

Produção de **Conteúdo**

Quem não se atualiza, fica para trás.
A pedida, hoje, é conteúdo de qualidade!





MARKETING
Tradicional x Inbound

A propaganda e o marketing sempre se propuseram a buscar o cliente e trazê-lo para perto – e isso FUNCIONA.

Entretanto, a chegada da tecnologia mudou para sempre a jornada do cliente: cada vez mais as pessoas têm poder de escolha e a usam com destreza.

Anúncios patrocinados podem ser considerados invasivos para parte do seu público e **gerar rejeição** ao invés de aproximá-lo de você.

■ **A alavancada do Inbound Marketing**

Foi então que o **Inbound Marketing** chegou com força para fazer o oposto do que a propaganda se propõe a fazer: ao invés de ir até o cliente, **o Inbound traz o consumidor até você.**

Uma grande ferramenta para conseguir esse efeito é o **Marketing de Conteúdo.**

A ESTRATÉGIA DO

Marketing de Conteúdo

I O que é?

O Marketing de Conteúdo é uma estratégia que consiste na produção de conteúdo de qualidade.

I Quais benefícios isso me traz?

- ✓ Uma boa estratégia irá educar seu cliente a respeito da necessidade de consumir seu produto/serviço;
- ✓ Aumentar o engajamento do seu público com a sua marca, trazendo-o para perto;
- ✓ Criar uma audiência fiel;
- ✓ Trazer notoriedade e autoridade para sua empresa;
- ✓ Aumentar a confiabilidade da sua marca.

Você sabe por que a Michelin, empresa do ramo automobilístico, é quem dá o título de “celebridade gastronômica” a restaurantes ao redor do mundo? Como foi que isso aconteceu, mesmo?

Isso, meus amigos, aconteceu por causa de um dos maiores – senão o maior – case de sucesso do Marketing de Conteúdo da história. Aliás, acredite se quiser, essa história se passou bem antes da existência da internet. Touché!

O Guia Michelin

O MAIOR CASE DE SUCESSO DO
MARKETING DE CONTEÚDO

Existia pouco mais de 3 mil veículos em toda a França em 1900. A Michelin já existia, mas fabricava pneus de bike nessa época. Na tentativa de **aquecer o mercado automobilístico** (para vender pneus de carros, obviamente), a marca criou o **Guia Michelin** – que hoje você conhece muito bem.

O guia reunia informações valiosas a motoristas, orientando-os a respeito da manutenção do carro, onde consertá-lo, etc, e era inicialmente distribuído em oficinas. VAI VENDENDO: o livro também continha uma compi-

lação dos melhores restaurantes e hotéis nos arredores.

A operação foi um sucesso! A fim de conhecer os locais apontados no guia, as pessoas passaram a fazer mais viagens de carro – coincidentemente, precisavam trocar seus pneus com mais frequência... e adivinha qual era a marca escolhida por eles? **BINGO.**

O Guia Michelin ganhou credibilidade e passou a “estrelar” os estabelecimentos em rankings. Daí as tais das “estrelas Michelin” que você tanto ouve falar.

É quase inacreditável, mas é verdade: **o Marketing de Conteúdo aumentou exponencialmente suas vendas e deu a uma empresa de pneus o posto de juíza da alta gastronomia.**

GERANDO

Novos leads

■ Gerar novos leads de forma orgânica

Como te explicamos anteriormente, o Marketing de Conteúdo evita utilizar-se de materiais patrocinados para alcançar novos leads: ao contrário, sua missão é gerar leads de forma orgânica.

■ Como ele faz isso?

A regra de ouro do Marketing de Conteúdo é: **produzir conteúdo de QUALIDADE, em diversos formatos diferentes.** Fotos, vídeos, blogposts e outros.

Tudo que pode ser incluso em um canal ou mídia social pode ser considerado um conteúdo em potencial de engajamento com o seu público.

COMO FUNCIONAM OS **Blogposts**

Na Semeia, nos utilizamos muito dos blogposts. Vamos te explicar por que preferimos esse formato:

- 1)** É mais fácil, rápido e barato de ser produzido;
- 2)** É mais fácil de ser encontrado nas pesquisas dos usuários pelos mecanismos de busca;
- 3)** Ajudam a ranquear o seu site mais efetivamente por poderem ser otimizados para SEO;
- 4)** Podem ser republicados em qualquer outra plataforma das redes sociais (Facebook, Instagram, LinkedIn e Twitter).

