

WHITEPAPER

MERCADO DE  
**MARKETING  
DIGITAL  
NO BRASIL**

---

Entenda quais as skills, canais mais utilizados e apostas dos profissionais da área



KINGHOST

<b>MERCADO EM TRANSFORMAÇÃO</b>	<b>3</b>
<b>FORMAÇÃO E EXPERIÊNCIA</b>	<b>4</b>
<b>SKILLS: QUAIS SÃO?</b>	<b>6</b>
<b>CANAIS MAIS UTILIZADOS</b>	<b>6</b>
<b>EVOLUÇÃO DA CARREIRA</b>	<b>8</b>
<b>TENDÊNCIAS PARA 2019</b>	<b>11</b>



# MERCADO EM TRANSFORMAÇÃO

Ao longo dos últimos anos muito tem se falado sobre o futuro da publicidade no Brasil e no mundo. Novas tecnologias vêm surgindo e mudando algumas lógicas do mercado, o que faz com que surjam as mais variadas teorias. Desde as mais pessimistas, como o fim das agências de marketing, até as mais otimistas que perpassam a ideia de uma maior conscientização do papel da publicidade e aumento dos investimentos. Seja qual for a previsão escolhida, não podemos negar que o marketing vem sofrendo transformações ao longo do últimos anos e não teria como ser diferente.

O acesso à internet no Brasil vem crescendo. Segundo a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua do IBGE, **69,9% da população brasileira está conectada na internet e 97% desses usuários acessa através de dispositivos móveis**. O Brasil também aparece entre os principais mercados de aplicativos para dispositivos móveis do mundo.

Segundo o levantamento realizado em 2018 pela empresa norte-americana App Annie, o Brasil ocupa o **4º lugar no ranking geral dos principais mercados em downloads no mundo**, perdendo somente para China, Índia e Estados Unidos. E quando se fala em Google Play, nosso país sobe para a segunda posição, perdendo apenas para a Índia e superando países como os Estados Unidos. De acordo com a pesquisa, **o brasileiro gasta em média 200 minutos diários** em aplicativos conectados à internet.



Por outro lado, é bem verdade que o mercado de tecnologia vem evoluindo no que diz respeito à publicidade. A cada dia crescem as **possibilidades de segmentação de anúncios** no ambiente digital, seja a partir da identificação das intenções do consumidor através de seu perfil de navegação, seja pela possibilidade de criar anúncios cada vez mais personalizados. O que corrobora é um apontamento realizado pelo Google Trends, no qual **cresce no Brasil os termos de busca com expressões como “perto de mim” ou “qual o melhor produto para mim”**. Este nível de personalização faz com que cresça a preocupação das empresas com dados inclusive quando se fala em mídia offline. O que justifica o crescimento de alternativas de ferramentas que mensuram os impactos da publicidade da televisão e do rádio naquilo que os usuários pesquisam e navegam.

Num cenário de tantas transformações, conversamos com profissionais do mercado para **entender sobre skills, preocupações e até mesmo aquilo que acreditam ser tendência em 2019**. Confira o compilado e fique por dentro do que o mercado vem falando para criar estratégias cada vez mais acertadas.

## FORMAÇÃO E EXPERIÊNCIA

Para compreender os nossos interlocutores e suas percepções, perguntamos sobre alguns aspectos de suas carreiras. Isto nos permite entender onde se encontram em termos de experiência e vivência em marketing e como percebem as transformações do mercado.

