

trend.

**CRESCER
E VENDER
MAIS EM
2026**

Transforme a sua estratégia de vendas e
conquiste mais clientes!

www.trendangola.com

INTRODUÇÃO

Segundo dados do Instituto Nacional de Apoio às Micros, Pequenas e Médias Empresas (**INAPEM**), cerca de 60% das empresas angolanas encerram as portas em menos de três anos após a sua criação.

“Há pouca capacidade técnica no que concerne a gestão empresarial, visto que estas empresas nascem nos seios familiares e os gestores são nomeados sem nenhuma preparação técnica e também temos o problema com a gestão financeira, **problemas com o marketing**, problemas de gastar mais do que se ganha”

- Expansão

É um número alarmante e o que está por trás disso não é apenas má gestão financeira, mas, principalmente, **falta de clareza estratégica e ausência do Marketing Certo.**

Na Trend Angola, depois de anos a observar o comportamento das pequenas e médias empresas com as quais trabalhamos, percebemos um padrão: a maioria das empresas não **quebra** por falta de produto ou pela falta de clientes, os clientes existem, **mas por falta de posicionamento, comunicação e estratégia.**

Este guia resume as falhas mais comuns e como evitá-las antes que seja tarde.

Quem somos?

TREND ANGOLA

Pequenas e médias empresas precisam crescer, e crescer vai muito além de simplesmente postar nas redes sociais, engajar pessoas ou aumentar o número de seguidores, como muitas agências já fazem. Crescer verdadeiramente significa gerar vendas. Criamos a Trend quando percebemos que podemos ajudar os pequenos e médios empreendedores a crescer mais de 80%, graças ao poder da nossa metodologia Oculta. **Só é Trend quando funciona!** O nosso método não se trata apenas de seguir tendências superficiais, mas sim de implementar estratégias robustas e bem fundamentadas que impulsionam resultados reais.

Acreditamos que existe um **Marketing Certo**, capaz de conectar a essência de qualquer negócio ao mundo e salvar empresas, famílias e sonhos. Lutamos contra os profissionais que envergonham a classe e contra o sistema hostil que mata negócios com estratégias rasas e sem foco em vendas.

Os nossos serviços

TREND ANGOLA



Estratégia de Marketing

Pensamos no melhor caminho para as marcas atingirem os seus objectivos de forma criativa e eficaz.



Gestão de Redes Sociais

Desenvolvemos estratégias e gerimos redes sociais de marcas de todos os níveis 100% focados em resultados.



Design Gráfico

Concebemos peças isoladas para campanhas específicas e editoriais.



Web Design

Transforme a presença online do seu negócio com os nossos serviços de webdesign personalizados. Criamos sites modernos, responsivos e otimizados.



Branding

Nomes, posicionamento, identidade visual, logotipo, slogan, elementos visuais.



Growth e Performance

Desenvolvemos estratégias de crescimento para empresa. Usando Growth e Performance (tráfego Pago)

+ Consultoria e formação

Capacite a sua equipa e optimize os seus processos com os nossos serviços de consultoria e formação.

+ Desenvolvimento de conteúdo e vídeo

O conteúdo é um componente essencial do marketing e das redes sociais para todos os tipos de negócios. Ele constrói credibilidade e confiança com o público.

Dica 1:

NÃO ENTENDER O SEU PÚBLICO

Se falhou na definição do seu **Público-Alvo**, falhou na mensagem, no contexto e estará a falhar no futuro.

A pergunta crucial não é "Quem é o meu cliente ideal?", olhando para o mercado. A pergunta mais poderosa é: **"Quem eu quero que seja o meu público ideal (ICP)?"** Não existe uma resposta certa ou errada. O mesmo produto pode ser direcionado para jovens ou para pessoas mais velhas. O erro é tentar vender para todos.

Todos podem ser o seu público, exceto um: "todo o mundo". Tente ser tudo para todos e será nada para ninguém.

Com base no que oferece e com o que se identifica, defina quem queres que seja o seu público. Identificar um grupo específico ajuda a definir o tipo de comunicação, a identificação e os símbolos que os atraem.

Características bases identificação do público Alvo:

- Demografia;
- Sonhos;
- Revoltas;
- Crenças erradas.

Na Trend Angola definimos como público:

Demografia: Empreendedores e donos de empresas que actuam em Angola.

Sonhos: desejam que as suas empresas vendam e cresçam de verdade e durem, sabem o que querem e onde estão a ir e que acreditam no **marketing certo** como alavanca para crescerem os seus negócios.

