Marketing de Conteúdo

para Contabilidade



Dicas valiosas para você planejar a melhor estratégia de Marketing de Conteúdo para sua empresa Contábil e atrair novos clientes!

grupodpg



Sumário

INTRODUÇÃO ----------01

INTRODUÇÃO AO MARKETING DE CONTEÚDO ----------02

BENEFÍCIOS DO MARKETING DE CONTEÚDO ----------03

O QUE PRODUZIR COMO CONTEÚDO RELEVANTE PARA ATRAIR CLIENTES----------04

A IMPORTÂNCIA DO BLOG PARA SUA CONTABILIDADE----05

VANTAGENS DE UM BLOG CORPORATIVO BEM ESTRUTURADO----------06

INTRODUÇÃO

Provavelmente, você já fez compras pela internet, não é mesmo?

Tenho certeza que você também usa a internet para fazer pesquisas diárias sobre assuntos diversos, correto?

Você já pensou em como você consegue encontrar tudo o que precisa através dos motores de busca web, como o Google, por exemplo?

Já refletiu também em como, com uma gama tão grande de empresas, produtos e serviços variados, algumas empresas que têm exatamente o que você precisa estão destacadas nas primeiras posições destes motores de busca?

A resposta é simples, meu amigo empresário contábil, estas empresas investem em **MARKETING DIGITAL**! Mas antes de falarmos sobre Marketing Digital, vamos definir:

O que é Marketing?

Segundo Luiz Eduardo Serafim, Head de Marketing da 3M do Brasil, **Marketing é o que se faz para entender o cliente.**

Para isso, o primeiro passo é compreender suas necessidades e expectativas, motivações e comportamentos.

Marketing também é atender os clientes. Uma vez que entendemos nosso público, podemos apresentar nossa oferta. Eis uma definição simples e efetiva: **entender para atender.**

A forma que você percebe uma marca, e a experiência que você tem quando se relaciona com ela, é a mesma forma que a sua persona vai perceber a sua marca, e então começará a ter experiências com ela. Isto é Marketing!

O que é Marketing Digital Contábil?

Quando falamos em **Marketing Digital Contábil**, estamos falando exatamente da mesma coisa, porém entendendo e atendendo a uma demanda esmagadora de consumidores (empreendedores) que têm total acesso à informação através da WEB.

Portanto, Marketing Digital Contábil nada mais é que um conjunto de ações que uma empresa de contabilidade executa online (na internet) para atrair novos negócios, criar relacionamentos e desenvolver uma identidade de marca com seu público-alvo.

Sabemos que mais de 90% dos processos de compra tem início em pesquisas do Google ou mídias sociais, seja para compra de produtos ou de serviços.

Por isso, não tem como sua Empresa Contábil não levar estes dados em consideração e não pensar em planejar uma estratégia de Marketing Digital Contábil.

O Marketing Digital Contábil veio para ficar!

Com base em todas essas informações, eu lhe faço duas perguntas:

1. Você já pensou em criar uma estratégia de Marketing Digital Contábil para a sua Contabilidade?

2. Você já pensou nisso, mas não tem tempo nem pessoal disponível para planejar e executar essa estratégia?

Se você respondeu SIM a alguma dessas questões, saiba que você não está sozinho!

Os números mostram que a internet é uma excelente ferramenta para alavancar seus negócios e se relacionar com seu público, porém poucas empresas de contabilidade — ou qualquer outro segmento — têm profissionais com tempo ou conhecimento necessários para criar estratégias.

E você tem razão, amigo: **isso dá trabalho e exige dedicação!**

Mas quero lhe dizer sem sombra de dúvidas: **este trabalho compensa!**

Com este e-book, quero mostrar o papel que o Marketing Digital pode assumir no crescimento de uma empresa contábil e apresentar em detalhes como podemos melhorar a frequência de se seu site e os resultados na obtenção de novos leads e conversão em clientes.

O conteúdo é bastante objetivo para que você possa colocar tudo isso em prática. Boa leitura e bons resultados!

2 INTRODUÇÃO AO MARKETING DE CONTEÚDO

A produção de conteúdo para o site da SUA CONTABILIDADE é essencial para aumentar o tráfego em seu site.

Afinal, o marketing de conteúdo é uma das técnicas mais relevantes no marketing digital para construir **autoridade** e um bom **relacionamento** com o nosso público-alvo ou persona.

Vamos entender a importância do marketing de conteúdo nas relações B2B, isto é, sua contabilidade X empresas.