Quando perguntados sobre a sua formação para **atuar na área de marketing digital**,

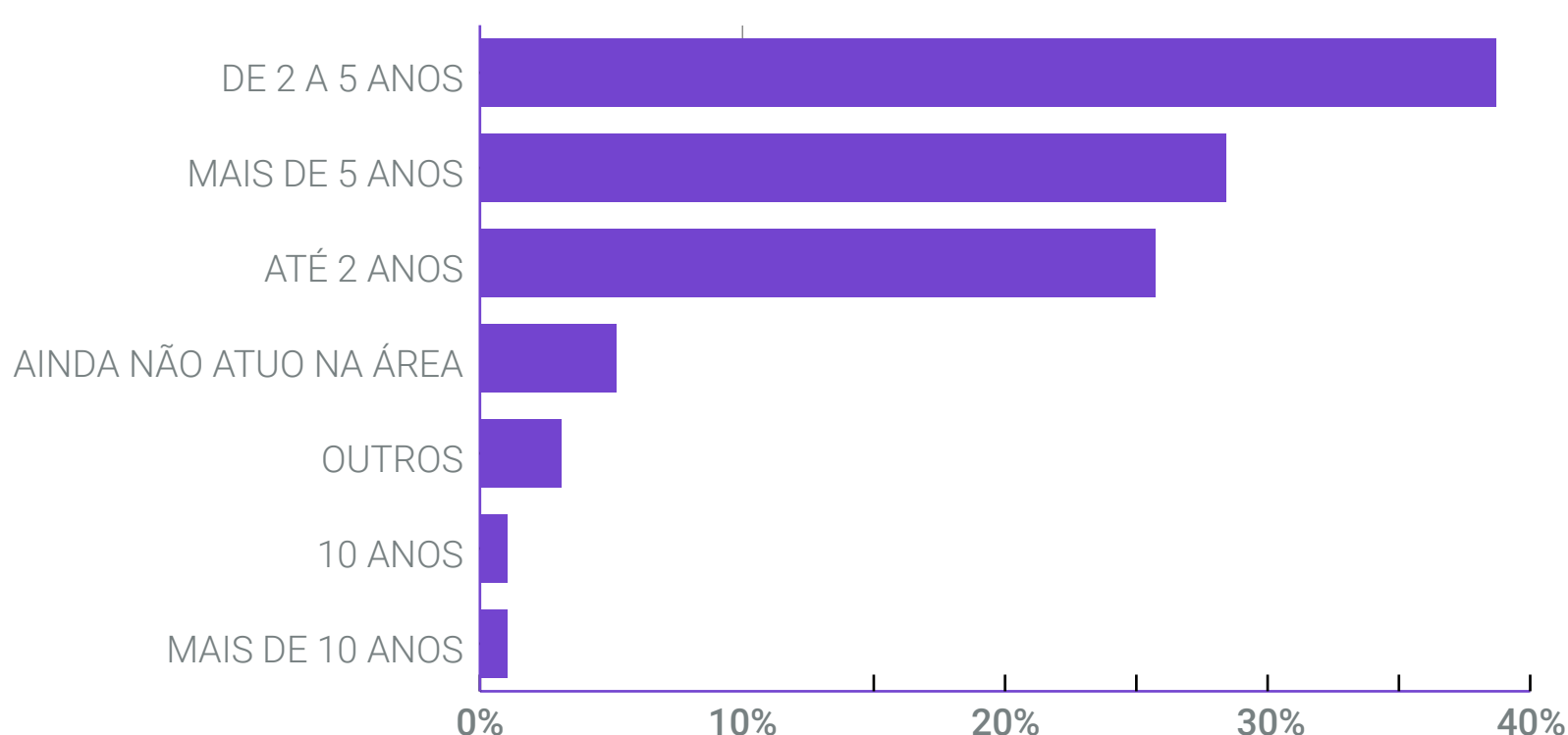


42,6% dos entrevistados disse ter aprendido **na prática, de forma autodidata**. Em segundo lugar aparece o ensino formal, como a alternativa escolhida por 30,5% dos respondentes. Mas, o mais interessante é que cursos com foco prático aparecem como opção para somente 22,9% dos usuários que responderam.

Ou seja, embora os usuários confirmem que aprenderam na prática, **não necessariamente recorreram a cursos que ensinassem aspectos práticos da profissão**, como de operacionalização de ferramentas e outros. Isso indica que possivelmente o trabalho na área foi responsável por parte do aprendizado.

