

Inbound, Adblockers, Vídeos e Consumer Journey foram alguns destaques do Expo Fórum de Marketing Digital

Promovido pelo Digitalks, o evento aconteceu nos dias 10 e 11 de agosto e trouxe as principais tendências e novidades do setor

18/08/2016 10:49:28

Nos dias 10 e 11 de agosto, a Fecomercio foi palco do maior evento de marketing digital do Brasil, o Expo Fórum de Marketing Digital 2016, em São Paulo.

Promovido pelo Digitalks, o evento foi dividido em 5 palcos, incluindo Congresso Internacional, seminários temáticos e workshops. Entre os principais temas abordados estavam as tendências do marketing digital, content e inbound marketing e o comportamento do consumidor no meio digital.

Flavio Horta, diretor e fundador do Digitalks, abriu o evento ressaltando a importância do Fórum, que tem como objetivo fomentar o mercado de marketing digital, trazendo conteúdo de qualidade e ajudando na capacitação dos profissionais, com o intuito final de conectar as pessoas e gerar mais negócios para o setor.

“É bacana ver o mercado digital se desenvolvendo. Quando o Digitalks começou, há 7 anos, a nossa intenção era mostrar para as pessoas a importância do marketing digital. Agora, que nós já conseguimos isso, estamos divulgando para o público técnicas e tendências da área”, afirma Flavio.

Giorgia Berardi, gerente de marketing da América Latina da IBM, falou sobre a computação cognitiva, identificando padrões de marketing no comportamento humano e destacando o Watson como uma ferramenta importante e facilitadora. Durante o congresso foram apresentados alguns painéis de debate, entre eles o comandado por Ira Silberstein com o tema Sobrevivendo aos Ad-blockers que apresentou alternativas para gerar resultados em uma época em que ninguém quer ver anúncios.

O tema Merging UX e inbound marketing também foi abordado no fast track feito por Austin Knight, UX Designer, Speaker and Author da Hubspot, que trouxe a questão da importância do design aliada ao marketing digital para gerar boas experiências para o usuário e torná-lo um cliente. Austin ainda comentou que, além da agilidade no carregamento do site, é preciso articular bem a disposição das informações na web. O usuário precisa achar o que procura no menor tempo possível, caso contrário

ele vai buscar o conteúdo em outro veículo.

Seguindo essa ideia de proporcionar as melhores experiências possíveis ao consumidor, Carlos Giust, Sócio da PwC, explicou que o maior desafio já não é apenas entreter o cliente para que ele compre determinado produto ou serviço, o foco agora é estabelecer e manter um bom relacionamento com o consumidor, por meio de um atendimento cada vez mais personalizado e individualizado.

Outro assunto que ganhou um painel de debate foi o lançamento do “Código de Conduta para Agentes Digitais em Campanhas Eleitorais”, pela ABRADI. Especialistas da área forneceram dicas de como alcançar o sucesso nesse tipo de campanha e citaram os principais erros cometidos no ambiente digital.

O Expo Digitaltalks também contou com a participação de Barbara Miklasevicius, gerente de marketing da Marisa, que destacou a importância do conteúdo em vídeo para engajar a audiência e gerar negócios, além da questão do influencer marketing. Bárbara ainda ressaltou que, para propagar a sua identidade, a empresa deve produzir conteúdo próprio e não utilizar apenas os influenciadores.

No final do dia ganhou a atenção da plateia o fast track da Sony Music, que abordou as estratégias digitais na indústria fonográfica apresentando cases como: a criação do tinder para o Henrique Iglesias, o filtro do Snapchat da Lady Gaga e outras ações de inserções de marca dentro de vídeos de artistas

O primeiro dia do evento terminou com o Talk Show “Quem é o consumidor brasileiro”, comandado pela consultora de marketing, Martha Gabriel, responsável pela curadoria do evento, que entrevistou o presidente da Locomotiva, Renato Meirelles. No talk show foi discutida a questão da modificação do perfil do consumidor e da reestruturação das estratégias de marketing para acompanhar essas mudanças, muitas delas influenciadas pela utilização da internet que provocou o empoderamento de opinião e poder do consumidor.

Já no segundo dia do Expo Fórum, os participantes tiveram a oportunidade de assistir palestras e seminários e fazer networking com os maiores players do mercado. Desta vez, os temas que ganharam destaque foram Growth Hacking, realidade virtual, o comportamento das marcas na atualidade e a mudança das campanhas publicitárias em função do empoderamento feminino.

Growth Hacking, uma forma mais dinâmica e inteligente para impulsionar o crescimento das empresas com rapidez, foi o workshop que abriu o Congresso Internacional no Fórum Digitaltalks. Para falar sobre esse método inovador, que se baseia em dados e experimentações, foram chamados quatro especialistas no assunto. Entre eles, estavam Vasil Azarov, CEO Founder da Groth Maketing Conference que apresentou os três pilares que fundamentaram a técnica (Actionable growth tactics,

Delivered by growth practioners eGlobal community) e Zack Onisko, Vice President of Growth da Hired, que explicou as diferenças entre o marketing e o Growth.

Outro assunto que tem sido muito debatido é o avanço da realidade virtual e o impacto que ela causa nas estratégias de marketing. O palestrante, Rodrigo Terra, director of content strategy da Era Transmídia, explicou o conceito utilizando o jogo Pokemón GO, que chegou ao Brasil recentemente e já é sucesso no mundo inteiro. Segundo ele o grande triunfo do game é a junção de uma tecnologia inovadora com um enredo que envolva o usuário. Depois que você tem esse conteúdo pronto pode distribuir a narrativa em várias mídias, cada uma delas contendo uma parte da estória. Dessa forma o usuário vai consumir o conteúdo de uma maneira diferenciada acessando todas as ferramentas que você disponibilizar a ele.

A criatividade é essencial para gerar bons resultados de vendas e atrair clientes. Daniel Santos, gerente da Goobec, e Rodrigo Câmara, diretor da empresa, comentaram o assunto na palestra sobre o mercado mobile que tem conquistado cada vez mais usuários. A dupla também deu dicas para melhorar o engajamento no site mobile e em aplicativos, citando a importância de se ter um conteúdo resumido e em formato específico para dispositivos móveis, e também aproveitar a geolocalização como recurso para otimizar os acessos.

A palestra sobre “Real Time Marketing”, feita por Eduardo Luiz Di Pietro, account executive do Twitter, também chamou a atenção do público. Eduardo apresentou formas de impactar os usuários da rede e conseguir mais visualização para os posts, através de um case da Airbandb.