COMO PRODUZIMOS **o conteúdo?**

Por trás da produção de conteúdo para blogs, toda uma estratégia é traçada para te colocar à frente da concorrência.

1) Levantamento de palavras-chave

2) Produção de conteúdo para topo, meio e fundo de funil

3) Postagem nas redes sociais e monitoramento de desempenho

Quais benefícios isso trouxe?

1) Educar o mercado

O conteúdo educa a audiência, explica os motivos pelos quais famílias cujos filhos já saíram de casa (público alvo) devem trocar a casa por um apartamento de alto padrão (produto oferecido).

2) Criar audiência

O conteúdo coloca nosso cliente nos portais mais confiáveis e aces-

sados no País, sendo publicado em **48 diferentes websites** e contato com uma audiência em potencial de **118.590.627 de usuários**.

3) Tornar-se referência e ganhar autoridade

Ao invés de invadir o espaço do consumidor com anúncios indesejados, o Marketing de Conteúdo oferece informação de qualidade para ajuda-lo a tomar a decisão de compra.

Um exemplo do que podemos fazer por você:

Criamos conteúdo de qualidade, recheado de informações valiosas para consumidores em potencial de nosso cliente. Bem redigido, interessante e de fácil leitura, novo artigo foi publicado nos maiores portais do País.



48

Websites publicados

118.590.627

Audiência potencial estimada

389.303.246

Page views totais estimadas

[Clique para ler o texto na íntegra](#)

terra

DINO

Síndrome do ninho vazio: casais trocam a casa por apartamento

Mudar-se para um lar mais compacto pode ajudar a minimizar a sensação de vazio deixado pela saída dos filhos

17 JUL 2019 10h43

1 COMENTÁRIOS

Quando filhos saem de casa, é comum que os pais sintam sua ausência. Em algumas famílias esse sentimento é tão forte que causa verdadeira reviravolta na vida do casal: a casa já não parece a mesma sem a energia das crianças, a rotina, agora mais flexível, lhes soa confusa e o eixo central da vida dos pais parece desajustado. Isso tem nome: ninho vazio. E também tem solução: readaptação.

A Síndrome do Ninho Vazio é o nome dado ao desconforto sentido pelos pais após a saída dos filhos de casa.

Após décadas de planejamento centralizado neles, quando o cordão umbilical finalmente se rompe e os jovens adultos passam a tomar suas próprias decisões, deixando a casa dos pais, estes se veem diante da necessidade de replanejar suas vidas.

Como minimizar esse impacto? Existem algumas dicas que vão te ajudar a ressignificar essa etapa da vida e vivenciá-la de maneira mais prazerosa. Uma delas é trocar a casa da família, planejada para abrigar também os filhos, por um novo espaço: o apartamento.

Uma das empresas do Grupo Madia, a Madia Imóveis é uma das mais importantes imobiliárias de Valinhos e região. Para eles, oferecemos o serviço de produção de conteúdo para web, no formato de blogposts.

Veja mais em:
madianews.madiaimoveis.com.br

Clique nos textos para ler na íntegra

A tecnologia a seu favor: tour virtual chegou à Madia Imóveis

3 meses atrás • por madia • 32 Visualizações



Comprar ou alugar um imóvel é um processo empolgante, mas que demanda tempo e dedicação de todas as partes envolvidas, especialmente do comprador/locatário, que deve se preparar para visitar pessoalmente dezenas de imóveis até bater estaca no escolhido – ou pelo menos era assim que costumava funcionar.

A chegada da tecnologia no ramo imobiliário modificou muito esse processo – e para melhor. Hoje, é raro que alguém chegue à sede imobiliária sem ter procurado opções que lhe agradem na internet e sem estar munido de informações e fotos dos imóveis que lhe apeteceu online. Percebe que o contato com o corretor, hoje, é o segundo passo do comprador?

Se poupa tempo, está valendo!

Isso aconteceu porque a internet passou a fazer parte do processo de consumo das pessoas de maneira rápida e dominante. Quantas vezes você já se pegou procurando itens no mercado livre ao invés de ir às compras pessoalmente? Pois é: a praticidade é o grande diferencial do uso das tecnologias para essa finalidade.

