



**Marketing de Conteúdo:  
produção de conteúdos para  
canais de mkt**

# Marketing de Conteúdo

- Ao longo dos vários webinares falamos das bases do mtk de conteúdo:
  - Estratégia de produzir conteúdos para o nosso público-alvo que auxilie o mesmo a relacionar-se com a marca/empresa e a tomar uma ação/conversão: compra de produto/serviço.
- Sempre existiu produção de conteúdo, mesmo quando não existia mtk digital. A arte de criar argumentos que validem o envolvimento da pessoa para com o produto/marca e acima de tudo: **educar o público.**
- A utilização de materiais educativos pode ajudar a fomentar a relação da marca com o utilizador - blog, ebook, webinares - ensinamos a nossa metodologia, valores da marca, posicionamento de mercado, proposta de valor, ensinamos sobre o setor e continuamos o relacionamento mesmo depois do momento de conversão.
- Red Bull, GoPro, McDonald's, Samsung, Walmart, Salesforce, General Electric e outras gigantes do mercado já fazem Marketing de Conteúdo.

# Marketing de Conteúdo - 6 objetivos

1. Marketing de conteúdo tem uma ampla influência nas **estratégias de SEO** de um site, por conta das keywords como fomos abordando ao longo do último webinar. Reminder: atender à performance do site, ao tempo de permanência, qualidade de links, etc.
2. **Aumentar a interação da marca** marketing de conteúdo deve ser a base de interação entre marca-utilizador, para que o mesmo possa conhecer a marca, enviar sugestões, interação mais direta.
3. **Nutrir a nossa base de dados** - ter uma base de dados de 5 mil contactos versus 2 mil - qual é a melhor? Depende? Sim, depende. Se na base de dados A eu tiver 5 mil emails e ter uma taxa de envolvimento baixa de apenas mil que estão envolvidos com a minha marca - prontos a comprar e, na base de dados B eu tiver esses 2 mil contactos super envolvidos com a marca - abrem emails, clicam em ctas, enviam sugestões, descarregam ebooks, etc. Sem dúvida que queremos a base de dados B. Reminder: criar temas diferentes de envolvimento para pessoas que estejam em etapas diferentes na jornada de compra.

## Marketing de Conteúdo - 6 objetivos

4. Alcançar novos clientes é caro. Por isso, traçar **uma estratégia de conteúdo que envolva pessoas que já estão relacionadas** com a minha marca é um ponto positivo a manter.

5. **Ganhar confiança do público e adquirir pessoas que representem a nossa marca**- “Nada como os meus clientes para vender a minha marca!”  
o público de hoje é mais informado e produzir conteúdo de qualidade faz com que a marca ganhe autoridade no mercado e confiança.  
Consequentemente, as pessoas vão defender a minha marca e construir por si só, uma comunidade.

6. Fechei uma venda e agora? Marketing de conteúdo para .. Cliente! Garantir que temos um fluxo de email com desconto por exemplo, central de ajuda focado no pós encomenda, traçar estratégias de fidelização.

# Marketing de Conteúdo - Curiosidades

- O marketing de conteúdos custa um 62% menos que o marketing tradicional, mas consegue 3 vezes mais leads.
  - 72% dos marketers afirma que, na atualidade, a criação de conteúdos é a sua tática mais efetiva de SEO.
  - 83% dos marketers B2B afirma que as aplicações móveis são importantes no marketing de conteúdos.
  - 45% dos consumidores abandonariam um conteúdo se não se mostrar corretamente no seu dispositivo.
  - 34% dos consumidores tem mais probabilidades de fazer uma compra não planeada se a marca personaliza o conteúdo.
- > <https://likemyweb.com/50-estatisticas-de-marketing-digital-para-2020/>

# Marketing de Conteúdo - Como avaliar a estratégia?

- Benchmarking - estudos/análise de mercado, ver concorrentes e perceber que estratégias resultam
- Identificar metas alcançáveis/realistas - marketing de conteúdo é a forma correta e eficiente para gerar mais oportunidades de negócio, reduzir custos de aquisição de clientes e aumentar as vendas.
- Estar preparado para adversidades - acontecem a toda a hora, se correr mal ajusta-se.
- Usar dados estratégicos: o marketing de conteúdo, como as partilhas nas redes sociais geram tráfego para o site por isso este é um indicador a ter em conta.
- Organização é a chave. Ter um plano, traçar deadlines, produzir o conteúdo, definir quais os canais e o tom a comunicar. Seja através do blog, conteúdos ricos, videos, redes sociais, email marketing.

## List of Content Formats

- |  |  |
|--|--|
|  How-to's                           |  Helpful Application / Tool |
|  Content Curation                   |  Opinion Post               |
|  Case Studies                       |  White Papers               |
|  Charts/Graphs                      |  Vlog                       |
|  Ebooks                             |  Videos                     |
|  Email Newsletters / Autoresponders |  Templates                  |
|  Cartoons / Illustrations           |  Surveys                    |
|  Book Summaries                     |  Slideshares                |
|  Tool Reviews                       |  Resources                  |
|  Giveaways                          |  Quotes                     |
|  FAQs                               |  Quizzes                    |
|  Q&A Session                        |  Polls                      |
|  Webinar                            |  Podcasts                   |
|  Guides                             |  Pinboards                  |
|  Dictionary                        |  Photo Collage             |
|  "Day in the Life of" Post        |  Original Research        |
|  Infographics                     |  Press releases           |
|  Interview                        |  Photos                   |
|  Lists                            |  Predictions              |
|  Mind Maps                        |  User Generated Content   |
|  Meme                             |  Company News             |
|  Online Game                      |  Timelines                |

## **Dúvidas: questões com ou sem sentido? :)**

**No marketing digital tudo é válido e nada tem uma resposta/fórmula concreta.**



Soul  
Wines  
**ENO &  
TASTE  
TOUR**



**Nervir**  
ASSOCIAÇÃO EMPRESARIAL

TURISMO DE  
PORTUGAL 

VALORIZAR 