

GESTÃO DE NEGÓCIOS DE MODA

CALINE MIGLIATO

EBC
escola
britânica de
artes criativas
& tecnologia

MARKETING DE CONTEÚDO

AGENDA

Estratégia de Marketing de Conteúdo;
Planejamento de Marketing de Conteúdo;
Criação de Conteúdo.

ESTRATÉGIA DE MARKETING DE CONTEÚDO



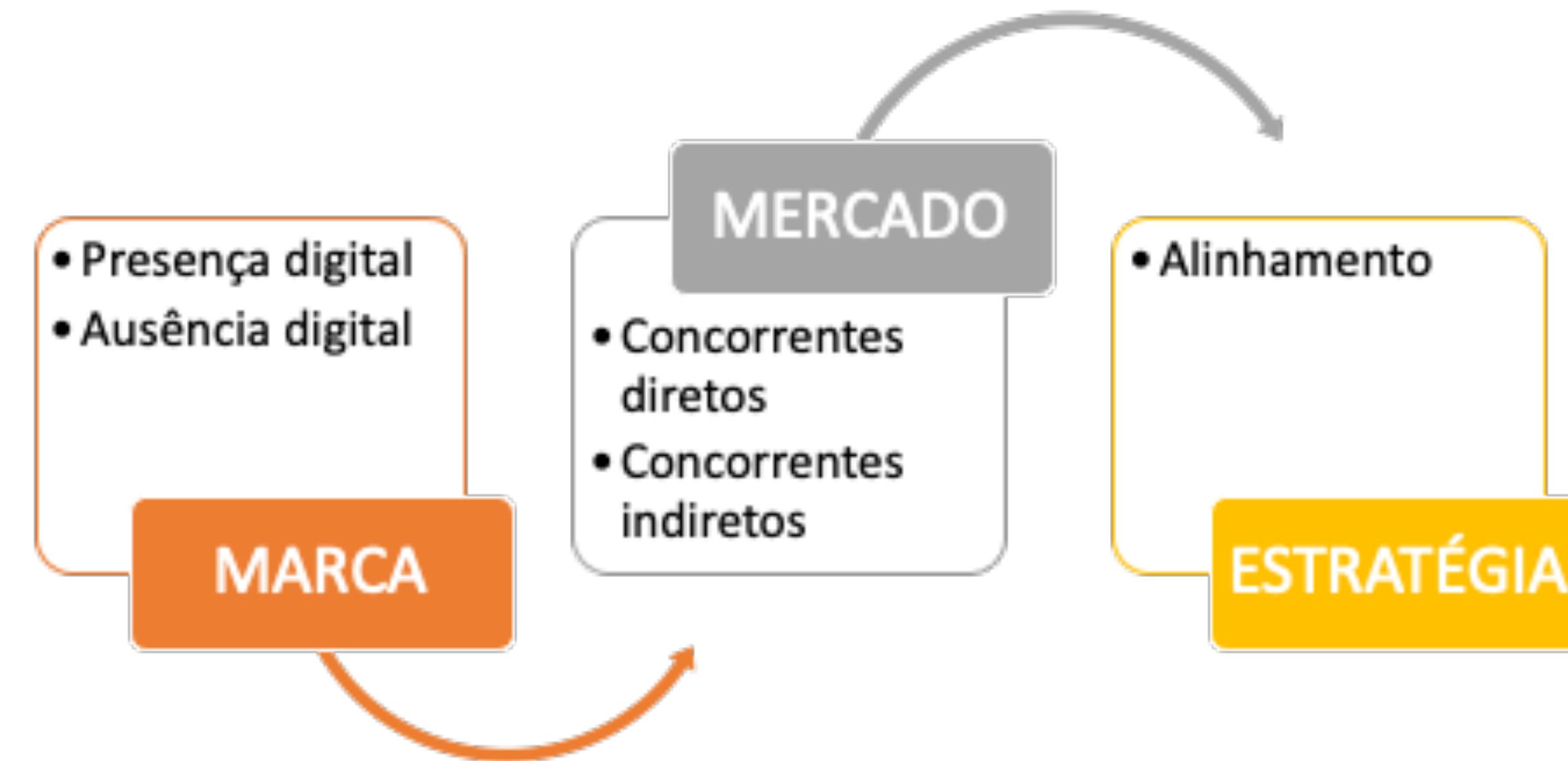
**MARKETING DE CONTEÚDO É UMA ABORDAGEM DE MARKETING ESTRATÉGICA
FOCADA NA CRIAÇÃO E DISTRIBUIÇÃO DE CONTEÚDO VALIOSO, RELEVANTE E
CONSISTENTE PARA ATRAIR E RETER UM PÚBLICO CLARAMENTE DEFINIDO -
E, EM ÚLTIMA ANÁLISE, PARA CONDUZIR UMA AÇÃO LUCRATIVA DO CLIENTE.**

CIM - CONTENT MARKETING INSTITUTE

POR QUE CONTEÚDO?