Essa necessidade fez com que o ramo imobiliário também se adaptasse às novas demandas tecnológicas. Munido de apenas um celular, você tem acesso a imagens em alta resolução, maquetes digitais, tours em realidade virtual, fotos de drone, enfim. TUDO para lhe dar a melhor noção possível do imóvel em questão – sem ao

Caem taxas de juro para financiamento imobiliário

2 meses atrás • por madia • 56 Visualizações



Se você está em busca de um novo imóvel, temos boas notícias para você: bancos recentemente abaixaram suas taxas de juros nos financiamentos para a compra da casa própria. O acesso ao crédito deixou compradores mais confiantes, trazendo de volta à tona o sonho de conquistar seu imóvel próprio.

Embora a queda não pareça tão significativa a princípio, a diferença é enorme quando consideramos o valor total do financiamento – muitas vezes financiamento por mais de décadas de pagamento.

A insegurança do comprador

Comprar uma casa ou apartamento é uma decisão importante, que irá reger todo o planejamento financeiro do indivíduo, casal ou família que arcará com as despesas do financiamento.

Nesse momento, são muitos os fatores que impedem o comprador de ir adiante com sua vontade de adquirir o imóvel: o medo do futuro, a insegurança da vida profissional, a impossibilidade de prever dificuldades financeiras... a lista é grande.

Apesar disso, alguns fatores podem devolver-lhe a confiança de financiar sua casa dos sonhos e um deles é a baixa das taxas de juros.

A Academia Let's atua há mais de 30 anos em Valinhos e consolidou-se como uma das melhores academias da região para toda a família. Produzimos conteúdo de qualidade para seu blog, com artigos focados em desenvolvimento infantil e relação mãe-bebê.

Veja mais em:
lets-academia.com.br

Clique nos textos para ler na íntegra



ALÉM DO ESPORTE: NATAÇÃO CRIA VÍNCULO ENTRE MÃES E BEBÊS

A natação é um dos esportes mais completos e inclusivos que existe. É na natação para bebês, entretanto, que focaremos hoje. Sabe por que? A modalidade traz um grande presente às mães: o estreitamento da relação mãe-bebê, algo muito valioso para o desenvolvimento dos pequenos.

Da gestação para a vida

Para que você compreenda melhor os benefícios da prática esportiva da mãe e do bebê em conjunto, precisamos voltar um pouco até a fase gestacional da mulher, onde o vínculo mãe-bebê tem origem.

Ainda em ambiente intrauterino, o forte vínculo entre mãe e filho tem início. Essa comunicação é sutil, mas extremamente íntima e importante para o feto, que possui a necessidade de sentir-se desejado, amado e querido – e consegue perceber quando não o é: os sentimentos negativos da mãe são captados por ele.

Quanto menor for a ansiedade da mãe, mais pleno será o desenvolvimento de seu filho, sabia?

Uma vez que você entendeu esse conceito, devemos dizer que esse vínculo não é imediato. Deve ser construído, inclusive, pela mãe. É um processo gradativo, que segue por toda a vida do filho e exige amor e compreensão materna para ser conquistado.

Vínculo mãe-bebê

Bebês são muito perceptivos e não é à toa que a primeira infância (desde o nascimento até cerca de 2 anos de vida) é o período de maior aprendizado em toda a vida do ser.

Nessa fase, o vínculo entre mãe e bebê é inevitavelmente muito forte e uma relação de dependência completa é estabelecida: é a mãe quem alimenta o bebê por meio da amamentação, uma das mais importantes funções vitais. Já começa por aí, não é mesmo?

Quanto mais tempo as mães passarem com os pequenos, melhor construída será a relação de amor, confiança



NATAÇÃO: ALIADA AO DESENVOLVIMENTO MOTOR DO SEU FILHO

As aulas de natação são grandes aliadas do desenvolvimento motor do seu filho, sabia? Segundo estudos, ambientes com maior suporte e mais estímulos estão associados a níveis mais elevados de DM infantil.

A piscina é um ambiente lúdico, que incentiva a criatividade e o movimento dos pequenos, além de ser um meio já familiar para eles – afinal, passaram nove meses imersos em meio aquoso, certo?

