

Como criar
um artigo em

1 HORA

ou menos



Como escrever um artigo em 1h ou menos

Primeira parte do Texto: Gancho

Inicie o texto com perguntas ou promessas, algo que prenda atenção do seu leitor e o faça ter vontade de continuar com a leitura. Algo que mostre exatamente o que ele poderá aprender ao ler o texto até o final.

Ex: Você gostaria que seu blog se tornasse uma poderosa ferramenta de marketing, capaz de aumentar sua lista de emails, atrair pessoas interessadas no seu produto/serviço e gerasse um impacto direto e significativo no seu faturamento?

Eu tenho certeza que sim...

Segunda parte:

Ponto de dor + Descrição do vilão (problema)

Fale sobre a consequência da falta de informação acerca do que você vai apresentar, mostre que as suas informações podem evitar problemas.

O objetivo é chamar a atenção do seu público para uma possível solução de uma dor específica. Deixe claro que se ele continuar com esse erro, pode ser algo perigoso para ele.

Ex: Existem grandes chances que você esteja cometendo erros no seu blog que estão impactando diretamente o faturamento da sua empresa. Por isso, é importante que você preste bem atenção, caso queira ter resultados de verdade com o blog da sua empresa.

Terceira parte:

Apresentação da solução

Mostre que o seu artigo tem o objetivo específico de resolver o problema listado no passo 02. Seja específico ao informar que soluções você irá apresentar e chame a atenção do leitor para continuar lendo o artigo, caso ele queira ter acesso à promessa feita na primeira parte.

Ex: Fica tranquilo. Neste artigo, você vai aprender de uma maneira simples e didática quais são os 3 ingredientes fundamentais para que o blog da sua empresa se torne uma máquina de vendas.

Insira uma chamada, reforçando algo que o leitor poderá fazer. Por exemplo: Você pode usar o mesmo modelo que vou apresentar, você irá descobrir exatamente como fazer x,y,z, basta seguir os passos que eu vou apresentar.

Ex: Na verdade, você pode até seguir exatamente o caminho que nós utilizamos para transformar um blog em uma ferramenta de vendas.

Apresentação detalhada do conteúdo:

Especifique os pontos que serão apresentados no decorrer do artigo, esse elemento irá prender atenção do seu público e ajudará na organização do seu conteúdo.

Exemplo: Continue lendo este artigo para saber mais sobre:

- **Vale a pena ter um blog?**
- **Qual a melhor plataforma para ter o meu blog?**
- **Como criar uma linha editorial eficiente?**
- **Como mensurar os resultados do meu blog?**

Desenvolvimento:

Nesse momento, você irá discorrer sobre cada ponto anunciado na etapa anterior. Para cada tópico existe uma estrutura que pode ser seguida.

Exemplo 1: Estrutura de um conteúdo que responde uma pergunta

Vale a pena ter um blog?

Primeira parte: Especifique quem está fazendo essa pergunta. Porque essa pergunta é relevante? Complemente com novas perguntas, caso seja necessário. **Exemplo:**

Vale a pena ter um blog?

Essa é uma pergunta que muitos empresários e profissionais de comunicação têm feito todos

os dias. Será que realmente vale a pena investir em produção de conteúdo? Não é melhor simplesmente comprar tráfego? (Você pode usar alguma pergunta de objeção)

Exemplo:

Não é melhor comprar tráfego?

Será que vale a pena investir na transmissão de um Webinar? Não é melhor investir em anúncios e direcionar para a página de vendas?

Exemplo:

Eu realmente posso aprender Inglês sozinho? Não é melhor contratar um professor particular?

As perguntas de objeções devem ser usadas com informações que você tem acerca do seu público. Consiga inserir esse tipo de pergunta no seu conteúdo, pois isso irá ajudar a prender toda atenção do seu leitor.

Após citar as perguntas, faça uma afirmação e dê algum exemplo, conte alguma história. Essa história pode ser sua, de alguém conhecido ou uma ilustração.

Exemplo:

Um dos números mais perigosos para sua empresa talvez seja o “número 01”. Muitos negócios têm ido à falência simplesmente porque as estratégias número 01 pararam de funcionar.

Exemplo de Pergunta de objeção:

Será que realmente vale a pena investir em Busca orgânica? Não é melhor simplesmente comprar anúncios?

Resposta:

Muito cuidado com o erro de ter somente uma estratégia. Algumas empresas enfrentaram momentos difíceis no ano de 2011, quando o Google fez o bloqueio de alguns modelos de anúncios com páginas de captura. Não arrisque a saúde da sua empresa confiando em somente uma única estratégia.

Sempre que você levanta objeções e conta com histórias e argumentos válidos, além de quebrar essas objeções, você consegue manter o seu público interessado no texto.

Use subtítulos simulando perguntas do tipo: Mas eu não sei como começar, Mas eu não sei como fazer, Mas eu não entendo nada disso. Levante algum obstáculo ou desafio que possa ser superado com o que você está ensinando.

