

GUIA PARA PROFISSIONAIS LIBERAIS E DONAS DE NEGÓCIOS

A woman with her hair styled with coral and seaweed is floating underwater in a white, flowing dress. She is looking upwards with a serene expression. The background is a deep blue with light rays filtering through the water.

Enkor



Assessoria de marketing digital

Tudo que você precisa saber sobre o marketing digital antes de iniciar no marketing digital. Produzido e distribuído pela Enkor Assessoria de Marketing Digital para profissionais liberais e donas de pequenos negócios.

Ancoramos você no sucesso!

[Entre em contato
agora mesmo!](#)

Quem somos

Prazer, somos a Enkor! Uma assessoria de comunicação e marketing digital focada no atendimento às mulheres profissionais liberais. Isso mesmo, de mulher para mulher, sabe?

Nascemos em 2022 e já estamos presentes em pelo menos 10 estados brasileiros, E nem contei que chegamos aos EUA, né?

Somos 24 milhões



Somos 24 milhões de profissionais liberais no Brasil, segundo último levantamento do IBGE. Imagina quantas pessoas acessam diariamente as redes sociais?

Brenda da Enkor

Fundada pela jornalista Brenda Aurelio, a Enkor nasceu para dar voz àquelas mulheres que se sentem perdidas e desejam ancorar sua marca no sucesso!

Como uma âncora que oferece estabilidade e segurança aos navios, a Enkor chega para abraçar, apoiar e elevar mulheres com conhecimento técnico, ao próximo nível digital!

Bem-vinda!

Fizemos este guia com muito cuidado e carinho para que você, profissional liberal, possa entender mais sobre o marketing digital e não se sinta mais perdida!

Preste muita atenção, anote tudo e caso tenha alguma dúvida, não hesite em nos chamar através dos nossos canais.

 [\(51\) 98188-7950](tel:(51)98188-7950)

 [@enkor.assessoria](https://www.instagram.com/enkor.assessoria)



Somos 24 milhões

Segundo o último levantamento feito pelo IBGE, somos mais de 24 milhões de profissionais liberais no Brasil.

Profissional liberal é aquela mulher que pode trabalhar por conta própria, sem vínculo empregatício e sem a necessidade de registros profissionais, mas precisa estar registrado a uma ordem ou conselho profissional. Ou seja, é uma especialista que detém estudo técnico sobre uma área específica.

- médicas
- dentistas
- corretoras de imóveis
- arquitetas
- advogadas
- jornalistas
- engenheiras
- arquivistas
- administradoras
- assistente social
- bibliotecárias
- contabilistas
- corretoras de seguros
- professoras
- educadoras
- profissionais da saúde
- profissionais do bem-estar
- nutricionistas
- concurseiras

Profissional liberal e o marketing digital

Marketing digital são ações de comunicação que as empresas podem utilizar por meio da internet, da telefonia celular e outros meios digitais, para assim divulgar e comercializar seus produtos ou serviços, conquistando novos clientes e melhorando a sua rede de relacionamentos.

Ações de comunicação digital são usadas para divulgar e comercializar produtos/serviços.

Desta forma, as profissionais liberais buscam o marketing digital como estratégia para aumentar a cartela de clientes, fechar mais consultas, vender mais consultorias, lotar a agenda de clientes, vender mais seus produtos e/ou serviços, aparecer para mais pessoas, escalar suas vendas.

Sendo assim, todas as ações de marketing digital devem ser voltadas para ATRAIR PESSOAS, ou seja, captar leads para o negócio da profissional liberal.

Tipos de ações de marketing digital

Para tornar mais fácil a sua compreensão, vamos *dividir as ações de marketing digital em 3 blocos grandes: redes de pesquisa/busca, redes de nutrição de leads e redes sociais*. Mas, caso queira ler mais e entender sobre Marketing Digital e seus fundamentos, sugiro alguns autores, como: Marketing 4.0 – Philip Kotler; A Terceira Onda da Internet – Steve Case; Digital Marketing: SEO Tips and Tricks – Komal Sharma; Isso é Marketing – Seth Godin.

➡ O primeiro bloco, **ações de redes de busca/pesquisa**, está relacionado àquelas práticas de focar naquilo que o público-alvo pesquisa sobre o assunto/nicho abordado pela profissional liberal.

