

SEO e e-mail marketing possuem maior ROI

SEO e e-mail marketing Desde a criação da internet o principal motivo de sua existência era para acessar e-mails, e durante muitos anos e até os dias de hoje praticamente todas as pessoas possuem contas de e-mail pessoais e profissionais na web. Tendo em vista que todas as pessoas com certeza tem uma conta de e-mail já tomamos por padrão da importância que o e-mail marketing tem se desenvolvido de maneira criativa e correta, certo? O e-mail marketing além de levar a informação a manter uma interatividade com o usuário que recebe essa mensagem ainda tem um retorno praticamente imediato se desenvolvido com planejamento e escolha correta de público-alvo. Junto ao e-mail marketing, que ainda hoje é utilizado por muitas empresas temos o SEO, ou otimização de sites e marketing de busca. Otimização de sites e técnicas que são realizadas dentro e fora do site para que seu site ganhe mais visitas e consequentemente maiores vendas de seu produto ou serviço. Tanto o e-mail marketing como SEO foram as duas principais formas de marketing digital que maior retorno teve no ano de 2012. Vamos dar uma breve introdução sobre a importância de cada um deles. SEO ou Search Engine Optimization e técnicas de otimização de sites para aumentar a visibilidade do site nos principais buscadores como Google, Yahoo e Bing que são os principais utilizados em todo mundo. A necessidade de se otimizar um site surgiu em 1990, que foi quando se deu início aos primeiros passos para otimização de sites, nesse período era fácil e qualquer pessoa ou web designer com conhecimento em SEO poderia colocar seu site na primeira página dos principais buscadores. Com passar dos anos ocorreram muitas evoluções em SEO e muitos outros sites bem otimizados foram surgindo. Como o surgimento de mais sites e mais informação na internet mais pessoas passaram a usar esse meio de comunicação. As pessoas passaram a procurar e comprar seus produtos na internet e esse número cresceu de forma espantosa. No Brasil, em menos de cinco anos a porcentagem de usuários que procuram por algum serviço ou produto no Google passou de 60% para 95% até o ano de 2013, isso de certa forma chamou a atenção de muitas empresas que perceberam o que o Google e investimentos em marketing de busca poderiam trazer grandes frutos financeiros para a empresa. Mesmo com todo esse crescimento na busca as empresas, até o ano de 2012 não valorizavam o trabalho de otimização de sites e na grande maioria achavam um investimento alto e pouco confiável, dessa forma 70% das empresas ao invés de investirem em SEO passaram a investir em links patrocinados ou anúncios do Google e em outros mecanismos de busca, por esses anúncios que antes eram um investimento a custo acessível passaram a custar grandes fortunas e sem um retorno sobre o investimento proporcional aos gastos realizados. Devido ao alto custo nos links patrocinados, muitas empresas passaram a obter mais conhecimento sobre como funciona SEO, quanto custaria esse investimento e como seria a evolução no crescimento do retorno investido. Somente no ano de 2012 empresas brasileiras investiram mais de R\$ 120 milhões em SEO. E-mail marketing O e-mail marketing é outra ferramenta que muitas empresas utilizam há muitos anos para divulgar seus produtos ou serviços, isso por que com essa ferramenta você pode segmentar seu público-alvo e desenvolver uma publicidade justamente focada para as necessidades desse público-alvo. Visto dessa forma é como levar doce para uma criança tendo a certeza que ela vai querer. Porém devido ao abuso e uso mal intencionado do uso de ferramentas de e-mail marketing muitos sistemas de anti-spam foram implementados em quase todos os servidores de e-mail para que o uso desse canal de divulgação seguisse regras e tivessem padrões de confiança perante os servidores de e-mail para que posteriormente chegasse ao usuário final que visualizaria a mensagem. O e-mail marketing além de ser uma forma de informativo que chega ao cliente sem que ela vá atrair dessa informação ainda aumenta e muito as taxas de retorno de vendas sobre esse tipo de investimento, porém é preciso fazer e-mail marketing e não SPAM. Muitas empresas que investem nisso perdem muito dinheiro em suas campanhas, pois todas as mensagens que estão sendo enviadas aos seus possíveis clientes estão indo diretamente para o lixo eletrônico ou caixa de SPAM de suas contas. Dessa forma é necessário fazer o e-mail marketing seguindo todas as políticas de ética para uso dessa ferramenta, se seguido rigorosamente evita esses padrões de criação e envio o e-mail marketing pode se tornar uma grande fonte de lucros para sua empresa. SEO atrelado ao e-mail marketing De acordo com uma pesquisa realizada pela Econsultancy os dois mais lucrativos canais de venda e de divulgação na internet foram SEO e o e-mail marketing. De acordo com a pesquisa SEO teve um crescimento surpreendente entre os anos de 2011 a 2013 e sua popularidade entre as empresas cresceu 60% somente nesse período. Do outro lado o e-mail marketing teve um crescimento de 22% nesse mesmo período de tempo. De acordo com essa pesquisa SEO está com 43% e o e-mail marketing está com 22% das recomendações quando o assunto é obter retorno sobre seu investimento. O e-mail marketing só perde para os links patrocinados que ainda hoje tomam grande parcela de usuários na internet, chegando a um patamar de 40% das pesquisas no Google e em outros buscadores. De forma geral podemos resumir que os três melhores investimentos em marketing digital na atualidade são: SEO, e-mail marketing e links patrocinados.

Sobre o Autor

Analista e consultor SEO desde de 2006, formado na Universidade Metodista de São Paulo no curso de Publicidade e Propaganda.