

Porque falham tantas estratégias de Internet Marketing?

Por cada caso de sucesso na internet existem outros, de que não se fala, que falharam redondamente. Por cada pessoa ou empresa que ganha milhares de euros com um bom plano de Internet Marketing existem muitas outras que tentaram e não conseguiram. Porque é que isto acontece?

Se pensarmos bem as estatísticas não devem de ser muito diferentes de qualquer outro negócio. Em qualquer ramo de actividade existem os que tem sucesso e os que tentam. E como em qualquer actividade de marketing em qualquer meio, seja televisão, rádio, jornais ou internet, existem os que conseguem rentabilizar o investimento e os que gastam dinheiro. Eis algumas possíveis razões para o insucesso numa Estratégia de Internet Marketing:

- 1 - Um pobre ou inexistente plano de negócios. Se vai avançar com uma estratégia de investimento na internet tem que ter um bom plano de marketing para esta área. Defina objectivos, etapas, orçamentos, etc.
- 2 - Não seguir o Plano de Marketing. Fez o seu plano de marketing ou de negócios? Então porque não o segue?
- 3 - Definir objectivos de curto prazo demasiado ambiciosos. Provavelmente viu alguns sites concorrentes com milhares de páginas, excelente conteúdo e sabe que tem que combater com eles. Lembre-se que eles têm esses sites assim porque ter demorado meses ou anos a construir aquilo tudo. Não queira igualá-los de um dia para o outro. É um processo contínuo!
- 4 - Falta de conhecimento. Como em qualquer área profissional, consegue-se ter sucesso sem conhecimento? Não! Não tente fazer tudo sozinho. Procure ajuda profissional ou invista em formação.
- 5 - Não investir o suficiente. Custos são sempre um factor importante, mas se não investir o suficiente mais vale não investir nada. Para quê gastar 5.000€ num excelente site para depois não investir em estratégias de angariação de visitas? Para quê investir 100€ num site se ele não consegue atingir os seus objectivos. Pegue nos 100€ e vá jantar fora, são mais bem investidos!
- 6 - Falta de paciência. Agora que já tem o site quer ver resultados imediatos. É um desejo legítimo, mas lembre-se que Internet Marketing não é uma ciência. É preciso aprender o que resulta melhor em cada empresa e público-alvo, qual a melhor maneira de atingir cada objectivo. Fazer e testar e refazer!
- 7 - Má escolha do público-alvo. Como em qualquer actividade de negócio, fundamental e crucial. Imagine que ateu fez tudo bem e está a ter milhares de visitas ao seu site, mas se são visitas de pessoas que não são o seu público-alvo não irá ter retorno.
- 8 - Não tem conteúdo único. Existem milhares, milhões de sites com conteúdo semelhante. É preciso que se destaque de alguma forma, sendo apenas mais um.
- 9 - Falta de compromisso. Sucesso implica compromisso. Não chega fazer o site ou algo do género e pensar: "já tenho uma estratégia de internet marketing"! É preciso dedicar-se continuamente, alterar o que não estiver bem, investir mais no que está bem.

Como disse no início estas razões são igualmente válidas para uma estratégia que não de Internet Marketing. Cada vez mais me convence que o Marketing na Internet segue exactamente as mesmas regras do marketing dito convencional, só mudam as ferramentas!

Sobre o Autor

Carlos Venancio

WSI Internet Marketing Consultant

Sintra - Portugal

geral@mundowsonline.com

<http://www.mundowsonline.com>