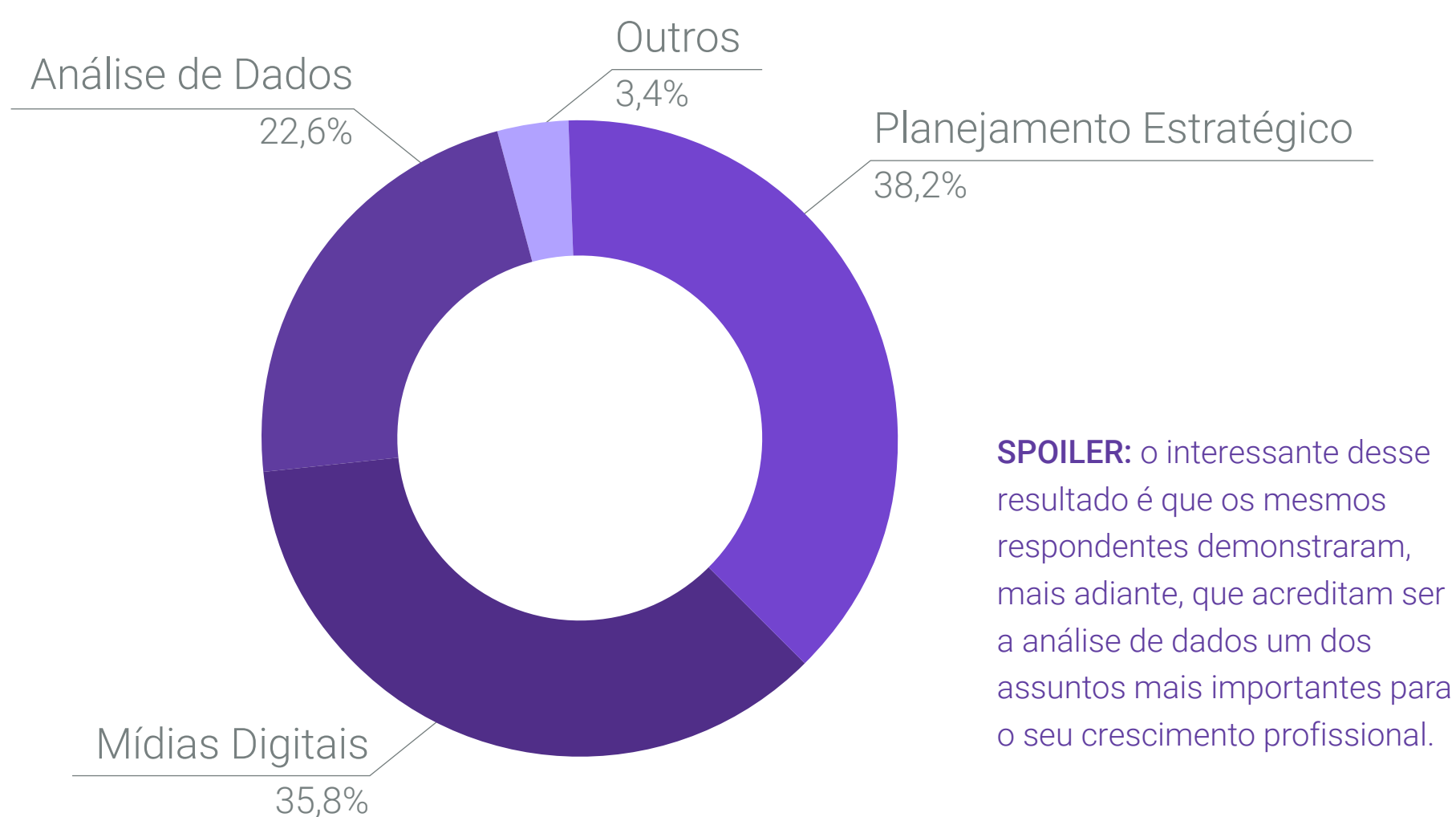


Em seguida, questionamos há quantos anos os respondentes trabalham com marketing digital. Destes, 38,7% afirmaram trabalhar na área há entre 2 e 5 anos e 28,4% trabalham há mais de 5 anos.



