



ESTADÃO

Marketing digital para pequena empresa cresce com pouca digitalização no setor

Pandemia empurrou pequenos negócios a se digitalizarem e a investirem em planejamento nas redes sociais e em e-commerce; pequenas agências de marketing customizam serviços

Levy Teles, O Estado de S.Paulo

26 de setembro de 2020 | 14h00

Especial para o Estado

Cinco meses atrás, o planejamento de **marketing digital** da Bakeri Nord, padaria da [norueguesa Guro Nygaard](#), estava em cheque: ou fazia mais bolos de chocolate ou postagens no Instagram. A escolha, entre janeiro e março, era clara: alguém precisava comer os bolos e a produção não podia parar.

LEIA TAMBÉM

Marketing digital para pequenos negócios: como começar a fazer

Quase 150 dias depois, o jogo mudou: postar mais para garantir que alguém vai comprar o bolo. Em quarentena, pensar marketing digital se tornou fundamental. “Valorizamos ainda mais nossa presença nas **redes sociais**”, conta Guro. “Postamos todo dia, fazemos stories, aumentamos engajamento, tiramos fotos melhores. Já que não temos mais o nosso espaço físico, as redes sociais ficaram muito mais importantes.”

Num terreno ainda pantanoso para **pequenas empresas**, negócios voltados para soluções em [marketing](#) digital encontraram espaço para crescer. A Triwi é um exemplo. Apenas com os números de faturamento até agosto deste ano, a empresa, fundada em 2018, aumentou em 150% em comparação a todo o ano anterior. A solução foi começar a atender e oferecer serviços focados para PMEs.

“Percebemos pessoas de diversos níveis sociais, econômicos, micro e pequenas empresas a grandes empresas procurando marketing digital e começamos a procurá-los para oferecer nosso trabalho. A gente identificou quais eram as principais soluções que iam gerar a curto e médio prazos e criamos um pacote de investimentos”, conta Ricardo Martins, CEO da Triwi.

Especializada no atendimento a empresas B2B e do agronegócio, a Triwi começou a fornecer pacotes de atendimento a PMEs que não possuem ou ainda pouco atuam com estratégias de [marketing digital](#). É possível obter pacotes que vão desde a elaboração de site até um planejamento detalhado de redes sociais.



Telma Lambert, Damiana Lopes Porto e Bianca Smaniotto Netto, sócias do Cinco Marias, agência de marketing voltada para PMEs. Foto: Arquivo Pessoal

O ponto fundamental é o valor mais acessível para o serviço. Com quantias entre R\$ 500 e R\$ 800, é possível montar um site otimizado no [Google](#) para aumentar a busca pelo estabelecimento, por exemplo. “Cada real é importante para a pequena empresa. Por isso, optamos em garantir um serviço a custo mais baixo para que ele possa aplicar o investimento”, afirma Ricardo.

Aos que não podem pagar pelo serviço, a Triwi também dá a possibilidade de fazer mentorias gratuitas, para ensinar do zero quem deseja fazer a iniciativa por si. A crescente procura levou a Triwi a contratar mais oito colaboradores para o time de dez funcionários.

As PMEs perceberam que é preciso realizar a [transformação digital](#). De acordo com pesquisa da EY-Parthenon, realizada com 300 PMEs (pequenas e médias empresas) brasileiras, quem entrou na crise mais digitalizado foi menos impactado: 58% das empresas esperam utilizar mais canais de vendas online e [66% planejam expandir](#) o marketing digital pós-pandemia.

A segunda edição da pesquisa "O impacto da pandemia de coronavírus nos pequenos negócios", feita pelo [Sebrae](#), consultou 17,2 milhões de pequenos negócios entre os dias 3 a 7 de abril deste ano e apontou que 58,9% delas interromperam as atividades temporariamente. Entre as empresas que continuaram funcionando, 41,9% realizam agora apenas entregas via [atendimento online](#).

Falta de conhecimento

O principal obstáculo entre agências de marketing digital voltadas a pequenas empresas ainda é o desconhecimento do empreendedor sobre o tema. “A pessoa que tem uma academia, é cabeleireiro ou um chef de cozinha não é obrigada a saber de marketing digital”, diz Juan Zaragoza, sócio da Crowd, startup voltada a soluções na área.



