

## **Growth Hacking: o que é? Como utilizar?**

Growth hacking, também conhecido como growth marketing, pode ser definido como “marketing orientado a experimentos”. É um método que utiliza recursos e estratégias de marketing digital para ajudar empresas a crescer rapidamente e, também, manter uma boa base de clientes, vender mais produtos e ganhar exposição.

Nesse contexto, o termo hacking não tem a ver com *hackers* de computador nem nada assim. Ninguém vai hackear suas contas de banco nem estragar seu computador, pode ficar tranquilo.

Em vez disso, pense mais no growth hacking como em *life hacks*, como quando utilizado para falar sobre algo simples que facilita a sua vida.

É um termo que, embora mais comumente utilizado para startups e pequenos negócios que não possuem muito dinheiro para gastar com marketing digital, também pode ser aplicado para empresas de qualquer tamanho, com tipo de receita.

Basicamente, esse método utiliza oportunidades/brechas (hacks) para um crescimento acelerado da sua empresa.

## **Como implantar o growth hacking?**

Como já estabelecemos, growth hacking é mais utilizado para empresas que precisam de um crescimento acelerado, em pouco tempo e que, muitas vezes, possuem um orçamento limitado.

Ele encontra formas pouco usuais, testando novos métodos e procurando sempre um *boom* de crescimento para a empresa.

Mas como isso pode ser feito? Não se preocupe, nós vamos explicar o passo a passo para que você possa implantar esse método na sua empresa.

### **Aperfeiçoe o seu produto**

Para esse primeiro passo, você deve analisar as necessidades e preferências do seu público alvo, e usar esses dados para aperfeiçoar o seu produto.

É importante fazer esse passo para tornar o seu produto mais desejável no mercado e para que você tenha certeza que a sua oferta é a melhor possível antes de utilizá-la para o seu crescimento.

## **Tenha objetivos realistas**

Também é essencial que você não tenha expectativas irreais sobre o que você pode conseguir com o growth hacking. É claro que este é um método de crescimento rápido, mas não espere conseguir um milhão de seguidores em dois dias.

Será bem melhor se você definir um objetivo realista do que é possível conseguir com esse método. Dessa forma, você poderá focar no tempo que você tem para atingir esse objetivo e quais serão os métodos testados para alcançá-lo.

## **Teste vários métodos**

O growth hacking é baseado na criatividade e experimentação.

Por isso, é essencial que você teste os métodos que funcionam e os que não funcionam para a sua empresa.

Você pode fazer testes simples e diretos ao ponto, dessa forma você pode focar em registrar os resultados dos testes e até mesmo combinar os métodos que mais trouxeram resultados de crescimento.

## **Analise a performance**

A análise do seu método é essencial para se manter dentro dos seus objetivos. Os dados encontrados após o período de testes podem ser usados para adaptar os seus métodos.

Dessa forma, você pode também ajustar desde o seu produto, para que ele seja mais atraente, até os seus objetivos finais.

## **Faça ajustes e aplique**

Por último, mas não menos importante, é importante que você realmente faça os ajustes necessários para o funcionamento otimizado do seu growth hacking e para que a sua marca se torne cada vez mais competitiva.

É essencial que você aprenda com o que você observou durante os testes, pois isso diz muito sobre o seu produto e o que o público alvo procura.

Como a maioria das coisas, o sucesso só vem com um pouco de paciência e prática.

# Exemplos de growth hacking

É claro que, agora, podemos dar alguns exemplos de ações tomadas por growth hackers, e você poderá ver por si só como esse método realmente funciona!

## Dropbox

Sabe o esquema de “indique um amigo, e se ele fizer uma conta você ganha algo”? Então. Esse é um exemplo de uma ação de growth hacking, que foi muito utilizada pelo Dropbox.

Muitas pessoas acabaram fazendo propaganda do Dropbox para ganhar armazenamento, e agora ele é um dos maiores em seu ramo.

Além disso, também temos exemplos como no PicPay, que oferece dinheiro se um amigo que você recomendou fizer um pagamento pelo aplicativo, e o Uber, que também oferece descontos quando amigos fazem a primeira corrida.

## Hotmail

Lá no início do Hotmail, a empresa colocou uma assinatura automática em todos os e-mails enviados pela plataforma, por todos os usuários, que falava que todos poderiam criar um e-mail de graça por lá, seguido de um link.

Em uma época em que muitos provedores de e-mail ainda eram pagos, isso chamou muitos novos clientes para essa plataforma de e-mail.

## Facebook

No início, o Facebook era uma rede social bastante exclusiva, sendo que apenas universitários poderiam criar uma conta.

Depois que foi liberada a entrada de todos, foi preciso pensar em como manter o interesse em algo que não era mais exclusivo.

A primeira estratégia do Facebook foi deixar que os usuários incluíssem widgets e badges aos seus perfis.

Depois disso, ele passou a oferecer a possibilidade de se conectar ao e-mail para achar seus contatos. Hoje em dia, isso pode ser feito com o número de telefone também.

Isso foi implantado, pois pesquisas mostraram que pessoas que adicionavam mais de 7 amigos na rede social tinham mais chances de se manterem ativas.

Ou seja, eles encontraram uma maneira de engajar seus usuários e manter as pessoas ativas na rede social. Deu certo, não é mesmo? O Facebook, atualmente, é a rede social mais utilizada no mundo.

Agora você já sabe o que exatamente é o growth hacking e como utilizá-lo em sua empresa. Curtiu as informações? Então não se esqueça de nos acompanhar aqui no blog, no [Instagram](#) e no [Facebook](#) para ficar sempre por dentro das novidades.

Confira também nosso post sobre [Call to Action](#) e sobre [o que é Target](#).