

# Guia Prático de Marketing de Conteúdo com Base em Dados

por SEMrush



# Conteúdo

---

## Introdução

Para quem é este guia?

O que é Marketing de Conteúdo com base em dados?

## O ciclo de Marketing de Conteúdo

1. Pesquisa: Analise o seu mercado (e a sua concorrência)
2. Pesquisa: Identifique o seu público-alvo
3. Planejamento: Defina os objetivos da estratégia de Marketing de Conteúdo
4. Planejamento: Planeje suas ações
5. Criação: Crie conteúdo relevante
6. Distribuição: Escolha canais certos de distribuição
7. Desempenho: Analise seu desempenho para melhorar a sua estratégia

## Conclusão

# Introdução

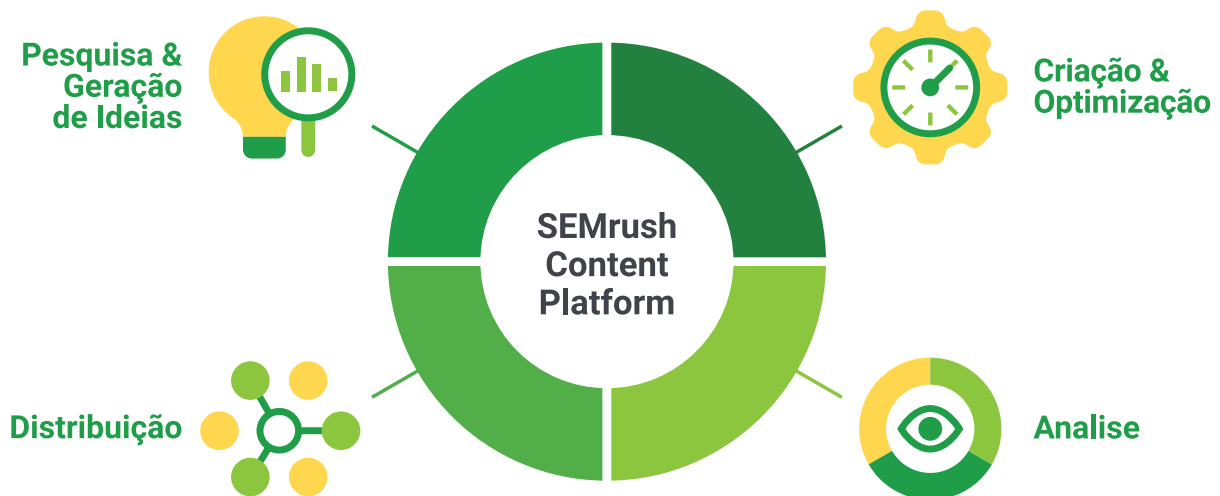


# Introdução

---

O marketing de conteúdo tornou-se uma parte essencial de qualquer estratégia de marketing digital bem-sucedida. No entanto, muitos profissionais de conteúdo ainda não encontraram a melhor maneira de criar conteúdo de alta qualidade.

Nós na SEMrush sabemos bem que essa dificuldade existe, pois criamos conteúdo educacional e de produto para ajudar os profissionais de marketing a aprender como resolver suas tarefas diárias usando nossas ferramentas. Por isso decidimos investigar o processo de marketing de conteúdo mais “a fundo” querendo descobrir como ele é organizado “na natureza”. Com esse objetivo em mente, nossa equipe realizou pesquisas com especialistas de todo o mundo (incluindo as agências [BlueGlass](#), [Re:signal](#), [Invox](#) e [1min3](#), que queremos agradecer), permitindo que formalizássemos o fluxo de trabalho padrão dos profissionais de marketing de conteúdo.



Com base nos insights obtidos, definimos que os principais objetivos do marketing de conteúdo são:

- Criar conteúdo que agregue valor ao público escolhido.
- Garantir que o conteúdo ajude a alcançar as metas de marketing definidas.

Podemos afirmar com toda a certeza que **a qualidade do conteúdo depende de análises precisas e dados confiáveis**. Com o conteúdo que não foi criado com base em dados você nunca pode ter certeza de que ele atingirá os pontos problemáticos do público e contribuirá para seus objetivos.

