

E-BOOK

MARKETING DIGITAL PARA LOCADORAS DE EQUIPAMENTOS

ESTE E-BOOK VAI AJUDAR VOCÊ A DAR OS PRIMEIROS PASSOS
PARA PLANEJAR E IMPLANTAR O MARKETING DIGITAL DA SUA
LOCADORA E OBTER RESULTADOS EFETIVOS.





PONTO DE PARTIDA - PLANEJAMENTO

Planejamento é a base de tudo. Sem planejamento nada acontece.

Antes de decidir investir em marketing digital, para que você não gaste tempo e dinheiro à toa, faça um planejamento e um cronograma, seguindo ambos à risca.

Comece definindo quem é sua persona:

- grandes, médias ou pequenas construtoras,

empreiteiros, indústrias, reformas, obras públicas, condomínios, pessoas físicas

- região que vai atuar
- equipamentos que vai oferecer
- preço de locação
- preço do frete
- condição de pagamento
- seu diferencial

O maior risco é não ter planejamento e sem ele não se chega a lugar algum. Depois, vem o cronograma de ações.

PLANEJAMENTO É FAZER AS COISAS NO MOMENTO CERTO E OS RESULTADOS NÃO APARECEM DA NOITE PARA O DIA. AS AÇÕES DEVEM SER CONSTANTES E LINEARES.

COMO DEVE SER O SITE DA SUA LOCADORA

Seu site deve ser fácil de navegar, intuitivo, atualizado (administrável), sem travar ao abrir imagens, fotos de boa qualidade, otimizado, com informações completas de seus equipamentos e serviços, dados de contato com fácil acesso, botão de WhatsApp, com links externos e todos funcionando, de acordo com a

LGPD, seguro contra hackers, com domínio próprio, layout agradável e com o padrão visual da sua locadora.

Todas as ações em marketing digital levam os leads para o site, ele precisa estar funcionando perfeitamente e com as informações completas, caso contrário, você perdeu o cliente!

O CLIENTE PRECISA ENCONTRAR O QUE PROCURA ATÉ O TERCEIRO CLIQUE. SE ELE NÃO ENCONTRAR QUEM VAI GANHAR A LOCAÇÃO É O SEU CONCORRENTE.



SITE RESPONSIVO

O formato do site deve ser adaptado tanto para computador, quanto para celulares e tablets.

Sites que não estão formatados para estes dispositivos perdem clientes para concorrentes.

Ninguém tem tempo, nem paciência para ficar aumentando a tela para encontrar o que está procurando.



"DE ACORDO COM UMA PESQUISA REALIZADA PELO SPC BRASIL EM 2018, **74% DOS BRASILEIROS UTILIZAM O SMARTPHONE** NO PROCESSO DE COMPRA PELA INTERNET. CONSIDERANDO QUE, NO BRASIL, EXISTEM ATUALMENTE CERCA DE 230 MILHÕES DE APARELHOS CELULARES ATIVOS.

Fonte: FGV

WHATSAPP NO SITE

Disponibilize o WhatsApp no site de forma visível e com fácil acesso.

Seu cliente, assim como você tem pressa e quer resolver tudo na hora.

Importante: determine alguém que esteja disponível para responder na hora.



MANTENHA O SITE ATUALIZADO

Atualize o site para se beneficiar dos mecanismos de busca. Eles são mais inteligentes do que você imagina e rastreiam os sites frequentemente.

Sites que não são atualizados caem no ranking da pesquisa orgânica.

Tenha um blog no seu site e insira artigos, notícias e vídeos, mantendo-o frequentemente atualizado.



UPDATE

SEO

Um SEO bem feito e ATUALIZADO ajuda o site da sua locadora a aparecer nos primeiros lugares da busca orgânica do Google, ainda que a médio e longo prazo.

A cada notícia e artigo que você inserir, lembre-se do SEO.



