

MARKETING DE CONTEÚDO

O que você precisa saber para começar



contentools

O que está no ebook?

Muitas empresas estão começando a reconhecer o valor de criar ebooks como parte de suas estratégias de Marketing de Conteúdo. Este tipo de material pode fazer maravilhas na atração e educação de uma audiência, além de ajudar a conquistar novos leads de clientes em potencial. Você está começando agora uma estratégia de conteúdo? Descubra agora como usar ebooks para trazer resultados efetivos para sua empresa! Este ebook vai mostrar:

- Por que as empresas se beneficiam ao usar ebooks
- Tipos de conteúdo que um ebook pode trazer
- Cuidados ao produzir ebooks
- Formatos possíveis (PDF ou Epub?)
- Landing pages e formulários eficientes

Fique à vontade para compartilhar este documento:



O que é a Contenttools?

A Contenttools é uma plataforma que oferece soluções em marketing de conteúdo. Desde a estratégia, até a produção do conteúdo e a publicação. Temos especialistas e uma base de redatores profissionais, apaixonados por conteúdo.

Nosso sistema encontra os melhores redatores para criar cada post, ebook, roteiro e conteúdo para mídia social. Tudo para que uma empresa possa cumprir com sua estratégia de marketing online e obter bons negócios.

- Nós montamos a estratégia
- Nós produzimos o conteúdo
- Nós publicamos

Você aprova... e aproveita!

[FALE COM UM CONSULTOR](#)

Introdução

Que a internet chegou para revolucionar as relações sociais, todo mundo já sabe. O que não se poderia prever com o surgimento da web era a força desta transformação não apenas nos relacionamentos interpessoais, mas também no dia a dia dos negócios.

Empresas do Brasil e do mundo que antes tinham os anúncios televisivos e a mídia impressa como a melhor opção de chamar a atenção de seus consumidores passaram a se deparar com um novo desafio: o de conquistar o público através de outros meios. E mais: o de conquistar um outro tipo de público. Um público que busca mais, um público mais curioso, mais interativo, que corre mais atrás de seus direitos e que tem forte poder de convencimento em seus círculos de relacionamento.

O melhor a se fazer é buscar saber como explorar todo o imediatismo e a interatividade proporcionados pela internet a favor das empresas e, através de ações certas, fidelizar clientes.

Veja a seguir algumas dicas importantes que irão ajudar a mudar o status de relacionamento de sua empresa com o público-alvo de “solteiro” para “comprometido”.



Produza conteúdo interessante

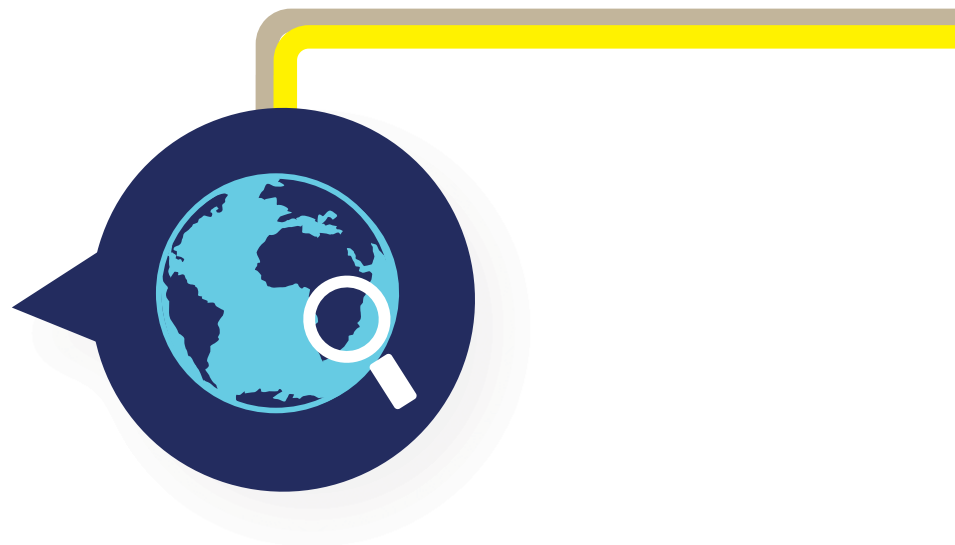
A internet tem tanta coisa, mas tanta coisa, que o nível de interesse dos leitores é inversamente proporcional ao número de páginas virtuais disponíveis por aí. Os usuários da web são ágeis, usam o tempo de maneira inteligente e clicam somente no que realmente desperta interesse. O primeiro passo é ter isso em mente: gere **conteúdo marcante**. As pessoas cansam de ver sempre a mesma coisa. Foque no seu objetivo e tenha a criatividade como sua aliada. Busque formas distintas de abordagem, escreva um texto que tenha a cara da sua audiência. **Ofereça algo novo!**



- Responda dúvidas reais dos seus clientes
- Resolva problemas que as pessoas tenham
- Vai informar? Faça com que seja fácil!
- Vai matar uma curiosidade? Faça com que seja divertido!

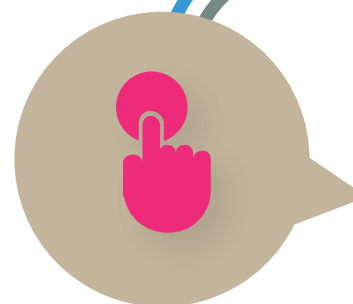
Atente-se à qualidade das informações

De nada adianta o seu conteúdo ser interessante e deixar a desejar no quesito qualidade. Primeiro de tudo, não pratique plágio. Lembre-se de que o seu negócio é único, portanto o conteúdo gerado por você deve seguir a mesma linha. Se encontrar algum material que realmente deseja usar, dê os créditos ao autor e ao veículo de comunicação onde foi publicado. Você pode até seguir aquela ideia, mas tente produzir conteúdo próprio e que tenha a ver com a linguagem de sua empresa. Outro ponto importante é prestar atenção aos erros - gramaticais e de informação. Confira os dados, veja se aquilo que é dito é mesmo verdade, verifique as informações e revise seu texto. Dê créditos também às imagens, caso não sejam suas.