Vamos ao exemplo: quando desenhamos o público-alvo de uma nutricionista especialista em vegetarianos, descobrimos que este grupo de pessoas mais pesquisa no Youtube a partir das análises de dados.

Desta forma, podemos explorar o Youtube como um canal de buscas para a nutricionista através da criação de conteúdo dentro da plataforma que responda às principais dúvidas dos usuários. O grande objetivo é fazer com que o Youtube apresente os conteúdos da nutricionista em questão, no momento em que as pesquisas forem feitas pelos usuários.

Se notarmos que o grupo de vegetarianos procura por receitas fáceis com batata no Youtube, usaremos esta informação à favor da nutri, sugerindo que ela faça conteúdos de resposta, ou seja, apresentando receitas fáceis com batata.

A premissa dos canais de busca/pesquisa é: se meu cliente procurar por mim, estarei lá.

Entre as ações de pesquisa/busca, temos:

- Glossário
- Wikipedia
- Youtube
- Lattes
- Webinars
- Sites
- Blogs
- Pinterest

➡ Ação de nutrição de leads consiste em alimentar com informações e conteúdos estratégicos, aquele banco de contatos da profissional liberal.

Desta forma, se faz necessário automatizar a nutrição de leads com plataformas especializadas para que possamos conduzir as pessoas interessadas na marca, até o poder de compra do serviço e/ou produto.

Lead é o nome dado àquela pessoa que forneceu suas informações de contato (nome, email, telefone, etc.) em troca de uma oferta de valor no seu site (conteúdo, ferramenta, avaliação, pedidos sobre produto/serviço, entre outros).

Entre as ações de nutrição de leads, temos:

- E-mail marketing
- Plataforma de CRM
- Mensagens automáticas
- SAC
- Redes Sociais
- Newsletter

➡ **Ação de redes sociais consiste em utilizar Inbound Marketing (criação de conteúdo) para interagir e atrair novos leads para a profissional liberal.**

As redes sociais são a estratégia mais utilizada na era digital atual por profissionais liberais, tanto no impulsionamento orgânico quanto no pago. Sendo orgânico aquele em que os leads são atraídos apenas através da postagem de conteúdos, sem impulsionamento pago de conteúdos.

Entre as redes sociais, temos:

- Instagram
- Facebook
- Twitter
- Whatsapp
- Snapchat
- Tiktok
- LinkedIn
- Messenger
- Pinterest
- Youtube

Tipos de estratégias de marketing digital

As estratégias de marketing digital são definidas após a análise de dados, público-alvo, persona e objetivos da profissional liberal. Dentro das estratégias, as ações são trabalhadas em conjunto, ou seja, mais de uma ação ao mesmo tempo.

Inbound Marketing

Significa criação de conteúdo. Esta estratégia é aplicada em quase todas as ações de marketing. Criamos materiais de divulgação em texto, vídeo, card, foto, e-mail, mensagens, áudios etc.

Anúncios Online

Os anúncios são utilizados para disseminar ainda mais os conteúdos criados em cada ação. Aqui trabalhamos com META ADS (Facebook e Instagram) e Google Ads (anúncios no Google).

Captação diária de novos leads

O mais importante é que novos leads entrem em contato com a profissional todos os dias.

Tipos de estratégias de marketing digital

Lançamentos digitais

Nesta estratégia, o objetivo consiste em expandir o caixa da empresa em curto espaço de tempo. A estratégia a ser explorada dependerá de qual modelo de lançamento será seguido, sendo que não existe garantia de resultados.

Campanhas em datas comerciais

Explorada principalmente no e-commerce, boas estratégias de vendas para ofertas em datas comerciais anuais.

Vídeo Marketing

Vídeo é o principal formato de comunicação utilizado e pode ser explorado como estratégia principal em algumas ações.