O marketing de conteúdo pode ser uma ótima estratégia aplicada às relações B2B. Isso porque, apesar das relações entre pessoas jurídicas parecerem mais complexas, são mais simples do ponto de vista dos negócios: sempre existe uma disposição em se "fechar um bom negócio" se houver necessidade ou espaço para o produto ou serviço. E as necessidades sempre podem ser geradas à qualquer momento.

Neste caso, o conhecimento pode ser uma arma poderosa. **E o modo como você comunica também!**

Afinal, no mercado contábil, que envolve uma série de referências legislativas, técnicas, burocracias e especialidades, comunicar adequadamente essas informações ou conhecimentos faz todo sentido, e o processo de compra através dessa comunicação se torna mais natural.

Educar o seu público-alvo e orientá-los a fazer boas escolhas é "mostrar", de forma indireta, uma oportunidade para o momento da decisão na hora do funil de compra, e se posicionar como autoridade em seu nicho de mercado.

BENEFÍCIOS DO MARKETING DE CONTEÚDO

Vejamos a importância e os benefícios de se produzir conteúdo relevante para o Marketing da SUA CONTABILIDADE.

1 – O marketing de conteúdo ajudará a firmar a marca sua contabilidade no mercado

A noção para o mercado de que a marca da SUA CONTABILIDADE existe é crucial para estabelecer sua empresa em tempos digitais, como o que vivemos.

Ganhar a confiança de clientes em potencial pode ser uma batalha desafiadora, ainda mais para empresas que ainda são desconhecidas ao mercado corporativo.

É nesse ponto que o Marketing de Conteúdo fará toda a diferença, tornando a marca SUA CONTABILIDADE confiável aos olhos do mundo dos negócios.

Esta prática pode ser realizada por meio da produção de conteúdo original. Se o seu conteúdo conseguir satisfazer o seu público-alvo de alguma maneira, pode ter certeza que você será lembrado futuramente no momento de decisão de uma compra de serviços.

Você entende a dor do seu público-alvo? Então mostre isso a ele e se posicione como autoridade para resolvê-las. Fale de forma objetiva e clara sobre dores específicas da sua audiência e generalize o mínimo possível.

Não se posicione como “clínico geral” em contabilidade, mas como especialista em assuntos referentes ao mercado contábil.

2 – O marketing de conteúdo ajudará a subir o ranking de visitas do site da SUA CONTABILIDADE

Com o Google tornando o Marketing de Conteúdo um trabalho mais relevante hoje em dia, a qualidade desse serviço terá um impacto direto nos resultados de busca de seu site. É um fator fundamental para o ranqueamento de sua página nos motores de busca.

3 – O marketing de conteúdo ajudará no engajamento de mídias sociais

Hoje, é muito importante a presença de sua marca nas Mídias Sociais. Logo, as redes sociais representam os fundamentos do Marketing de Conteúdo.

Mesmo se você apenas escrever uma ou duas linhas, você terá transmitido seus pensamentos e ideias para o público de seu interesse. Isto o fará ser notado, e ajudará a viralizar e propagar as suas ideias.

4 – O marketing de conteúdo faz de você uma autoridade para o seu nicho

Aqueles que investem tempo e esforço em marketing de conteúdo estão à frente de seus concorrentes.

Para passar a imagem de autoridade respeitada pelo seu mercado de atuação, o seu conteúdo deve ser original, útil e em dia com as necessidades de sua audiência.

Mostre que sabe como tratar a dor deles!

5 – O marketing de conteúdo ajuda a manter sua empresa em dia com as tendências

Para conseguir produzir um conteúdo inteligente, é vital que você realize pesquisas sobre as tendências atuais de sua área de atuação.

Se feito regularmente, a sua dedicação o forçará a revisar os tópicos mais importantes, ajudando a se manter atualizado com as principais questões que afetam o dia a dia da sua persona.

LEMBRE-SE: a legislação é um problema para as empresas, porém, elas querem um contador ou uma empresa contábil para resolvê-los. Empresários consomem conteúdo referente ao seu mercado de atuação, quem consome legislação são outros profissionais de áreas, como contabilidade ou jurídicas.

Orientar sobre os mais diversos assuntos é fundamental para que os empreendedores consumam o seu conteúdo e queiram se relacionar com você através dele.

O QUE PRODUZIR COMO CONTEÚDO RELEVANTE PARA ATRAIR CLIENTES

Não há dúvidas de que o Marketing de Conteúdo é uma maneira muito eficiente de engajar seu público-alvo e gerar leads para a SUA CONTABILIDADE.

