

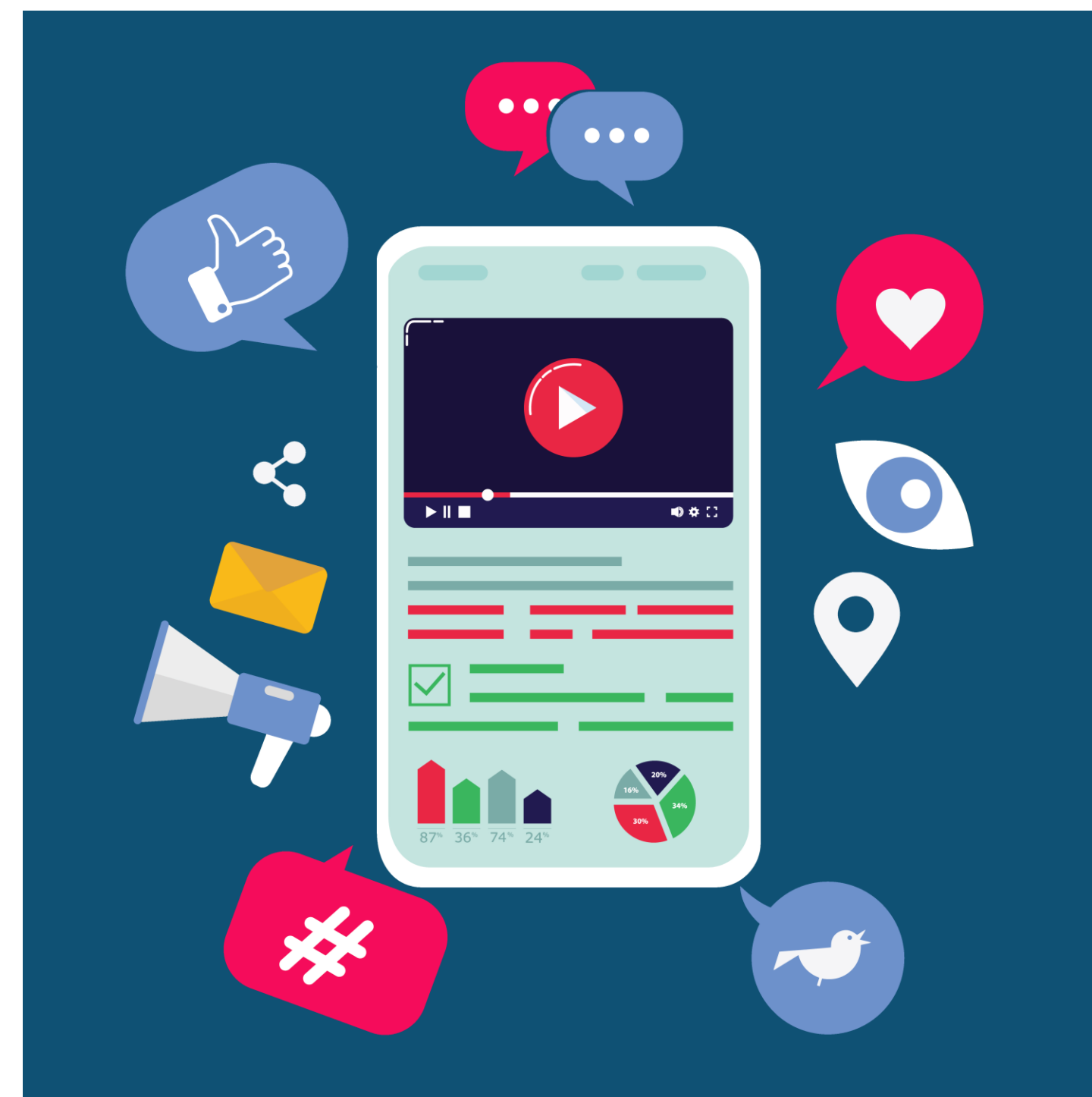


DIVERSIDADE E
INCLUSÃO

PRODUÇÃO DE CONTEÚDO



A produção de conteúdo se baseia na criação de diferentes materiais, como textos, e-books, vídeos ou podcasts, com o intuito de fornecer informações relevantes para determinado público. Conhecer a fundo as melhores práticas ou ferramentas, por exemplo, pode potencializar a eficiência das suas ações.