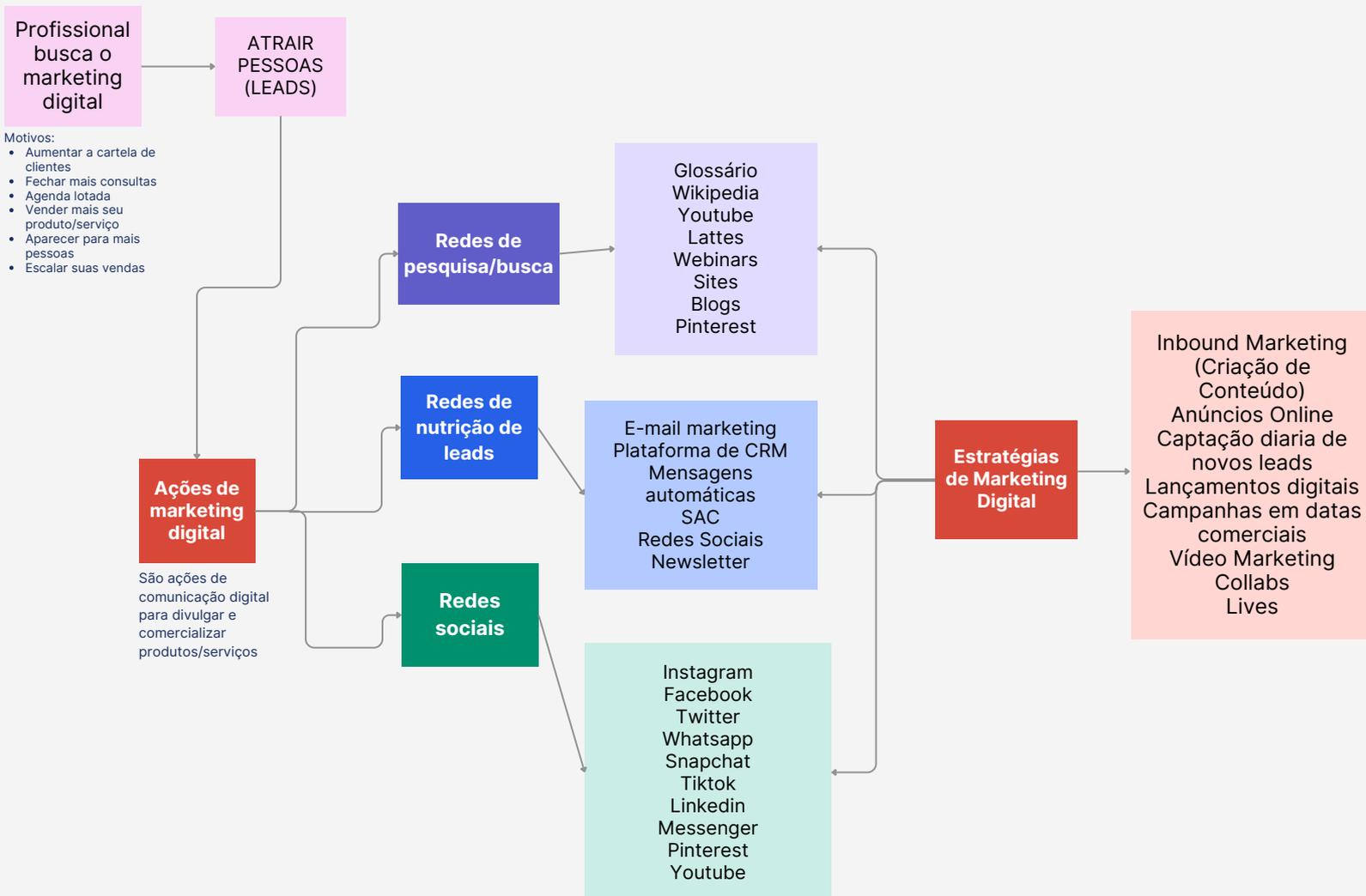
Collabs e Lives

Utilizar os formatos colaborativos e lives em parcerias é uma ótima estratégia para alcance de novos leads por profissionais liberais.

