

Por que o Marketing de Conteúdo é importante para qualquer negócio

Você provavelmente já ouviu ou leu o termo [Marketing de Conteúdo](#) em algum lugar. Nos últimos anos, a estratégia vem ganhando cada vez mais reconhecimento e muitas empresas estão investindo pesado no uso do **conteúdo de qualidade para atrair o seu público**.

Quase 92% das empresas entrevistadas pela pesquisa [Content Trends 2017](#) já afirmam investir na estratégia. Além disso, cerca de 61% das empresas também pretendem aumentar o investimento em Marketing de Conteúdo no próximo ano. Por que tantas empresas estão apostando pesado no conteúdo? Vamos mostrar para você os principais motivos para se investir na estratégia. Pronto para descobrir porque o Marketing de Conteúdo é importante para a estratégia de [marketing digital](#) de qualquer negócio?

Motivo 1: Visibilidade nos mecanismos de busca

Quando você tem uma dúvida sobre algo, o que você faz? Joga no Google.

O mecanismo de busca é o oráculo da internet: é muito raro encontrar um usuário que não use o Google para sanar suas dúvidas sobre algum assunto. E é aí que entra o Marketing de Conteúdo e a sua empresa!

O maior princípio da estratégia é criar conteúdo de qualidade para **resolver um problema ou tirar uma dúvida da sua persona** (entenda melhor esse conceito no [livro de Adele Revella](#)), ou seja, do seu comprador ideal.

Assim, você vai fazer uma pesquisa de [palavras-chave](#) para descobrir o que a sua persona busca no Google, e logo depois

você vai produzir um conteúdo perfeito para aquela palavra-chave. Otimize o seu post com técnicas de [SEO](#) (*Search Engine Optimization*, ou otimização para mecanismos de busca) e link building, divulgue-o bastante e acompanhe a performance daquele conteúdo no Google. Se ele for o melhor sobre o tema e estiver 100% otimizado, as chances da sua empresa parar **na primeira página do buscador são enormes!**

Estando na primeira página, quando o usuário buscar por aquela palavra-chave, ele provavelmente vai clicar no seu conteúdo. Se você tiver resolvido sua dúvida, ele vai passar a confiar na sua marca e você acabou de ganhar um leitor (e possível cliente futuro) fiel.

O Marketing de Conteúdo funciona basicamente dessa maneira: produzindo conteúdo de qualidade, com estratégias de SEO, para melhorar a visibilidade da sua empresa na internet. Afinal, quem não quer estar na primeira página do Google?

Motivo 2: O Marketing de Conteúdo proporciona mais conteúdo de marca

O motivo número 2 parece óbvio quando estamos falando de uma estratégia que se baseia principalmente na produção de conteúdo, mas vamos explicá-lo um pouco melhor. Quando você investe no Marketing de Conteúdo, é essencial que você crie uma frequência de postagem no seu blog. O número ideal varia de empresa para empresa, é claro, mas pense em postar pelo menos 2 ou 3 vezes por semana.

Vamos supor que você escolha postar 3 vezes por semana no [blog](#) da sua empresa. No final do mês, você terá produzido cerca de 12 conteúdos. São 12 conteúdos onde você está tirando dúvidas do seu comprador ideal, explicando conceitos ou ajudando-o em algum problema que ele tinha. Esse volume de conteúdo de qualidade é muito relevante!

Quanto mais bom conteúdo você publica no seu blog, **mais a sua marca estará exposta na internet**. Mais exposição gera mais oportunidades de negócios, que gera mais clientes.. e por aí vai!

Motivo 3: Com o Marketing de Conteúdo você ganha mais relevância nas redes sociais

A maioria das empresas sofre bastante na hora de produzir conteúdo para as [redes sociais](#).

Muitas não sabem quais assuntos abordar, como abordar, e acabam abandonando seus canais por não ver resultado nas redes sociais. Esse é um grande erro! As redes sociais, hoje, funcionam como uma vitrine na internet. **Elas amplificam a sua marca e criam um relacionamento direto com o seu consumidor.**

Não desista da estratégia! Se você investir no Marketing de Conteúdo, ele também será um grande aliado na resolução dos seus problemas com seus canais de redes sociais.

Mas como uma coisa se relaciona a outra?

Nas redes sociais os usuários buscam muita coisa: entretenimento, engajamento, conhecimento... e, é claro, resoluções de dúvidas. Além de gerar conteúdo para você garantir que não ficará mais sem postagens na sua [página do Facebook](#), por exemplo, o Marketing de Conteúdo também ajudará sua empresa a ser **mais relevante nas redes sociais**, já que você estará disponibilizando conteúdo gratuito e do interesse do seu público.

Se o usuário gostar muito do seu blog post ou e-book, ele compartilhará o post com seus amigos, e sua visibilidade será muito maior. Resumindo: nunca deixe de promover os conteúdos do seu blog nas suas redes sociais, hein?

