

Hacks para blogar melhor

Transcrição

[00:00] Recentemente, teve o evento, chamado: Conexão Trello, que apresentou, como diversas equipes, de diversas startups de empresas bem sucedidas no Brasil, têm usado a ferramenta para gerenciar os seus projetos e suas equipes. Bem, aqui, ó, como é um quadro interessante para todo mundo...

[00:18] Que explica como gerar leads qualificados, através do seu planejamento de marketing digital, eu vou compartilhar o endereço, para que você possa consultar sempre precisar. Bem, como é que esses quadros ficam organizados? Você quem decide, mas no caso da produção de conteúdo.

[00:33] Se você estiver precisando, enxergar todo um processo, da pré produção, até a pós produção, bem, aqui está só um lembrete, qual que é objetivo marketing dessa empresa, vou fechar o quadro, pode ficar só ilustrado pelas cores. Aqui, é para a gente visualizar, o que que cada uma delas significa.

[00:51] E aí, você pode reparar, na simplicidade do quadro, bem aqui está o objetivo de marketing, para lembrar a equipe inteira, do porquê que estamos produzindo conteúdo. As atividades para o nível básico, dentro da estratégia de gerar leads, tem uma série de ações que tem que ser feitas.

[01:07] Então, a oferta, como aquele ebook, que a gente fez, como recompensa digital, criar uma landing page, poderia ser uma segunda estratégia, para lançar o blog, por exemplo, revisar e testar o fluxo do landing page. E aí, quando a gente clica em cada um desses cards, tem uma descrição bem detalhada de para que que ele serve.

[01:26] Aqui, tem também alguns links anexados, materiais que podem facilitar a compreensão da equipe ou a realização do trabalho. E aí, é como se a gente pegasse tudo aquilo que a switch Google oferece e também tivesse algo semelhante, uma ferramenta gratuita e que também teve ações pagas.

[01:44] E, pode ser usado para gerenciar pessoas, ideias e projetos. Então, como muitas equipes, têm trabalhado com o Trello, além de organizar, tudo o que tem que ser feito nos quadros, também se criam novos quadros, para a gente saber o andamento das tarefas.

[02:00] Então, exatamente como aquela planilha que mostra o calendário de conteúdo, que mostra as ideias para o planejamento de posts, você poderia estar acrescentando em etapas diferentes, e passando essas tarefas lá do planejamento para a realização, como feitas.

[02:18] Então, fica aqui, essa dica, de uma ferramenta que pode otimizar bastante a gestão das ideias e da sua equipe, se for o caso. Tem muita empresa, de marketing digital, no Brasil também, usando uma outra solução, para gerenciamento dos e-mails, especialmente.

[02:38] Eu quero criar lista de emails, para todos aqueles formulários e todas aquelas campanhas que eu preciso entregar, para que os clientes do ByteBank, continuem visitando o blog. Cada post novo, por exemplo, pode ser conteúdo de uma newsletter e a gente já usou, mailchimp.

[02:55] Tanto para gerenciar, a lista que foi gerada, a partir desse formulário de opt in, todo mundo que deixa o nome e o email aqui, vem para a minha lista, que se chama ByteBank. Como a gente está em fase de testes, vocês estão vendo números muito pequenos, que vão variar bastante...

[03:21] Ao longo da experiência do ByteBank, com a Gaztaciones. Mas aqui, todo mundo que se inscreve, então, no formulário de opt in, vai parar na minha lista, o que que eu faço com essa lista depois, que eu tenho um monte de email? Vou criar campanhas de email marketing, para continuar nutrindo as minhas listas.

[03:38] De acordo com a etapa do funil, que cada pessoa tiver. Esse software da RD, ele também te permite criar essas listas, criar as campanhas de email. Só que, automaticamente, a pessoa, o meu lead, a pessoa que faz uma ação diferente, por exemplo, eu mandei um email, ela leu, clicou no link e aceitou o desafio ByteBank.

[04:40] Opa, esse lead está um pouco mais qualificado, do que aquela pessoa que acabou de abrir o blog e está olhando: "Hã? ByteBank? O que que é isso?". A gente concorda que, essas duas pessoas, estão em etapas diferentes da jornada de compra, e que a pessoa que nunca ouviu falar da marca ByteBank...