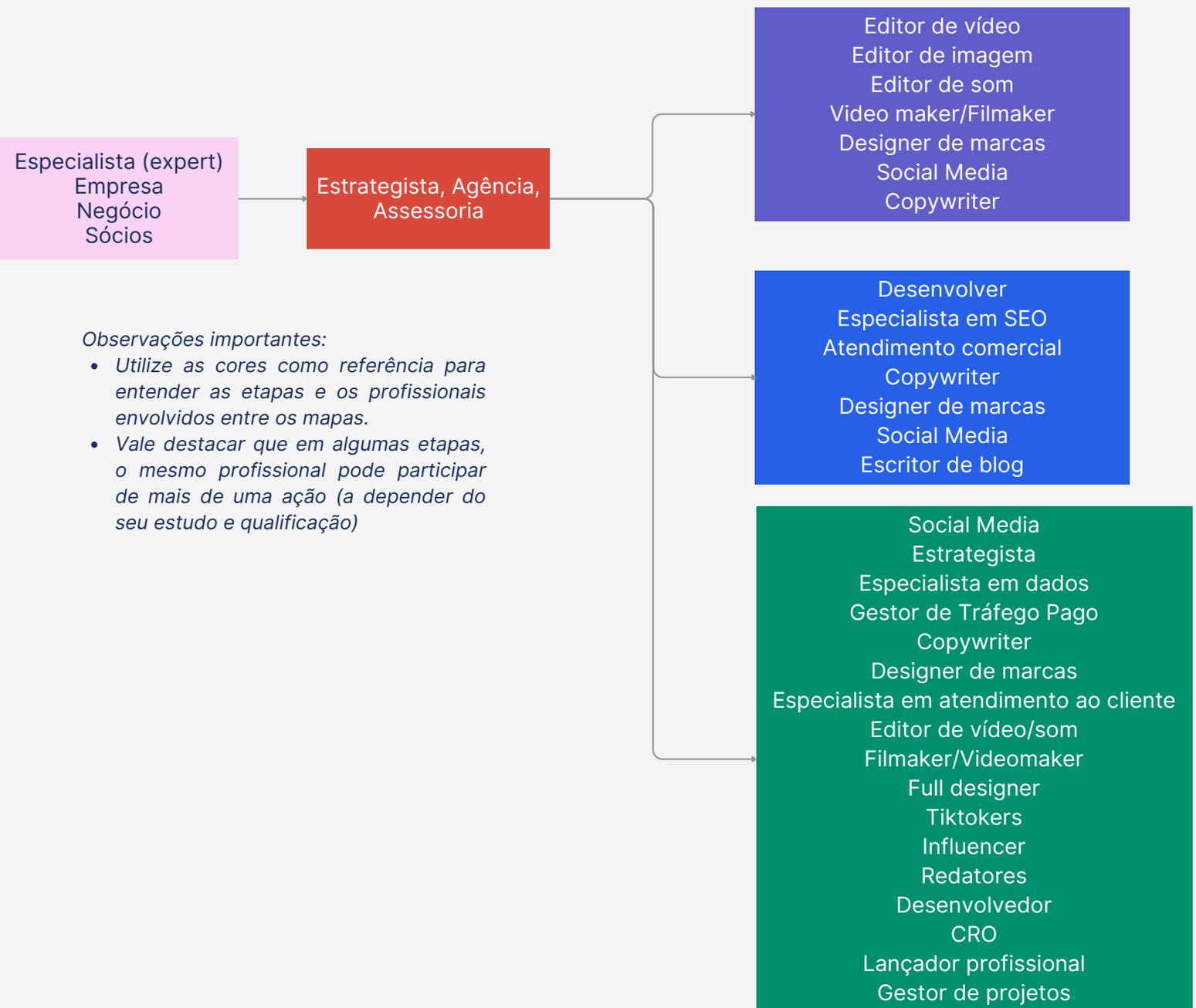
Mapa mental

Aqui está um mapa mental que apresenta esta ligação entre a profissional liberal e o marketing digital. Este material é um resumo de tudo que você entendeu/estudou até aqui!

Profissional liberal e a ligação com marketing digital



Profissões do marketing digital



Exemplo para aplicar a estratégia de lançamento digital de forma resumida:

- Exige um **expert com conhecimento técnico** aprofundado acerca de um 1 assunto (domínio da área)
- Ideia de serviço que resolva o problema de um público específico (**infoproduto**)
- Desenho do lançamento e estratégias que serão adotadas (**estrategista e expert**)
- Definição de estratégias editoriais do produto e do expert (estrategista)
- Definição de redes a serem adotadas e profissionais para cada
- Inbound Marketing para todas as ações definidas (**designer, videomaker, editor de vídeos, copywriter, desenvolver de páginas, gestor de tráfego pago, gestor de projetos**)
- Suporte ao expert durante todo o processo (**profissional especialista em suporte comercial/atendimento**)
- Definição de etapas e andamento (**estrategista/infoprodutor**)
- Criação do infoproduto (**especialista em metodologias/infoprodutor/estrategista**)
- Debriefing do lançamento (**estrategista/lançador**)

Ou seja, para fazer um lançamento digital, além do expert/especialista, precisamos de, no mínimo, mais 6 profissionais diferentes envolvidos.