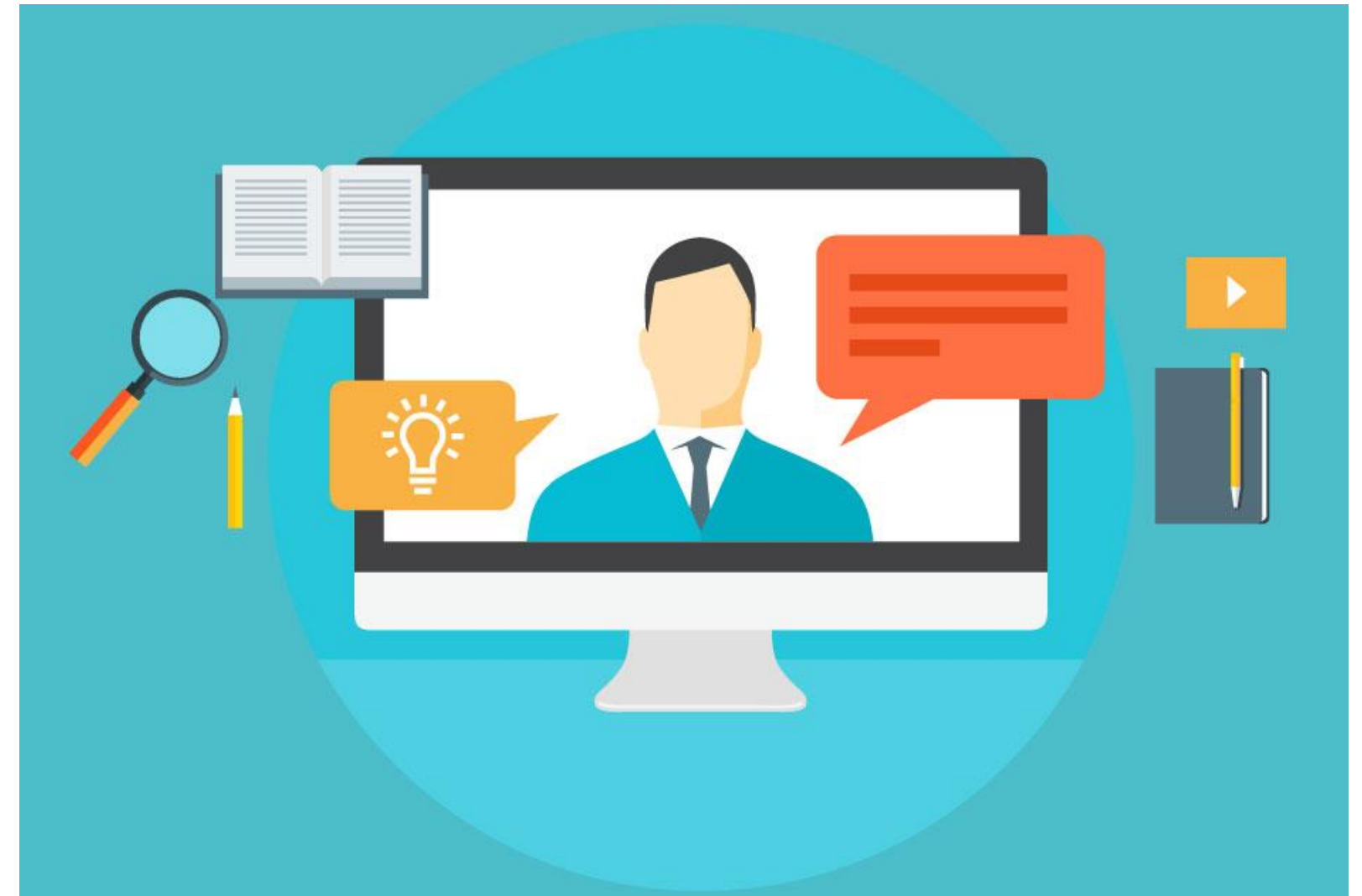


PRODUÇÃO DE CONTEÚDO

- O que é;
- Como surgiu;
- O que é um criador de conteúdo digital;
- 9 ferramentas para criação de conteúdo;
- Etapas da produção;
- Ferramentas de conteúdo;
- Erro comum na produção de conteúdo para web.

O QUE É PRODUÇÃO DE CONTEÚDO

A produção de conteúdo significa, na prática, o ato de oferecer materiais — em diferentes formatos ou plataformas — que sejam úteis e relevantes para um determinado público e, assim, atrair mais consumidores em potencial para o seu negócio. O objetivo é se tornar uma autoridade em um segmento de atuação específico.



COMO SURTIU A PRODUÇÃO DE CONTEÚDO

A implementação de uma estratégia de conteúdo ao que hoje está sob os holofotes começou em 1895.

John Deere, criador do primeiro arado de aço forjado e dono de uma companhia de máquinas agrícolas batizada com o nome dele, lançou a própria publicação da empresa, chamada “The Furrow”.

A revista não era usada para veicular propaganda dos seus produtos, mas para levar informação ao público-alvo sobre técnicas de produção, histórias pessoais de agricultores e notícias sobre o mercado.



COMO SURTIU A PRODUÇÃO DE CONTEÚDO

Poucos anos depois da iniciativa de Deere circulou o primeiro “Guia Michelin”, da fabricante de pneus de origem francesa. Para que as pessoas tivessem razões para ter um carro e viajar — e, portanto, comprar pneus —, a empresa lançou o guia que trazia informações sobre gastronomia e turismo. Mais eficaz que publicar um catálogo de pneus, não?



COMO SURTIU A PRODUÇÃO DE CONTEÚDO

Ao longo do século passado, mais empresas deram um gás aos seus negócios por meio da produção de conteúdo.

Temos também o exemplo da Lego, que, nos anos 1980, publicou a revista “Brick Kinks” — o objetivo era incentivar o uso do brinquedo para fins pedagógicos e mostrar que o produto ia muito além da diversão.



COMO SURTIU A PRODUÇÃO DE CONTEÚDO

Na década seguinte, em 1998, foi criado o Custom Publishing Council (Conselho de Publicações Personalizadas), nos Estados Unidos. A entidade era totalmente dedicada à criação de revistas publicadas por marcas, o que há anos já fazia sucesso no mercado.