[04:15] Vai demorar mais tempo, provavelmente, para entender que isso aqui é um bom banco, do que uma pessoa que já veio, baixou, leu o desafio, leu os outros posts. Então, a gente consegue direcionar, automaticamente, tanto as listas, quanto as campanhas e o software, ele acaba reagindo a tudo que as pessoas fizerem, à forma que elas reagem, nossas call to actions, as nossas CTAs.

[04:45] Então, são duas ferramentas diferentes, que podem ser trabalhadas complementarmente, tem a versão também paga do mailchimp, que te permite automatizar essas listas, tão bem, quanto o RD. Então, ficam duas sugestões.

[05:00] Porque, vocês perceberam, como é que o processo manual de criação de conteúdo, ele pode ser um pouco lento, a gente pode fazer tudo, aqui dentro do WordPress, já pré programar os post, já deixar os esboços das ideias, mas eu confesso, que é muito mais agradável, visualizar o processo como um todo.

[05:18] E daí, cada tipo de ação, que você vai tomar, em relação ao blog, pode contar com uma ferramenta diferente. Tem uma outra ferramenta, que a gente gosta bastante aqui na Gaztaciones, que acha super da hora, que é a Contenttools, o que que Contenttools faz de parecido com o Trello?

[05:35] Eu posso criar, esse mesmo fluxo, de processo de criação, criação de conteúdo. Eu posso, aqui, ó, eu já tenho, uma área para a minha estratégia. Bom, eu posso aqui, então, definir, quem são as personas, documentar as personas. Documentar, qual que é estágio da jornada de compras, que ela está.

[05:58] Simplificá-la, em três etapas, porque assim, eu consigo lidar melhor. O que que eu tenho problema aqui? Eu vou, escrevo o que que eu tenho de problema. Bem, meus clientes não sabem o que é um banco digital, mas tem uma conta, porque não pagam tarifa.

[06:22] Então, esse é um problema, na etapa de descoberta, eu preciso tomar uma atitude em relação a isso, mas se eu tenho, visualmente, a possibilidade, de sempre lembrar, o que que a minha persona, tem de problema, na hora de escrever, eu escrevo de forma direcionada.

[06:39] Aqui, eu também posso ver, a estratégia, eu posso anotar as palavras-chave, eu posso anotar, quais são os objetivos principais do meu negócio ou da minha blogagem. No caso do ByteBank, aproximar as pessoas do banco, o outro objetivo que a gente tem muito grande, esclarecer um grande volume de dúvidas dos clientes ao mesmo tempo.

[07:11] Então, nessa... Opa, eu não estou salvando aqui. Mas, nessa etapa, a gente pode, então, planejar, na estratégia, quem são as personas, qual que é o foco do seu conteúdo, para essa persona e especialmente, qual que é o problema que ela está encarando, que ela não está conseguindo resolver, que você pode solucionar, através do seu negócio e da sua ferramenta.

[07:41] Tem também, numa fase de ideias. Enquanto Trello, vai te mostrar painéis sequenciais e tudo o que você precisar fazer, vai ficar aqui horizontalmente distribuído. Na Contenttools, está separado por cada etapa do processo de produção de conteúdo.

[08:00] Então, você tem aqui, ó, planejamento, criação, distribuição e análise, que é a etapa do Analytics. Todos os dados gerados, ficam documentados, para que você possa recriar e avaliar as suas estratégias. Então, o mais legal desse tipo de plataforma em relação ao que a gente tem no Trello é que aqui, todas as dez ficam registradas.

[08:27] Então, o granstrom está aqui, o que foi aprovado está aqui, o que está agendado para publicação, vai ficar nessa outra parte e o que não foi aceito, também está registrado. Qual é a grande vantagem de eu visualizar isso tudo? Olha, eu raramente vou propor uma ideia rejeitada, se eu consigo visualizar, qual é o tipo de conteúdo que eu não quero produzir ou que não deu certo.

[08:51] Eu também, vou saber, qual é o tipo de conteúdo, mais bem aceito ou pelo meu cliente, é o caso do ByteBank ou pelo meu público, que lê, as personas. Então, fica muito mais prático, visualizar, o conteúdo dessa maneira.

[09:06] Bem, a outra possibilidade, também, é poder ter todos os conteúdos, já publicados, dentro de um mesmo painel. O próprio WordPress, vai listar todos os posts que foram feitos dentro do painel. O bacana daqui é que eu posso saber, exatamente, quanto tempo durou para produzir cada um daqueles conteúdos.