Desperte a vontade de compartilhamento

Boas ideias serão sempre compartilhadas. Independente do ramo do seu negócio, lembre-se que as pessoas gostam de dividir momentos e opiniões com os outros. Na internet, este boca a boca é ainda mais intenso. Tome como exemplo as manifestações contra o governo brasileiro que ocorreram no país em 2013. Uma revolta que começou em São Paulo rapidamente alcançou o mundo inteiro – tudo pelas redes sociais. O que queremos dizer é que, se você tem os dois itens citados acima, seu link certamente será compartilhado e comentado pela web.



Enquanto há alguns anos as empresas desembolsavam muito dinheiro para ter seus nomes publicados na grande mídia, hoje o reconhecimento vem praticamente de graça. A internet está aí, à disposição, mas é preciso saber usá-la a seu favor para ter o nome de sua marca pulando de comentário em comentário, de link em link, de compartilhamento em compartilhamento. Se tudo isso ocorrer de forma positiva, essa talvez seja a maior recompensa que sua empresa pode obter das mídias sociais – seu público-alvo trabalhando em prol do seu negócio.

Deixe seu público apaixonado

Paixão é um sentimento que ninguém controla! Ela nos faz praticar loucuras, anunciar o sentimento para o mundo inteiro, sem medo de ser feliz. É assim que a sua audiência deve se portar em relação à sua marca. Para isso, o grande objetivo aqui é um só: criar vínculos com o seu público. Deixe seus consumidores morrendo de amores por você, faça com que não consigam ficar um dia sequer sem acompanhar as novidades da marca nas redes sociais, estimule-os a gritar o amor que eles sentem por você ao mundo inteiro!

Em resumo: dê atenção aos seus consumidores. Responda dúvidas, justifique possíveis erros, leve as opiniões e sugestões em consideração. Muitas empresas têm um profissional que cuida só disso, e esta talvez seja a melhor forma de atender ao seu público de maneira mais ampla, objetiva e satisfatória.

Não parece tão difícil assim, certo? Mas calma! Antes de mergulhar de cabeça na produção e sair por aí publicando tudo em todos os cantos desenfreadamente, dê uma olhadinha nas perguntas abaixo. Elas irão te ajudar a organizar e delimitar melhor suas ideias.



Quem é meu público?

Os consumidores estão todos por aí, fazem-se presentes em todos os cantos, podem surgir de onde você nunca imaginou e divulgar sua marca positiva ou negativamente – de acordo com a experiência que tiveram com ela. O primeiro item a se responder antes de produzir qualquer tipo de conteúdo digital é: a quem vou falar? Responder a um questionamento desses é mais abrangente do que se imagina. Qual a idade dessas pessoas? O que desperta o interesse deles? O que eles esperam de um produto ou serviço?

Em suma, conheça a sua audiência! É com base neste perfil que toda a estratégia de sua marca será projetada. A ideia é chamar a atenção deste público, encantá-lo, conquistá-lo. Portanto, quanto mais você souber sobre eles, mais fácil será acertar o alvo.



Qual é o meu objetivo?

Depois de delimitar o público-alvo de sua empresa, é hora de focar em seu objetivo. Pense que melhor do que simplesmente vender um produto ou serviço, é criar vínculos com o consumidor para que ele retorne. O que você fará para que sua estratégia de conteúdo funcione?

Trabalhe com um objetivo por vez, não atrole as ideias. Antes uma ação bem feita do que várias pela metade. Faça uma lista, chame sua equipe para um brainstorming, defina metas e estipule prazos.

Organize-se e mãos à obra!



Como transformar ideias em ações?

Agora que seus objetivos e público-alvo foram delimitados, resta apenas botar a mão na massa e transformar tudo isso em uma ação de marketing positiva para o seu negócio. A dica nesta etapa, assim como no processo como um todo, envolve organização e planejamento. Chegou a hora de bolar as estratégias propriamente ditas, de pensar como atacar e por onde atacar. É claro que as respostas estão diretamente relacionadas aos dois tópicos anteriores. Quais as cartas que você tem nas mãos para que seu objetivo seja certo no coração e na mente da sua audiência? Sua ação aqui pode ter as redes sociais como cenário, ou talvez neste caso seja mais aconselhável trabalhar com blogs parceiros.

Para isso, você pode tanto:

- Separar algumas horas na sua agenda para se dedicar à produção de conteúdo e ao monitoramento dos resultados

OU

- Contratar uma empresa especializada, caso não haja alguém em seu quadro de funcionários que possa assumir as tarefas com a regularidade, a dedicação e a atenção que o Marketing de Conteúdo exige.

Dicas para um formulário eficiente

O segredo é encontrar o melhor método para seu público e propósito. Lembre-se que o Marketing de Conteúdo, por ser uma ferramenta tão importante, deve ser abordado com segurança, dedicação e profissionalismo.

Não saia por aí fazendo de qualquer jeito. Faça bem feito, tire dúvidas que ainda tem, fale com pessoas que dominam o assunto. Apaixone-se e faça com que se apaixonem por você! Tem coisa mais gostosa que isso?

Boa sorte!



**Nós montamos a estratégia.
Nós criamos o conteúdo.
Nós publicamos.**



Você aprova...e aproveita!



contentools