

## Marketing 01

# Como usar bem sua verba de marketing



**Sebrae-SP**  
**Conselho Deliberativo**  
**Presidente:** Alencar Burti (ACSP)

ACSP – Associação Comercial de São Paulo  
ANPEI – Associação Nacional de Pesquisa, Desenvolvimento e Engenharia das Empresas Inovadoras  
BB – Superintendência Estadual do Banco do Brasil  
CEF – Superintendência Estadual da Caixa Econômica Federal  
DESENVOLVE-SP – Agência de Desenvolvimento Paulista  
FAESP – Federação da Agricultura do Estado de São Paulo  
FECOMERCIO – Federação do Comércio do Estado de São Paulo  
FIESP – Federação das Indústrias do Estado de São Paulo  
IPT – Instituto de Pesquisas Tecnológicas  
ParqTec – Fundação Parque Tecnológico de São Carlos  
SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas  
SEDECT – Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Ciência e Tecnologia do Estado de São Paulo  
SINDIBANCOS – Sindicato dos Bancos do Estado de São Paulo

**Diretor Técnico**  
Ivan Hussni

**Diretor Administrativo-financeiro**  
Pedro Jehá

**Desenvolvimento de conteúdo**  
**Unidade Desenvolvimento e Inovação**  
Gerente: Renato Fonseca

Autor: José Carmo Vieira de Oliveira

**Unidade Inteligência de Mercado**  
Gerente: Eduardo Pugnali Marcos

**Equipe técnica responsável**  
Diagramação:  
Marcelo Costa Barros  
Patrícia de Mattos Marcelino

Revisão: Roberto Capisano

**Projeto gráfico**  
br4.cgn

**Impressão**  
Gráfica Zello



O Sebrae-SP Responde é um ciclo de **perguntas e respostas** em que os empresários são estimulados a formular, de forma anônima ou não, questionamentos sobre determinado tema relacionado ao universo das micro e pequenas empresas.

As perguntas são respondidas por consultores especialistas do Sebrae-SP e, posteriormente, este ciclo torna-se material de apoio e consulta, com orientações simples e práticas, para auxiliar empresários na gestão do seu negócio.

## Integre a divulgação

Comece integrando as várias ferramentas de divulgação. Hoje ninguém pode se dar ao luxo de ficar apenas com uma forma de comunicação, porque isso restringe sua abrangência e atinge apenas de 15% a 20% de possíveis clientes.



## 5 dicas diferentes, rápidas e práticas de campanhas integradas

01

**Folheto + carro de som  
+ take-one + e-mail marketing**

Distribua folhetos de porta em porta nas residências e, ao mesmo tempo, peça para que o carro de som passe pelo local.

Na mesma integração, deixe folhetos em displays take-one (pegue um), em parceiros locais (comércio não concorrente).

O mesmo folheto pode também ser adaptado para envio de e-mail marketing durante o período da campanha.

02

**Showroom + flyers**

Se seus produtos permitirem, faça um showroom em uma instituição de ensino – faculdade – e distribua um flyer com promoções da empresa. O mesmo esquema funciona também em grêmios de empresas.

**03**

### **Outdoor móvel: “carretinha” + folheto cooperado (propaganda cooperada)**

É um outdoor com dimensões menores do que o outdoor comum, movimentado por um automóvel, motocicleta ou mesmo bicicleta. O roteiro deverá ser estudado detalhadamente para ser o mais adequado às suas necessidades. Proponha aos seus fornecedores e/ou parceiros o rateio desse investimento. No roteiro do outdoor móvel distribua os folhetos com sua promoção e também do fornecedor parceiro. Tente, em conjunto com seus parceiros, estabelecer critérios de validação desses investimentos.

**04**

### **Roteiro points + newsletter (jornalzinho)**

Normalmente, nas cidades médias e grandes existem roteiros de locais considerados points, como bares, teatros e clubes.