## SKILLS: QUAIS SÃO?

Também perguntamos quais as principais skills dos nossos entrevistados enquanto profissionais de marketing, permitindo que indicassem mais de uma habilidade quando julgassem necessário. 38,2% indicou planejamento estratégico como uma de suas principais skills. E, em segundo lugar, apareceram as mídias digitais e, somente em terceiro lugar, análise de dados com 22,6% das respostas.

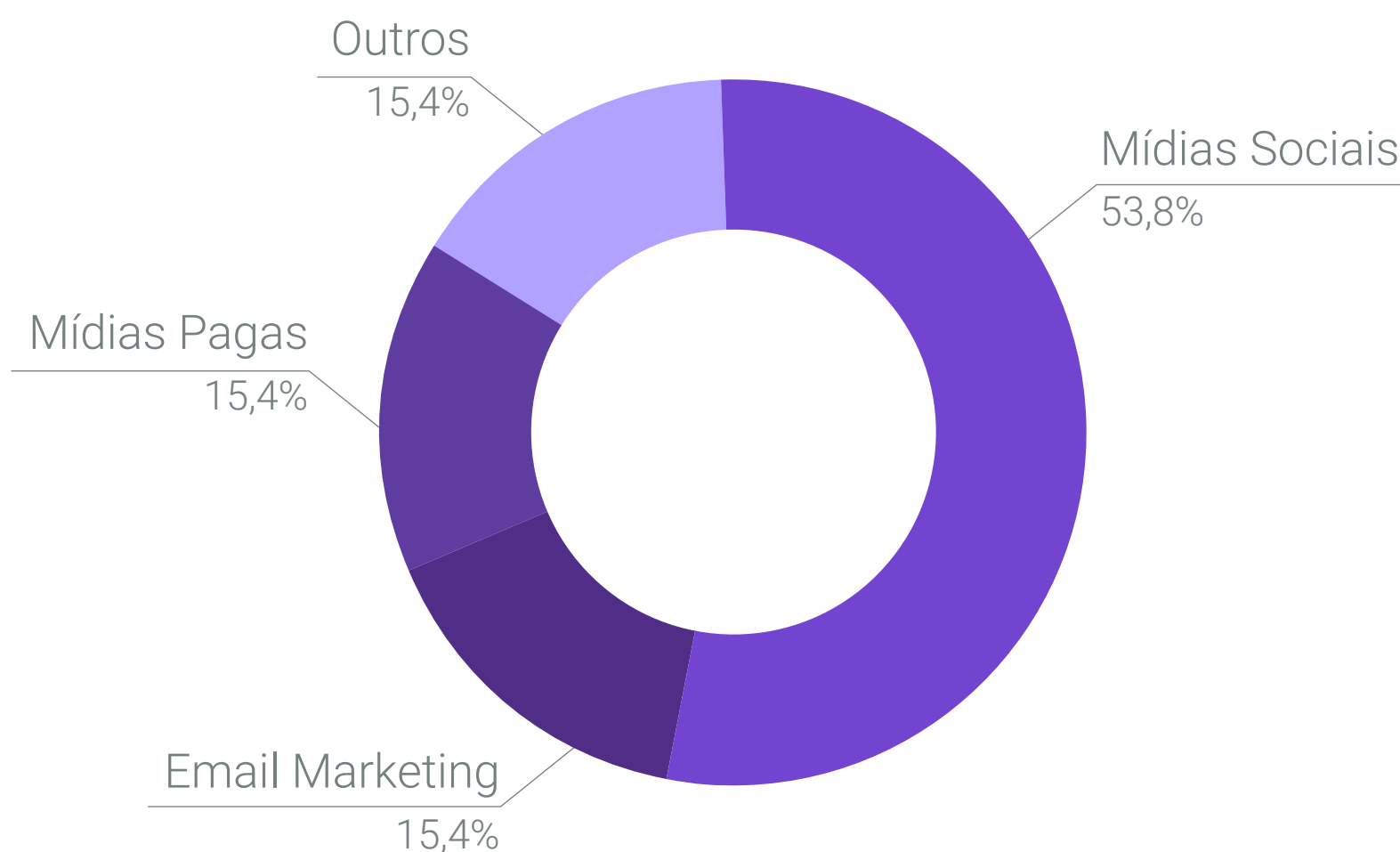


## CANAIS MAIS UTILIZADOS

Além das skills mais comuns, buscamos entender quais os canais mais utilizados pelos respondentes para suas ações de marketing. Essa informação é importante para entendermos quais os compostos de marketing mais comuns atualmente e para que possamos projetar os próximos passos do mercado, seja avançando para novos canais, seja com novas formas de utilizar os já empregados.



Para **53,8%** as mídias sociais aparecem como o canal mais utilizado atualmente. Empatados em segundo lugar o email marketing e as mídias pagas.



E não poderia ser diferente, dados da [comScore](#) divulgados em 2018 demonstram que o **acesso a redes sociais no Brasil cresceu 25%** em relação a 2017. Segundo a pesquisa, **1/3 do tempo digital dos brasileiros é gasto nessas plataformas** tendo se tornado o LinkedIn a rede mais acessada via desktop; e Twitter e Snapchat, via dispositivos móveis. O Facebook aparece com 96% dos acessos realizados por dispositivos móveis.

Além disso, esse resultado dialoga com o estudo [Paid Social Trends](#) realizado pela iProspect. Segundo dados da pesquisa, o **investimento em mídias sociais cresceu 40%** no segundo semestre de 2018. E mais, dentre as redes sociais, embora o Facebook seja responsável pela maior parte da verba investida.

