

Estratégias e táticas

Uma vez que temos os objetivos estabelecidos, é hora de definir quais estratégias e táticas para alcançá-los.

A estratégia é um conjunto de ações aplicadas que tem como finalidade desenvolver os objetivos estabelecidos. Um exemplo de uma estratégia é desenvolver uma campanha de Marketing de entrada ou Linkbuilding.

As táticas, são possivelmente as que mais dão mais trabalho, e têm a ver com a forma e o método de realização das tarefas. São tarefas ou funções mais específicas, por exemplo, realizar 2 post diários em um Blog.

Um exemplo mais claro de estratégia e tática é o seguinte:

- **Estratégia**
Fazer uma marca conhecida.
- **Tática**
Criar anúncios na media online principal, realizar um evento, crie uma campanha no Google Adwords.

Uma vez que temos o Plano de Marketing Digital, passamos para a proposta final que será entregue ao cliente para sua posterior ou não aprovação. Para isso, é importante ter muita criatividade para que toda a informação coletada possa ser mostrada da melhor maneira, de modo que o cliente esteja convencido do que está sendo proposto.

A preparação e apresentação do orçamento é uma das ações mais decisivas na elaboração do plano de marketing digital. No orçamento, é essencial que todos os detalhes sejam explicados, discriminados e justificando cada ação que será realizada. O cliente precisa saber o que é atribuído ao seu orçamento em todos os momentos, então não se esqueça de listar todas as estratégias e táticas.

Execução do Plano de Marketing

Neste ponto, considerando que o plano foi aprovado pelo cliente, o cenário on-line deve ser preparado para as tática e estratégias serem desenvolvidas.

As tarefas nesta fase já estão orientadas para a execução das ações marcadas no plano de marketing, tudo deve está preparado para não deixar nada nas mãos da improvisação e assim podermos executar tudo sem esperar que algo mude.

As ações mais genéricas que podem ser destacadas neste ponto são as seguintes:

- Definir o tom da comunicação.
- Configurar e crie todos os perfis e plataformas onde você tenha presença ou que deseje ter.
- Definir as palavras-chave.
- Preparar um relatório modelo Dashboard.
- Criar um calendário de ações a serem realizadas.