Distribua nesses points uma newsletter co-operada com vários parceiros da cidade ou

do bairro, ou até mesmo com diversos fornecedores. Nesses locais, há um público com o qual normalmente o contato não é muito frequente nas formas das mídias tradicionais. Provoque-o para visitar seu site ou sua rede.

**05**

### **Encartes em jornais ou revistas de instituições classistas + e-mail marketing**

Exemplos: divulgação em jornais de sindicatos e associações classistas como OAB, CRM, CRO, CRP, etc.

Pequenos ou sofisticados, os encartes podem ser inseridos em revistas ou jornais, ou ainda, serem enviados pelo correio. Podem ser isolados pela zona postal. São mais que um anúncio, pois você estará divulgando a um público bem específico. Aproveite e faça o envio do mesmo encarte para o e-mail dos associados.

## 10 dicas de divulgação para vender mais

1. **Marketing boca a boca:** é a mais antiga e ainda uma excelente forma de divulgar seus produtos e serviços. Estimule seus clientes atuais por meio de campanhas do tipo amigo indica amigo.
2. **Degustação/demonstração do produto:** você pode promover eventos com certa periodicidade e convidar o seu público-alvo para conhecer seus produtos/serviços antes de comprá-los. Funciona bem na venda de alimentos, bebidas, entretenimento, etc.
3. **Viral marketing:** utilize a internet para divulgar sua marca e seus produtos/serviços em comunidades online, como o Facebook.
4. **Feiras:** praticamente há feiras para todos os setores da economia. Você pode participar de algumas com o auxílio do Sebrae-SP sem investir muito.
5. **Banner:** esquema de divulgação visual em locais específicos que também pode apresentar bons resultados.
6. **Faixa:** verifique com a prefeitura os locais em que pode ser colocada.
7. **Cartaz:** ferramenta de comunicação com as ofertas do dia, da semana, etc., para ser fixada na frente da empresa.
8. **Placas de sinalização de rua, lixeiras e bancos de praças públicas, recuperação de monumentos públicos:** iniciativas de divulgação que devem sempre ter a presença da marca/logotipo da sua empresa.
9. **Transporte público (ônibus e/ou metrô):** permite uma elevada exposição, atraindo mais facilmente a atenção.
10. **Painel eletrônico:** a sua mensagem mais durável.

**Importante:** em toda comunicação que fizer não se esqueça de colocar sempre:

- Endereço e telefone da loja física.
- Endereço da loja virtual, da rede social e do seu site.

A stylized illustration at the bottom of the slide. On the left is a large, brown, sack-like shape. To its right is a light brown hand with its index finger pointing upwards.

- 
- A cartoon illustration of a man with brown hair, wearing a white dress shirt and a blue tie. He is smiling broadly and pointing his right index finger upwards. The background is a solid purple color.

This image shows a single sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.

## Fale com o Sebrae-SP!

Esta é uma publicação do Sebrae-SP para ajudar você a melhorar cada vez mais o seu negócio. Nossa missão é estar sempre ao lado do empreendedor. Por isso, além dessas informações, também estamos à sua disposição nos nossos pontos de atendimento, no 0800, no site e nas redes sociais. Sempre que precisar de alguma orientação, ajuda ou apoio procure o Sebrae-SP. O Sebrae é o seu parceiro.



**Alencar Burti**  
Presidente



**Ivan Hussni**  
Diretor Técnico

# SEBRAE SP



0800 570 0800



[www.sebraesp.com.br](http://www.sebraesp.com.br)



[radio.sebraesp.com.br](http://radio.sebraesp.com.br)



[facebook.com/sebraesp](https://facebook.com/sebraesp)



[twitter.com/sebraesp](https://twitter.com/sebraesp)



[flickr.com/sebraesp](https://flickr.com/sebraesp)



[youtube.com/sebraesaopaulo](https://youtube.com/sebraesaopaulo)