

Marketing de Conteúdo

COMO GERAR  
[ **VENDAS** COM ]  
CONTEÚDOS  
*ONLINE*



MARKETINGCOMDIGITAL

Muitas empresas já perceberam o óbvio: a informação é a moeda de troca da atualidade, e é por isso que ouvimos tanto falar do tal marketing de conteúdo.

Entregue um bom conteúdo, crie um relacionamento com o público, ganhe um cliente.

Quer adotar esta estratégia, que funciona muito bem e é utilizada por milhares de empresas no mundo inteiro, ou prefere continuar investindo tubos de dinheiro em anúncios enquanto torce para que eles chamem a atenção do seu público?

Agora, vou te dar 3 motivos para você usar conteúdos para aumentar as vendas do seu negócio:

## **1 A SUA LISTA DE EMAIL PRECISA DE BONS CONTEÚDOS**

Muitos dos novos empreendedores sabem que ter uma lista de email é algo vital para o crescimento do seu negócio. A lista serve para 3 coisas

- **Criar um relacionamento com o público**  
(Dicas e Conteúdos)
- **Fazer ofertas**  
(Produtos ou serviços de sua autoria/ autoria de terceiros)
- **Receber feedback**  
(Através de enquetes e questionários)

Todos esses 3 pontos são de extrema importância para o crescimento do seu negócio. No entanto, temos 2 problemas:

*1 - Questionários não são atrativos. Sério, quantas pessoas você conhece que ficam animadas em responder um questionário?*

*2 - Ofertas podem ser atrativas de vez em quando, mas sabe aquele “amigo” que só aparece pra pedir favores? É assim que o seu público lhe verá com o tempo se você só oferecer questionários e ofertas.*

Não me entenda mal, não estou dizendo que você deve parar de fazer essas duas coisas em sua lista. Mas você precisa entender que fazer apenas isso é a mesma coisa que apenas “sugar” o seu público.

É dando que se recebe, e você precisa dar algo para a sua audiência. Essa é a primeira utilidade de um conteúdo: manter a sua lista de email balanceada e funcional. Uma lista sem bons conteúdos é como um carro sem combustível. Não sai do canto, ocupa espaço e ainda dá dor de cabeça.

## 2

## CONTEÚDOS SÃO BONS VENDEDORES

Eu já vi um empreendedor dizer que ter um bom conteúdo é como ter um bom vendedor que trabalha para você 24h por dia, 7 dias por semana, e isso é a mais pura verdade! Como assim?

Um bom conteúdo é capaz de despertar sensações positivas na pessoa que o consome, e essas sensações são o ponto inicial de uma relação entre empresa e consumidor.

Uma pessoa que quer emagrecer, por exemplo, pode testar uma dica que viu em um blog, obter resultados, e a partir de então consumir sempre os conteúdos desse blog.

O grande ponto é que bons conteúdos fazem com que você acredite e concorde com eles, e se você concorda com algo, é muito difícil ir contra isso.

Em um texto sobre comunicação persuasiva escrito por Natanael Oliveira, empreendedor brasileiro de grande sucesso no marketing digital, há a seguinte passagem:

*“A verdadeira comunicação persuasiva é aquela que faz com que a pessoa com quem eu estou me comunicando entenda o que estou dizendo, possa sentir aquilo que está sendo transmitido e, então, sinta o desejo de tomar uma ação em resposta ao que foi sugerido em minha mensagem. Simples assim.”*

Em resumo o que ele quis dizer no texto citado é: conteúdos fazem vendas por você.