Por fim, em 2001, o termo Content Marketing foi criado pela empresa norte-americana Penton Custom Media, dirigida pelo mesmo fundador do Content Marketing Institute (CMI), Joe Pulizzi.



Joe Pulizzi.

O QUE É UM CRIADOR DE CONTEÚDO DIGITAL

Um criador de conteúdo digital pode atuar de diferentes formas, seja por conta própria, com parcerias ou contratado por alguma empresa, gerando conteúdo de valor para atender a uma estratégia de marketing de conteúdo.

No entanto, é válido ressaltar que o produtor de conteúdo nem sempre é um influenciador. Visto que o seu principal objetivo não é influenciar, mas sim compartilhar conteúdo relevante para ajudar, divertir, entreter ou inspirar pessoas.



O QUE É UM CRIADOR DE CONTEÚDO DIGITAL

Se, antes, atuar com conteúdo era algo mais direcionado para profissionais da comunicação e marketing, hoje, é cada vez mais comum, que qualquer pessoa com conhecimento em algum assunto específico, desenvolva materiais informativos e educativos para a web.



9 Ferramentas para criação de conteúdo



• 1. Google Trends

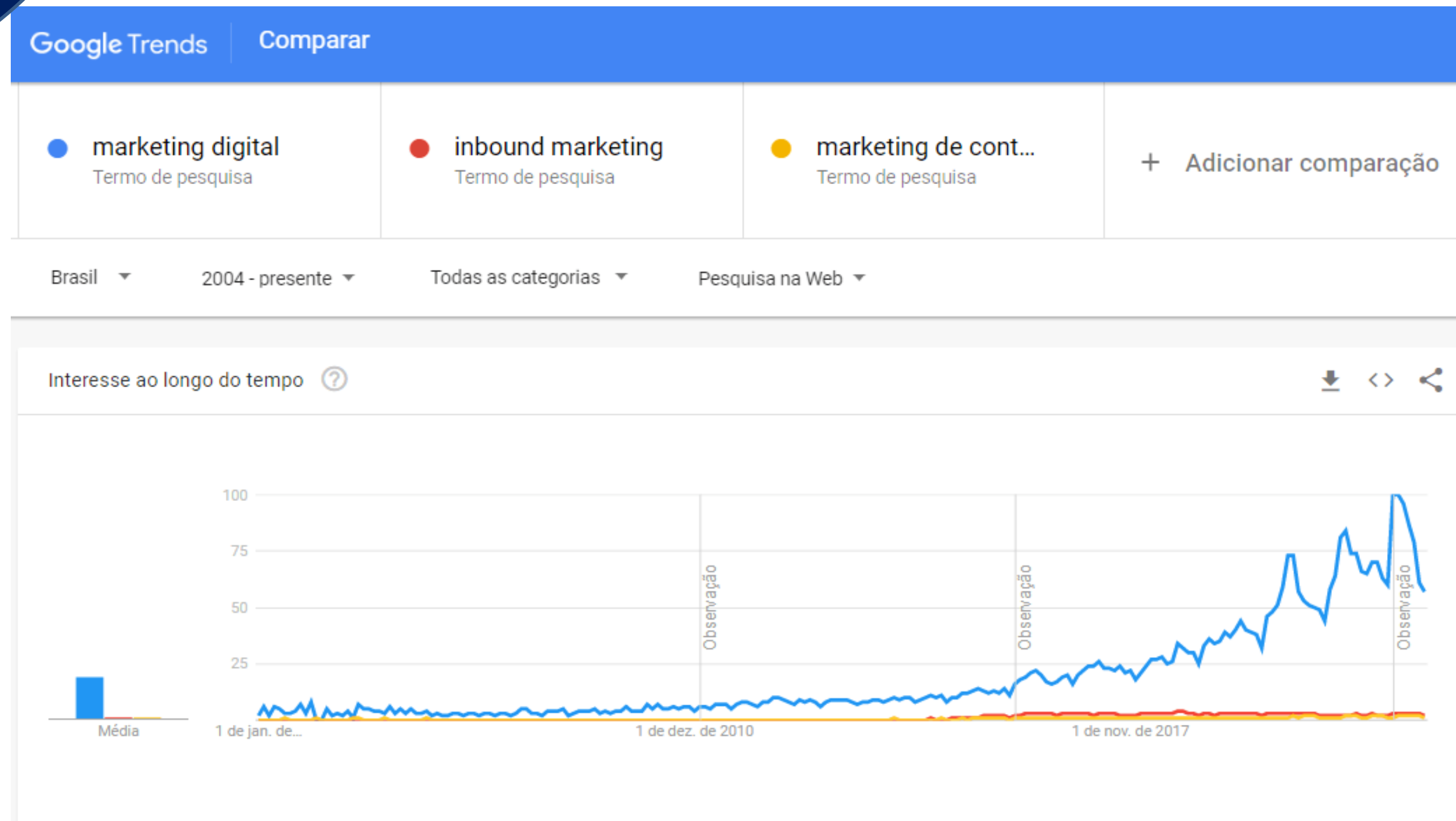
O Google Trends é uma ferramenta do Google que identifica tendências de pesquisa. Você pode adicionar uma palavra-chave e analisar o interesse por ela:

- Ao longo do tempo: nos últimos anos ou por ano, dia e em tempo real (nas últimas 24 horas);
- Por região: no mundo todo ou por país, estado e, até mesmo, cidade;
- Por categoria: artes e entretenimento, ciência, compras, esportes, finanças, notícias, saúde...

