

# Marketing de Conteúdo

Atualmente os consumidores têm se desligado do mundo tradicional do marketing. Eles são donos! Eles trocam de canal na publicidade televisiva, muitas vezes ignoram publicidade em revistas e, agora, tornaram-se tão adepto do “surf” online que eles vão direto nas informações não olhando para banners ou botões de propaganda.

Os comerciantes espertos entendem que o marketing tradicional está se tornando cada vez menos eficaz a cada minuto, e que tem de haver uma maneira melhor para oferecer seus produtos. É aí que entra o marketing de conteúdo começa.

## *O que é Marketing de Conteúdo?*

O marketing de conteúdo é uma técnica de criação e distribuição de conteúdo valioso, relevante e consistente para atrair e adquirir um público bem definido de marketing. Em especial, com o objetivo de dirigir a ação do cliente rentável para a aquisição dos produtos que são oferecidos.

O propósito do marketing de conteúdo é o de atrair e reter clientes de forma consistente a partir de conteúdo escrito ou em mídia disponibilizado em um site. Para tanto é preciso ter uma criação de conteúdo relevante e valioso, com a intenção de mudar ou melhorar o comportamento do consumidor. É um processo contínuo que está melhor integrado nas atuais estratégias globais de marketing e centra-se em possuir meios de comunicação, não alugá-lo.

Basicamente, o marketing de conteúdo é a arte de se comunicar com seus clientes e potenciais clientes sem vender nada para eles, em princípio. Em vez de lançar seus produtos ou serviços em propagandas diretas, você está entregando informação que faz com que o comprador tome uma escolha inteligente na hora de optar por produtos semelhantes a aqueles que você vende. A essência dessa estratégia de conteúdo é a crença de que se nós, como as empresas, fornecemos informações valiosas para os compradores, eles finalmente vão brincar o seu negócio com lealdade e vendas.

E eles fazem isso! Marketing de conteúdo está sendo usado por algumas das maiores organizações empresariais em todo o mundo, incluindo a Microsoft e John Deere.

Também é desenvolvido e executado por pequenas empresas e mesmo por pessoa que vendem seus produtos individualmente na internet. Por quê? Porque ele funciona.

### ***Marketing é impossível sem grande conteúdo***

Independentemente de qual tipo de táticas de marketing que você usa, o marketing de conteúdo deve ser parte de seu processo, e não algo separado. Conteúdo de qualidade é parte de todas as formas de comercialização na internet atualmente.

Seja no marketing de mídia social onde a estratégia de marketing de conteúdo vem antes de sua estratégia de mídia social. Seja nas estratégias de SEO onde os motores de busca recompensam empresas que publicam conteúdo de qualidade, consistente e original. Seja em estratégias de relações públicas bem-sucedidas, onde se deve abordar questões que os leitores se preocupam, não o seu próprio negócio.

Para ser eficaz no marketing de conteúdo, é essencial ter uma estratégia de marketing bem definida. O que envolve definir seu público-alvo e sobretudo pesquisa, muita pesquisa, sobre quais são os interesses desse público e o que ele procura ou necessita.

Pesquisas recentes apontam que 80% dos agentes que tomam decisões em empresas preferem obter informações sobre a empresa que eles estão interessados em uma série de artigos do que em suas propagandas. Desse, 75% afirmam que o marketing de conteúdo fazem eles se sentirem mais próximos da empresa patrocinadora, enquanto 60% dizem que o conteúdo da empresa ajuda a tomar melhores decisões sobre os produtos que eles querem comprar.

Pense nisso. Se você está pensando em comprar algo, não é melhor ler um bom artigo, com conteúdo relevante escrito em um estilo imparcial do que ver um vídeo comercial de 30 segundos sobre o produto?

E os blogs e escritores nisso? A demanda cada vez maior por marketing de conteúdo criou um enorme nicho de mercado para escritores e blogueiros em todo o mundo. É um modo de exercer suas habilidades de escrita e fazer uma boa renda sendo contratado como escritor para uma empresa ou participando de um programa de afiliados.

### ANALISE SEO (by Textalyser)

<b>Total word count :</b>	<b>673</b>
<b>Number of different words :</b>	300
<b>Complexity factor (Lexical Density) :</b>	48.1%
<b>Readability (Gunning-Fog Index) : (6-easy 20-hard)</b>	14.2
<b>Total number of characters :</b>	4161
<b>Number of characters without spaces :</b>	3392
<b>Average Syllables per Word :</b>	2.2
<b>Sentence count :</b>	33
<b>Average sentence length (words) :</b>	22.61
<b>Max sentence length (words) :</b>	41

#### Frequency and top words :

Word	Occurrences	Frequency	Rank
marketing de conteúdo	9	1.9%	4
que	25	5.3%	1
marketing	11	2.3%	2
para	10	2.1%	3
conteúdo	10	2.1%	3
marketing de conteúdo	9	1.9%	4
eles	9	1.9%	4
uma	8	1.7%	5
produtos	6	1.3%	6
com	6	1.3%	6
por	6	1.3%	6

#### 2 word phrases frequency :

Expression	Expression count	Frequency	Prominence
de conteúdo	6	0.9%	69.5
o marketing_de_conteúdo	5	0.8%	57.3
estratégia de	4	0.6%	36.1
que o	4	0.6%	43.1
de marketing	4	0.6%	52.7
marketing_de_conteúdo	4	0.6%	62.1
marketing de	4	0.6%	67.2
o	4	0.6%	80.5
que eles	3	0.5%	39.2
o que	3	0.5%	42.4
seus produtos	3	0.5%	63.8
do que	2	0.3%	8.9
da empresa	2	0.3%	10.7