Exemplo:

Mas eu não faço ideia de como criar um blog

Resposta:

Não ter conhecimento técnico para criar um blog, configurar o servidor, otimizar a parte estrutural do site, definir links e ter que ficar gerenciando a hospedagem de um site talvez seja um dos principais obstáculos que, por muito tempo, impediram muitos empreendedores de publicarem seu conteúdo online.

Falo que isso é passado porque hoje nós temos diversas ferramentas que simplesmente eliminam toda a parte técnica do processo. O seu único trabalho é o de criar e promover o seu conteúdo.

Exemplo:

Mas eu não faço ideia de como escrever um texto

Algumas pessoas afirmam não ter conhecimento ou habilidade para escrever um texto para a web, esse talvez seja o grande desafio de muitos profissionais que querem trabalhar com marketing digital.

Porém, quando você conhece o método e usa um formato padrão para escrever seus textos, tudo fica mais fácil. Basta seguir o passo-a-passo de cada etapa e você terá um conteúdo bem escrito, criado na metade do tempo.

Exemplo:

Mas eu não sei falar absolutamente nada em Inglês

Resposta:

Conheço muitas pessoas que não sabem falar uma única palavra em Inglês, nem mesmo um “the book is on the table”. Talvez a vergonha e o medo de falar inglês sejam o principal obstáculo que essas pessoas enfrentam.

Porém, quando você utiliza o método da aprendizagem acelerada e usa as técnicas no seu dia-a-dia, seja ouvindo músicas, assistindo filmes, você consegue melhorar consideravelmente o seu inglês em um curto espaço de tempo.

Exemplo:

Mas eu não tenho tempo para estudar sobre SEO

Resposta:

O SEO é, sem dúvida, uma das áreas mais temidas por muitos profissionais de marketing digital, talvez porque ele envolva tanto a parte técnica como também o conteúdo, métricas, mídias sociais etc. Muitos só olham para a parte técnica, programação e códigos, por isso ficam com medo de não entenderem absolutamente nada sobre o assunto.

No entanto, quando você entende que o SEO faz parte de algo estratégico, tudo fica mais fácil e você consegue implementar todas as estratégias sem muitas dificuldades.

Apresente um vilão:

Nesse momento, dê algum alerta, mostre algum perigo que o leitor poderá encontrar no caminho.

Exemplo:

Cuidado com o Gerenciador de Conteúdo errado...

Outro ponto importante é com relação as técnicas de SEO. Muitos gerenciadores de conteúdo não foram feitos pensando nos mecanismos de busca, pelo contrário, o que diminui drasticamente suas chances de ser encontrado através da busca orgânica.

Exemplo:

Cuidado com as escolas que ensinam Inglês em 4 anos

Exemplo:

Cuidado com os cursos que só ensinam a parte Técnica

Apresente a solução de maneira organizada:

Você pode usar:

Passos, Dicas, Regras, Ingredientes, Técnicas.

O importante é enumerar para chamar atenção e facilitar a compreensão do conteúdo.

Exemplos:

3 ingredientes para criar um blog de sucesso

4 Passos para construir um sistema de vendas online

3 Técnicas para aprender Inglês 2x mais rápido

***Inicie a apresentação dos tópicos.**

Tópico 01:

Ingrediente número 01: Plataforma otimizada para os mecanismos de busca

***Insira uma foto**

[Alta resolução e que tenha relação com a dica]

Comece com afirmação: Não adianta plantar boas sementes em um terreno que não é fértil. Simplesmente não funciona.

Descreva sobre o problema: Não adianta você realizar um excelente trabalho de produção de conteúdo, utilizando todas as técnicas de SEO (Otimização para os mecanismos de busca) se a plataforma que você está utilizando não foi pensada para ser amigável aos buscadores.

Apresente a solução com o ingrediente, dica ou técnica:

Exemplo:

A primeira parte dessa receita consiste em observar onde você está plantando suas sementes. Analise o

terreno, veja se ele é amigável aos buscadores, se a configuração está sendo feita da maneira correta.

Se você identificar que a plataforma não é a ideal, a minha dica é: Não perca mais tempo, mude o quanto antes.

Tópico 02:

Linha editorial Insira uma foto [Alta resolução e que tenha relação com a dica] Inicie com uma pergunta: As pessoas não odeiam ler?

Resposta:

Dizem que as pessoas não gostam de ler. Que grande mentira. Na verdade, as pessoas não gostam de ler sobre assuntos que elas não se interessam.

Se o médico lhe disser que você está com uma doença chamada “Síndrome do Clique nervoso”,

qual a primeira coisa que você vai fazer quando chegar em casa? Acertou! Vai abrir o Google e pesquisar absolutamente TUDO sobre Síndrome do Clique nervoso.

(Essa doença não existe, eu acho). Percebeu o que eu quis dizer? Se a sua empresa está com problemas no faturamento, você vai ler o que for preciso para descobrir como resolver esse problema.