Revoltas: Contra o ambiente que mata negócios, contra a falta de clientes, a dificuldade de crescer no mercado, a incapacidade de gerir o marketing enquanto se focam nas operações e dos profissionais que não entregam resultados.

Crenças erradas: Que o marketing não funciona para o seu negócio, que é caro, ou que não funciona porque foram enganados no passado.

Definir o público alvo significa também saber com quem não queremos trabalhar, saber disso constitui um grande combustível na comunicação e no posicionamento:

- Empresas que não queiram crescer;
- Empresas sem objectivos claros;
- Empresas criadas para não durar;
- Empresas que não queiram vender.

O mesmo exemplo para o segmento de emagrecimento:

Demografia	Mães obesas angolanas, dos 25-40 anos, residentes no Humbo..
Sonhos	Sentirem-se desejadas, aumentar a autoestima, sentir-se mais jovens...
Revoltas	Não se sentem boas o suficiente, sentem-se gordas, têm baixa autoestima...
Crenças Erradas	Emagrecer dá muito trabalho", "É só fazer dieta", "Juventude é genética", "Mulheres mais velhas não são atraentes"...

Dica 2:

O MARKETING NA FASE CRÍTICA.

Outro dia alguém disse que estão procurando de uma equipa de Marketing porque as vendas estavam a cair e que estavam numa fase sensível e crítica e até de quase falência pela falta de clientes.

Fase crítica?

Infelizmente ainda há muito empresário pensando em estabilidade, não conseguem prever que tarde ou cedo no mercado entrarão novos players e empresas chamando a atenção do seu público alvo.

Hoje em dia o Marketing não é uma coisa para se pensar depois. Pensar em quais estratégias aplicar, como se posicionar e apresentar-se no mercado tornou-se tão importante quanto criar o próprio negócio ou buscar por financiamento.

Verdade seja dita: passamos a era em que ter produto e dominar os factores de produção era o suficiente, hoje em dia são várias as empresas oferecendo o mesmo serviço ou produto, entramos na guerra do marketing dos nossos produtos e serviços.

Dica 3:

NÃO INVESTIR EM BRANDING

Quando se trata de negócios, existem dois pilares fundamentais que simplesmente não podem ser ignorados: **Branding** e **Marketing**.

Branding: o modo como você deseja que a sua marca/empresa seja conhecida e o que você faz para que o seu público se lembre da sua marca/empresa ou de você.

Marketing: alcançar o seu público nos canais certos, com as táticas certas para chamar a atenção para que estes te encontrem.

Os 10 blocos essenciais de Branding que os proprietários de pequenas e médias empresas precisam entender antes de tentar construir uma marca em torno dos seus negócios são:

**Propósito | Visão | Missão | Valores
| Posicionamento | Personalidade | Idioma e Tom
de Voz | Mensagem Principal | Identidade da
Visual | Expressão da Marca.**

1-Propósito

2-Visão

3-Missão

4-Valores

5-Posicionamento

6-Personalidade

7-Idioma e Tom de Voz

8-Mensagem Principal

9-Logotipo e Identidade Visual (O que muitos acham que é Branding)

10-Expressão da Marca

Quando tudo isto está alinhado com o que oferecemos, deixamos de ser vistos como meros vendedores. Comprar de nós passa a ter um significado que vai além do produto entregue em troca do dinheiro que recebemos.

Dica 4:

NÃO INVESTIR EM ANÚNCIOS

De acordo com a Regra dos 3% (de Jeremy Miller), em qualquer mercado, 3% do seu público-alvo está pronto para comprar AGORA.

Se você oferece, por exemplo, serviços para Microempresas, o **INAPEM** já certificou mais de 40.000 delas. Isso significa que, neste exato momento, cerca de 1.200 (3%) delas estão ativamente procurando serviços como contabilidade, **crédito, marketing, software, formação** ou **consultoria**.

Um anúncio simples, claro e bem direcionado para esse público converte rápido, porque elas já querem comprar só falta encontrarem você. Enquanto a maioria dos empreendedores ainda não anuncia ou anuncia errado, você pode aparecer exatamente para essas 1.200 oportunidades que já existem hoje.

Entre nesta disputa, conquiste uma fatia do seu público que já se encontra pronto para comprar.

Dica 5:

O BÁSICO QUE FUNCIONA

Antes de aplicar qualquer “**estratégia**”, vale entender o terreno:

O acesso à internet em Angola está a crescer, passou de 14,3% em 2016 para mais de 33% em 2023.