9 Ferramentas para criação de conteúdo

- **1. Google Trends**

O Google Trends também mostra assuntos e pesquisas relacionadas, além de possibilitar que uma comparação entre palavras-chave seja feita:



9 Ferramentas para criação de conteúdo



- **2. Semrush**

A Semrush é uma ferramenta bastante conhecida entre os profissionais de Marketing Digital porque, com ela, você consegue mensurar o volume de buscas por palavras-chave, identificar as principais referências ao seu negócio e analisar as dos seus concorrentes.

A ferramenta também fornece informações como tráfego orgânico, posições nos resultados de busca do Google e backlinks de qualquer site!

9 Ferramentas para criação de conteúdo

- **2. Semrush**

Assim, dá para criar conteúdo otimizado para SEO, para anúncios e para as redes sociais, além de acompanhar o alcance do conteúdo e sempre melhorá-lo com base nas métricas e outros insights, fazer pesquisa de mercado, entre outras tantas utilidades.



9 Ferramentas para criação de conteúdo



- **3. AnswerThePublic**

Da mesma forma, na AnswerThePublic, é possível pesquisar uma palavra e ver o que (e de que forma) as pessoas estão buscando no contexto dela — inclusive, na língua de vários países —, além de que a ferramenta possui uma funcionalidade de análise de conteúdo.

Ela é ótima para ter insights para o seu negócio como um todo, permitindo também que o conteúdo seja o mais personalizado e criativo possível!

- **4. People Also Ask**

O People Also Ask é um recurso do próprio Google que também ajuda a entender o que as pessoas costumam pesquisar sobre determinada palavra, contribuindo para aprofundar no tema de cada conteúdo!

Basta você pesquisar uma palavra-chave no Google e, logo abaixo dos primeiros resultados, vão aparecer perguntas relacionadas a ela:

9 Ferramentas para criação de conteúdo

As pessoas também perguntam

O que é marketing do conteúdo?

O que é Marketing de Conteúdo exemplos?

Como montar um Marketing de Conteúdo?

Quais as principais características do Marketing de Conteúdo?

9 Ferramentas para criação de conteúdo

- 4. People Also Ask

Ainda mais abaixo dos resultados, o Google também mostra as pesquisas relacionadas, que também vale dar uma olhada:

Pesquisas relacionadas

🔍 marketing de conteúdo **exemplos**

🔍 marketing de conteúdo **pdf**

🔍 marketing de conteúdo **livro**

🔍 marketing de conteúdo **social media**

🔍 marketing de conteúdo **na internet**

🔍 **como planejar o** marketing de conteúdo?

9 Ferramentas para criação de conteúdo



- **5. Google Drive**

O Google Drive é uma ferramenta que ajuda na organização e na produção de conteúdo porque, através dela, você pode criar e compartilhar documentos de uma forma que facilita a escrita, revisão, aprovação e publicação, por exemplo.

Tudo é salvo automaticamente na nuvem, assim, o conteúdo não se perde e você pode acompanhar todas as etapas do processo!

9 Ferramentas para criação de conteúdo

- **5. Google Drive**

Com o Google Drive, também é possível criar planilhas para estruturar o seu calendário editorial, por exemplo, e ainda usar o próprio Google Agenda para auxiliar na organização, criando eventos e lembretes.



9 Ferramentas para criação de conteúdo

• 6. Calendário de Conteúdo

O Calendário de Conteúdo é uma planilha 100% gratuita da Orgânica com um passo a passo para planejar suas ações de Marketing de Conteúdo no blog e nas redes sociais, contemplando:

- Personas;
- Canais;
- Formatos de conteúdo;
- Linhas editoriais;
- Conteúdos.

O calendário gerado por ela facilita a visualização do seu planejamento de produção de conteúdo em um formato muito mais intuitivo

