

Evento do Google em Belo Horizonte reúne cerca de 18 mil pessoas no Expominas

O Treinamento em Marketing Digital, promovido pelo Google no dia 28 de maio, integrou o evento “Cresça com o Google”. Presenciais e gratuitas, as aulas tiveram como público-alvo empreendedores, desenvolvedores, jornalistas, mulheres e professores. Os cursos ocorreram nos dias 28 e 29 de maio, reunindo cerca de 18 mil pessoas no Expominas em Belo Horizonte.

Com carga horária estimada de 3 horas, o Treinamento de Marketing Digital abordou a evolução do mundo on line e conceitos de Marketing Digital como websites, mídias sociais, links patrocinados e Analytics, além de ferramentas e soluções digitais da Google.

O curso abordou as novas oportunidades que surgem com a evolução tecnológica e como as ferramentas do Google podem ajudar profissionais de diversas áreas a aumentar suas chances no mercado de trabalho e no mundo dos negócios.

“Estamos vivendo na era mais inovadora que o planeta já viveu. É difícil acompanhar tudo o que acontece o tempo inteiro”, relatou Fábio Celeri, especialista de Marketing Digital do Google durante sua apresentação.

Celeri lembrou que o perfil das vagas disponibilizadas no mercado de trabalho muda o tempo todo em função da atualização tecnológica. Enfatizou, ainda, que, ao contrário do que muitas pessoas pensam, a tecnologia cria mais empregos que destrói. “A tecnologia empoderou a gente. Vivemos na era do faça você mesmo”, acrescentou.

O treinamento abordou o crescimento econômico com a evolução tecnológica e a criação de conteúdo para empreendedores.” As empresas enxergam que precisam entender hábitos, vontades e desejos diferentes”, destacou Celeri.

Durante a apresentação o especialista em Marketing Digital relatou que o grande diferencial de uma empresa está justamente na utilização adequada das redes sociais, pois o meio digital permite a mensuração de dados sobre o mercado consumidor, o que torna o marketing o motor de crescimento das empresas, independente de tamanho.

Fernanda Santamarina, também especialista em Marketing Digital do Google, apresentou as ferramentas de mídia disponibilizadas gratuitamente. A profissional explicou que o primeiro passo para os empresários que pretendem investir em redes sociais para divulgar produtos é identificar o objetivo da empresa na internet.

Santamarina lembrou que 96% das pessoas fazem pesquisa on line antes de escolher uma empresa para comprar. “Para atrair o consumidor digital é necessário estar presente on line, inclusive quando os consumidores fazem pesquisas”, disse. Ela destacou que é primordial detectar “quem está considerando comprar” e o “potencial comprador”.

A especialista esclareceu que construir a presença on line é o primeiro passo para empreender no mundo digital, a começar com a criação de um endereço e-mail. Santamarina explicou como o Google Meu Negócio permite o gerenciamento de presença on line e a divulgação de negócios na internet. "A ferramenta para gerar tráfego para a empresa é o Google Meu Negócio", afirmou.

Durante o evento, a profissional deu dicas de como utilizar criar um sítio gratuito no Google, considerando que 66% dos consumidores consideram a página na internet essencial para as empresas. "Pense no que as pessoas procuram", alertou. "O website deve ser simples e objetivo, responsivo e carregar rápido. O tempo ideal para carregar o site é de dois a três segundos", acrescentou.

A segunda etapa do treinamento foi dedicada às ferramentas de Marketing Digital como Search Engine Marketing (SEM), Social Media, Remarketing, E-mail Marketing e Search Engine Optimisation (SEO).

Celeri comentou que uma página na internet transmite segurança aos consumidores digitais quando possui links externos direcionados a ela, conteúdo relevante, endereço correto e arquitetura interessante e organizada. O especialista explicou como o Google Ads destaca-se como aliado essencial no marketing.

O especialista falou sobre a importância do YouTube, a segunda ferramenta de buscas mais utilizada na internet. "O canal não custa nada e você não precisa distribuir conteúdo exclusivo para o YouTube", salientou o profissional de Marketing Digital, lembrando que as pessoas interagem com a mídia.

Celeri disse que é imprescindível medir a atividade no site e nas redes sociais. O profissional destacou que o Google Analytics permite medir a audiência do site. "É possível ter acesso a dados como fluxo, origem dos acessos, visitantes únicos e usuários, dados por demografia e por geografia. É possível verificar também as páginas mais e menos visitadas e taxa de rejeição", arrematou.

Para finalizar, o palestrante citou as profissões que surgem em função de demandas do mundo digital como o(a) responsável pela aquisição e retenção de consumidores, SEO, SEM, gerente de projetos, webmaster, mídia online, gerente de comunidades digitais, analista de dados, redator de conteúdo e analista de user experience.

Além do Treinamento de Marketing Digital, que ocorreu também no dia 29, o Google promoveu os cursos Oportunidades para a Carreira de Desenvolvedor, Treinamento Digital para Professores, Programa de Desenvolvimento para Mulheres e Ferramentas Google para Jornalistas.

Confira abaixo os links para as ferramentas Google para Marketing Digital:

[g.co/GSuite](https://www.google.com.br/gsuite/)

[g.co/Trends](https://www.google.com.br/trends/)

g.co/testemeusite

g.co/AcademyforAds

google.com/ads

google.com/Analytics

g.co/Primer