Logo, você deve produzir conteúdo que encante seu público, fazendo com que seu conteúdo gere comentários e compartilhamentos.

Então, seguem algumas dicas do que podemos fazer inicialmente para melhorar a frequência no site da SUA CONTABILIDADE:

DICAS DE OURO:

1 - Utilize técnicas de storytelling

Contar “historinhas” (storytelling) é uma técnica sensacional para encantar, engajar e fidelizar o seu público.

É uma forma que você tem para informar, cativar e educar o seu potencial cliente, pensando em manter um relacionamento duradouro com ele. É ideal para sua estratégia de Marketing Contábil.

Um dos métodos mais utilizados se tratando de **storytelling contábil** é a “**Jornada do Herói Empreendedor**”.

Com este método de produção de conteúdo, é possível que você crie diversas campanhas visando atrair seu público, como: e-mail marketing, postagens em mídias sociais, vídeos no YouTube, dentre outras.

E o objetivo sempre será a criação de conteúdo relevante para o seu site. Não é incrível? Você deve criar um personagem, “Herói Empreendedor”, e este personagem deve manter uma linha de comunicação clara e objetiva com o seu público-alvo.

Em seguida, você produz uma história que faça com que sua persona se identifique, assim, você irá atrair e despertar o interesse do seu público pelo seu conteúdo e, posteriormente, pelos seus serviços.

2 – Quem é a sua persona: quem é a audiência que se interessa pelos serviços que você vende?

Para escrever conteúdo relevante e criar um storytelling contábil incrível e que atraia visitantes para o seu site, você precisa saber para quem você quer prestar serviços.

Quem é o empreendedor que você deseja como cliente para sua contabilidade?

Produzir conteúdo relevante nada mais é do que participar de uma conversa com sua audiência.

Lembre-se: seu conteúdo precisa provocar um “diálogo” com seu público e não um monólogo chato e estressante.

Quando conversamos com alguém, queremos interagir, não é mesmo? Logo, se seu conteúdo for interessante, irá gerar interação com seu público, e o “bate-papo” se torna extremamente agradável, fazendo com que seus visitantes queiram retornar ao seu site para consumir mais de seu conteúdo.

É exatamente este tipo de estratégia que você deve utilizar na produção de um storytelling contábil: **criar conteúdo atrativo, educativo e relevante para os empreendedores.**

Agora, a pergunta que não quer calar: como você saberá se o conteúdo que você está oferecendo é atrativo para o seu público?

É exatamente aqui que entra o seu personagem “**Herói Empreendedor**” ou sua **buyer persona**, que são exatamente os empreendedores que você está tentando atrair através do seu conteúdo.

Mas como criar este personagem?

Para criar seu “Herói Empreendedor”, você deve criar projeções pontuais de clientes em potencial.

Trata-se exatamente de um “personagem” criado para representar o perfil de determinados potenciais clientes. Isto irá lhe ajudar a entender as necessidades de quem busca por serviços de contabilidade.

O seu “Herói Empreendedor” será o seu “cliente ideal”, criado com base em dados reais, como padrões de comportamento, motivações e objetivos.

Se você realmente se dedicar a criação deste “personagem”, com certeza, você não terá dificuldades na hora de produzir o conteúdo certo para ele.

Mas, é claro, tudo isso requer muita atenção e dedicação da sua parte e de sua equipe.

O que produzir como conteúdo relevante para atrair clientes?

1 - O trabalho de pesquisa

Para realizar uma pesquisa eficiente, crie uma lista de perguntas e as faça para os seus atuais clientes sobre suas preferências.

Exemplos:

- Qual é o papel deste personagem no seu trabalho e na vida?
- Qual é o tipo de empresa que ela é proprietária?
- Quais são os objetivos que ela deseja conquistar?
- Quais são os seus maiores desafios?
- Que tipo de informação ela consome para o melhor andamento de sua empresa?
- Como utiliza a internet para pesquisar produtos e serviços?

2 - Identifique as tendências

Você deve identificar similaridades nas respostas obtidas em suas entrevistas com clientes.

Se você tem uma empresa contábil especializada em planejamento tributário, e a maioria das respostas obtidas em suas pesquisas forem sobre Gestão Financeira e Redução de custos, isto é o que identificamos como tendência.

3 - Hora de criar a storytelling

Chegou o momento de criar as histórias de seu “Herói Empreendedor”. Utilize todas as informações que recrutou em suas pesquisas e as transforme em um “cliente ideal”.

