

Marketing de conteúdo: como aplicar no seu negócio

Mais barata e efetiva, a estratégia pode impulsionar o alcance e valor da sua marca

Já reparou o envolvimento do público com marcas mundiais como Coca-Cola, Nike e Nubank? Como as pessoas comentam, compartilham, amam, agradecem a essas marcas? Sabe o que elas têm em comum? Não, não é o fato de seres gigantes no mercado, mas algo que você pode ter também atrelado à sua marca: **marketing de conteúdo**.

Mas afinal, o que é isso, para que serve, como fazer e aplicar no seu negócio? O marketing de conteúdo é uma estratégia que provoca a imersão do público-alvo na sua marca, aumentando seu alcance e rede de clientes através de um conteúdo único, relevante, que cria autoridade no mercado que você atua, envolve as pessoas e projetam uma percepção positiva sobre seu negócio.

Parece simples, né?! Mas tenha em mente que o marketing de conteúdo vai muito além de publicações em blog. Existem inúmeras táticas que podem ser utilizadas para atrair seu target e construir um relacionamento próximo e permanente, tornando seu produto uma referência no mercado.

Antes de pensar em conteúdo de marketing, é preciso alinhar sua equipe e fazê-la entender a proposta. Vender o seu produto ou serviço não deve ser o foco, mas sim a produção de conteúdo que seja útil e relevante na vida do seu público-alvo no momento em que ele mais precisa.

Se você trabalha, por exemplo, com vendas de roupas, deve ir além da divulgação das peças e do saturado “compre agora”. É essencial afunilar a relação com os clientes. Você pode, por exemplo, mandar e-mails marketing semanais com as novidades do mundo da moda, ou montar uma lista em seu blog sobre as tendências na próxima estação. O consumidor quer se relacionar com uma marca que se preocupa com ele, que demonstra mais que interesse comercial, que entrega, sobretudo, experiência.

Vale lembrar que ter um blog e alimentá-lo vez ou outra não é marketing de conteúdo. É preciso planejamento e estratégia. Conhecer o seu público é o primeiro passo para entender como o seu conteúdo será direcionado, o que pretende com ele e, assim, projetar resultados. Na produção em si, há infinitas possibilidades de formato: e-mail marketing, listas, textos em blog, e-books, vídeos. Cada um tem uma finalidade diferente, resultando em experiências únicas para o usuário.

É importante ainda mensurar as métricas deste conteúdo para aprimorar a performance do seu marketing. Com dados precisos, é possível fazer ajustes e acertar cada vez mais o seu

público. Em sua, aqui estão alguns dos motivos para você começar agora a planejar o seu marketing de conteúdo:

- Melhorar o relacionamento com os clientes e, com isso, reduzir o impacto causado pela concorrência;
- Projeta a sua marca, deixando-a bem posicionada nos motores de busca;
- Provoca a imersão do público, que gera engajamento. O cliente não vai só comprar, mas colocar sua marca em momentos da vida dele;
- Aumentar as vendas e criar multiplicadores do seu produto ou serviço.

~~Quer saber mais sobre conteúdo de marketing? Venha conversar conosco, vamos estudar e revolucionar sua marca, conectando-a às pessoas atingidas.~~