Quais ações e estratégias devo aplicar no meu negócio?

Essa é pergunta de 1 milhão. Não tem uma receita de bolo, ainda bem. Sabe por quê?

Imagina se tu e os teus concorrentes diretos e indiretos seguissem todos as mesmas estratégias e ações de marketing digital?

Apesar disso, aqui estão algumas necessidades para as profissionais liberais que desejam usar os canais digitais para vender seus serviços/produtos. Lembrando que o marketing digital não é responsável pela venda direta, ou seja, o setor de vendas que é responsável pela venda. O marketing está atrelado a comunicação, combinado?

Como já informamos anteriormente, **cada profissional é única e precisa de uma estratégia individual e personalizada.** Imagine duas nutricionistas, uma delas é focada no atendimento de vegetarianos, a outra prefere atender os homens atletas. São públicos bem diferentes, certo? E da mesma forma, as estratégias e ações de marketing digital serão também.

Sugestão para ancorar sua marca no sucesso!

Se você está perdida e não sabe por onde começar, sugiro que entre em contato conosco agora mesmo! Podemos te oferecer treinamentos, acompanhamento individual, consultorias, ou seja, deixar toda a sua estratégia alinhada para que siga na direção certa!

A regra do marketing digital é sempre:

- **Estudar a sua comunicação e o seu tom de voz** (como você quer se comunicar? o que deseja falar e para quem? vai falar através de memes? quer fazer dancinha ou não?)
- **Estudar a comunicação dos concorrentes diretos e indiretos** (pelo menos 10 concorrentes)
- **Estudar seu público-alvo** (entender quem são as pessoas que deseja atingir: homens, mulheres, idosos, moram em algum lugar específico, comem algo específico, bebem algo específico, são casados, ou seja, todas as características deste público)

Depois dessas etapas, você deve pensar em alguns pontos importantes que precisam ser definidos para aplicar ações e estratégias.

Ponto 1: qual seu objetivo a curto, médio e longo prazo?

Entender o que você deseja, facilita na hora de definir as ações de marketing que serão aplicadas para alcançar estes objetivos em prazos estabelecidos.

Por exemplo: imagine que o objetivo de uma nutricionista é ter a agenda do consultório físico lotada, o que ela pode fazer pra isso acontecer? Se posicionar nas redes sociais mais usadas pelo público-alvo dela através da criação de conteúdo, criar um site/página de vendas e divulgar de forma orgânica ou paga dentro do território que ela atende, montar uma lista de CRM e criar um planejamento para alimentar diariamente.

Ponto 2: mesclar as ações e estratégias

Nenhuma ação funciona sozinha, sempre será necessária aplicar mais de uma ao mesmo tempo para alcançar os resultados esperados.

Ponto 3: apostar nas ações, acompanhar o andamento e dar tempo suficiente para que façam efeito

Um dos grandes problemas das profissionais liberais, é que costumam procurar os profissionais de marketing digital quando já estão na baixa de clientes, ou seja, desesperadas. E, desta forma, procuram por soluções imediatas que nenhum profissional/empresa conseguirá prometer como garantia, afinal, nosso objetivo é sempre APARECER PARA MAIS PESSOAS para ATRAIR MAIS LEADS, percebe? Atrair leads, ou seja, pessoas que ainda precisam ser convertidas em clientes.

Então, apostar nas ações e definir um prazo para acompanhar as métricas será fundamental. Afinal, a constância na entrega, é que gera o resultado final. E, infelizmente, poucas pessoas estão dispostas a plantar todos os dias.



Esperamos que tenha
gostado deste guia!

Não deixe de compartilhar sua opinião
sobre este guia! Acesse o nosso
Instagram, **clique no post fixado
sobre o Guia e comente a sua
opinião sincera!**

Sua opinião é muito importante pra
gente, sabe por quê? queremos
impactar o máximo de profissionais
possíveis e você pode nos ajudar
nesta missão!

Quer agendar sua reunião com a
Brenda da Enkor e descobrir como
podemos te ajudar? **Chame no
whatsapp agora mesmo!**

(51) 99353-2284