Business Travel, 24/7 Global Business Travel Support – Egencia

At Egencia we bring you access to superior supplier content, giving your travelers choice and flexibility – online or with our expert corporate travel agents.. Expert travel consultants see to it ...

Egencia Business Travel Arranger Center For Travel Bookers

Promote the Egencia app for iOS or Android. Your business travelers will enjoy a leisure-like booking experience when booking and managing their business trips. CIBT – an Egencia ...

Se connecter | Egencia

GBT Travel Services UK Limited (GBT UK) and its authorised sublicensees (including Ovation Travel Group and Egencia) use certain trademarks and service marks of American Express ...

What You Need to Know About Airline Credits – Egencia US

Jan 30, 2025 · Flight canceled. Or flight delayed. If you regularly use air travel for business, you'll probably have seen these incredibly frustrating words up on the departure board at the airport ...

Anmelden | Egencia

GBT Travel Services UK Limited (GBT UK) and its authorised sublicensees (including Ovation Travel Group and Egencia) use certain trademarks and service marks of American Express ...

About Egencia: The World's Business Travel Platform

GBT Travel Services UK Limited (GBT UK) and its authorized sublicensees (including Ovation Travel Group and Egencia) use certain trademarks and service marks of American Express ...

Egencia Connect Community

Loading. *Sorry to interrupt. CSS Error

Corporate Travel Management, Business Travel Services

GBT Travel Services UK Limited (GBT UK) and its authorized sublicensees (including Ovation Travel Group and Egencia) use certain trademarks and service marks of American Express ...

Login | Egencia

Create an account or log into Amex GBT Egencia™. Manage your current travel bookings, make new reservations, and oversee your business travel program here.

Egencia Mobile App: Best Business Expense Tracker & Travel ...

GBT Travel Services UK Limited (GBT UK) and its authorized sublicensees (including Ovation Travel Group and Egencia) use certain trademarks and service marks of American Express ...

Business Travel, 24/7 Global Business Travel Support - Egencia

At Egencia we bring you access to superior supplier content, giving your travelers choice and flexibility - online or with our expert corporate travel agents.. Expert travel consultants see to it ...

Egencia Business Travel Arranger Center For Travel Bookers

Promote the Egencia app for iOS or Android. Your business travelers will enjoy a leisure-like booking experience when booking and managing their business trips. CIBT - an Egencia ...

Se connecter | Egencia

GBT Travel Services UK Limited (GBT UK) and its authorised sublicensees (including Ovation Travel Group and Egencia) use certain trademarks and service marks of American Express ...

What You Need to Know About Airline Credits - Egencia US

Jan 30, 2025 · Flight canceled. Or flight delayed. If you regularly use air travel for business, you'll probably have seen these incredibly frustrating words up on the departure board at the airport ...

Anmelden | Egencia

GBT Travel Services UK Limited (GBT UK) and its authorised sublicensees (including Ovation Travel Group and Egencia) use certain trademarks and service marks of American Express ...

[Agencia De Marketing De Conteudo](#)

Agencia De Marketing De Conteudo

Related Articles

- [agence de communication dax](#)
- [agile team development practice](#)
- [after mba what next to study in usa](#)

[Back to Home](#)