

Introdução

Transcrição

[00:00] Bem-vindos a segunda parte do curso de blog corporativo. Meu nome é Míriam Manguiera e se você ainda não fez a primeira parte, eu recomendo que você pause agora. Claro que você deve saber muita coisa de marketing digital, talvez você até já seja um blogueiro profissional.

[00:13] É que na primeira parte, a gente já fez o blog, a gente já construiu todo esse blog do ByteBank, fez os menus e páginas, escreveu vários posts e eu tenho certeza que você não vai querer perder nada disso, vai querer aprender desde o começo, ótimo.

[00:29] Bem, no caso de você já saber blogar, de você já ter uma empresa, já fazer isso profissionalmente e tiver interessado apenas na segunda parte do curso, seja também bem-vindo, e vamos lá. O que você vai ver nesse curso de agora em diante?

[00:44] Você vai aprender a pensar de forma diferente sobre a blogagem. Blogar não é simplesmente colocar um monte de palavras dentro de um (psyte) e fazer com que as pessoas cheguem de alguma maneira até lá. Não, tem que ter um mindset todo preparado para pensar na estratégia, o que que você quer que aconteça no futuro.

[01:01] Por isso é que a gente vai usar uma ferramenta muito legal, que é o funil do growth marketing. Já ouviu falar de growth marketing e growth hacking? Senão ó, está tudo respondido, é só seguir adiante que você vai entender exatamente como isso funciona.

[01:14] Mas, basicamente, existe uma separação entre as pessoas que conhecem o seu produto e aquelas que não conhecem o seu produto ou serviço. Essas pessoas têm nomes diferentes e pensar que existem etapas diferentes de conhecimento sobre o seu negócio, ajuda na produção do conteúdo. [01:30] Porque se eu quero entreter um visitante, por exemplo, eu vou entregar coisas mais leves, mais fáceis de serem assimiladas. Agora, se eu tenho cliente, como o ByteBank, que já usa o cartão, mas que precisa aprender um pouquinho mais sobre o outro serviço, como investimentos, por exemplo.

[01:44] Eu preciso ter um tipo de conteúdo, muito mais elaborado, para lidar com essas pessoas. Então, como o objetivo de blogar, para o ByteBank, é estreitar o relacionamento com seus clientes, é ser um canal mais ágil de atendimento.

[02:00] E especialmente, responder as dúvidas que eles têm. Ótimo, é seguindo essa estratégia que a gente vai conseguir então, produzir um conteúdo de forma escalável. Aposto que você está doido para saber o que é isso.

[02:13] E também, a gente vai documentar todo o conteúdo em algumas ferramentas gratuitas. Desde a persona, dos interesses das pessoas que você definiu como persona, a jornada de compra e também qualquer ideia de conteúdo legal ou que possa virar um blogpost ou virar um ebook ou qualquer outro formato de conteúdo.

[02:35] A gente vai registrar todas as publicações, tanto em planilhas acessíveis gratuitamente, quanto você vai conhecer algumas ferramentas de automação, que fazem o mesmo trabalho, tanto da RD, quanto da Contentools, que podem te ajudar a publicar conteúdo de maneira mais eficiente.

[02:52] E também, podem te ajudar a programar a publicação, livrando o seu tempo para a parte mais importante, que é a gestão das pessoas. Eu estou mostrando aqui o comentário do blog no zero, mas eu já vi um comentário em uma das postagens que a gente fez.

[03:08] Essa gestão das pessoas, do relacionamento, é importante para caramba e só vai sobrar tempo se você fizer isso de forma automatizada. Também é bem interessante pensar no blog como um projeto. Exatamente, gestão de projeto.

[03:22] E por isso, a gente usa uma ferramenta importante durante o curso, chamada Trello, que vai ajudar então a documentar todos os objetivos desse seu projeto, criar um blog corporativo e também dividir bem as tarefas entre as pessoas que fazem parte da sua equipe ou que forem contratados por você para realizar determinadas tarefas.

[03:42] Como designer, por exemplo. Tenho certeza que você está bem mais animado agora, que você vai, com isso, conseguir liberar todo esse potencial criativo que tem aí no seu coração, aí na sua mente e vai se tornar um blogueiro profissional ou vai melhorar a atividade de blogagem que você já faz. Vamos começar.