No entanto, a abordagem baseada em dados não é algo tão simples e intuitivo como pode parecer e tem desafios específicos:

- 1 A coleta de dados leva muito tempo.
- 2 Big data é difícil de analisar e priorizar.
- 3 Os dados geralmente são espalhados por ferramentas, relatórios e documentos diferentes, o que impede analisar a imagem completa.

Nossa pesquisa e experiência provam que somente quando esse trabalho preliminar, incluindo coleta e análise de dados, é feito, o marketing de conteúdo funciona de forma eficaz e ajuda a alcançar os objetivos.

Tendo aprendido isso, criamos nossa solução all-in-one (tudo-em-um) - [Kit de Ferramentas de Marketing de Conteúdo da SEMrush](#) - em que os profissionais de conteúdo podem facilmente obter todos os dados de construção de estratégias necessários em um único local e tomar decisões informadas por dados durante todo o ciclo de vida do marketing de conteúdo.

Usando a nossa experiência, criamos este guia passo a passo para ajudar os profissionais de marketing a desenvolver e refinar a estratégia de marketing de conteúdo com base em dados confiáveis.

# Para quem é este guia?

---

Este guia foi desenvolvido para:



**Criadores de Conteúdo** - Este guia traz os principais pontos focais em quais você deve se concentrar na hora de criar conteúdo e ensina a avaliar rapidamente o desempenho de seus artigos.



**Editores** - Você aprenderá como planejar e criar conteúdo estabelecendo conexão com seu público-alvo e garantir que ele tenha um bom desempenho nos resultados de pesquisa.



**Estrategistas de conteúdo** - Este guia ensinará a planejar sua estratégia da maneira mais eficiente, descobrir os componentes essenciais e ver como os dados ajudam a tornar sua estratégia mais eficaz e contribuir para suas metas gerais em pouco tempo.

# O que é Marketing de Conteúdo com base em dados?

---

Sendo um processo mais complicado do que a simples criação e distribuição de conteúdo editorial, o marketing de conteúdo engloba todo um processo estratégico. Ele é implantado em todos os estágios da jornada do usuário: ele deve atrair visitantes, identificar clientes potenciais, transformá-los em clientes, construir sua lealdade e integrá-los à sua comunidade.

Para alcançar todos esses objetivos com o seu marketing de conteúdo, você precisa se concentrar no objetivo principal - agregar valor ao seu público. A abordagem baseada em dados permite que você identifique claramente o que seu público precisa, faça sugestões informadas com base em dados e confirme-as com confiança, em vez de avançar cegamente sem uma direção definida.

A análise de dados ajuda em todas as etapas do ciclo de vida do conteúdo:

- 1 Pesquisa e planejamento conteúdo - ajuda a desenvolver a estratégia certa, que leva em conta o seu público-alvo e análise de mercado, define metas e planeja suas atividades.
- 2 Criação de conteúdo - ajuda a criar conteúdo para temas selecionados que não apenas respondem às perguntas do seu público, mas também contribuem para a visibilidade geral do seu site.
- 3 Distribuição de conteúdo - ajuda a descobrir os canais certos para se conectar ao seu público-alvo.
- 4 Acompanhamento do desempenho de conteúdo - ajuda a avaliar a eficácia de seus esforços, testar diferentes abordagens para seu público-alvo e escolher a abordagem que melhor permita alcançar seus objetivos, agregando valor ao seu público-alvo.

O marketing bem-sucedido não envolve mais a busca de uma série de mensagens unidirecionais. Em vez disso, trata-se de envolver seu público oferecendo uma experiência personalizada que ele mesmo buscará e compartilhará com sua rede de contatos.

”Uma estratégia de marketing de conteúdo orientada por dados pode fazer toda a diferença no mundo para o seu sucesso. Na verdade, você precisa de dados se quiser se destacar da multidão e de seus concorrentes. Os dados podem melhorar a sua estratégia e seu conteúdo, providenciando informações desde onde seu público passa seu tempo on-line até o tipo de conteúdo eles preferem, quais palavras-chave usam e muito mais.

