

Marketing Digital

8 Dicas Para Produzir Conteúdo de Destaque

Nunca se produziu tanto conteúdo como agora. Ao mesmo tempo, nunca foi tão necessário produzir conteúdo... Veja o que fazer para seu conteúdo ser encontrado, destacar-se, atrair uma audiência crescente e fiel, e atingir seus objetivos.

Você sabe, com tanta concorrência, como fazer para o seu conteúdo aparecer, ter destaque e bons resultados? Hoje, em marketing digital, essa é a resposta de 1 milhão de reais (ou de dólares)..

O marketing de conteúdo é a estratégia mais discutida e a que maior destaque tem recebido no marketing digital. Empresas off-line também vêm investindo maciçamente em conteúdo. Como fazer para brigar de igual para igual com os grandes?

Primeiramente, afirmo que é possível brigar e vencer os grandes, eu mesmo venho disputando posições lá em cima das buscas com grandes empresas, e ganhando mais do que perdendo... Faça uma busca pelo termo marketing digital e veja quem vem depois da MarketingDigital.com.br... O Marketing de Conteúdo foi imprescindível para eu conseguir esses resultados. Vamos às 8 dicas básicas, para você produzir conteúdo de destaque, mesmo em áreas muito disputadas.

1. Coloque-se na posição da sua audiência. Pense nas dúvidas dela, nas suas opções, inseguranças e em suas necessidades. Mesmo que você seja um expert no assunto, escreva para um leigo. Nunca parta do pressuposto de que todos entendem do assunto quanto você. A palavra chave aqui é valor. Dê valor, agregue, acrescente, esclareça, eduque.

2. Não seja arrogante. Tenha cuidado para não oprimir quem o acompanha com sua inteligência, seu conhecimento ou seu sucesso. Você aprendeu com alguém, agora, disponha-se a compartilhar conhecimento. O não saber é temporário, aquela pessoa que hoje tem dúvida poderá ser o expert de amanhã. E se você a ajudar nesse progresso, imagine a quem ela recorrerá quando for buscar informação, comprar um curso, ir a uma palestra...

3. Para escolher do que falar, analise o ambiente, o momento. Descubra os temas mais atuais, os mais discutidos, e destes, os com discussões apaixonadas. Produza conteúdo que responda dúvidas, mas que também incite a discussão de alto nível. Moderar discussões é tão importante quanto tirar dúvidas. Trabalhe para o seu site ser o local das discussões. Poucas audiências são tão fieis quanto as dos participantes de foruns de discussões.

4. Tenha uma posição que o(a) diferencie da maioria. Se for o caso, aceite ir contra a maré, apresentar novas opções, ser o primeiro a contradizer um expert. O artigo mais discutido de marketing de conteúdo em 2014 (Content Shock) falava de uma inviabilidade lógica desse tipo de marketing. O artigo foi posteriormente desbancado por todos os experts do assunto. Bem, analisemos, foi desbancado ou discutido? Levantar novas hipóteses ou discussões levou quem escreveu este artigo à condição de expert, instantaneamente. Agora, se quiser ir de encontro à corrente, você tem que ter argumento, estar preparado.

5. Seja melhor. Essa é o tipo da dica óbvia, mas em áreas ou nichos onde há muita quantidade, só a qualidade conseguirá destaque. Estude, informe-se e produza o melhor conteúdo do assunto, pois, aí, ele será encontrado. Imagine que você tem que fazer uma análise do iPhone 6. Com tanta concorrência, fazer um textinho que seja mais do mesmo será trabalho inútil...

6. Produza séries de conteúdo. Derive, dissemine seu conteúdo. Pense em um post básico que tem um imagem de sua produção. No fim do post, chame a pessoa para se cadastrar e receber conteúdo diferenciado, que analisa mais profundamente o assunto. Grave um vídeo com essa análise mais aprofundada. Se tiver números suficientes, produza um infográfico e uma apresentação em Power Point. Derivações de um conteúdo devem ser linkadas aos outros formatos. Isso aumenta muito a chance de seu conteúdo ser encontrado e ajuda a firmar seu posicionamento.

7. Faça curadoria de bons conteúdos de terceiros.

Mencione boas fontes e produza conteúdo original analisando, discutindo o conteúdo de terceiros. Entre na conversa e estimule a discussão. Ah, e nunca deixe de mencionar a fonte original.

8. Antecipe-se, perceba tendências e inicie conversações. Estude assuntos que têm boa chance de se tornar boas discussões no futuro. Por exemplo, quando eu percebi que o marketing de conteúdo estava mudando a forma de se fazer SEO, escrevi, em julho de 2013, um artigo chamado: “Por que empresas digitais tiraram o nome SEO de suas marcas?” Nesse artigo eu falava da “indiscutível constatação do aumento da importância da produção de conteúdo original e de qualidade”. Falei, também, que “as atualizações do Google aumentaram sua capacidade de determinar o que é conteúdo novo e relevante e, assim, premiar com melhores colocações quem se dá o trabalho de produzir. Se antes o SEO controlava a produção de conteúdo, isso se inverteu. Agora, o controle fica por conta do conteúdo...”.