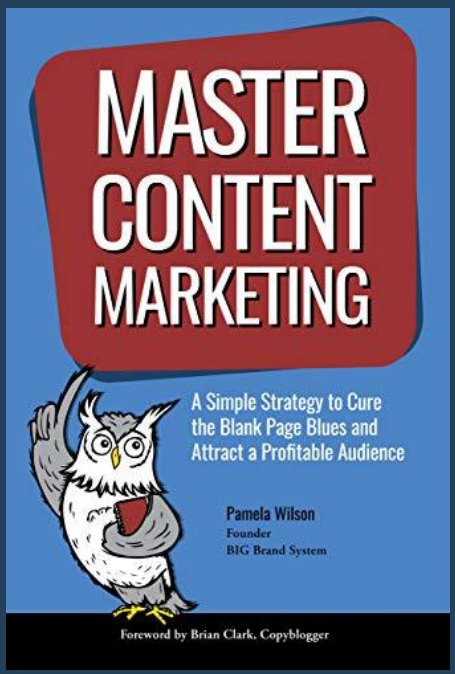
Master Content Marketing



Master Content Marketing
Ano de publicação: 2016
Autor: Pamela Wilson
191 páginas
Link para compra: https://amzn.to/39suB1k

O livro possui 223 páginas divididas em quatro partes. É um instrumento de estudo e também um guia que indica quais passos dar e quais não se arriscar quando se trata de propaganda. Nos mostra com clareza como o *marketing* pode ser mais eficiente do que nunca, além de sedutor e certeiro.
Pamela Wilson diz que precisamos explorar como sermos criadores mais eficientes, nos mostrando que a nossa criatividade deve se tornar parte de uma rotina diária, assim como escovar os dentes e tomar banho.
"*Master Content Marketing* é um manual de instrução que você irá querer ter ao seu alcance toda vez que for criar um novo conteúdo. Mesmo se você não se considerar um escritor, esse sistema faz com que o conteúdo de *marketing* seja totalmente gerenciável." Beth Hayden, estrategista de *marketing* de conteúdo.

Avaliação geral

8

10 Aplicabilidade
7 Inspiração
7 Inovação
9 Impacto no resultado
8 Estrutura

Principais ideias do livro

- O novo *marketing* propõe para as pessoas uma vivência melhor do que a que elas têm antes de consumir o produto;
- As criações não devem fazer parte de um processo entediante e de procrastinação, mas sim fazer parte da rotina do criador;
- *Content criation* é tanto uma tarefa física quanto mental, sendo importante planejar esses dois aspectos;
- Antes de tudo, o consumidor precisa saber se você vende o produto ou o serviço que ele deseja;
- É extremamente importante ter um menu coeso de informações em seu site;
- Você precisa apresentar uma breve história do seu negócio de forma simples e clara de entender;
- Uma característica importante dos sistemas de gerenciamento de conteúdo é adicionar categorias ao conteúdo que você cria;
- A organização da disposição de itens do site precisa ser planejada com inteligência, para atrair o cliente;
- O título do seu conteúdo deve ser atraente;
- Manter o leitor agarrado do início ao fim da sua criação é a chave do reconhecimento do seu site;
- Os subtítulos e resumo são muito importantes para o seu conteúdo;

Esse livro é indicado para quem?

Master Content Marketing é indicado para aqueles que trabalham com propaganda e *marketing*, assim como estudantes do ramo e interessados em expandir os negócios, criar um produto novo ou aumentar o lucro de sua empresa.

Visão geral do livro

Overview: Do velho para o novo

Antigamente, a propaganda era feita por meio de veículos como o jornal, papéis colados pela cidade, folhetos, cupons e pelas ondas de rádio. O marketing era empurrado em sua direção, querendo você ou não, em todos os lugares.
Você não pedia para receber folhetos de promoção em sua caixa de correio. O mesmo com a propaganda de rádio. A propaganda era sinônimo de incômodo, de invasão.
Com o advento da internet, esta se tornou mais sutil e permitiu um compartilhamento de informações nunca antes visto. Além disso, os hábitos das pessoas foram se modificando e o *marketing* foi se tornando muito mais inteligente e até divertido.
O novo *marketing* explora os desejos das pessoas e propõe uma vivência melhor do que a que elas têm antes de consumir o produto. Segundo a autora, as criações não devem fazer parte de um processo entediante e de procrastinação, mas sim fazer parte da rotina do criador.