- Conteúdo constrói **conhecimento orgânico** por meio de pesquisa e mídias sociais.
- Por meio da construção de **autoridade no assunto**, cria confiança em relação à preferência de marca;
- Pessoas costumam comprar de **marcas que conhecem e confiam**.
- Aumenta as **vendas**;
- Diminui **custos**;
- Atrai **clientes melhores**, mais fiéis à marca.

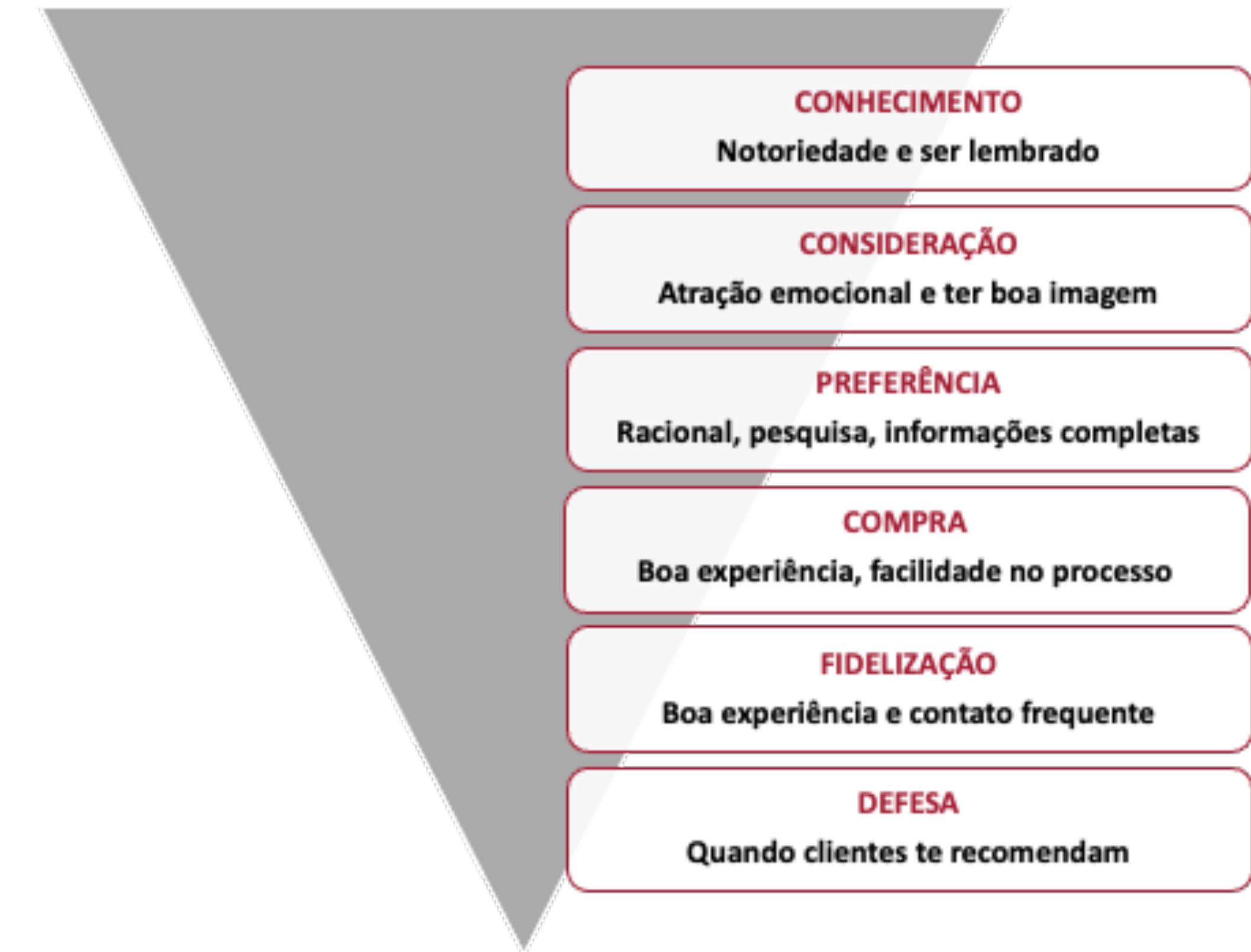
DIAGNÓSTICO



QUAL É A MISSÃO DO SEU CONTEÚDO

- **Quem** você quer ajudar com o seu conteúdo?
- O que será entregue? Que tipo de **informação** você irá oferecer?
- Quais são os **benefícios** que seu conteúdo vai proporcionar para sua audiência?