orgânica organicadigital.com

> Melhore seus resultados com materiais gratuitos sobre marketing e vendas

Mês: agosto/2022

DOM	SEG	TER	QUA	QUI	SEX	SÁB
31	1 10:00 Artigo 1000 palavras 12:30 Foto no Feed	2 12:30 Nutrição 12:30 Vídeo no Reels 12:30 Vídeo (entre 5 e 15 min)	3 10:00 Artigo 2000 palavras 12:30 Carrossel no Feed	4 12:30 Nutrição 12:30 Foto no Feed 12:30 Vídeo (entre 5 e 15 min) 16:30 Vídeo (entre 5 e 15 min)	5 12:30 Foto no Feed	6 12:30 Foto no Feed
7 15:00 Foto no Feed	8 10:00 Artigo 1000 palavras 12:30 Foto no Feed	9 12:30 Nutrição 12:30 Vídeo no Reels 12:30 Vídeo (entre 5 e 15 min)	10 10:00 Artigo 2000 palavras 12:30 Carrossel no Feed	11 12:30 Nutrição 12:30 Foto no Feed 12:30 Vídeo (entre 5 e 15 min) 16:30 Vídeo (entre 5 e 15 min)	12 12:30 Foto no Feed	13 12:30 Foto no Feed
14 15:00 Foto no Feed	15 10:00 Artigo 1000 palavras 10:00 Artigo 1000 palavras	16 12:30 Nutrição 12:30 Vídeo no Reels 12:30 Vídeo (entre 5 e 15 min)	17 10:00 Artigo 2000 palavras 12:30 Carrossel no Feed	18 12:30 Nutrição 12:30 Foto no Feed 12:30 Vídeo (entre 5 e 15 min) 16:30 Vídeo (entre 5 e 15 min)	19 12:30 Foto no Feed	20 12:30 Foto no Feed
21 15:00 Foto no Feed	22 10:00 Artigo 1000 palavras 12:30 Foto no Feed	23 12:30 Nutrição 12:30 Vídeo no Reels 12:30 Vídeo (entre 5 e 15 min)	24 10:00 Artigo 2000 palavras 12:30 Carrossel no Feed	25 12:30 Nutrição 12:30 Foto no Feed 12:30 Vídeo (entre 5 e 15 min) 16:30 Vídeo (entre 5 e 15 min)	26 12:30 Foto no Feed	27 12:30 Foto no Feed
28 15:00 Foto no Feed	29 10:00 Artigo 1000 palavras 12:30 Foto no Feed	30 12:30 Nutrição 12:30 Vídeo no Reels 12:30 Vídeo (entre 5 e 15 min)	31 10:00 Artigo 2000 palavras 12:30 Carrossel no Feed	1	2	3

9 Ferramentas para criação de conteúdo



WORDPRESS

- **7. WordPress**

O WordPress é uma das ferramentas mais utilizadas entre os profissionais de Marketing Digital porque permite criar sites, blogs, e-commerces, aplicativos e publicar conteúdo de uma maneira muito simples!

E não é por acaso: o WordPress se trata justamente de um CMS (Content Management System ou Sistema de Gerenciamento de Conteúdo) que não exige conhecimento em programação, então você consegue produzir páginas com textos, imagens, vídeos, áudios... e também tem acesso a designs e plugins que permitem personalizar as páginas facilmente.

9 Ferramentas para criação de conteúdo

The Canva logo is displayed in a white, cursive font against a background with a blue-to-purple gradient.

- **8. Canva**

O Canva é um dos melhores exemplos de Inbound Marketing— além de ser, é lógico, uma ferramenta de design gratuita e muito fácil de usar, que merece toda a sua popularidade.

Com ela, você pode criar peças para usar no seu site, blog, redes sociais, anúncios e até produzir materiais ricos, como e-books e infográficos.

O Canva também dá a opção de compartilhamento, além de ter salvamento automático, o que garante a segurança do seu trabalho durante a criação de conteúdo!

9 Ferramentas para criação de conteúdo



- **9. Adobe Creative Cloud**

A Adobe Creative Cloud é um serviço em nuvem que disponibiliza mais de 20 ferramentas para criação de conteúdo, como:

- Acrobat Pro;
- After Effects;
- Dreamweaver;
- Illustrator;
- InDesign;
- Lightroom;
- Photoshop;
- Premiere Pro.

Com ela, você consegue criar e editar imagens, fotos, vídeos, animações e muitos outros conteúdos — alinhados, por exemplo, à identidade visual da sua empresa!

ETAPAS DA PRODUÇÃO

A produção ou escrita do conteúdo é um processo que pode ser dividido em pequenas etapas, de maneira que o redator irá montar uma pequena checklist, indicando o passo a passo para se produzir em tempo hábil e com qualidade web.



Elaboração da pauta

A pauta é o que informa o tipo de conteúdo a ser produzido. Nela é necessário identificar o objetivo a ser atingido, a melhor maneira de conquistá-lo e como desenvolver o conteúdo de maneira satisfatória.

Nessa etapa é necessário conhecer a persona, ou um perfil médio de quem irá consumir o artigo, vídeo ou imagem, de maneira que o redator, ao compreender a pauta, saberá o tom que deve utilizar, linguagem e palavras-chaves.

ETAPAS DA PRODUÇÃO



Storytelling e rascunho

O storytelling é muito conhecido no cinema e na literatura. Trata-se de um pequeno resumo prévio de tudo o que será inserido no texto. O redator irá pensar qual informação deve vir antes, para que a próxima faça sentido, e assim criar uma sequência lógica para transmitir a informação.

ETAPAS DA PRODUÇÃO



Storytelling e rascunho

Definido o storytelling, ou o roteiro da redação, é necessário fazer um rascunho, mas sempre tendo em mente que essa será a versão final. Fazer um rascunho não significa escrever de qualquer jeito, você já deve redigi-lo com a maior qualidade possível.

ETAPAS DA PRODUÇÃO



Revisão e versão final

Por mais perfeito que fique o rascunho, dificilmente ele seguirá em frente sem passar por uma rigorosa revisão.

Nela, é necessário estar atento a todo e qualquer erro ortográfico ou gramatical. Se o seu conteúdo possui um erro de digitação, ou possui um grave engano na norma padrão da língua, é um dos fatores que fazem com que ele perca autoridade entre os leitores.

ETAPAS DA PRODUÇÃO



Revisão e versão final

Quando todas essas correções são feitas, é hora de mandar o texto para a publicação. A revisão foi eficiente quando você consegue responder às seguintes perguntas:

ETAPAS DA PRODUÇÃO



Revisão e versão final

- O texto se adequa à pauta?
- A persona será engajada?
- Todos os erros de digitação e gramaticais foram corrigidos?
- A quantidade de palavras está dentro do pedido?
- Há palavras-chaves?

