Desenvolvimento de conteúdo para blog: 6 erros que você deve evitar

O desenvolvimento de um bom conteúdo dentro como parte uma estratégia de marketing pode ser comparada a uma confeitaria, sem bons ingredientes não há como oferecer um bolo de alta qualidade para o cliente.

Sem o ingrediente certo os produtos finais podem não ser tentadores e você provavelmente não será capaz de despertar os "huumms" necessários para atingir seu objetivo final.

Assim como na confeitaria o ingrediente serve para estimular os paladares e fazer com que os clientes voltem. O conteúdo no marketing de conteúdo envolve os leitores e vai ajudar na retenção e conversão.

Mesmo com uma estratégia consistente de marketing de conteúdo e um calendário editorial bem estruturada, mas sem o desenvolvimento de conteúdo adequado para apoiar seu blog, você pode acabar se distanciando dos seus objetivos.

Assim como na confeitaria, se é despertar desejo nos clientes o que você procura, então precisa executar sua receita para minimizar os possíveis erros.

Conheça os seis principais erros que devem ser evitados no desenvolvimento de conteúdo para um blog.

**Erro no desenvolvimento de conteúdo 1: foco exagerado no seu produto**

Um dos erros mais comuns na estratégia de desenvolvimento de conteúdo de blog é o foco excessivo no produto.

Ter artigos sobre os benefícios e o funcionamento do seu produto é um fator decisivo na fase de consideração da jornada do comprador, mas não é exatamente sobre isso que o conteúdo do seu blog deve abordar.

Direcionar demais no produto é negligenciar o estágio de conscientização da jornada do consumidor. Lembre-se é o primeiro dos três estágios e, portanto, o que atrai maior volume de tráfego. Nesse estágio, isso significa perder uma quantidade de leads em potencial.

Ao elaborar conteúdo para seu blog é importante incluir conteúdo que ajude o leitor a aprender mais e não estamos falando apenas sobre seu produto. Busque focar no problema que seu produto resolve, no seu segmento se for relevante.

Por exemplo, se você é uma academia de ginástica publique apenas artigos relacionados à atividade física. Divulgue e aborde temas sobre a saúde como um todo.

**Erro de desenvolvimento de conteúdo 2: repetição de conteúdo**

Levante a mão se você já não se deparou com o que parece ser mais do mesmo quando pesquisa algum assunto na internet. São vários os artigos que abordam o mesmo tema, com pouca variação, sem aprofundamento.

Quando se trata de desenvolvimento de conteúdo e pesquisa para novos textos a maioria dos escritores vão direto para o Google. E o que é possível encontrar no Google atualmente?

Pesquisar no Google é uma parte natural do processo de desenvolvimento de conteúdo. Porém, para produzir conteúdo original tente também outras abordagens.

A repetição de conteúdo fica mais evidente sempre quando comparamos dados. Pois, embora a palavra possa muitas vezes ser reformulada, um número não é tão facilmente alterado sem comprometer toda a informação.

Para não cair nessa repetição de assuntos, temas, dados, inclua entrevistas com especialistas em seu processo de desenvolvimento de conteúdo e apresente seus próprios dados e cases internos sempre que possível.

Isso permite que você tenha uma visão única do problema que está abordando no conteúdo do seu blog, uma que é diferente e que pode separar o seu conteúdo do resto.

**Erro de desenvolvimento de conteúdo 3: dados desatualizados**

Ao usar dados como parte de sua estratégia de desenvolvimento de conteúdo, se confiar em pesquisas internas não for uma opção para sua equipe, pelo menos certifique-se de que os dados que você obtém da Internet estejam atualizados.

E não é apenas verificar quando o artigo foi publicado ou a referência de data da coleta de dados que ele traz. Se a página que você está citando fornece um link para a fonte dos dados, verifique na origem quando foi publicada.

É surpreendente a quantidade de artigos que dizem estar atualizados, que continuam a publicar dados antigos. Isso pode comprometer a qualidade do seu conteúdo e até ser enganoso para seus leitores.

Pode ter momentos em que há dados atualizados disponíveis. Por exemplo, uma pesquisa por números oficiais sobre a renda dos trabalhadores autônomos nos Brasil, que podem trazer dados de cinco anos atrás. Se for muito relevante incluir essa informação é necessário contextualizá-la.

**Erro de desenvolvimento de conteúdo 4: fontes não confiáveis**

Nessa era de *Fake News* em que o telefone sem fio acontece com frequência na internet, é fundamental ficar ainda mais atento com as informações do seu blog.

Ao citar outras páginas ou usá-las como referência, evite utilizar a primeira fonte que encontrar. Se for uma citação, procure a fonte original em que o trecho foi divulgado, pode ser uma entrevista, um vídeo, um artigo escrito pela pessoa citada. No caso informação de uma empresa, procure em fontes da imprensa ou diretamente no site corporativo.

Procure ter certeza de que a fonte das informações que está usando no desenvolvimento de seu conteúdo é o mais confiável possível. Isso é particularmente importante com referências de dados.

Mas lembre-se que o que é considerado "confiável" pode variar de setor para outro e entre um assunto e outro. Sua melhor aposta será sempre usar dados e informações de organizações oficiais, agências ou consultoria estabelecidas.

Porque elas produzem ou acessam dados precisos e também têm a capacidade e a experiência para conduzir uma análise completa dos dados para gerar resultados e conclusões confiáveis.

**Erro de desenvolvimento de conteúdo 5: Esquecer sua persona**

Um bom conteúdo atrai leitores e a melhor maneira de conseguir isso é escrever tendo em mente o seu público-alvo. Afinal, se o objetivo do seu blog é gerar tráfego, leads, aumentar vendas ou a sua autoridade sobre um determinado assunto, como conectar seu conteúdo com o leitor?

Isso requer um mapeamento mais completo possível sobre sua persona durante o planejamento do blog: seus interesses, que tipo de conteúdo a atrai e muito mais.

Depois de criar o perfil da sua persona, escreva como se estivesse conversando diretamente para ela.

Usar a mesma linguagem que seu público-alvo, entender como ele pensa e o que busca, pode ajudar você a quebrar as barreiras e trazer proximidade.

Quanto mais ele percebe que você o entende, é provável que retorne ao seu conteúdo, explore novos pontos de contato e avance para novos estágios da jornada de compra.

**Erro de desenvolvimento de conteúdo 6: foco excessivo nos buscadores**

Parece contraditório até, não é mesmo? Otimização é importante sim no desenvolvimento de conteúdo e ninguém nega isso. Isso não quer dizer que todo o seu conteúdo deva ser apenas focado em palavras-chave.

Na verdade, existem muitas maneiras para o conteúdo ser eficaz que não exclusivamente SEO. Um exemplo disso é a notícia. Por demandar velocidade, não é sempre possível obter dados de volume de pesquisa de palavras-chave para saber exatamente o que precisa ser noticiado.

Se o seu produto for uma inovação tecnológica, por exemplo, não é possível deixar dar uma notícia impactante para o seu setor que acabou se anunciada. É improvável que a pesquisa no SEMrush ou Ahrefs dê uma indicação clara das palavras-chave que as pessoas estão procurando sobre o assunto.

Você só pode confiar naquilo que fariam mais sentido para o momento. E se você está entre os primeiros a trazer a notícia, as chances de ranqueamento são altas.

*Gostou desse artigo, clique aqui e assine nossa Newsletter para receber mais conteúdo como este.*