O básico que funciona:

Comunicar com clareza quem somos, o que fazemos, como fazemos e para onde vamos.

Comunicar com clareza quem somos, o que fazemos, como fazemos e para onde vamos, é o ponto de partida de qualquer negócio ou marca que deseja entrar a 100% mesmo estando no princípio.

No estudo que desenvolvemos, identificamos que grande parte dos desafios enfrentados pelas empresas angolanas nasce de um mesmo erro: **não saberem comunicar a própria identidade.**

Num mercado onde todos vendem os mesmos produtos, usam as mesmas estratégias e disputam a mesma atenção, o que diferencia uma marca não é o que ela vende (**commodities**), é como ela se apresenta ao mundo.

A maioria das empresas ainda fala de forma genérica, sem propósito, sem clareza e sem posicionamento. E quando a comunicação é confusa, o mercado responde com silêncio.

Por isso, antes de pensar em likes, campanhas ou anúncios, é preciso definir a base de tudo:

- **Quem somos?**
- **O que fazemos?**
- **Como fazemos?**
- **Por que fazemos?**
- **Aonde vamos?**

Só quando uma marca entende e comunica isso com verdade, ela deixa de disputar espaço e passa a ocupar um espaço de destaque real na mente do cliente.

Dica 6:

NÃO INVESTIR EM MARKETING DIGITAL

Há um pequeno mercado bem perto de onde estamos sediados. **Todos os dias as senhoras aparecem com as suas bancadas com os produtos e esperam.** Eles esperam que alguém que possa ser o seu cliente também apareça. As senhoras vendem coisas que os transeuntes podem querer, geralmente coisas que poderiam conseguir em outro lugar se não fossem comprar por impulso e escassez entre **16h** e **18h** de um dia preguiçoso.

- O bom empreendedor e empresário sabe que entender o seu público é melhor do que **esperar**;
- O Bom empreendedor sabe que criar estratégias para que o seu público o encontre é melhor do que **esperar**.

Esperança não é uma estratégia de Marketing. As pessoas só compram o que lhes é apresentado. Apresentar é marketing, e não vendas. Sem marketing, as pessoas não saberão se você o seu produto e a empresa existem.

Por que Marketing digital?

É o maior canal, é aqui onde as pessoas mais estão.
É barato. É mensurável e replicável.

Dica 7:

A VENDA É O FIM

Muitos empreendedores tratam a venda como o ponto final. Fechou o negócio, recebeu o dinheiro, missão cumprida. Mas essa é a armadilha que transforma clientes em fantasmas e faturamento em picos isolados.

Pensa nas tuas últimas compras via WhatsApp. Compraste um telemóvel, um vestido, um curso online. Quantas dessas empresas voltaram a contactar-te? Quantas perguntaram: “Como está a correr? Gostaste do produto? Precisas de algo que combine?” Quantas enviaram uma oferta personalizada com base no que já compraste?

Uma. Duas, no máximo?

Para a maioria das empresas angolanas, uma venda basta. O cliente paga, desaparece do radar e o ciclo recomeça do zero com outro desconhecido. Isso aumenta o CAC e diminui o LTV além de fazer com que conseguir uma nova venda seja uma nova guerra.

Dica Bónus:

SEM OBJECTIVOS CLAROS

Os objetivos são a base de toda e qualquer estratégia. Sem um destino claro, qualquer caminho serve e isso raramente leva ao sucesso.



Conheça os
nossos Planos de
**Gestão de
Marketing e
Redes Sociais**
para empresas.

Pro Mensal

+++++

- + Estratégia de Marketing
- + **Produção de conteúdo**
- + **Gestão de redes sociais Mensal**
- + 12 Posts Mensais
- + **Relatório Mensal**
- + 5 produção de vídeo (Curto-Reels)
- + **Criação de campanhas de Marketing**
- + **Serviços de Tráfego Pago**

CONTRATAR

Este Pacote inclui:

Básico Mensal

+++++

- + Estratégia de Marketing
- + **Produção de conteúdo**
- + **Gestão de redes sociais Mensal**
- + **Relatório Mensal**
- + 10 Posts Mensais (estáticos)
- + 2 produção de vídeo (Curto-Reels)
- + **Extras**

CONTRATAR

Aproveite hoje
limitado para
12 empresas.

geral@trendangola.com
+244 933 625 554

www.trendangola.com