Não são só os bebês que se beneficiam disso: o desenvolvimento motor segue durante toda a infância e será de extrema importância na fase de alfabetização da criança. Entretanto, seu incentivo durante o período de 12 a 18 meses de vida terá grande impacto nas futuras etapas, fazendo da natação para bebês especialmente significativa. Vamos entender melhor esse processo?

Dos primeiros meses para a vida: a importância do incentivo motor

O desenvolvimento motor se refere à capacidade de controlar seus movimentos, é o amadurecimento do controle do indivíduo sob os músculos do corpo.

Este processo é bastante complexo e, ao contrário do que imaginávamos, não está somente vinculado ao sistema nervoso central: o sistema cardiorrespiratório, o sistema musculoesquelético e até mesmo as condições do ambiente no qual os pequenos vivem influenciam na maturação de seu desenvolvimento motor.

A melhor maneira de incentivar esse desenvolvimento é instigar a criança ao movimento. Nesse caso, as aulas de natação são um prato cheio: as atividades são voltadas para a busca de objetos, para o uso dos membros superiores e inferiores, para o estímulo do pensar e para a interação com outros indivíduos.

Desenvolvimento psicossocial

Como descrevem os autores Fernandes e Costa na obra 'Pedagogia da natação: um mergulho para além dos quatro estilos', a água "é um espaço para emoções, aprendizados e relacionamentos com o outro, consigo e com a

Clique nos textos para ler na íntegra



UX Writing: o que é e como fazer

Eu sempre gostei de poesia – não à toa, acabei na redação. Eu gosto particularmente do poema concreto, como os que fazia Ferreira Gullar. Acredite se quiser, isso tem muito a ver com UX Writing. Vou te mostrar:

“turvo turvo

a turva

mão do sopra

contra o muro

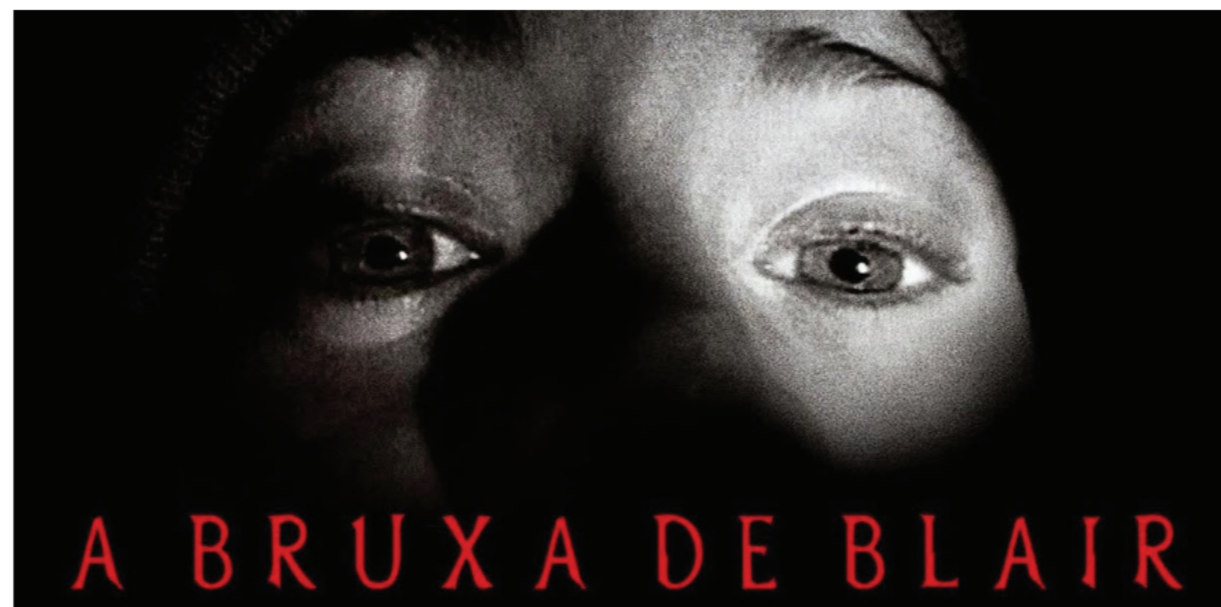
escuro”

O concretismo na poesia é o método pelo qual o autor utiliza recursos visuais em suas obras, de forma que a palavra desenha seu próprio significado dentro daquele contexto.