**O LinkedIn foi a rede que mais cresceu em investimento**, aumentando 167% do primeiro trimestre para o segundo trimestre de 2018.



# EVOLUÇÃO DA CARREIRA

Quando o assunto é evolução, também perguntamos aos nossos respondentes quais temas eles acreditam que precisam estudar para expandir o conhecimento e o resultado foi muito interessante.

**63,3% disse que precisa aprofundar seus conhecimentos sobre análise de dados** para evoluir na carreira. E, quando perguntados anteriormente sobre suas skills, somente 22,6% acredita ter essa habilidade. Isso mostra que, embora utilizem diversos canais e desempenhem suas atividades em diferentes áreas do marketing digital, entendem que a análise de dados é muito importante para o seu trabalho e que essa é uma área talvez ainda “descoberta” nos que diz respeito aos seus conhecimentos.



Ao mesmo tempo em que a análise de dados aparece como a campeã quando se fala em assuntos para desenvolver a carreira, temas como desenvolvimento web e growth hacking embora aparecesse como opção de resposta, não foram apontados pelos participantes.

Vale destacar que o **growth hacking** pode ser uma **grande oportunidade** para os profissionais da área. Ele nada mais é do que um mindset a ser assimilado por todo e qualquer profissional de marketing. Trata-se de experimentar e testar táticas a fim de encontrar resultados que possam impactar rapidamente e de forma sustentável no crescimento da empresa. O Google





Trends, por exemplo, pode ser utilizado como ferramenta para a prática, que pode ajudá-lo muito a **atingir resultados melhores na sua estratégia de marketing digital**.

Além disso, também perguntamos quais as soluções mais necessárias para o sucesso de um profissional de marketing digital. Novamente a **análise de dados e mensuração apareceram como pontos mais importantes**. Sendo apontado por 50% dos respondentes. Em segundo lugar em importância no sucesso de um profissional de marketing, aparece a **automação de marketing**, indicada por 31,5% dos participantes.