SEO LOCAL - CONSTRUTORAS QUE ESTÃO AO SEU LADO ENCONTRAM VOCÊ NUM CLIQUE

Imagine a seguinte situação: uma construtora ou um empreiteiro procura no buscador online um equipamento para alugar. O Google indica a locadora mais próxima.

Se o site da sua locadora estiver com as otimizações de SEO Local, vai aparecer nos resultados com o endereço e localização exatos.

O SEO Local mostra como sua locadora pode ser encontrada por meio de uma busca rápida no Google, oferecendo uma localização geográfica exata de onde a sua empresa está.

Mais clientes vão ver sua locadora e as chances de locação vão aumentar.

VOCÊ NÃO PAGA NADA MAIS POR ISSO PARA O GOOGLE. BASTA INSTALAR NO SEU SITE.



GOOGLE ANALYTICS

É uma ferramenta gratuita que você instala no seu site para monitorar o tráfego e tem acesso a relatórios diários, semanais e mensais com dados detalhados sobre o comportamento dos seus usuários.

Com essas informações você alinha sua estratégia de marketing. Veja os dados que pode obter:

- Número de visitantes
- Número de novos visitantes
- Número de visitantes que voltaram ao site
- Número de visitantes que visitaram uma única vez
- Origem do tráfego
- Dias que tiveram mais acessos
- Horários mais acessados
- Número de acessos pelo desktop, tablets e celulares
- Mídias sociais: de onde vêm os acessos
- Quais as campanhas de marketing estão sendo melhor sucedidas
- Taxa de rejeição



ANALISE O SITE, CORRIJA ERROS E ELABORE UMA CAMPANHA DE MARKETING ASSERTIVA. A FERRAMENTA GOOGLE ANALYTICS É GRATUITA.

E-MAIL MARKETING

Campanha de e-mail marketing é uma excelente estratégia de relacionamento e têm alto índice de engajamento.

Estão disponíveis no mercado ferramentas que possibilitam colocar em prática essas campanhas com resultados efetivos e que aumentam a captação de leads.

E-mail marketing é muito mais que enviar uma mensagem por um ferramenta de disparo.

CAMPANHAS DE E-MAIL MARKETING AJUDAM SUA LOCADORA A CRIAR MARKETING DE RELACIONAMENTO E A GERAR LEADS.

Benefícios de usar uma ferramenta de automação

- Performance do e-mail detalhada com taxa de abertura, clique, bounces, descadastros e spam
- Nível de engajamento por campanha
- Poder exportar relatório das campanhas.
- Taxa de entrega muito mais efetiva e você ainda pode personalizar o envio
- Modelos de layout prontos





REDES SOCIAIS

Siga o padrão visual da sua locadora em suas redes sociais, cores, fontes, logotipo em alta resolução, imagem no banner principal sem distorção.

Preencha todos os dados de contato, incluindo a parte "sobre" e responda as mensagens todos os dias, não demore.

Não divulgue promoção ou preço, para isso invista em anúncios.

Sua presença nas redes sociais é para fortalecer sua marca através

de conteúdo útil e relevante.

Ajude seus leads a resolverem problemas: equipamento em uso, indicação de máquina para determinado serviço, novas máquinas (exemplo: lançamentos de ferramentas à bateria), entre outros.

Posts com fotos são mais visualizados em comparação às postagens com texto apenas.

Os posts levam os leads para o site. **Seu site tem que estar perfeito.**

CRIE UM CANAL NO YOUTUBE



Vídeos são excelentes alternativas, crie um canal da sua locadora no Youtube. Não é preciso contratar um profissional, um bom celular é capaz de filmar um equipamento em funcionamento, mas lembre-se: uma filmagem curta.

**CURTIDAS NÃO SIGNIFICAM LOCAÇÕES.
QUANTIDADE NÃO É QUALIDADE.
VOCÊ NÃO É UM INFLUENCER DIGITAL.
O CLIENTE DA LOCADORA QUER ALUGAR MÁQUINAS.**

CONTEÚDO PARA REDES SOCIAIS, E-MAIL MARKETING E SITE

O conteúdo é a principal ferramenta de uma estratégia de marketing digital para atingir seu público qualificado, aqueles que precisam alugar equipamentos para construção civil.