Então, assim: quando Gullar decide repetir a palavra **turvo** duas vezes, **trocar de linha** e **usá-la mais uma vez**, então **dividir** essa sentença no meio e **colocar seu final na linha de baixo**, sem pontuações, letras maiúsculas ou qualquer outro recurso narrativo, ele o faz por um motivo, certo?

Ferreira Gullar e tantos outros bons autores que eu poderia citar aqui (como Leonard Cohen, por exemplo) depositam tanta energia nessa construção subversiva da estrutura poética para **conduzir o leitor na experiência de consumir** esse conteúdo.

Automaticamente ao ler o Poema Sujo (obra da qual esse trecho foi retirado), você toma para si as características do



O Marketing Sobrenatural da Bruxa de Blair

A Bruxa de Blair (The Blair Witch, 1999) foi um marco na história do cinema de terror. Não importa a sua idade: você já ouviu falar sobre ele e, se o assistiu no cinema, você se lembra bem do medo que sentiu.

Mas vamos ao questionamento: como um filme independente, de baixíssimo orçamento e feito por um bando de “zé ninguéns” conseguiu gerar esse efeito nas pessoas e lucrar incríveis US\$ 248 milhões, alcançando o posto de segundo filme mais rentável da história?

A resposta é menos sobrenatural do que você imagina, mas tão poderosa quanto a própria bruxa: o Marketing.

O cenário perfeito

O filme narra a história de três jovens que adentram uma floresta munidos de câmeras de filmagem e um objetivo: desvendar o grande boato que pairava sobre a cidade há gerações – uma suposta bruxa que habitava o lugar.

Filmagens absurdamente reais (algo inovador na trajetória da sétima arte até então), nenhuma trilha sonora, nenhum ator conhecido, zero preocupações estéticas. Mas a melhor campanha de lançamento de todos os tempos. Vamos explicá-la melhor:

O feitiço do convencimento

Seu sucesso fenomenal se deu pela complexa e genial estratégia de marketing por trás do projeto da Bruxa de Blair. Sua divulgação foi recentemente coroada pela Forbes como a melhor campanha de mídia social de todos os tempos –



Um site ruim é um verdadeiro iceberg!

Em 1912 um navio com destino à cidade de Nova York naufragou no Atlântico Norte. Muitas pessoas morreram neste que ficou conhecido como o maior desastre marinho de todos os tempos – aliás, a tragédia virou filme.

Ok. Você já sabe do que estamos falando, né? Você com certeza já viu Titanic, se afogou em lágrimas quando Jack morreu (opa, spoiler!) e se perguntou por que Rose não dividiu aquela porta (cabem duas pessoas tranquilamente naquele pedaço enorme de madeira, só pra deixar **CLARO**).

Mas não é pra isso que fizemos você abrir este e-mail. **Vimos te contar um segredo.**

Tá lembrado da famosa cena dos violinistas, que afundam junto com o navio porque escolhem tocar até a morte? Então: James Cameron concebeu essa cena para que hoje ela pudesse ser usada de metáfora a você que lê este singelo texto.

Vamos lá, porque isso a Globo não mostra: os violinistas são na verdade pessoas que se recusaram a aceitar que o mundo tá pra lá de tecnológico, que o presente é digital e que, se você não tem um site bonito e funcional você tá... adivinha? fadado a naufragar. Ao som de Beethoven ou não, camarada, esse navio afunda.

“Mas eu já tenho um site. Cadê meu bote salva-vidas?”

Tá, você tem um site. Mas ele realmente cumpre seu papel? O quanto ele reflete o seu negócio, de fato? Seja sincero: não tá lá aquelas coisas, não é mesmo?

SE O PERFIL DO CONSUMIDOR MUDOU,

**sua forma de passar a mensagem
também precisa mudar.**

No mundo tecnológico em que vivemos, pessoas tomam suas decisões de maneira autônoma. A internet fornece muita informação a todo momento e cada argumento de venda contará na hora em que seu consumidor resolver bater o martelo.

Consolide-se como autoridade no seu segmento, engaje clientes em potencial e aproxime quem já conhece e consome sua marca.

O **Marketing de Conteúdo** pode fazer MUITO por você, assim como fez pelos cases citados aqui.

**Vamos
conversar?**

 **(19) 3849-4812**

 **(19) 99166-6732**

 **oi@semeiapropaganda.com.br**

 **semeiapropaganda.com.br**