> *O marketing de conteúdo é mais do que um chavão. È a tendência mais quente do marketing, porque é a maior lacuna entre o que os compradores querem e as marcas produzem”*

Assim como tomar banho, deve ser quase que automático, não demandando muito esforço mental, sendo simples, fácil e eficiente. Isso parece ser uma habilidade heróica, mas não é tão difícil assim, segundo Pamela Wilson.
Content criation, que é como a autora coloca essa nova forma de *marketing*, é tanto uma tarefa física quanto mental, sendo importante planejar esses dois aspectos.
Uma vez que o seu ambiente físico de trabalho esteja preparado e pronto, você será capaz de criar conteúdo da mesma forma que escova os dentes: você terá o que precisa em mãos, daí é só começar!

Overview: O planejamento certo é a chave de tudo

Pamela Wilson nos ensina que o consumidor precisa saber se você vende o produto ou o serviço que ele deseja. Quando as pessoas navegam no seu *website*, normalmente já possuem muitas perguntas em mente, mas a principal é sempre “O que eu vou encontrar aqui para mim?”
“As pessoas geralmente não navegam na *web* com objetivos altruístas em mente, elas estão procurando algo para elas comprarem.”
Quando entram em um *website*, querem saber se você possui o que esperam adquirir. É por isso que é muito importante ter um menu coeso de informações em seu site, assim como um menu de restaurante deve ter um cardápio coeso de comidas.
Lembre-se que você precisa apresentar uma breve história do seu negócio de forma simples e clara de entender. Você quer que o visitante do seu site responda “O que eu vou encontrar aqui para mim?” de modo claro e rápido, e isso pode ser feito tendo uma organização visual bem definida em seu site.
Pamela Wilson destaca: “Uma história coesa é uma história mais fácil de ser lembrada e compartilhada.”

Fazer isso leva tempo e envolve um planejamento prévio, mas o esforço vale a pena. O planejamento ajudará a manter o seu site no caminho certo e garantirá que você conte uma história consistente ao longo do tempo.
Uma característica importante dos sistemas de gerenciamento de conteúdo é adicionar categorias ao conteúdo que você cria. Isso porque as categorias ajudam seus consumidores a achar informações relacionadas no seu site.
Uma das coisas mais inteligentes que você pode fazer - mesmo se seu site estiver já estabelecido - é configurar categorias claras em que você pode ajustar o seu conteúdo a qualquer hora.
Pamela nos recomenda não apresentar mais de oito a dez categorias totais para um site. A maioria dos sistemas de *marketing* de conteúdo também oferece *tags*, que não precisam ser tão limitadas quanto as categorias, e devem ser mais específicas.
Toda essa organização da disposição de itens do website precisa ser planejada cuidadosamente e com inteligência para atrair o cliente.

Overview: 7 passos para um conteúdo bem sucedido

O marketing de conteúdo funciona melhor quando cada um dos elementos abaixo estão presentes e bem escritos. É necessário que cada tópico seja polido da melhor maneira!

Título atraente

Você quer que o seu conteúdo seja visto, certo? Então gaste muito do seu tempo trabalhando para escrever um título que realmente envolva as pessoas.
Esse “chamado inicial” deve atrair o público e ser instigante, assim, possivelmente essa pessoa retornará a seu site para contemplar novidades e rever conteúdos antigos que julgou interessantes.

A primeira sentença

É importantíssimo que o visitante de seu site seja “fisgado” pela primeira parte apresentada em seu layout. Ele deve se sentir preso, não de modo forçado, ao seu conteúdo. Mantê-lo agarrado do início ao fim da sua criação é a chave do reconhecimento do seu site.

A introdução

Talvez você não tenha se dado conta que todo e qualquer conteúdo possui uma seção introdutória. O conteúdo deve possuir uma introdução que sirva como uma transmissora para a seção de conteúdo principal.
Essa é a primeira parte da sua página online onde você está pedindo ao leitor que se comprometa com a leitura que você produziu. O leitor viu o título e o clicou, leu a sua primeira sentença, e agora o importante é garantir que ele continue lendo.