Sendo assim, determine um nome, idade, profissão, preferências, aspirações, problemas, etc., sempre considerando o seu público-alvo e a solução que você está oferecendo com seus serviços.

Exemplos de assuntos que você pode escrever

1º - Você deve criar alguns materiais sobre assuntos específicos que interessariam diretamente ao seu público-alvo, utilizando seu personagem como protagonista.

Exemplo:

- **Abertura de empresas**

1. Quais procedimentos básicos seu "Herói Empreendedor" precisa entender para abrir uma empresa?
2. Pesquisa sobre situação dos sócios e nome da empresa.
3. Documentação necessária para abertura da empresa.
4. Preparamos o seu contrato social (ou documento semelhante), DBE, declarações e capas de processo.
5. Como registrar a empresa em órgãos públicos?
6. Acompanhamento nos órgãos públicos.
7. Quais custos o seu "Herói" terá para abrir sua empresa?
8. Quanto tempo seu "Herói" terá de esperar para abertura de sua empresa?
9. Quais documentos pessoais seu "Heroi" deverá apresentar para abrir sua empresa?
10. Em qual regime tributário seu "Herói" poderá registrar a empresa?
11. Existe algum tipo de consulta prévia que ele pode fazer?
12. Seu "Herói" pode registrar sua empresa num endereço residencial? (ele não tem um endereço comercial)
13. Se seu "Herói" ainda tiver dúvidas, como ele pode marcar um café com você?

IMPORTANTE: cada um dos tópicos deve ter um texto explicativo, simples, claro e objetivo, de fácil entendimento, porém bem detalhado, inclusive com links para órgãos públicos de pesquisa sobre tais assuntos.

DICA DE OURO: produza você mesmo o seu conteúdo para conseguir relevância junto aos motores de buscas web, como o Google, por exemplo.

OBS.: são apenas ideias sobre o que você pode criar. Você tem o conhecimento técnico e pode aumentar ou diminuir tópicos.

Lembre-se sempre: "para o Google, quem tem conteúdo é rei". E você pode dar isto de forma gratuita, ou pode criar alguns métodos de pagamentos sociais, gerando um material mais qualificado e específico, como e-book ou infográficos, por exemplo, distribuídos através de uma página de capturas (Landing Page), para capturar os e-mails dos interessados em tais conteúdos.

Assim, você pode gerar um mailing com estes leads e criar um relacionamento pontual com essas personas.

Neste ponto, existem diversos assuntos que você poderá criar em e-books ou conteúdo para o site, tipo: MEI, empregada doméstica, Simples Nacional, gestão financeira ou de RH, dentre muitas outros.

O importante é direcionar este conteúdo e falar de forma objetiva e passo a passo.

2º - Você deve criar uma FAQ para seu site (Página de perguntas frequentes)

A página de FAQs ou “perguntas frequentes” é uma excelente opção para dar aos visitantes de seu site informações com precisão e de forma eficaz sobre tudo o que está relacionado à sua página.

É também uma chance que você tem para se aproximar de seus clientes. Tempo é dinheiro, por isso, é necessário tentar resolver as dúvidas do seu público o mais rápido possível, sem a necessidade de comunicação via chat ou e-mail.

Na verdade, uma página de FAQ eficaz cumpre esse papel, reduzindo o tempo, fornecendo orientação e levando o usuário a ter uma experiência mais agradável com o seu site.

A FAQ serve para o cliente e também para a persona que a SUA CONTABILIDADE quer atrair.

Dicas para uma FAQ infalível e relevante

1. Escreva perguntas adequadas e reais

Colete, pelo menos por um mês, todas as perguntas que você recebe de seus clientes através de e-mail e telefone.

Você também pode pedir aos seus amigos ou clientes um pouco de informação sobre quais seriam as principais dúvidas ao navegar no seu escritório virtual ou no site da SUA CONTABILIDADE.

2. A FAQ serve para dar visibilidade à página

Ela deve ser uma página de fácil acesso, por isso, vamos torná-la visível na página inicial e também oferecê-la em locais do site onde os usuários podem precisar de ajuda.

3. A FAQ dará uma oportunidade de divulgar algumas de suas páginas principais

Escreva uma pergunta dirigida a essas páginas e inclua um link para a resposta. Os links farão com que o tráfego dessas páginas aumente, além de ajudá-las a ter um melhor posicionamento em motores de busca como o Google.

4. Palavras-chave

O Google dá muita importância para as FAQs, portanto, vamos usar as palavras-chave.