[09:29] Eu posso avaliar, qual foi o conteúdo, que mais viralizou, enfim e também, eu posso atribuir à minha equipe as tarefas que faltam. Bem, também tem uma função de calendário, legal, bem semelhante, interessante e nesse calendário, se eu tivesse preenchido todas as minhas ideias de conteúdo...

[09:50] Aqui nessa segunda... na primeira etapa do processo de produção, eu ia estar visualizando, já no calendário, o que está programado. E aí, ó, aqui na produção, toda a vez que eu crio um conteúdo, eu posso já compartilhar nas redes sociais. Vou clicar aqui nesse.

[10:09] No painel, tem aqui, qual é o status da minha criação, como é que foi o workflow de produção e se eu quiser, eu posso, a partir desse mesmo painel, compartilhar ou agendar nas redes sociais, bem ótimo, bem prático. E também, tem uma livreria, uma biblioteca.

[10:32] Tem uma biblioteca de conteúdos, que também vai aparecer, tudo o que você já publicou, tudo o que você já criou e tem uma nova funcionalidade dessa ferramenta, que é a análise do SEO, enquanto você está escrevendo um conteúdo, a ferramenta vai avaliando.

[10:47] Se você está lembrando de fazer o seu título, de acordo com o seu link permanente, se você está inserindo subtítulos, se você está usando aqueles níveis de H1, até H6, para ajudar a ranquear melhor. E outras todas, uns 52 itens do SEO, que você vai encarar aí pela frente.

[11:10] Inclusive, os aspectos técnicos. Bem, aqui no Analytics, por fim, então, se você estiver com ele integrado no seu painel do WordPress, você também vai poder visualizar aqui, tudo o que você enxerga lá no Google Analytics e também no painel do próprio WordPress.

[11:28] Bem, a última coisa que eu gostaria de te dizer que é importante, é que você se preocupe, caso você deseje realmente, ser um produtor de conteúdo e trabalhar como um analista de marketing, é muito importante que você em algum momento da sua carreira, preste atenção nessas siglas aqui: HTML e na outra CSS.

[11:48] Essas duas linguagens de programação, elas estão na base da plataforma WordPress e de quase todos os sites que tem aqui na internet. Então, por que que vale a pena aprender uma dessas duas linguagens ou ambas em algum momento da sua carreira, se você quer ser um analista de marketing?

[12:07] Você não vai precisar de tantos plugins, de tantos (addons) e você vai poder resolver algumas integrações com mais facilidade, criar funcionalidades, criar formulários, sem depender de uma outra ferramenta. Então, fica aqui a sugestão, para quem quer desenvolver, ainda mais, a carreira do marketing digital.

[12:26] Pensar, em incluir, aí, duas linguagens de programação, na sua lista de aprendizados. Bem, outra coisa importante, para fechar mesmo é o desafio ByteBank. Então, coloca lá o seu nome na planilha, se você topou o desafio, a gente vai deixar ela disponível, durante todo o tempo, que esse curso estiver no ar.

[14:47] Para que você saiba, então, como é que está o ranqueamento, mas o mais importante, é que você possa, no próximo ano, tirar as férias você merece. Esse desafio, é para você volte a dar importância para as suas férias, para que você pense que a vida, ela precisa muito desse tempo de não fazer nada.

[13:05] Do ósseo criativo, do “de boismo”, para que você continue tendo muito material para criar. O seu cérebro funciona de duas maneiras, no modo ativado, que é o modo de aprendizado, de trabalho e no modo desativado, sem esse tempo de descansar e relaxar, você não está se ajudando a aprender mais e melhor.

[13:26] De forma relaxada e descontraída. Então, aceita lá o desafio, para que no próximo ano, você possa mandar as fotos da tua viagem internacional ou para qualquer lugar do Brasil, podendo valorizar esse momento tão legal, que são as suas férias. Chega lá no fórum, comenta conta o que você achou.

[13:45] Ajuda a gente a manter atualizadas as ferramentas, eu falei algumas, eu tenho certeza que você conhece um monte de outras ferramentas, que podem facilitar a nossa vida como produtor de conteúdo, como gestor de marketing, como analista de marketing. Então, é para a gente compartilhar mesmo.

[14:02] Que bom que você ficou até aqui. Parabéns por ter chegado até o fim do curso e é isso. Espero que você possa cada vez mais otimizar o seu tempo, aprimorar a sua forma de produzir conteúdo e alcançar ótimos resultados, encontrando o público certo, para ler aquilo que você cria e também que goste e encontre valor e utilidade naquilo que você faz. Até a próxima.