Quanto vale melhorar o relacionamento com os clientes e prospects oferecendo informações úteis sobre os equipamentos e serviços que sua locadora oferece, facilitando o trabalho dele?

Com isso, você forma uma comunidade de leads qualificados e fidelidade, locador, não tem preço, tem valor.

E é justamente este conteúdo que vai fazer com que estes leads.

sempre leiam o que você publicar.

Uma das maneiras de definir o conteúdo é analisando o tráfego do seu site, assim você consegue perceber o comportamento do seu visitante e atrair seu interesse.

Além de usar o Google Analytics, você também tem os dados que seus vendedores apresentam.

- Quais as dúvidas mais frequentes?
- Quais as soluções que os clientes mais buscam?
- Quais as palavras-chaves mais buscadas no Google?

É um parâmetro para elencar os assuntos a serem trabalhados nos próximos conteúdos.

COM O EXCESSO DE INFORMAÇÃO QUE HÁ NO MERCADO, POSTAR CONTEÚDO ÚTIL SOBRE O SEGMENTO DE LOCAÇÃO É FUNDAMENTAL. VOCÊ, LOCADOR, SABE QUE ESTE SETOR TEM SUAS PECULIARIDADES E NÃO SERÁ UMA BUSCA NO GOOGLE COM UM SIMPLES “COPIA E COLA” QUE RESOLVERÁ ESTA QUESTÃO.

CONTEÚDO PARA REDES SOCIAIS, E-MAIL MARKETING E SITE

QUANTIDADE X QUALIDADE

Quantidade nunca foi melhor que qualidade, principalmente quando se refere à conteúdo útil.

Fazer autopromoção da sua locadora ou dos seus equipamentos nas redes sociais ou e-mail marketing não é a melhor estratégia. Não é a propaganda como a conhecemos.

Ofereça um benefício e não entenda isso como uma promoção de preço ou uma condição melhor de pagamento.

Fale sobre o benefício que o equipamento proporciona na obra, uma redução no prazo da

obra, uma produtividade melhor, um acabamento aprimorado, ergonomia, tecnologia avançada.

O conteúdo irrelevante prejudica a posição no ranking do Google e não atrai tráfego para o site.

FREQUÊNCIA DE POSTAGEM

Para criar o relacionamento é preciso ter frequência, um cronograma de postagens é peça-chave.

Siga as datas programadas para estabelecer o vínculo. Não adianta fazer isso por dois meses e depois esquecer. É um trabalho constante e frequente. Ao menos duas vezes ou três vezes por semana.



CONTEÚDO PARA REDES SOCIAIS, E-MAIL MARKETING E SITE

PALAVRAS-CHAVE

Há muitas ferramentas disponíveis para que você analise as palavras-chave e definir quais são as melhores para o setor de locação.

Antes de definir o conteúdo, liste as palavras-chave que quer usar. Muitos programadores e até “marqueteiros” repetem inúmeras vezes as palavras-chave com o objetivo de fazer com que a busca do Google encontre o site mais vezes, mas o robô do Google é muito mais inteligente do que se imagina.

Isso pode inclusive prejudicar o posicionamento do seu site.

Imagine o seguinte, se o usuário busca rompedor no Google, ele entra no seu site e não encontra o que quer e isso acontece várias vezes.

Você deixa de ser confiável, o que demonstra que seu texto não foi escrito de forma natural. O Google tem penalidades sérias para isso.

A recuperação é lenta e a perda é enorme. Para que arriscar?



CONTEÚDO PARA REDES SOCIAIS, E-MAIL MARKETING E SITE

LINKS EXTERNOS

Incluir links que podem oferecer informações adicionais faz com que seu conteúdo seja enriquecido, aprimora a experiência do seu cliente e melhora sua posição no ranking do Google. Insira links que complementem suas informações, de forma que ajude seu cliente.