Seu site vende Serviços de Contabilidade para Sociedade de Advogados? Nesse caso, as palavras-chave podem ser: “Contabilidade para Sociedade de Advogados” ou “Contabilidade sem burocracia para Sociedade de Advogados”, “Sociedade de Advogados”, etc.

Agora tudo que você tem a fazer são perguntas e respostas que contenham essas palavras exatas.

Afinal, uma das melhores razões para criar uma página de FAQ é melhorar a posição de seu site nos motores de busca.

5. Divida e conquiste

A melhor maneira de organizar as perguntas mais frequentes é dividir cada uma por tema, pois será mais legível, interativo e de fácil acesso. Coloque nomes curtos e intuitivos para cada tema. Isso vai evitar confusão.

IMPORTANTE: a ideia é melhorar o seu site, por isso, lembre-se de criar logo este conteúdo para adicionar o mais rápido possível esta página de FAQ e, assim, começarmos a melhorar o conteúdo orgânico e o marketing de conteúdo da SUA CONTABILIDADE.

LEMBRE-SE: a página de FAQ é um lugar perfeito para fornecer uma riqueza de informações de maneira muito interessante ao seu público-alvo. E para uma empresa contábil que quer aumentar a carteira de clientes, esta é uma técnica muito valiosa!

3º Criação de uma aba de “planos”

Que tipo de pacote de serviços ou planos a SUA CONTABILIDADE pode oferecer?

Você não falará sobre preços, mas poderá criar pacotes básicos ou avançados de serviços, todos com um link para um formulário de orçamento, requisitando informações básicas sobre o que sua persona quer contratar como serviços.

O ideal é criar de quatro a cinco pacotes. Comece já a pensar nisso: Que tipo de pacote de serviços iria diferenciar SUA CONTABILIDADE da concorrência?

IMPORTANTE: isto chama bastante à atenção de quem quer contratar serviços, além de fazer com que você consiga melhor precisão do perfil de cada lead ou persona.

A IMPORTÂNCIA DO BLOG PARA SUA CONTABILIDADE

Você sabe qual é a importância em ter um blog integrado ao site da sua contabilidade?

O blog corporativo é uma ferramenta de comunicação e compartilhamento de ideias muito conhecida e muito utilizada pelo mundo afora, uma febre entre os internautas.

O que muitos empresários contábeis ainda não perceberam é que o blog corporativo também pode ser uma ótima ferramenta de marketing de conteúdo, proporcionando interatividade com sua persona.

As contabilidades que já possuem um blog corporativo saíram na vantagem em relação à concorrência, pois já estão conseguindo estreitar sua relação com seus potenciais clientes.

Estão criando vínculos e se aproximando de novos clientes através das informações prestadas e ainda estão conhecendo melhor o seu público, entendendo o que desejam e quais são as impressões que eles têm sobre sua marca contábil.

O blog corporativo irá ajudá-lo a entender melhor o que seus consumidores querem e o que pensam sobre a SUA CONTABILIDADE, e isto irá auxiliar você a entender suas falhas e se aprimorar constantemente para crescer e **conquistar novos clientes.**

Além disso, o blog corporativo possibilitará a geração de **maior visibilidade** para a SUA CONTABILIDADE e aumentará a **popularidade** do seu site, pois é uma forma rápida e prática de divulgação.

Qualquer empresa que busque ter sucesso na internet precisa incluir um blog em sua estratégia de marketing de conteúdo.

Você precisa destacar todo o conteúdo que produz em seu blog corporativo. (Nós podemos ajudar nisso. Consulte-nos!).

OBSERVAÇÃO IMPORTANTE: o seu blog precisa ser atualizado sempre, seja de forma esporádica ou pontual, e deve conter conteúdo de qualidade, informações sobre a SUA CONTABILIDADE e os serviços que você oferece, novidades, promoções, notícias sobre a área de atuação dos negócios de seus potenciais clientes e, principalmente, notícias relevantes ao seu público-alvo.

É preciso que, através do blog, você compartilhe informações interessantes para a sua persona. Para isso, é só fazer uso da estratégia do marketing de conteúdo da qual o blog faz parte.

Um blog corporativo irá agregar maior credibilidade para SUA CONTABILIDADE e ainda gerar mais confiança em sua persona, pois vocês começarão a ser reconhecidos como autoridade naquilo que fazem, e ainda melhorará consideravelmente o posicionamento de sua sede digital (seu site) na busca orgânica do Google.