ETAPAS DA PRODUÇÃO



FORMATOS DE CONTEÚDO

- **Blog posts**

Os blog posts são o formato de produção de conteúdo mais importante para uma estratégia digital.

Um dos seus principais objetivos é posicionar as páginas do site em mecanismos de buscas, como Google e Bing.

Com isso, visitantes que se encaixam no perfil de cliente ideal são atraídos e podem dar continuidade à jornada do consumidor.



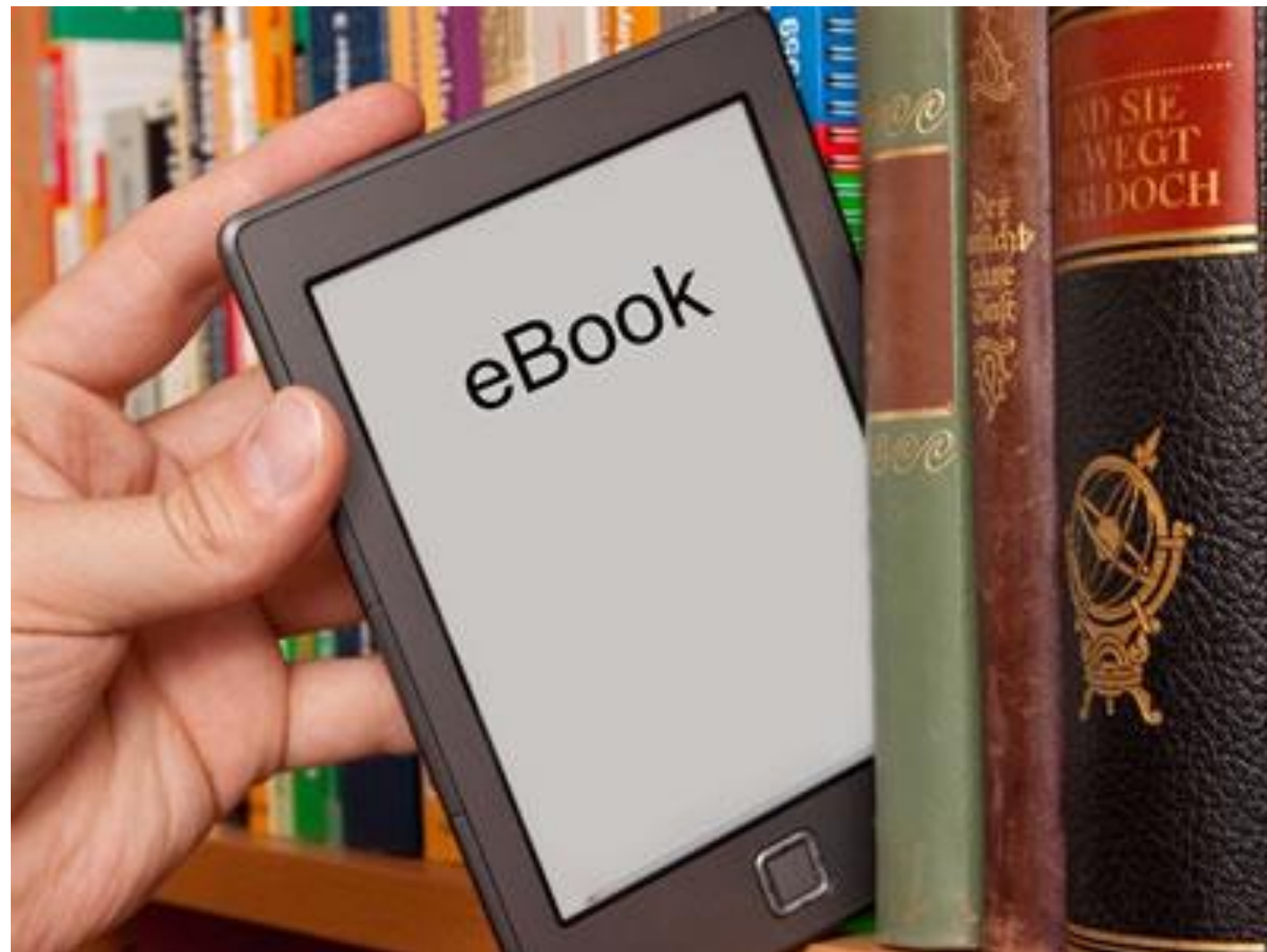
FORMATOS DE CONTEÚDO

- E-books

Os e-books são conteúdos mais aprofundados sobre um determinado tema.

Sua produção dá bastante trabalho, mas sua função é mais específica: converter visitantes em leads.

Como são distribuídos em formato de arquivo, exigem que o usuário forneça dados de contato para realizar o download.



FORMATOS DE CONTEÚDO

- Posts em redes sociais

Os posts em redes sociais servem para diversos objetivos de marketing digital.

Por exemplo, gerar tráfego para o blog, engajar seguidores e divulgar a marca nas principais plataformas de interação.

Há diversas ferramentas e funcionalidades voltadas a tais tarefas, como o Facebook, Instagram, Twitter, YouTube e LinkedIn.