50%

Análise de dados, como Google Analytics, Matomo ou Tableau

31,5%

Automação de marketing, como RD Station, Mautic ou HubSpot

9,8%

Administração de site/blog  
WordPress, Magento ou Joomla

7%

Integração de plataformas, como Zapier, IFTTT ou PieSync

1,7%

SEO, como Seo Certo, SEMrush, Moz

Seja por influência da tecnologia, da maior disponibilidade de dados com o Big Data e a popularização da ideia de que tudo se conecta com a rede através da Internet das Coisas. Ou pela influência disso tudo no modo de



fazer marketing que os entrevistados percebem a importância da análise de dados para a evolução de suas carreiras.

Esse resultado corrobora com o crescimento das profissões e skills ligadas à tecnologia e a dados. Segundo informações divulgadas pelo Fórum Econômico Mundial, até 2022 veremos um crescimento de skills como: pensamento analítico e inovação, pensamento crítico e análise e resolução de problemas complexos. Por outro lado, de acordo com a pesquisa, habilidades como destreza manual, resistência, precisão e memória e habilidades verbais e sonoras perderão importância.

O mesmo estudo aponta que emergem no Brasil profissões das áreas financeira, [de TI](#), marketing e vendas, como:

- Desenvolvedores e analistas de softwares e aplicações;
- Gerentes e diretores executivos;
- Analistas e cientistas de dados;
- Profissionais de marketing e vendas;
- Gerentes gerais e de operações;
- Representantes de vendas, atacado e fabricação, produtos técnicos e científicos;
- Especialistas em recursos humanos;
- Analistas financeiros;
- Profissionais que lidam com redes e bancos de dados;
- Consultores financeiros e de investimentos.



# TENDÊNCIAS PARA 2019

Para finalizar o nosso levantamento, também questionamos quais são as principais tendências de marketing digital para 2019. Para 50% dos participantes a maior aposta neste ano é a [Inteligência Artificial](#)!



É inegável que a inteligência artificial está se tornando aposta de muitos profissionais e empresas. Trata-se da utilização de um **sistema inteligente** que varre todas as possíveis respostas para um questionamento e avalia as que possuem maior probabilidade de estarem corretas. Além disso, através do [Machine Learning](#) conseguem aprender novas alternativas ao longo do tempo.

No marketing digital, pode ser utilizada, por exemplo, para entender qual tipo de conteúdo um prospect vem consumindo e, a partir de diversas frentes, criar experiências mais customizadas. Ou, ainda, para segmentação de anúncios. Segundo o [semRush](#), a AI está entre as 5 principais tendências para 2019. De acordo com a empresa, em 2018 as organizações começaram a utilizar esses recursos, e neste ano conseguirão afinar suas estratégias trazendo **melhores experiências para os usuários** seja com [chatbots](#) ou na automação de processos robóticos.

Se você quiser saber mais sobre o assunto, [separamos uma série de entrevistas e artigos](#) sobre o assunto que podem ajudá-lo a entender como utilizar essa ferramenta que é tendência.





## Quem somos?

Presente no mercado desde 2006, a KingHost é uma das maiores empresas de Hospedagem de Sites do Brasil, com diversas soluções digitais para alavancar negócios na Internet. Já ajudou mais de 300 mil sites a alcançar seu sucesso e com mais de 60 mil clientes que confiam em seus serviços.

Entre os produtos estão serviços de Hospedagem de Sites, planos especializados para WordPress, específicos para desenvolvedores e projetos personalizados na área de soluções corporativas. Além de Cloud Web, Servidores Dedicados, soluções de marketing digital, como e-mail marketing, automação de marketing e relatórios de SEO (SEO Certo), e soluções de segurança e performance, como Varnish e Google PageSpeed.

Quer saber mais? Acesse [king.host](https://king.host) ou [fale com um de nossos especialistas por aqui](#).