

# Micro e pequenas empresas: como impulsionar os negócios a custo zero

Dicas para se aproximar do público-alvo, aumentar a reputação da marca e efetuar vendas sem gastar nada

**13/10/2016 10:45:04**

Entre janeiro e julho de 2016, quase 1,2 milhão de novas empresas foram abertas no País, de acordo com o levantamento da Serasa Experian. Aproximadamente 80% desse total são compostos por Microempreendedores Individuais (MEIs), que, muitas vezes, seguem por esse caminho como resultado da perda de empregos formais. O maior desafio, no entanto, não é apenas se aventurar em uma experiência de empreendedorismo, mas fazer com que ela efetivamente dê certo. A solução pode estar naquele velho ditado: “a propaganda é a alma do negócio”. Mas como empresas pequenas que estão começando podem divulgar seus serviços e produtos com um orçamento tão enxuto?

A especialista em Social Business, Denise Maia da DMS (Digital Marketing Solutions), tem uma resposta simples: marcar presença em redes sociais profissionais. “O empreendedor que deseja crescer precisa estar cercado de ferramentas que o auxiliem nesta missão”, alerta. Segundo ela, atualmente, o principal canal é o LinkedIn. “Pelo menos nove milhões de empresas, do mundo todo, estão cadastradas na rede. O empresário brasileiro, não pode mais ignorar o potencial de negócios da plataforma”.

O Brasil é o terceiro maior mercado no LinkedIn, com mais de 25 milhões de perfis cadastrados. Pesquisas revelam que a rede social ganha mais de três novos usuários a cada segundo, e que é utilizada, nos EUA, por mais de 80% dos profissionais de Marketing B2B, no que diz respeito a lançamento de produtos, e que mais de 90% fazem uso dela para o compartilhamento de conteúdo. Mas o melhor é que boa parte disso pode ser feita de forma gratuita.

A especialista em social business da DMS, Denise Maia, destaca algumas ferramentas do LinkedIn que na prática beneficiam as empresas de pequeno porte que não têm verba para investir:

1 – Divulgação a custo zero: a criação de uma página é gratuita, e a company page (página da empresa) contribui não só para aumentar a reputação da marca na rede, mas amplia sua presença nos resultados dos buscadores. Neste caso, é importante a utilização de palavras-chave importantes ao negócio, a fim de ajudar os pesquisadores a descobrirem a empresa on-line.

2 – Portfólio online: você tem espaço para mostrar todo potencial da empresa para o seu público-alvo através dos recursos showcase pages e slideshare. O primeiro permite criar páginas laterais adicionais de conteúdo, enquanto que o segundo, possibilita carregar arquivos como apresentações corporativas, estudos de caso, vídeos, guias para apresentar produtos e serviços de forma otimizada, etc.

### Linkedin não é só marketing

Denise Maia comenta que é procurada por empresas que querem aprender a fazer uso da ferramenta, mas apenas pensando no viés 'divulgação'. Entretanto, a especialista garante que as pessoas precisam conhecer o poder da rede social voltado para a 'prospecção', que é o uso das conexões para captar clientes. E faz um alerta: "Linkedin é mais do que marketing, é relacionamento, e pode ajudar você a saber quem é seu cliente e ainda mostrar onde ele está", afirma.

3 – Rede direta de relacionamento com o cliente: não coleccione somente seguidores e conexões, utilize sua rede de contatos e os grupos para criar oportunidades de negócios. Gere conteúdo para mostrar o valor da sua empresa, poste artigos relevantes sobre sua área de atuação, destaque atributos e diferenciais que ajudem a construir a imagem da marca, como lançamentos de produtos e premiações. E o mais importante, interaja com as suas conexões, curta suas publicações e atualizações, comente seus posts e pergunte qual a opinião deles sobre os temas que lhe interessam. Engaje-se o máximo possível para ampliar o network!

4 – Localize e monitore o seu público-alvo: existem diversos filtros de pesquisa que permitem localizar e alcançar os clientes que utilizam a rede. Também é possível fazer o gerenciamento das suas publicações e anúncios com o intuito de colher inúmeros dados importantes sobre seu público-alvo e opinião dele sobre a sua empresa.

"Mesmo sem gastar nada ou investindo bem pouco, é possível colher bons resultados com a utilização da rede corporativa para divulgação da marca e captação de clientes, basta traçar as estratégias certas", ressalta Denise .