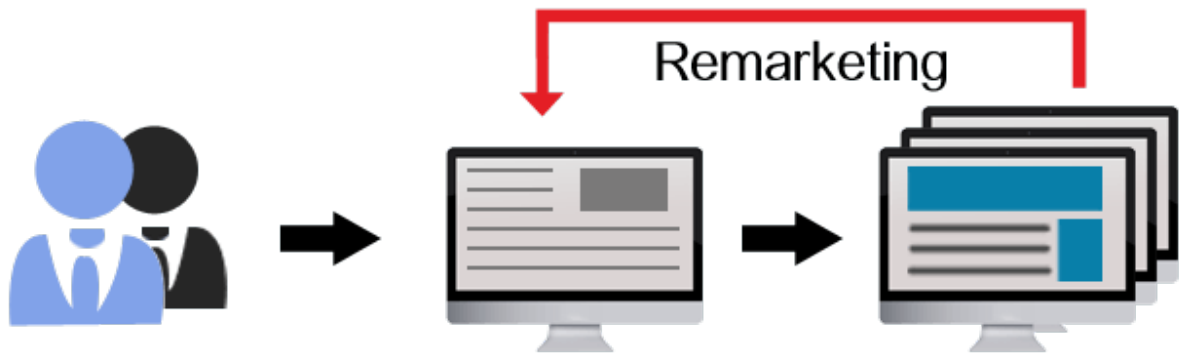




O que é Remarketing e veja como ele funciona?

Você sabe quantas pessoas acessaram o seu site no último mês? Ou quantos consumidores estiveram na sua landing page, mas não concluíram a compra? Se tem dimensão de todos esses números, a essa altura já descobriu que existe um grande abismo entre o número de acessos e o número de conversões efetivamente realizada na web.



Em muitos dos casos, essas visitas podem ter sido feitas por curiosidade, mas não podemos desconsiderar que, em outras situações, pode ter havido realmente interesse de compra. E não podemos desistir desse segundo grupo!

Atualmente, existe uma estratégia muito indicada para rastrear esses clientes em potencial e fazê-los voltar para concluir a sua compra. O Remarketing é uma tática que consiste na realização de anúncios para um grupo específico de pessoas que, de alguma forma, já demonstrou interesse nos produtos ou serviços oferecidos pela sua empresa.

Basicamente, a ação é feita em espaços de amplo acesso, como o Facebook e o Google, garantindo assim, maior eficácia nas campanhas publicitárias e, conseqüentemente, um aumento no quadro de vendas.

Nesse post, vamos explicar um pouco mais sobre esta opção de publicidade, e também mostrar os benefícios do seu uso. Confira!

Como funciona o Remarketing?

Basicamente, a empresa que oferece esse serviço, como exemplo o Google e o Facebook, irá fazer uma análise do perfil de quem acessou o seu site para disparar anúncios nas diversas plataformas utilizadas por essas companhias. Atualmente, o

remarketing pode ser feito com maior precisão, considerando, inclusive, se o consumidor procura constantemente o tipo de produto ou serviço oferecido pela sua empresa, aumentando as chances de conversão.

O empreendedor terá liberdade para programar por quanto tempo ele quer que os anúncios sejam feitos para os usuários, considerando-os individualmente, ou quais serão os produtos anunciados, de acordo com o que foi mais procurado pelo consumidor no seu site, se ele é ou não um cliente fidelizado e, em alguns casos, até mesmo se ele nunca o frequentou (se houver interesse em anunciar para esse grupo).



Remarketing do Google

Vantagens do Remarketing

É evidente que em qualquer ação de comunicação ou marketing quanto mais segmentado for seu público-alvo, como no caso do Remarketing, maiores serão as chances de conseguir eficácia nas estratégias, aumentando, desta forma, o ROI (Retorno de investimento).

Além disso, é indiscutível que o alcance dos anúncios será gigantesco nas plataformas já mencionadas. Só no Facebook, por exemplo, aproximadamente 1 milhão de pessoas passam mais de 6 horas semanais nessa mídia social.

Por fim, é válido ressaltar que essas estratégias mais elaboradas podem trazer resultados muito interessantes para a sua empresa, principalmente se aliadas a outras ações na área de marketing digital. É essencial também, poder contar com uma empresa que preste serviços nessa área, para que ela consiga combinar todos os elementos disponíveis na busca pelos melhores resultados para seu negócio.

Você já faz uso do Remarketing? Como foi sua experiência, gostou dos resultados? Compartilhe com a gente as suas dúvidas! Acompanhe nosso Facebook e fique por dentro de mais dicas!

Por Pedro Renan

CMO da We do Logos, founder da Logovia, especialista em Inbound e Marketing de conteúdo, certificado pela Hubspot, Rock Content e Resultados Digitais. Kursou Administração na FGV, com passagens pelas áreas financeira, comercial e atendimento. Pedro é apaixonado por empreendedorismo e inovação.