O famoso Gary Vaynerchuk até escreveu um livro, [Nocaute](#), com dicas preciosíssimas de comportamento em cada rede social.

[Nocaute](#)

Motivo 4: O Marketing de Conteúdo faz a sua marca se tornar uma autoridade na

área

Outro motivo excelente para empresas investirem em Marketing de Conteúdo é a **autoridade**. Ao produzir sempre conteúdos de relevância e que sanem as dúvidas dos seus leitores e potenciais clientes, você estará se colocando como uma autoridade no assunto.

Vamos supor que sua empresa vende suplementos alimentares, por exemplo. Quando alguém tiver dúvidas sobre o assunto (como qual suplemento é o ideal para ele) você quer que sua empresa seja a primeira que ele vai se lembrar, certo?

O Marketing de Conteúdo vai fazer isso por você! A frequência de produção é chave para conseguir autoridade. Quando mais conteúdo que resolve um problema para seu público você tiver, maiores as chances da sua marca ser vista como uma autoridade absoluta no mercado.

Motivo 5: Crescer sua rede de clientes e potenciais clientes

Esse é o motivo mais interessante para empresas investirem na estratégia de Marketing de Conteúdo. Como ele ajudará você a conseguir novos clientes?

Com o Marketing de Conteúdo, você conduzirá a sua persona por um [funil de vendas](#), produzindo cada vez mais conteúdo mais aprofundado para o estágio que ela está no funil.

No topo do funil, por exemplo, é quando o usuário encontrará sua empresa no Google. Posts no blog são as maiores armas dessa fase! Nesse momento, o usuário ainda não sabe que tem um problema que precisa ser resolvido. Aqui, o foco é **criar conteúdo relevante e de atração**, para que o seu leitor continue voltando ao seu blog, virando um leitor fiel, para assim ele seguir para as próximas etapas do funil.

No meio e no fundo do funil o foco é na produção de conteúdo mais aprofundado e mais focado em resolver as dores do seu agora potencial cliente, até que ele perceba que você está oferecendo uma ótima solução para a necessidade que ele tem!

Resumindo, o Marketing de Conteúdo é uma forma a longo prazo de atrair potenciais clientes fiéis para a sua marca.

Motivo 6: O Marketing de Conteúdo cria uma relação mais próxima entre marca e leitores/clientes

Se um blog sempre fornecer conteúdo relevante, interessante e de qualidade para você, qual seria a sua relação com ele? Com certeza, esse blog estaria salvo na sua aba de favoritos e você confiaria cegamente nas publicações que eles fazem.

O Marketing de Conteúdo funciona com esse valor. Você quer, afinal, que os seus leitores e potenciais clientes **confiem em você**. O Marketing de Conteúdo bem feito consegue criar uma relação muito mais íntima entre marca e leitor, já que os usuários que entram no seu blog (e continuam voltando) estão mostrando que aqueles conteúdos são relevantes para eles.

A estratégia consegue te dar dados muito interessantes sobre as dores da sua persona, criando laços muito mais próximos entre a sua empresa e o seu público.

Motivo 7: O Marketing de Conteúdo é muito mais barato que o Marketing tradicional

Se os outros 6 motivos que listamos não conseguiram convencer você, com certeza o nosso último motivo fará você considerar adotar o Marketing de Conteúdo para a sua empresa: a **estratégia é muito mais barata (e atrativa) do que o Marketing tradicional**.

A publicidade tradicional pode não ser a forma mais efetiva de divulgar a sua marca. Ela é invasiva, nem sempre é segmentada para o público certo (como segmentar um outdoor, por exemplo?) e não pode ser mensurada. Não estamos falando para você abandonar a publicidade tradicional (ela pode ser útil para várias coisas!), mas sim para repensar onde o seu investimento valerá mais a pena.

Vê como o Marketing de Conteúdo é mais benéfico? Claro que demandará tempo e esforço do seu lado, já que o Marketing de Conteúdo funciona a longo prazo (e você também precisará de dinheiro para contratar profissionais dedicados ao seu blog ou para contratar alguma empresa especialista no assunto).

Mas mesmo assim, no fim, a estratégia ainda é muito mais em conta (e duradoura) do que investir em uma propaganda na televisão, por exemplo, que não pode ser **mensurada**, ao contrário do Marketing de Conteúdo, onde você consegue medir exatamente todas as métricas essenciais para descobrir se você está tendo ou não bons resultados.

Esperamos que você tenha tirado as suas dúvidas sobre o assunto e que agora esteja pronto para investir na estratégia!

Não desista: os resultados no Marketing de Conteúdo chegam com o tempo.

Se você ficou com alguma dúvida, não deixe de acessar o nosso blog: rockcontent.com/blog.

E para se aprofundar no assunto, não perca o [Marketing de Conteúdo Épico](#), livro do Joe Pulizzi!

[Marketing de Conteúdo Épico](#)

Esse texto foi escrito pela equipe da [Rock Content](#), a maior empresa de Marketing de Conteúdo do Brasil.