

Conteúdo para rankear *VERSUS* Conteúdo para ser lido.

Por Alessandra Assumpção.

Nem todo conteúdo é um conteúdo para ser lido, empresária. Muitas vezes, ele está ali somente para ser rankeado.

Pode parecer um pouco estranho falar dessa forma, mas a verdade é que quando uma equipe de marketing inicia uma nova estratégia é necessário ter um objetivo, para então, responder algumas perguntas:

- Qual o objetivo que se quer atingir?
- Como chegaremos a esse objetivo?
- Que tipo de conteúdo servirá?
- Qual será o CTA necessário para esse conteúdo?

Isto é, será necessário que o conteúdo criado não seja apenas útil, mas também que ele cumpra uma função.

Por que criar conteúdos para rankear?

“Emocionante, não é? Quebrar regras” - Hermione Granger

Calma, empresária, não mudamos o assunto, mas essa frase da nossa bruxinha favorita faz muito sentido quando trazemos esse questionamento. Pense no seguinte: conteúdos são feitos tradicionalmente para serem lidos, certo?

Mas, e se você quebrar as regras para criar conteúdos que são clicáveis? Ironicamente isso acarretaria adentrar em diversas outras regras, mas você, com certeza, terá muito mais resultado. Muito mais emocionante, não é?

Queremos trazer para você o seguinte cenário: imagine que sua marca é sobre maquiagem. Você pode criar conteúdos sobre sua

marca, sobre os melhores benefícios dos produtos, sobre coloração, e eles são super importantes para a construção da sua autoridade e posicionamento.

Porém, para auxiliar o seu engajamento é necessário ter conteúdos que possam gerar mais cliques, como, por exemplo: reviews de maquiagem, polêmicas de produtos e assuntos do momento que possam ser explorados sob a ótica da sua marca. Sem perder a ética e a responsabilidade.



O Feitiço da estratégia

Aqui na Madame Conteúdo não acreditamos em dicas de marketing que geram resultado em um “passe de mágica”, mas presenciamos diariamente os feitiços duradouros da estratégia em nossos clientes.

Por isso, quando falamos de conteúdos para ranquear ou para serem lidos, precisamos primeiramente olhar para a estratégia!

Qual a estratégia da sua marca? O que você deseja? Quais canais vai utilizar? Qual sua linha editorial? Qual é o seu funil?

Todas essas perguntas ajudam a compor uma estratégia que vai ditar quais conteúdos serão para ler e quais serão para rankear (e também os que são para ambas finalidades!).

É importante ressaltar que todos esses conteúdos são pautados pela estratégia e devem ser conteúdos de qualidade, ou seja, eles envolvem diversos fatores, como:

- pesquisa de palavras-chave;
- pesquisa de assunto;
- conhecimento de gramática;
- habilidade e experiência de escrita;
- criação de imagem;
- criação de título;
- revisão e edição;
- publicação;
- otimização em SEO.

Quer fazer esse feitiço e quebrar as regras, empresária? Então, chame a Madame Conteúdo! Nós podemos desenhar sua estratégia e fazer a sua empresa decolar nos resultados.