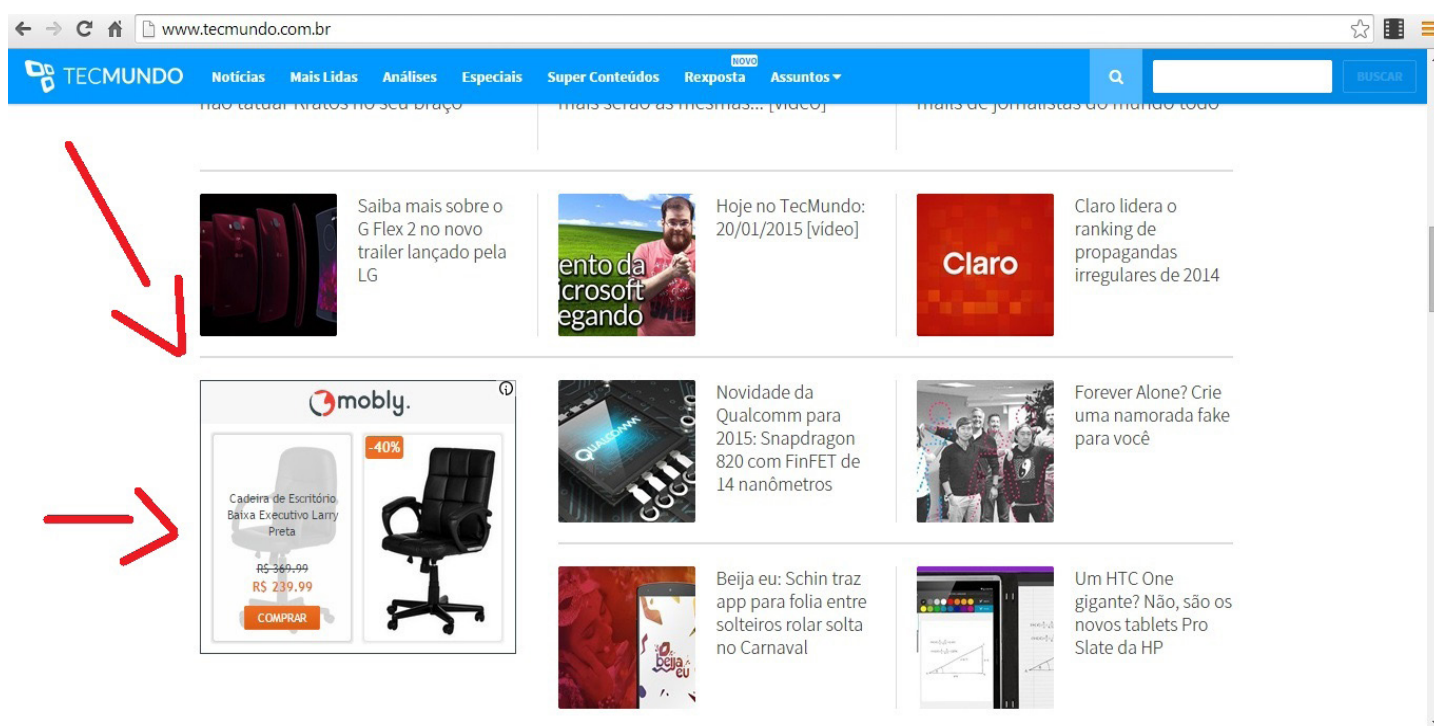
Você quer ter um ótimo vendedor trabalhando para você, de graça, 24h por dia ou não? Se quiser, o primeiro passo é produzir um bom conteúdo.

O remarketing é algo que muitas empresas ainda precisam aprender a explorar bem. E o que é que ele faz?

Eu trabalho por meio de home office, por isso passo muitas horas sentado fazendo pesquisas e escrevendo.

Há alguns dias reparei que minha cadeira já não estava mais dando conta do recado, então resolvi pesquisar cadeiras novas e mais confortáveis.

Sabe o que aconteceu depois? Isso:



The screenshot shows the TecMundo website interface. The search bar at the top contains the text "cadeira de escritório". Below the search results, there are several articles and advertisements. A red arrow points to a search result for "Cadeira de Escritório, Baixa Executivo Larry Preta" by Mobly, which is on a 40% discount. Another red arrow points to a search result for "Beija eu" app.

Em vários sites, ou até mesmo em redes sociais, como é o caso do Facebook, estou sendo perseguido por anúncios de cadeiras em promoção. Isso é remarketing.

Alguns podem não simpatizar muito com esta tática, mas se você pensar bem, você apenas está sendo constantemente exposto a algo que, supostamente, é do seu interesse.

Eu já comprei um tênis por conta do remarketing, e neste caso só não comprei a cadeira por não ter achado uma loja confiável com um preço justo.

Quem sabe utilizar bem o remarketing consegue aumentar bastante a taxa de conversão, e não preciso nem dizer o quanto isso é bom para qualquer negócio.

E onde é que o conteúdo entra na história? O conteúdo é uma das melhores formas de confirmar um dos interesses do seu público-alvo.

Se o seu conteúdo é sobre como educar um cachorro a fazer xixi no local correto, pode ter certeza que a mesma pessoa que se interessa por isso mais chances de se interessar por adestramento de cães.

**Um bom conteúdo + uma boa estratégia de remarketing = mais vendas**

Muitas pessoas não exploram essa área, e você pode sair na vantagem se fizer isso.

## COMO FAZER UM CONTEÚDO GERAR VENDAS

É bem provável que uma destas duas coisas estejam passando pela sua cabeça agora:

- Eu já produzo conteúdos, mas eles não geram vendas.
- Eu quero começar a produzir conteúdos, mas como é que eu faço para eles gerarem vendas?

O que você vai ver a seguir responde as duas perguntas acima.