6 VANTAGENS DE UM BLOG CORPORATIVO BEM ESTRUTURADO

São inúmeras as vantagens e os motivos para a SUA CONTABILIDADE ter um blog corporativo bem alimentado, por isso, vou enfatizar algumas das principais razões para isso:

1 – Mantenha contato regular com seu público-alvo

Com um blog à sua disposição, você terá sua mídia de divulgação pessoal e uma ótima ferramenta de comunicação para compartilhar informações com seu público.

Um blog pode sempre manter os visitantes informados, proporcionando notoriedade e reconhecimento para o crescimento de seu nicho.

2 – Seja referência em seu segmento de atuação

A partir do momento que há divulgação frequente de conteúdo (e conteúdo de qualidade) no blog, você se posiciona à frente de seus concorrentes junto ao mercado.

3 – Aumente suas chances de posicionamento no Google

A cada novo artigo publicado em seu blog, coloque sempre um ou dois links internos apontando para alguma página do seu próprio site. Assim, o Google terá sua página como relevante.

4 – Use o blog para o marketing de seus serviços e negócios

Com a preparação para o lançamento de um novo produto ou serviço oferecido por sua contabilidade, o blog poderá ser um meio de gerar expectativas para este lançamento junto ao seu público.

5 - Dinâmico e interativo

Um blog possui características únicas. É dinâmico, muito diferente de um site que possui conteúdos fixos, e conta com atualizações constantes. É interativo, pois todo blog possui áreas para comentários, que ajudam no incentivo aos visitantes a interagirem com você.

Muitos comentários podem ser críticas construtivas, que ajudarão cada vez mais a melhorar e a trazer novas ideias para a SUA CONTABILIDADE.

6 - Resultados permanentes

Um dos principais motivos para muitas empresas terem um blog é que, além se der ótimo para o marketing de seus negócios e serviços, requerendo somente algum tempo de esforço, pode te trazer muita economia em relação às campanhas pagas no Google ou outras mídias.

Afinal, ao invés de investir em links patrocinados, anúncios em revistas, etc., é um ativo permanente, ou seja, mesmo se você parar de postar artigos por algum tempo, tanto os links de indicação quanto sua autoridade sem páginas no Google continuarão.

7 - Integração às redes sociais

Seu site ainda não está integrado às redes sociais? Você deve providenciar isto quanto antes (podemos ajudar nisso), pois, assim, criaremos uma integração dessas redes com o blog, adicionando mecanismos de compartilhar e curtir.

Além disso, esta integração pode ser automática, onde seus artigos recém-escritos e publicados em seu blog serão automaticamente divulgados nas redes sociais. Assim, você terá mais chances de atingir interessados em seu conteúdo.

Ao criar o blog, você deverá criar e separar suas postagens por categorias, assim, você poderá criar vídeos, fotos, posts, artigos relacionados, etc.

Você falará diretamente com o seu público-alvo. Exemplo:

Você quer atrair empresas de engenharia? Então você vai direcionar a comunicação no seu vídeo para engenheiros e empresários do ramo, ensinando de forma resumida o “bê-á-bá” do que é preciso para se abrir um escritório de engenharia, quais os procedimentos legais e tudo mais.

Você pode fazer isso para cada tipo de persona que você quer atrair. Assim, você terá um tráfego mais qualificado dentro da sua página. Ao final de cada vídeo, convença-os a virem tomar um café com você.

Através desses vídeos, você poderá criar o canal da SUA CONTABILIDADE no YouTube (podemos ajudar nisso também), uma excelente mídia social para trabalharmos a sua marca e a sua comunicação direta com o seu público.

Espero que as dicas tenham ajudado!

Um forte, abraço,

Alex de Paula
Especialista em marketing digital estratégico - Grupo DPG

SOBRE O GRUPO DPG

Nós, do Grupo DPG, trabalhamos para garantir que os contadores sejam valorizados e lembrados.

Acreditamos que todo contador merece estar no topo, e trabalhamos diariamente com **resiliência**, **agilidade**, **excelência** e **respeito** para tornar isso uma realidade.

Afinal, **nossa missão** é gerar visibilidade para empresas contábeis por meio de conexões digitais.

Entre em contato conosco, conheça as nossas soluções de marketing digital, e vamos juntos iniciar essa jornada rumo ao topo contábil!

📞 +55 (11) 3974-0189
✉️ contato@grupodpg.com.br
🌐 www.grupodpg.com.br
📌R. Clemente Álvares, 119, 12.º andar - Lapa, São Paulo - SP. CEP: 05074-050.