Ricardo Martins, CEO da Triwi. Foto: Alex Silva/Estadão

Desde 2017, a empresa montou uma plataforma que permite que o cliente conte com a expertise da Crowd e um sistema de [inteligência artificial](#) para selecionar o profissional ideal para cada projeto voltado ao tema na rede. São mais de 15 mil freelancers em diversas áreas disponíveis por todo o Brasil.

Com a pandemia, a solução para minimizar os impactos foi ceder um espaço especial para PMEs. Na plataforma, o empreendedor pode procurar um profissional que pode realizar o serviço que deseja, já com precificação e detalhes do investimento definidos. No processo de intermediação, a Crowd busca ser um guia para o empresário. “Ele precisa que a gente pegue na mão, explique os detalhes e não dê uma receita pronta. Isso é uma coisa que ele não sabe fazer e a gente dá esse suporte”, diz Juan.

Parte do processo envolveu fragmentar os serviços em marketing digital para reduzir os custos. Uma das soluções que ajudou a chegar num valor que possa ser pago por um pequeno empreendedor é a possibilidade de retirada do atendimento e gestão. A execução do serviço pode ser feita diretamente entre o empresário e o freelancer para o serviço demandado.

O resultado, segundo ele, é expressivo. “A gente evoluiu cinco anos em cinco dias na pandemia”, conta o [empreendedor](#). “A gente vinha nesse movimento de transformação digital. É uma coisa que criou a necessidade de urgência. Quem não estava digitalizado, precisou se **digitalizar**.”

Essa falta de conhecimento exige adaptações e simplificações na comunicação com o pequeno empreendedor. Algo que Telma Lambert, Damiana Lopes Porto e Bianca Smaniotto Netto, sócias do Cinco Marias, agência de marketing voltada para PMEs, tentaram aplicar. Durante a pandemia, a Cinco Marias criou a proposta Planos na Medida, um produto para que o pequeno e médio empreendedor possa se destacar no ambiente digital.



Gabriel Matias e Juan Zaragoza, sócios da **Crowd**, startup voltada a soluções em marketing digital. Foto: Arquivo pessoal

“Em alguns casos, pegamos o cliente traumatizado, desesperançoso. Lidamos com um cliente que não entende muito e não entende como o trabalho pode gerar resultado. Repensamos muita coisa - até em termos de linguagem. As expressões, termos usados por agências parece outra coisa para os clientes. Eles não entendem. As explicações têm que ser muito mais aprofundadas”, conta Telma.

Além do Planos na Medida, a Cinco Marias investiu na proposta Plano Zero, um produto para a pequena empresa que não tem os itens necessários para começar um trabalho de marketing digital. Nessa oferta, o cliente pode selecionar os serviços para iniciar ou melhorar a presença no marketing digital - com serviços como elaboração de site, fotos, identidade visual e tagueamento. Durante o período de pandemia, o número de novos clientes da Cinco Marias aumentou em 25%. A equipe subiu de cinco para nove funcionários para dar conta da subida na procura.

Ainda tomados pela incerteza do que pode acontecer pelos próximos meses, a previsão para quem está no setor é positiva. Depois de um duro mês de abril, tanto Triwi, Crowd e Cinco Marias tiveram rápido crescimento em junho.

“É um cenário otimista. A gente precisou apertar o cinto e sentir a turbulência. A previsão a curto prazo preocupou, mas não tivemos dúvida de que no longo prazo é favorável para a gente”, diz Juan, da Crowd. “As empresas precisam de fôlego, mas é para o **digital** que elas querem ir.”

NOTÍCIAS RELACIONADAS

[Marketing digital para pequenos negócios: como começar a fazer](#)

[Clubes de assinatura crescem na comodidade de casa na pandemia](#)

[Código de Defesa do Empreendedor reduz burocracia para abrir negócio em SP](#)

[Epopéia de microempreendedor em busca de crédito revela face amarga da crise](#)