*Além disso, quanto mais você aprender sobre o seu público e suas necessidades e preferências, mais fácil será criar campanhas de marketing personalizadas e conteúdo personalizado para que você possa converter mais pessoas, mais rápido.”*



### **Lilach Bullock**

Especialista em conversão, Palestrante, Especialista em Marketing de Conteúdo e Mídias Sociais

Pode parecer ambicioso, mas uma sólida estratégia de marketing de conteúdo apoiada por dados é essencial para o sucesso de sua estratégia de marketing global. Aqui estão os objetivos de marketing que você pode alcançar com uma abordagem baseada em dados:

### **Gerar tráfego de qualidade**

O conteúdo de valor agregado que atende a problemas ou necessidades específicas de seu público-alvo aumentará o fluxo de visitantes relevantes e, conseqüentemente, a qualidade de seus leads.

### **Aumentar a taxa de conversão**

Se você souber como interagir com seus consumidores, abordar os assuntos que os interessam, responder às suas perguntas, seus produtos e / ou serviços ganharão credibilidade e popularidade.

### **Construir a fidelidade do cliente e aumentar sua comunidade**

Ao inspirar seus clientes, fazê-los sorrir ou mantê-los envolvidos com o seu conteúdo, você os transformará em verdadeiros embaixadores da sua marca. O marketing de conteúdo permite que você crie um mundo único do qual seus clientes desejam fazer parte.



## Melhorar sua visibilidade online

O tráfego e compartilhamento de conteúdo relevante são bons indicadores de qualidade para o Google. Quanto mais envolvente for o seu conteúdo, melhor será a sua classificação e sua visibilidade nos motores de busca!

## Melhorar a imagem de marca

O marketing de conteúdo oferece a oportunidade de se destacar e declarar a posição da sua marca. Refinando a sua identidade digital, você se aproxima de seu público-alvo.

## Posicionar-se como um especialista no seu setor

Criar e publicar conteúdo permite reivindicar sua experiência, suas habilidades de consultoria e sua percepção das expectativas do seu público. Isso, por sua vez, aumentará o reconhecimento da marca e inspirará confiança em seus clientes potenciais.

### Os benefícios do marketing de conteúdo com base em dados em números

- Na era digital de hoje, seu público potencial é quase ilimitado. Uma boa estratégia de marketing de conteúdo permite que você aproveite essa oportunidade aumentando o número de visitantes do site em até 55%.
- A visibilidade online de sites que oferecem conteúdo relevante também se beneficia: em média, os websites ganham + 434% em páginas indexadas pelos mecanismos de busca.
- O conteúdo de qualidade torna o site digno de ser visitado ... e, portanto, recomendado. Backlinks são impulsionados em + 97%.
- Conteúdo segmentado ajuda a atrair clientes potenciais qualificados. Explore seu conteúdo e a quantidade de leads gerados aumentará em cinco vezes.
- Marketing de conteúdo gerará um faturamento de US \$ 300 bilhões em 2019 ... apesar de custar 62% menos que o marketing tradicional!

**fontes:** DemandMetric, Contently, Deliate Digital

# O ciclo de Marketing de Conteúdo



# O ciclo de Marketing de Conteúdo

Como você pode imaginar, a configuração de uma estratégia eficaz de marketing de conteúdo requer planejamento.

Ao desenvolver a estratégia, a análise de dados permite que um profissional de marketing de conteúdo respalde suas ideias criativas e sugestões com números reais. Usando dados, você pode evitar a perda de tempo interagindo com o público errado ou criando conteúdo sobre tópicos irrelevantes e poderá estabelecer metas razoáveis e alcançáveis.

O marketing de conteúdo bem-sucedido segue uma metodologia passo-a-passo, composta por cinco etapas principais:



”

*“Assim como toda estratégia o primeiro passo é ter claro qual o seu ICP (ideal customer profile). Com isso você vai saber qual o perfil (características, dores, desejos) e onde (canal) essa persona vai consumir seu conteúdo. O próximo passo é definir qual a etapa do funil: topo, meio ou fundo. Isso vai guiar o teor do assunto e nível de complexidade / profundidade do que você irá compartilhar - e aí é vital considerar elementos como: qual a palavra-chave, qual o formato (vídeo, e-book, Webinar, etc) e principalmente qual será a estratégia de divulgação.”*



**Pedro Filizzola**

CMO - Samba Tech

## **Isso é só um trecho introdutório**

Você pode baixar a versão completa aqui:

<https://pt.semrush.com/ebooks/guia-pratico-marketing-conteudo/>