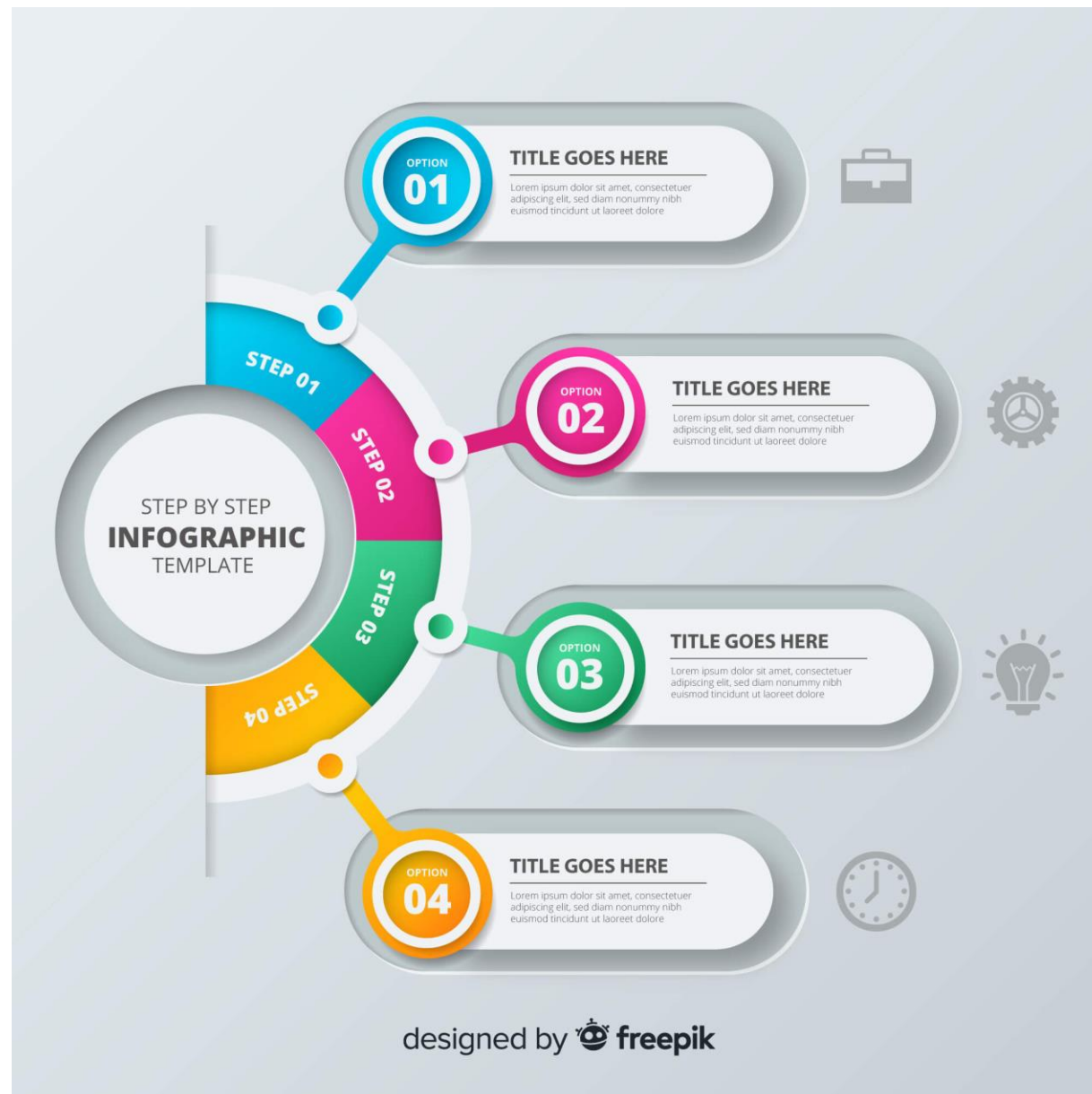


FORMATOS DE CONTEÚDO

- **Infográficos**

Os infográficos são materiais ricos que aliam imagem e texto em um formato agradável para facilitar a leitura.

Eles podem ser usados tanto para complementar outros tipos de conteúdo quanto para gerar leads.



FORMATOS DE CONTEÚDO

- Vídeos

Os vídeos são um formato de produção de conteúdo audiovisual.

Eles são ideais para consumo, pois prendem a atenção do usuário e facilitam o entendimento das informações.



FORMATOS DE CONTEÚDO

- **Imagens**

As imagens são comumente usadas como complementos para os demais formatos de conteúdo.

Elas ilustram o que está sendo dito e trazem informações extras para o usuário.



FORMATOS DE CONTEÚDO

- Outros formatos

Existem muitos outros formatos de conteúdo na internet.

Entre eles, podemos destacar alguns.

Os podcasts privilegiam o áudio e podem ser consumidos simultaneamente a outras tarefas.

As apresentações de slides funcionam em um modelo que coloca o usuário no controle.



FORMATOS DE CONTEÚDO

- **Outros formatos**

Já webinars são vídeos ao vivo que contam com a participação dos espectadores, possibilitando a interação.