Assim como beleza não põe mesa, ter apenas um bom conteúdo não é garantia de que suas vendas aumentarão com a ajuda da internet.

Do que adianta ter o melhor carro de Fórmula 1 do mundo se você não tem um piloto habilidoso para pilotá-lo?

O melhor carro do mundo + um piloto ruim... Essa não parece ser uma boa combinação. Sabe qual é outra combinação ruim?

## **Bons conteúdos + Boa divulgação**

Isso mesmo, essa dupla dinâmica não dá conta do recado.

---

## **CONTEÚDO QUE GERA RESULTADOS**

---

Se você tem uma empresa e produz conteúdos online, como textos, vídeos ou áudios, é completamente normal e compreensível esperar que esses trabalhos conquistem novos clientes para o seu negócio, não é mesmo?

Afinal de contas, empresas precisam lucrar.

A questão é que muitas empresas escolhem seguir o arroz com feijão, o básico, que seria ter um site, conta em algumas mídias sociais, como o Facebook, e fazer algumas publicações semanais para dizem que existem na internet.

Outras até levam isso mais a sério e entendem que é preciso produzir um conteúdo relevante para a audiência, isto é, elas sabem que o público precisa ser ajudado pelas informações que a empresa disponibiliza.

No entanto, mesmo sabendo priorizar a audiência, as empresas apenas focam em um bom conteúdo, uma boa divulgação, e depois rezam para que alguém que gostou do conteúdo efetue uma compra.

Mas o que é que esses dois tipos de empresa estão deixando de lado? O que elas precisam fazer para produzir conteúdos que realmente gere resultados?

## **AUMENTANDO AS VENDAS DE UMA EMPRESA COM A PRODUÇÃO DE CONTEÚDOS**

A primeira coisa que você precisa entender é que não são os conteúdos em si os grandes responsáveis pelas vendas. Eles fazem parte do processo, mas não são a etapa final.

Isso que você irá aprender agora faz parte de um grande sistema de vendas muito eficaz e famoso, usado por empresas do mundo todo, como o McDonald's e o Starbucks. Ele se chama, OVC, sigla para Otimização de Valor do Cliente.



## Bom conteúdo + Boa Divulgação + Call to Action (Chamada Para a Ação) + Boa Oferta

Essa é a fórmula que gera vendas através de conteúdos.

### O QUE É UM CALL TO ACTION (CHAMADA PARA A AÇÃO)

O Call to Action é categorizado por mensagens, geralmente com palavras no imperativo, como “clique aqui, ligue agora, inscreva-se...” que aparecem ao final de um conteúdo.

Ele é algo muito comum na nossa rotina, mas talvez você nunca tenha reparado isso...

Se você costuma assistir a vídeos de canais do Youtube, sabe que muitos contam com uma mensagem no final, pedindo para se inscrever no canal, deixar um comentário, um like, compartilhar o conteúdo....

Isso seria um Call to Action, pois o produtor do conteúdo quer que o público dele, que pode ser você, realize uma determinada ação ao final do mesmo. No caso do Youtube são as opções citadas no exemplo acima, que afetam diretamente o crescimento de um canal.

Sem um Call to Action tudo fica muito solto...

As pessoas podem até gostar do seu conteúdo, mas elas nem sabem o que fazer depois disso. Acredite, as mensagens ao final do Youtube realmente fazem a diferença e aumentam o número de inscritos, likes, compartilhamentos e comentários de um vídeo.

Seguindo essa lógica, faço a seguinte pergunta para você: Os conteúdos da sua empresa possuem um Call to Action? Se a resposta for não, já encontramos um dos problemas.

Mas Mateus, o meu Call to Action vai chamar para qual ação? Como empresa, você tem duas opções: Oferecer um ímã digital, ou oferecer um produto/serviço muito atrativo e barato, conhecido como tripwire. É hora de definir a sua oferta.

## UMA BOA OFERTA

Usar chamadas de ação para que alguém curta ou compartilhe o seu conteúdo podem sim gerar estes resultados e são muito boas em plataformas como o Youtube, mas em um blog a coisa funciona de um jeito diferente.

Pedir que um texto de blog seja curtido e compartilhado apenas vai aumentar a divulgação desse texto, e logo no início desse conteúdo eu te falei que Bom Conteúdo + Boa Divulgação é uma combinação ruim.

As pessoas precisam ser levadas a uma ação, e para uma empresa, a melhor ação possível seria uma compra. É por isso que uma empresa tem duas opções de boa oferta:

- Ímã Digital
- Produto/Serviço Atrativo e Barato (Tripwire)

A primeira opção consiste na oferta de um bônus, algo gratuito que seja útil para o seu público-alvo.

