

Objectivos

Uma vez que tenhamos toda a pesquisa realizada e conhecemos a situação a partir da qual começamos, é hora de começar a projetar o plano de marketing digital. Para fazer isso, temos que ser muito claros quanto aos objetivos de negócios e os objetivos de marketing, sendo esses últimos os que têm que atuar como a raiz dos objetivos de negócios.

- **Objetivos do negócio**

Os objetivos de negócios são puramente económicos, mensuráveis no curto prazo. Aqueles que, como o nome indica, são sinónimo da viabilidade do negócio, considerando se são satisfatórios ou não. Um exemplo claro de um objetivo comercial é aumentar o volume de negócios em relação ao ano anterior, ou melhorar a participação no mercado, o que significa crescer em contraste com a concorrência.

- **Objetivos de marketing**

Os objetivos de marketing são aqueles que tornam os objetivos comerciais alcançáveis. Esses objetivos podem incluir, por exemplo, aumentar o tráfego para a Web através de SEO ou SEM, ou obter leads (e-mails ou números de contato) entre outros.

Um detalhe chave na definição dos objetivos é seguir os padrões básicos para a consecução dos objetivos, os critérios **SMART** (Específicos, mensuráveis, alcançáveis, realistas e temporariamente delimitados).

- **(S) Específico:** é preciso buscar concreção, para identificar o que se deseja realmente alcançar.
- **(M) Mensurável:** é fundamental que os objetivos possam ser quantificados ou qualificados de alguma forma, para comparar o resultado.
 - **Alcançável:** levando em consideração o trabalho de todos os componentes envolvidos no projeto, é necessário avaliar se os objetivos são viáveis e se existe a possibilidade de alcançá-los.
- **(R) Realista:** quando se trata de definir os objetivos, há que manter seus pés no chão e não especular muito com os objetivos, caso contrário os resultados não poderão ser avaliados mais tarde.
- **(T) Limitado temporariamente:** você deve marcar os tempos de execução muito bem para ter um controle inicial e final do projeto.