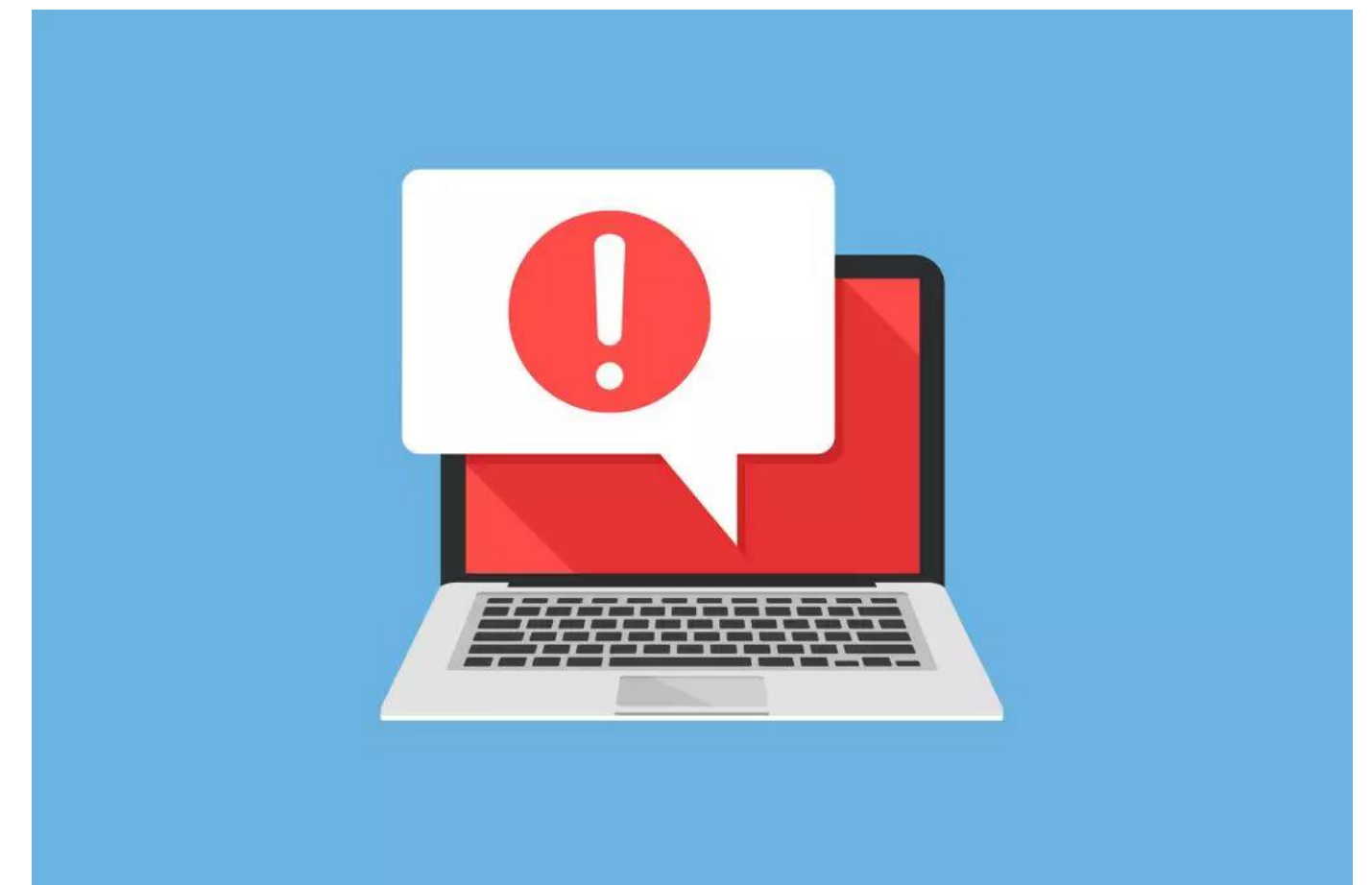
Alguns outros formatos são as pesquisas de mercado, quizzes, newsletters, GIFs e estudos de caso.



Erro comum na produção de conteúdo para a web

O primeiro erro que muitos cometem ao pensar em produção de conteúdo para web é ignorar as diferenças entre esse tipo de criação e o trabalho com outros formatos de textos em geral.

Entretanto, existem outros problemas que podem interferir na qualidade das peças e prejudicar a estratégia, veja a seguir.



Erro comum na produção de conteúdo para a web

- **Plágio de conteúdo**

Originalidade é a palavra de ordem na produção de conteúdo para web. Não à toa listamos essa observação em primeiro lugar.

Quem copia outros sites parcial ou totalmente está arriscando a própria autoridade na Internet.

Além disso, o plágio é desagradável, prejudica a experiência do público, afeta a credibilidade da empresa e pode justificar seríssimos problemas judiciais pelos direitos autorais do proprietário — é crime, inclusive.



Erro comum na produção de conteúdo para a web

- **Plágio de conteúdo**

Ao indexar as páginas na web, buscadores como o Google penalizam aquelas que apresentam cópias de outros sites aos usuários. Essa atitude é considerada Black Hat e também afeta os seus esforços de SEO.

Entretanto, se você cria uma imagem de autoridade e, a longo prazo, oferece conteúdos inéditos, de melhor qualidade em relação aos já existentes na web e com capacidade para suprir a demanda da persona, certamente terá um bom lugar nos resultados de pesquisa e no market share de informações digitais.



www.nurap.org.br



*DIVERSIDADE E
INCLUSÃO*

