



Cinco etapas para implantação de Content Marketing

15/6/2012

Content Marketing é um método que tem como objetivo gerar resultado por meio da entrega de conteúdo relevante ao seu público-alvo.

É novo nos Estados Unidos e quase virgem no Brasil.



Ministrante:
Cassio Politi
@tractoBR

Suporte técnico:
@gotowebinar
<http://support.gotowebinar.com>

Princípio da mídia tradicional:

- Conteúdo gera audiência.
- Audiência gera negócios.



Abordagem do Content Marketing:

- Toda empresa pode ser uma empresa de mídia.



Ministrante:
Cassio Politi
@tractoBR

Suporte técnico:
@gotowebinar
<http://support.gotowebinar.com>

1. Identificar público-alvo
2. Construir personas
3. Gerar conteúdo
4. Distribuir conteúdo
5. Conversão em resultados



Ministrante:
Cassio Politi
@tractoBR

Segmento bom é aquele que não tem gordura.

Base de contatos

Condição essencial: aderência.

Condição favorável: tamanho da base.

Uma base pequena e interessada no seu conteúdo é melhor do que a situação inversa.



Ministrante:
Cassio Politi
@tractoBR

Suporte técnico:
@gotowebinar
<http://support.gotowebinar.com>

Fale para uma pessoa, e não para uma plateia.

Mas quem é essa pessoa com quem você vai falar?



Ministrante:
Cassio Politi
@tractoBR

Suporte técnico:
@gotowebinar
<http://support.gotowebinar.com>

Uma rápida história para ilustrar.



No episódio “Homer Simpson”, William Bonner fez um ótimo trabalho de construção de personas.

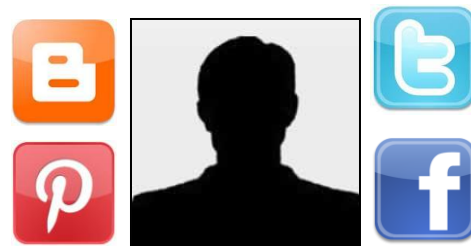


Ministrante:
Cassio Politi
@tractoBR

Suporte técnico:
@gotowebinar
<http://support.gotowebinar.com>

Como construir personas?

- Do que ele gosta?
- O que ele valoriza?
- Qual o temperamento dele?
- Como ele reage?
- Dê um nome a ele.



REDIJA PARA ELE.



Ministrante:
Cassio Politi
@tractoBR

Suporte técnico:
@gotowebinar
<http://support.gotowebinar.com>

Se houver vários, crie várias personas.



Ministrante:
Cassio Politi
@tractoBR

Suporte técnico:
@gotowebinar
<http://support.gotowebinar.com>

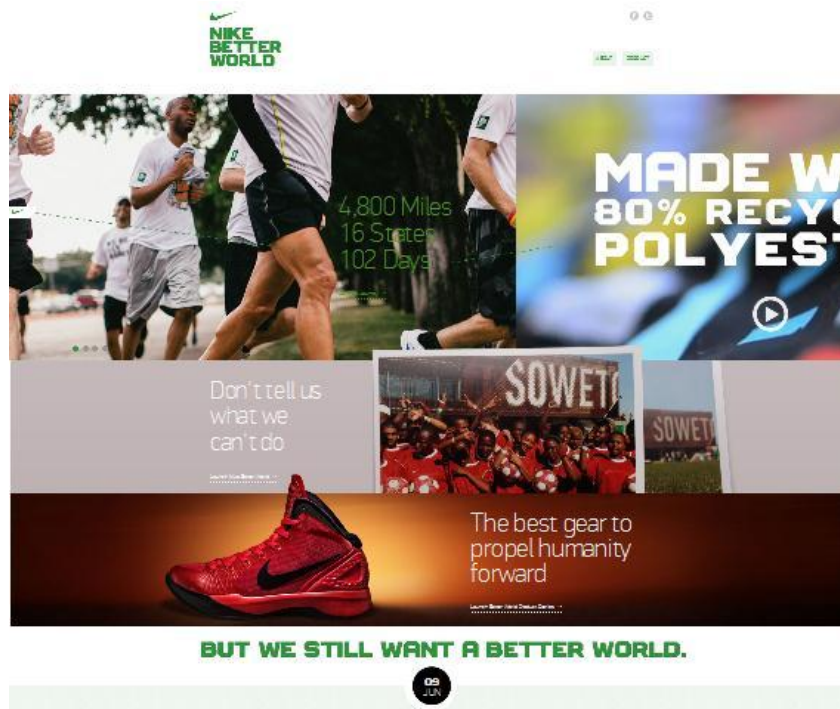
- **Varie nos formatos: texto, vídeo, foto, áudio.**
- **Empresa pode falar do que domina. Não precisa falar somente de temas relacionados a seu produto.**
- **Use Storytelling. Histórias levam a humor, indignação, nostalgia, inspiração e outras sensações.**



Ministrante:
Cassio Politi
@tractoBR

Suporte técnico:
@gotowebinar
<http://support.gotowebinar.com>

Exemplo de Storytelling (Nike Better World).



Ministrante:
Cassio Politi
@tractoBR

Suporte técnico:
@gotowebinar
<http://support.gotowebinar.com>

Considere o mais amplo leque de ferramentas online e off-line:

- » **Newsletter**
- » **Blog corporativo**
- » **Artigo**
- » **Webinar**
- » **Workshop (presencial)**
- » **Twitter**
- » **e-Book**
- » **Aplicativo (iPhone, iPad, Facebook)**
- » **Apresentação no Slideshare**
- » **Vídeo no YouTube**



Ministrante:
Cassio Politi
@tractoBR

Suporte técnico:
@gotowebinar
<http://support.gotowebinar.com>

Como a audiência vira receita:

1. Espontaneamente

Só é capaz de produzir conteúdo sério e útil uma empresa que dominar o assunto. Portanto, o consumo do conteúdo gerou uma relação de confiança.



Ministrante:
Cassio Politi
@tractoBR

Suporte técnico:
@gotowebinar
<http://support.gotowebinar.com>

Como a audiência vira receita:

2. Prospecção ativa

Conteúdo é conteúdo. Comercial é comercial. Deixe isso claro. Pecado capital é a propaganda disfarçada de conteúdo.

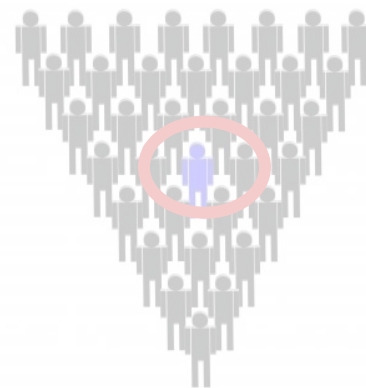


Ministrante:
Cassio Politi
@tractoBR

Suporte técnico:
@gotowebinar
<http://support.gotowebinar.com>

Taxa de conversão:

- **Inferior a 5% é esperada.**
 - Inferior a 1% é muito comum.
- **Quanto maior a base, menor a conversão.**
- **Quanto menos segmentada a base, menor a conversão.**



Ministrante:
Cassio Politi
@tractoBR

Imagens de ilustração:

Cortesia do FreeDigitalPhotos.net



Ministrante:
Cassio Politi
@tractoBR

Suporte técnico:
@gotowebinar
<http://support.gotowebinar.com>