



5 áreas do marketing: o que faz o profissional especializado?

Uma das características mais fortes do marketing é a adesão às tendências do mercado. Assim, quando a gente pensa nas **áreas do marketing**, vê que isso é ainda mais recorrente.

Por isso, se você tem interesse por esse campo, vale conhecer suas principais frentes de trabalho. Aqui, a gente vai explicar melhor as áreas que estão em alta e **o que fazem os profissionais** que atuam no setor. Veja só!

Pra começar, o que é marketing?



MARKETING

Do anúncio que aparece enquanto você rola o seu feed do Facebook até aquele panfleto que você recebe enquanto caminha na rua, o marketing está presente em todas as suas formas.

Mas ele não se resume somente ao que se vê quando a gente se depara com esses materiais não, viu? Nos bastidores, essa é uma **ciência bastante completa e focada no estudo do mercado**. Pra isso, ela se baseia em métricas, pesquisas, métodos e diversas outras técnicas que geram resultados sólidos.

Em palavras mais claras, o marketing é uma estratégia de mão dupla: identifica as necessidades do consumidor e apresenta ofertas que geram valor ao mesmo tempo que ajuda as empresas a obter lucro e a conquistar o seu lugar ao sol entre a concorrência. Agora ficou mais fácil, não é verdade?

E quais são as principais áreas do marketing?



O marketing é dividido em várias áreas, cada uma delas com objetivos específicos. O anúncio que você encontra no feed do Facebook, por exemplo, é uma estratégia de marketing digital. Nos próximos tópicos vamos te ajudar a entender com mais clareza cada uma delas.

1. Marketing Digital

Já que citamos ele, é por onde vamos começar. Embora muita gente pense em publicidade, o [marketing digital](#) é mais que isso. Trata-se de um conjunto de atividades executadas online pra atrair novos clientes e negócios.

Além disso, marketing digital é uma forma de criar relacionamentos e desenvolver uma identidade e autoridade de marca. Quer um resumo? Tá aí: **é uma estratégia de marketing pra promover produtos ou empresas por meio das mídias digitais.**

2. Marketing de produto

O principal objetivo do marketing de produto é identificar as pessoas que têm mais chances de se interessar pelo **produto tangível** que a empresa oferece e tornar esse produto bastante atrativo, gerando uma conexão com o cliente. Ele pode ser usado com várias finalidades:

- inserir um lançamento no mercado;
- apresentar um produto que já existe para um mercado do qual ele ainda não faz parte;
- pesquisar a aceitação de um grupo de consumidores àquela novidade antes da sua estreia no mercado.

3. Marketing de serviço

O marketing de serviço é irmão do marketing de produto. A diferença entre os dois é que, enquanto o marketing de produto foca em bens tangíveis, o de serviço vende **aquilo que não é tangível**, como cursos de graduação e [pós-graduação](#), por exemplo.

Ele requer um pouco mais de cuidado na execução de estratégias, porque um serviço pode variar de acordo com a forma de trabalhar do profissional que executa. Por isso, contar com um time nota dez e que sabe exatamente o que está fazendo é muito importante.

4. Inbound marketing

Se antes o marketing tradicional atingia a massa de uma única vez, agora o caminho é contrário. Atualmente, a gente vê muitas estratégias de **marketing de atração** — ou inbound marketing.

A ideia é que você gere novas oportunidades de negócios atraindo as pessoas. Mas, como assim? Bem, a abordagem é toda estruturada pra que o consumidor em potencial **tome a decisão sozinho**. Com as ações empenhadas, ele será convencido de alguma forma a optar ou não por aquele produto, serviço ou marca.

5. Estratégia de SEO

Quem trabalha com inbound marketing bebe muito nessa fonte. Afinal de contas, o SEO é o jeito mais inteligente hoje de atrair o cliente certo. Isso porque ele usa os mecanismos de busca pra responder suas dúvidas, anseios e problemas.

Nesse sentido, essa área do marketing planeja estrategicamente seus conteúdos. Dessa maneira, eles serão **otimizados exatamente como os motores de busca funcionam**. Assim, consegue-se posicionamento orgânico e mais tráfego. Logo, também são gerados mais leads (potenciais clientes). E, claro, mais oportunidades de negócios e vendas.

Como trabalhar com marketing?



Pra quem deseja se aventurar nesse mar de possibilidades, uma coisa é indispensável: **especialização**. Quando se tem uma [formação voltada pra publicidade](#), comunicação ou mesmo pra alguma área específica do marketing, alcançar o tão buscado sucesso nas estratégias fica muito mais fácil.

Além disso, é sem dúvidas a melhor maneira de entrar no mercado e conseguir aquele emprego dos sonhos. Por isso, se tiver a oportunidade, não deixe de investir no planejamento da sua carreira!

Qual o perfil do profissional de marketing?



Que o marketing é uma área bem versátil você já sabe. Mas para chegar até as técnicas que realmente geram resultado, o perfil do [profissional de marketing](#) tem bastante influência.

É preciso, por exemplo, **estar por dentro das principais tendências** da sua área de atuação. Até porque não faz sentido tentar vender um CD pra pessoas que já nasceram com um celular na mão, não é verdade?

Mas se você for tentar fazer isso — não sabemos por que, mas você certamente tem uma ideia em mente —, **criatividade** é sempre fundamental. Nós falamos bastante aqui sobre o fator atração, por isso, desenvolver estratégias que realmente encantem o público é um diferencial de muito valor pro profissional de marketing.

Outras habilidades que não podem faltar no currículo incluem:

- capacidade de comunicação;
- português impecável;
- gostar e saber trabalhar em equipe;
- [pensamento crítico](#);
- entender de métricas;
- conhecer bem a sua área de atuação.

O que eu preciso saber sobre o mercado de marketing?



O marketing é um dos principais impulsionadores de vendas e conversão da atualidade, por isso [o mercado está cada vez mais aquecido](#) nessa área.

Logo, a demanda por pessoal qualificado só cresce. Daí a importância de investir em especialização. Quanto mais você sabe, melhor é a qualidade do seu trabalho e, conseqüentemente, melhores são as suas chances de conseguir uma colocação estratégica como profissional.

E sobre o curso?

É aqui que a mágica começa a acontecer! Você já sabe que não pode deixar de investir em uma formação específica, então confira tudo o que o curso de marketing pode acrescentar aos seus conhecimentos:

- ensina a utilizar aquelas métricas que mencionamos pra conhecer o público e entender o que funciona ou não com ele;
- mostra como desenvolver ofertas que realmente agreguem valor;
- ajuda a elaborar estratégias que funcionem pro canal pelo qual você está trabalhando (redes sociais, mídias offline, endocomunicação etc.);
- entre diversas outras coisas.

Se você chegou até aqui, é porque tem um interesse grande em trabalhar com marketing, certo? Mas, embora seja uma tendência em crescimento acelerado, com um mercado aquecido, não dá pra contar com a sorte.

Nesse cenário repleto de oportunidades, com **diversas áreas do marketing**, é preciso se preparar. Vale muito a pena investir em capacitação contínua, para além da graduação, por exemplo. Isso porque novas ferramentas e estratégias surgem a todo momento.

Quer ter potencial competitivo pra encarar esse mercado cheio de áreas bacanas pra se **trabalhar com marketing**? Então, [confira a Pós-graduação em Marketing Digital da Faculdade Descomplica!](#)