

Content Scoring: vamos falar da eficiência dos conteúdos? Por Alessandra Assumpção.

Esse mecanismo, o content scoring, serve para medir e classificar a qualidade e quais são as chances de sucesso dos conteúdos que a sua empresa vem produzindo. Com ele é possível direcionar melhor as estratégias e aumentar o impacto no público que compra da marca.

O que é o content scoring?

É um método para rastrear o que pode ser mais eficiente para que as suas estratégias gerem os resultados esperados.

Seu objetivo é trazer informações e insights para direcionar a produção de conteúdos, ou seja, melhorar os temas, os formatos e ainda aumentar a lucratividade, afinal, os conteúdos precisam ser relacionados com as necessidades dos compradores.

Qual sua importância?

Ele foi criado para oferecer com precisão análises na produção de conteúdos, lembrando que o marketing de conteúdo precisa estar alinhado com as estratégias da empresa para que tenha efetividade nos resultados.

Veja seus principais benefícios:

Insights

Ao usar o content scoring os conteúdos podem ser produzidos com melhor performance. São textos, vídeos, infográficos, e-books e outros direcionados para o que realmente importa e não produzindo como se tivesse uma bola de cristal.

Conteúdos melhores

Quanto mais informação se tem do público e do que é de interesse do mesmo, maiores as chances de produzir conteúdos de qualidade.

Cria autoridade

Com alto nível de qualidade, cada vez mais a audiência é impactada pelos conteúdos produzidos pela marca, com isso a autoridade é reforçada com maior confiança no que a empresa oferece.

Como mensurar?

Existem ferramentas que auxiliam nessa mensuração e separei algumas:

Moz

Essa ferramenta fica atualizando seu site e faz varreduras regulares para avaliar o desempenho das suas páginas. De conteúdos duplicados até erros de formatação ou lentidão para o [carregamento](#), o que podem ser corrigidos e melhorados.

SEMRush

O [SEMRush](#) é um dos mais conhecidos, o uso de palavras-chave, [backlinks](#) e até mesmo a análise da concorrência podem ser feitos com essa solução, apresentando indícios do que está funcionando e possíveis erros.

Google Search Console

O [Google Search Console](#) tem ferramentas e relatórios disponíveis para encontrar erros e corrigi-los, como também traz dicas de aprimoramento do SEO dos seus conteúdos.

Conclusão

Ter uma estratégia é fundamental para produzir conteúdos, por isso, usar o content scoring para direcionar cada vez mais a comunicação a exatamente o que a audiência busca é essencial para empresas que querem garantir um conteúdo atrativo.

Se ficou com qualquer dúvida, entre em contato para eu te ajudar.