

Cuidado: A autossuficiência de seu Marketing ao contrário de dar fim a custos, pode dar sim é fim para o seu negócio!



QUAIS DESVANTAGENS DE SER SUA PRÓPRIA AGÊNCIA DE MARKETING?

X | ☰ | 🔍

Ao decidir fazer a publicidade e propaganda para o próprio marketing da sua empresa por conta própria, ou seja: De forma interna, apenas sob suporte de I.A. você pode enfrentar diversas desvantagens que impactam diretamente na qualidade em eficácia de resultados para sua marca, iniciando na falta de perspectiva externa e parcialidade é uma entre outras:

• **Visão limitada:** Decisões com base em métricas de vaidade. Sem o contexto e a experiência de um profissional, a tendência é focar em métricas superficiais, como curtidas e visualizações, em vez de indicadores que realmente importam para o seu negócio como Vendas e ROI. Uma agência externa oferece uma perspectiva objetiva e imparcial, identificando pontos cegos e oportunidades que você, por ser muito próximo do seu negócio convivendo diariamente nele não consegue enxergar.

• **Ausência de ideias:** Trabalhar sempre com as mesmas pessoas e ideias pode levar à estagnação criativa. Agências de publicidade têm contato com uma variedade de clientes e mercados, o que gera um fluxo constante de novas perspectivas e soluções inovadoras para a uma marca.

• **Investimento em tecnologia:** Manter o marketing interno exige a compra de licenças de softwares caros e atualizados, como ferramentas de gestão de campanhas e análise de dados. Ao contratar uma agência, você se beneficia das ferramentas que eles já possuem.

• **Tempo e capacidade limitados gerando ineficiência e falta de escala:** Se a sua empresa é pequena, o responsável ou mesmo equipe de marketing interna provavelmente terá uma capacidade limitada de lidar com grandes volumes de trabalho. Isso pode atrasar a execução de projetos e comprometer a qualidade das entregas.

• **Dificuldade de gerenciar demanda:** Campanhas complexas, com várias etapas e diferentes plataformas (mídias sociais, anúncios, manutenção de web-sites) exigem uma coordenação intensa que pode haver sobrecarga gerando falhas e atrasos.

• **Falta de experiência e conhecimento técnico especializado:** As agências possuem profissionais talentosos e qualificados com conhecimentos técnicos teóricos adquiridos e aplicados em experiências práticas de atuações no mercado, ao contrário de se atrever a experimentações jamais ousadas em sua própria marca e assim se distanciando por esta razão da eficácia.

• **Menor flexibilidade:** Contratar uma agência permite que você ajuste rapidamente sua estratégia conforme a necessidade e redirecione recursos para onde eles terão maior impacto. Por sua conta própria, por outro lado o processo será limitado e menos aplicável.

PROTEJA SUA MARCA!

1 – Não acredite em quem traz “fórmulas milagrosas” para seu Marketing e cobra ainda para o acesso a ela. Um dos principais meios de encontrar isso é no próprio Youtube onde está cheio de milagres e milagreiros por de trás cobrando para que você tenha acesso a eles.

2 – Não é pelo fato de que hoje possuímos disponíveis pela internet diversos meios e ferramentas digitais automatizadas “facilitadoras para o desenvolvimento de campanhas publicitárias” que a maioria destas ferramentas sejam adequadas em opções e tragam as soluções para suprir suas carências em propaganda. Os próprios canais redes sociais devem ser bem escolhidos, programados e diferencialmente tratados em conteúdos de acordo com suas propostas diferenciadas. Por isso, tente ir a fundo e conhecer o app tanto no lado positivo como negativo em aplicações e resultados antes mesmo se quer de baixar ele e entrar de vez no: “Faça você mesmo”! Jamais esqueça uma das máximas em regras de mercado que diz que “o barato sempre sai caro”.

3 – Aconselhe-se sempre que puder com profissionais qualificados tecnicamente, especialistas e busque referências antes de investir em palestrantes charlatões não qualificados profissionalmente, vendedores de ideias não certificadas devidamente em aplicações. Nem sempre o novo traz soluções eficazes e seguras. Com tantas inovações tecnológicas automatizadas e processos facilitadores disponíveis criados a cada dia nos últimos 10 anos, para alguns é tão fácil vender e cobrar por uma ideia invalida e que pode prejudicar seriamente a sua marca de forma permanente “do que um pedacinho do céu”.

4 – Por fim: “Não aposte a vida de sua marca nas mãos de um curandeiro descartando o médico formado e especializado para tratar dela apenas para evitar de pagar a consulta”.

5 – Lembre-se: O maior patrimônio de uma empresa está na sua marca que simboliza atendimento, pontualidade, pré-venda, venda, pós-venda, logística, qualidade do produto ou serviço... E a perda de confiança do consumidor ou identificação com a marca é um problema gravíssimo que pode levar à redução acentuada das vendas, ao abandono dos clientes e, em casos extremos, à falência. A confiança é um ativo inestimável que se constrói ao longo do tempo, mas pode ser destruída rapidamente por diversos fatores e um dos principais é a imagem da marca.