



Como fazer uma boa propaganda de um serviço B2B em 8 passos

Para fazer uma boa propaganda de um serviço B2B, você não pode se esquecer da abordagem consultiva desse tipo de relação com seu cliente.

Por isso, antes de começar a pensar em chamadas criativas e em imagens chamativas, responda a esta pergunta:

– Que problema de seus clientes esse serviço resolve?

Lembre-se que falar de características e atributos não vai atrair clientes corporativos. Não tem como divulgar um serviços com sucesso dessa forma.

Na relação B2B, os compradores usam critérios objetivos e lógicos em sua tomada de decisão. Portanto, um anúncio bonito

e atrativo pode até chamar sua atenção, mas não vai levá-los à ação se não mostrar de maneira efetiva **o que a empresa dele vai ganhar com isso.**

Como fazer uma boa propaganda de serviço, então?

Neste post, resumimos um passo a passo de 8 etapas que pode ajudar você a descobrir como anunciar serviços.

Você vai ver que há muita coisa a ser feita, mas os resultados podem ser positivos se cada passo for realizado corretamente.

Está sem tempo para ler o conteúdo? Gostaria de poder acompanhá-lo enquanto dirige, caminha ou realiza outra atividade? Então não perca tempo e ouça este artigo na íntegra. Basta clicar no play! Agradecemos o seu feedback nos comentários ☐

Leia também em nosso blog: [Como fazer propaganda pelo WhatsApp para vender mais](#)

Usar emoções é uma forma muito comum de como vender um serviço. Mas será que isso funciona no B2B?

Esta apresentação de slides pode te dar algumas dicas:

[6 emoções que levam o cliente à compra](#) from [Agendor](#)

Como fazer uma boa propaganda de um serviço em 8 passos

1. Alinhe os objetivos estratégicos do negócio

Este sempre deve ser o primeiro passo na hora de criar um [plano de ação](#) ou desenvolver um projeto em sua empresa.

Se você quer saber como fazer um anúncio de prestação de serviço para seu negócio, entenda como isso vai ajudar a atingir os objetivos definidos no [planejamento estratégico da empresa](#).

Assim, os objetivos dessa ação serão mais efetivos para que a organização como um todo atinja os resultados esperados.

2. Defina o público-alvo dessa ação

Sua empresa tem um público alvo-definido, baseado em buyers personas, de preferência. (Veja mais detalhes aqui: [O que é uma buyer persona e como irá ajudar no seu processo de vendas](#)).

Mas como fazer uma boa propaganda de um serviços específico do seu negócio sem segmentar esse público?

Isto é: imagine que uma empresa vende softwares de gestão para para profissionais liberais autônomos, como médicos, advogados, dentistas e contadores.

Se a empresa pretende divulgar a versão de seu software específica para advogados, precisa segmentar adequadamente esse público e suas características antes de começar a desenvolver essa [ação de marketing](#).

3. Que problemas desse público seu serviço resolve?

Essa é a pergunta fundamental a ser respondida! É isso que vai levar as pessoas a se interessarem por seu serviço e entrarem em contato com sua empresa ou ainda clicarem em um banner na internet.

Quer saber como fazer uma boa propaganda de um serviço? Mostre de forma clara, atraente, criativa e objetiva qual o problema das empresas que sua solução resolve.

4. Que canal de comunicação será usado?

Este é um ponto fundamental e bastante complexo de se definir na hora de descobrir como divulgar um serviço.

Existem duas variáveis principais nesse história:

- Que canais de comunicação seu público acessa
- Quanto você pode investir

Sim, porque não adianta saber que seus potenciais clientes assinam uma revista setorial conceituada se sua verba não é suficiente para pagar um anúncio nessa revista.

Por isso, estude com cuidado que sites seu público acessa, que mídias sociais são mais efetivas para seu perfil, se existe uma revista, jornal ou mesmo um program de TV que valha a pena ser usado para fazer sua propaganda.

A única forma de descobrir isso é por meio de [pesquisas de marketing](#) ou com ajuda de um agência de propaganda especializada.

Veja também em nosso blog: [Frases para chamar atenção de clientes: use esta técnica](#)

5- Qual a mensagem principal

Você já sabe com quem vai falar (público segmentado), qual o assunto de seu interesse (problema que sua solução resolve) e por onde vai falar (canais de comunicação).

É hora de definir um **conceito para sua campanha**, a mensagem principal a ser transmitida. Normalmente isso se traduz em um slogan: uma frase curta (quanto menos palavras, melhor) que mostra de forma rápida e criativa o problema que sua solução resolve.

Veja uma frase desse tipo usada pelo Agendor: ***ajudamos seus vendedores a fecharem mais negócios e empoderamos sua***

liderança comercial

A melhor forma de fazer isso é com ajuda de um agência de publicidade.

Tentar fazer uma peça de comunicação sozinho em sua empresa é muito difícil e foge de sua especialidade.

6. Crie as peças de comunicação: textos e imagens

Agora, transforme esse conceito em peças de comunicação. Podem ser banners para a internet, anúncios em revistas especializadas, vídeos para campanhas online, landing pages de captura de leads, posts para seu blog, imagens para o Instagram e Pinterest, infográficos, e-books e muito mais.

Mas insistimos: vale a pena contar com designers, redatores ou mesmo os serviços de um agência de publicidade para colocar tudo isso em prática.

7. Faça um teste

Hoje, a [transformação digital nas empresas](#) está facilitando a vida de todos. Assim, fazer um [pré-teste de campanha](#) de divulgação de um serviço é mais fácil e barato do que você imagina.

Plataformas online especializadas ajudam a fazer isso. Aliás, inclusive com opções de planos gratuitos. Por isso, vale a pena testar e fazer mudanças, se necessário. Afinal, é melhor descobrir isso antes de investir em uma campanha cara e ajustar o que não agradou no teste.

8. Lance a ação e acompanhe os resultados

Tudo pronto, ação de divulgação lançada!

Acompanhe os resultados. No caso de campanhas online, é

possível fazer ajustes até com a campanha em andamento.

Para outras mídias, analise o desempenho da ação, reúna a equipe e discuta o que aprenderam com ela e como podem melhorar para a próxima campanha de divulgação de seus serviços.

Este post também pode interessar a você: [Marketing emocional: conheça as 6 emoções que levam o cliente à compra](#)

Você notou que não tem como fazer uma boa propaganda de um serviço sem entender profundamente os desejos e necessidades de seus clientes?

Então, dê uma olhada neste vídeo, ele vai te mostrar uma forma bastante inteligente e prática de descobrir isso:

Agora que você já sabe como anunciar serviços, quer outras dicas de como aumentar suas vendas? Então, baixe nosso e-book gratuito: [Como usar o Marketing para escalar suas vendas](#)