RELATÓRIOS

Tão importante quanto fazer uma ação de marketing é medir o resultado dos textos publicados e assim direcionar os próximos conteúdos melhorando seu marketing digital.

QUEM DEVE FAZER O TEXTO?

Não delegue a redação deste conteúdo para quem não sabe escrever ou para quem não tem noção do segmento rental. É a imagem da sua locadora que está em jogo.

Se você não tem alguém com qualificação para fazer isso entre seus colaboradores, contrate um profissional ou uma assessoria, há várias opções no mercado.

As redes sociais são ferramentas poderosas e lembre-se que o objetivo é fortalecer sua marca no mercado.



GOOGLE ADWORDS

Qual estratégia você usa para investir no Google Ads?

Você sabia que não precisa estar em primeiro lugar no ranking?

O importante é estar na primeira página.

Que a cada vez que você paga para estar no primeiro lugar, só inflaciona o preço da palavra-chave e todos perdem com isso, incluindo você?

Outra dica é verificar o que seu concorrente está anunciando no Google Ads e quais são as palavras-chave que geram mais tráfego.

Você revisa periodicamente em quais palavras-chave

investe no Google Ads?

Já pensou em investir nos equipamentos que são mais raros comparados aqueles que têm mais saída e que todas as locadoras têm?

Ou de repente a melhor estratégia seja investir somente no carro-chefe como andaimes e betoneiras?

Sabe quem pode responder isso? Um profissional especialista em gestão do Google Ads.

Fazendo a gestão por si próprio com a intenção de economizar, você pode estar gastando muito mais do que deveria para sua locadora aparecer na primeira página e, o pior, não tendo o melhor resultado.

A MELHOR ESTRATÉGIA É CONTRATAR UM PROFISSIONAL OU EMPRESA ESPECIALIZADA NA GESTÃO DO GOOGLE ADWORDS. VOCÊ VAI TER A MELHOR RELAÇÃO CUSTO X BENEFÍCIO.

RESULTADOS

No marketing online, diferente do marketing offline, você acompanha de perto os resultados e pode alinhar a estratégia rapidamente de acordo com o que gera mais interesse.

Mas isso só acontece quando você acompanha as métricas:

- quantos usuários visitaram seu site?
- de onde vieram – redes sociais, Google, e-mail marketing, anúncios?
- quantos são novos visitantes?



- quantos baixaram seu e-book?

- qual a taxa de abertura de e-mail mkt?

- quantos se inscreveram no seu canal no Youtube?

- quantos estão seguindo suas redes sociais?

ACOMPANHAR OS RESULTADOS E REALINHAR AS AÇÕES É O QUE VAI FAZER VOCÊ TER SUCESSO EM SUAS CAMPANHAS.

O MARKETING FAZ 50% DA VENDA, OS OUTROS 50% É COM O COMERCIAL

➔ **Seus vendedores** estão preparados para **OUVIR** o que o cliente precisa para então oferecerem o que vai resolver o problema dele ou só tiram pedido?

➔ Sua equipe comercial **entende** como o mercado de locação funciona?

➔ **Seu cliente sabe que sua locadora é a melhor fonte** de informação sobre qual equipamento é ideal para cada serviço?

Uma estratégia de marketing para ter sucesso só funciona se sua locadora tiver um ótimo atendimento.

O marketing faz 50% do serviço, mas o fechamento é com você, ou melhor, com sua equipe comercial.

A única forma de descobrir é avaliando o atendimento da sua equipe periodicamente, a estratégia mais eficaz de garantir a satisfação do seu cliente.

ATENDIMENTO É A CHAVE DE TODO O ESFORÇO E INVESTIMENTO EM MARKETING





Com as informações deste e-book você consegue dar os primeiros passos para implantar o marketing digital na sua locadora.

BONS NEGÓCIOS!