A segunda é um produto/serviço de baixo preço e que serve para demonstrar o que a sua empresa pode oferecer.

Confira em detalhes as duas opções.

## ÍMÃ DIGITAL

Um Ímã Digital, basicamente, vem em formato de E-book, PDF, vídeo, Infográfico e, às vezes, como um software (para empresas que trabalham com a produção de programas e aplicativos).

Um bom ímã digital possui duas características:

- *É capaz de passar a sensação de valor imediato a quem o consome*
- *É gratuito*

Como assim “valor imediato”?

Ímãs Digitais precisam ser o mais simples possível, e o motivo é um só: você quer que o seu público seja beneficiado de cara com o conteúdo do seu ímã digital.

Quando a pessoa usa o conteúdo do seu ímã e consegue bons resultados com ele, ela tem a prova de que suas dicas funcionam, ou seja, você não é uma furada.

É por isso que quanto mais objetivo e prático for o seu ímã digital, melhor.

Um E-book de 10 páginas capaz de gerar bons resultados é melhor do que um de 200 que gera ainda mais resultados. Sabe o por quê?

Porque o primeiro E-book é curtinho, mais rápido de ler... é um ótimo ímã digital. O E-book de 200 páginas já se encaixa como um produto.

Imagine só disponibilizar um e-book de 200 páginas como ímã digital...

Várias pessoas farão o download, mas menos da metade fará a leitura completa, e sem a leitura completa as pessoas não perceberão a utilidade do conteúdo que você disponibilizou completamente, cortando todo o efeito do ímã digital.

É por isso que você precisa escolher muito bem o seu ímã digital.

Mas Mateus, e é só isso, eu vou dar de graça um conteúdo rápido e prático que gera resultados na espera de que a pessoa goste e depois compre algo da minha empresa?

Não, há algo mais, que é aplicado tanto no Ímã Digital quanto no Produto/Serviço de baixo preço (Tripwire)

No processo de recebimento do conteúdo o seu público precisará efetuar um cadastro, ou seja, ele fará parte da sua lista de email.

Se você for inteligente você fará uma segmentação na sua lista. Isso significa que você saberá como o usuário entrou para a sua lista de email, o que lhe dirá muito sobre que tipo de produto pode ser de interesse para essa pessoa.

Uma vez na sua lista de email, a pessoa receberá mais de suas ofertas e conteúdos, promocionais ou não, e estará mais propensa a efetuar uma compra com você, visto que tudo isso que você fez resultou na construção de um relacionamento com o seu público-alvo.

A maior prova de que ímãs digitais funcionam é que você está lendo, agora, um de nossos ímãs digitais

## **PRODUTO/SERVIÇO DE BAIXO PREÇO (TRIPWIRE)**

Sabe qual é o tipo de pessoa que está mais propensa a comprar de você? Alguém que já comprou antes, ou seja, alguém que já experimentou a sensação de ser seu cliente. É esse o princípio do Tripwire: apresentar algo simples e prático, assim como o ímã digital, com a diferença de que ele não é gratuito.

No entanto, o tripwire se destaca das suas demais ofertas por um motivo: ele tem um preço muito abaixo dos outros itens que você oferece, e por um simples motivo.

Não importa se a pessoa pagou 1 real, ela teve uma experiência de compra, o dinheiro trocou de mãos. Você acabou de ter um novo cliente, e se ele comprou uma vez, terá segurança para comprar novamente, desde que você tenha dado uma boa experiência para ele.

Tripwires normalmente são produtos simples, em formato digital, e são distribuídos nos mesmo formatos que os ímãs digitais.

## Recapitulando

Ter um bom conteúdo e uma boa divulgação não basta. Enquanto muitos deixam seus conteúdos expostos e rezam para alguém se interessar, você chamará o público para a ação e disponibilizará ofertas atrativas.

Bom Conteúdo + Boa Divulgação + Chamada Para a Ação + Boa Oferta

Chamadas Para a Ação e Boas Ofertas contam com a presença de:

- **Ímãs Digitais**
- **Produtos/Serviços de baixo preço (Tripwire)**

Dê resultados para o seu público através de um conteúdo rápido e prático, e veja o agradecimento na forma de confiança no seu trabalho, é assim que você terá os melhores resultados que o marketing de conteúdo tem para te oferecer.

Saiba como fazer  
conteúdos relevantes  
e que geram vendas.

**SEJA UM MEMBRO**

★ ——— **VIP** ——— ★

do nosso portal e tenha acesso a  
conteúdo exclusivo e suporte dos  
nossos especialistas.

QUERO SER UM  
**MEMBRO VIP**