Se nesse momento você está lendo este artigo, acredito que é porque, de alguma forma, você tem um problema que possa ser resolvido através da informação que estamos compartilhando. Portanto, a sua linha editorial precisa e deve ser criada para resolver problemas do seu público. Simples assim.

Exemplo:

Divida os problemas em, no mínimo, 3 categorias.

Exemplo do Ignição Digital:

As pessoas têm dúvida sobre como trabalhar com email marketing. Solução: criar uma categoria sobre email marketing com dicas e estratégias.

As pessoas têm dúvidas sobre como gerar tráfego orgânico.

Solução: criar uma categoria para apresentar dicas, estratégias e estudo de caso, ensinando a gerar tráfego orgânico.

Ok, mas como descobrir os problemas da minha audiência?

Isso vai parecer um pouco óbvio demais, porém, eu não conheço um jeito melhor de descobrir isso.

A melhor forma é perguntando...

No último vídeo, antes de escrever este artigo, eu simplesmente perguntei para as pessoas quais eram os objetivos, o que elas estavam buscando e as pessoas responderam. Talvez você não tenha uma lista de emails para realizar uma pesquisa, mas você tem o Google e diversas ferramentas de pesquisa de palavra-chave.

Assunto que eu vou tratar em um outro artigo. Combinado?

Se concentre em descobrir quais são os principais problemas que o seu cliente está enfrentando, escreva artigos ensinando como resolver esses problemas.

Benefícios da aplicação do ingrediente, dica ou técnica: Fale sobre os benefícios que o leitor

terá ao seguir o que você está ensinando. Faça com que ele possa visualizar o que irá alcançar seguindo suas dicas.

Exemplo:

Você irá gerar dois sentimentos na sua audiência:

Primeiro: Gratidão

As pessoas vão te amar porque você ajudou a resolver um problema delas.

Segundo: Respeito

As pessoas vão te respeitar porque você mostrou que sabe das coisas, mostrou que tem conhecimento, portanto, é uma autoridade.

Quer criar uma linha editorial vencedora? Escreva para resolver o problema do seu público. Antes de

escrever qualquer linha, faça essa pergunta: Esse conteúdo vai fazer a diferença na vida de alguém?

Tópico 03:

Insira uma foto [Alta resolução e que tenha relação com a dica]

Ingrediente número 03: Mensuração e Conversão

Inicie com uma afirmação + Alerta (Se você não fizer [Insira aqui sua dica final], você não conseguirá alcançar [insira aqui o resultado desejado])

Exemplo:

Aquilo que não é medido, não é gerenciável.

Se você não dedicar atenção ao seu blog, ele não vai gerar resultados, isso é um fato.

Quantos visitantes o seu blog tem por mês? Desse total de visitantes, quantos se cadastram na sua lista de emails? Quantos se tornam clientes? Se você não tem essa resposta na ponta da língua, você não está mensurando absolutamente nada.

Se o seu blog não gera receita, eu não indicaria a você continuar trabalhando de graça. Honestamente, eu me preocuparia com todas as horas perdidas em artigos que simplesmente não irão trazer nenhum retorno financeiro.

[Insira aqui uma pergunta de: Como eu posso fazer, O que eu tenho que fazer? Como eu posso começar? O que fazer?]

Exemplo:

Então, como fazer com que meu blog gere receita?

Dê a resposta com o resumo das 3 dicas.

A primeira coisa que você precisa fazer é

[insira aqui o resumo da dica 01]

A segunda coisa que você precisa fazer é

[insira aqui o resumo da dica 02]

A terceira coisa que você precisa fazer é

[insira aqui o resumo da dica 03]

Recapitulando:

Faça um resumo geral de tudo o que foi dito no conteúdo.

Ex: Então a sequência consiste em:

Tenha uma plataforma eficiente e otimizada para os mecanismos de busca (Klicksite, ou uma outra ferramenta que seja amigável aos mecanismos de busca)

Crie uma linha editorial que ajude o seu público a resolver problemas.

Apresente uma oferta no final do conteúdo que quebre as objeções e ajude a resolver os problemas que levaram sua audiência até aquele conteúdo.

Mensure exaustivamente todos os números do seu site e adapte ofertas, identifique objeções e acompanhe sempre os resultados.

Dica Extra + Chamada para Squeeze [Opcional]

Aqui você pode incluir uma dica extra, algo que possa ser um prêmio para quem leu o artigo até o final.

Exemplo:

Dica Extra: 101 títulos que geram a maior taxa de cliques para os artigos do seu blog.

Agora que você já sabe [inserir aqui gancho do artigo + promessa] vou te ensinar como Criar títulos que as pessoas realmente cliquem para ler os seus artigos.

Tudo o que você precisa fazer é clicar no link abaixo e fazer o seu cadastro para receber essa (vídeo aula, pdf, etc)

(Inserir banner que leve para sua squeeze page)

**QUER APRENDER A CRIAR UM
CONTEÚDO PERFEITO PARA GERAR
VENDAS PARA O SEU NEGÓCIO?**

CLIQUE AQUI!