Os subtítulos

Se você não está acostumado a usar subtítulos, está na hora de colocar em prática o uso dessa ferramenta muito útil na construção do conteúdo.
Subtítulos são uma importante maneira de fazer com que o seu conteúdo online seja digerido de forma fácil pelo leitor, além de possibilitar uma melhor e ilimitada divisão das seções dentro do site.

A cópia principal

O que seria a cópia principal? É todo o resto! Consiste em toda a parte além das seções e conteúdos já citados. É o coração do seu conteúdo virtual, deve ser alvo de muita atenção e comprometimento, para que o visitante se sinta atraído pelos argumentos apresentados.

O resumo

Todas as boas postagens possuem um resumo. Em algum momento no fim da apresentação do conteúdo você precisa encerrar o tópico que está cobrindo e levar os leitores até o elemento final do conteúdo.

O chamado para a ação

O conteúdo de marketing serve a um propósito de negócio. Ele ajuda o seu website a ser achado e atrai prosperidade ao seu negócio. Partir para a ação de escrever e ver no que vai dar é muito mais eficaz do que não agir e ficar só imaginando ou procrastinando a criação

O que outros autores dizem a respeito?

Tom Chatfield, autor de “Como Viver na Era Digital”, afirma que, hoje em dia, um conteúdo na internet se torna relevante não mais pelo endosso de um especialista no assunto, mas pela popularidade que ele alcança junto ao público.
Essa abordagem abre margem para que a massa consumidora seja alvo de manipulação. Isso poderia produzir até mesmo a imposição de mentiras e boatos sobre a verdade.
Sobre a importância da Internet para o marketing, Seth Godin, autor do livro “This Is Marketing” explica que a internet mudou as regras do jogo. Ela é o meio de comunicação mais massivo que já foi criado, pois conecta bilhões de pessoas.
“Dotcom Secrets” é uma obra que revela os segredos do *marketing* digital. Russell Brunson revela a importância de criar um personagem atrativo. Esse conceito envolve encontrar maneiras de dividir a sua história, entre elementos, identidade e narrativas, tornando-a envolvente e fazendo com que as pessoas te sigam por encontrarem uma conexão pessoal.

Certo, mas como eu posso aplicar isso na minha vida?

Agora que você já está por dentro dos conceitos do livro, que tal recapitular algumas coisas?

- A criação de um conteúdo não deve ser um processo entediante e de procrastinação, mas sim fazer parte da rotina do criador;
- O seu site precisa deixar claro para o cliente se ele possui o que deseja;
- A organização do conteúdo precisa ser bem acessível e simples;
- A disposição dos itens do site precisa ser planejada com inteligência;
- A separação por categorias auxilia o visitante a encontrar melhor o que você o oferece;
- O visitante deve se sentir entretido durante todo o conteúdo, desde o título, introdução, conteúdo principal e etc;
- O primeiro passo sempre é o mais difícil, mas é essencial dar prioridade à ação, ao invés de manter as ideias trancadas na mente;

Se você gostou desse livro, aproveite para conhecer nosso acervo completo com centenas de Pocketbooks dos maiores sucessos nas áreas de gestão, marketing e vendas, liderança, estratégia, desenvolvimento pessoal e empreendedorismo!

Clique e acesse agora: www.pocketbook4you.com

O conteúdo apresentado acima traduz a visão e análise crítica da nossa equipe de redatores, respeitando os fundamentos de propriedade intelectual no Brasil (artigo 8, inciso I). Nenhuma parte do livro está sendo copiada. São conteúdos únicos e exclusivos, sempre dando créditos aos autores e indicando o link para aquisição da obra completa. A PocketBook4You respeita o código de direitos autorais de acordo com o estabelecido na legislação brasileira, Lei 9.610/98. Este conteúdo é de propriedade exclusiva da PocketBook4You e está protegido pela Lei de Direitos Autorais em seus artigos 46, I, (a) e em seu artigo 47, isso porque não se trata de reprodução e também não lhe implicam qualquer descrédito, pelo contrário, o direito moral é protegido e, como ressaltado anteriormente, o leitor recebe um link para adquirir a obra. É proibida a reprodução deste material sem a autorização da empresa.