FUNIL DE MARKETING



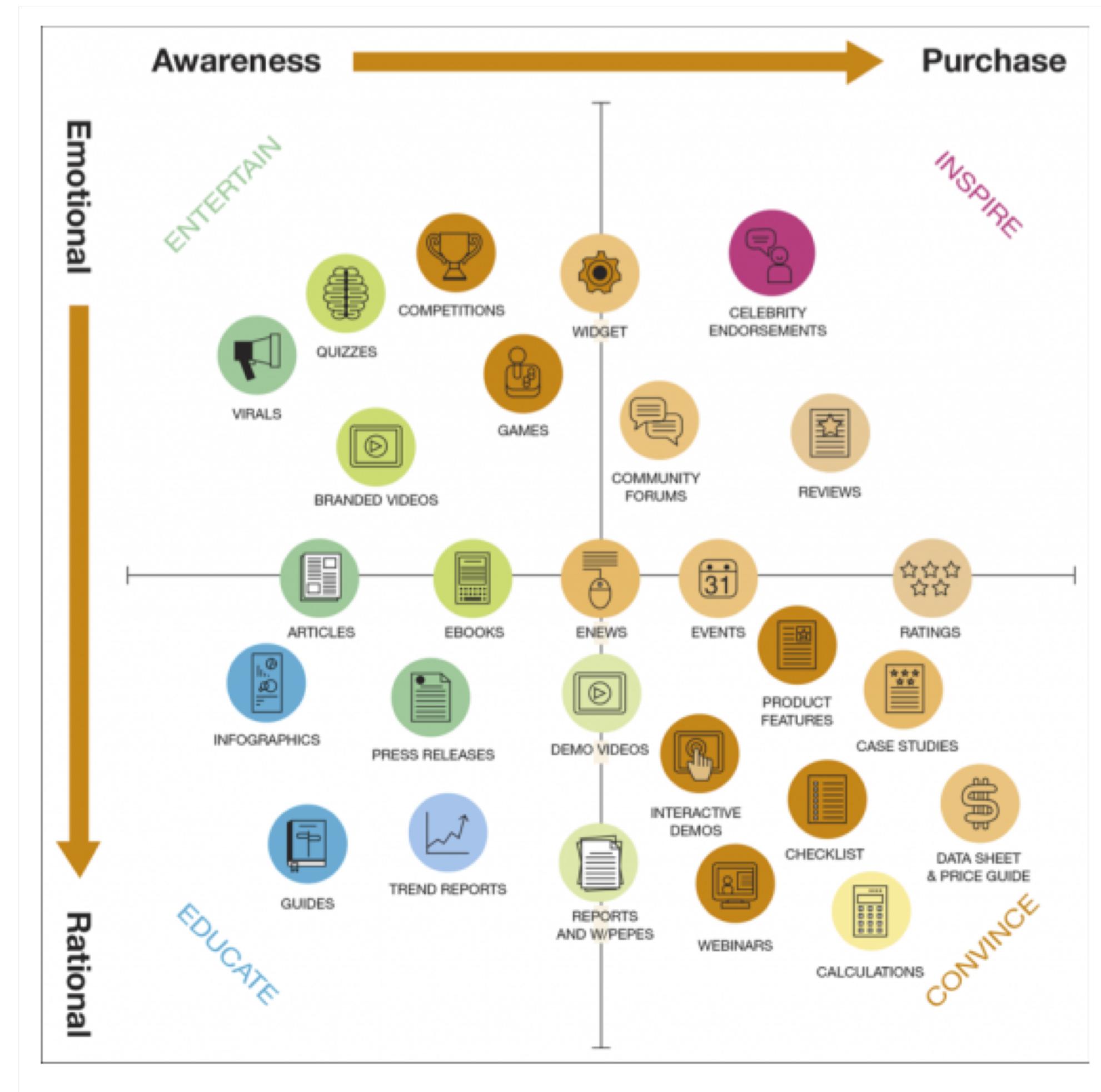
CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO

- **Aplicativos;**
- **Sites;**
- **Blogs;**
- **Mídias sociais;**
- **SEM;**
- **SEO;**
- **Marketing de influência;**
- **Inbound marketing: landing pages;**
- **E-mail marketing.**

CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO

Conhecimento	Consideração	Preferência	Fidelização	Compra
Site	Redes Sociais	Site	Site	Site
Blog	Site	Blog	Blog	Blog
Afiliados	Blog	Relações Públicas	E-mail Marketing	Newsletter
Redes Sociais		Newsletter		
Relações Públicas				

TIPOS DE CONTEÚDO



SUCESSO E FRACASSO DA ESTRATÉGIA

Sucesso

1. Venda sua estratégia internamente.
2. Planeje várias fontes de receita.
3. Faça uma coisa de cada vez (bem).
4. Fique longe de campanhas de conteúdo com o objetivo de venda.
5. Tenha convicção sobre sua estratégia.

Fracasso



Uma boa estratégia de marketing de conteúdo leva entre 12 e 18 meses para funcionar, ou seja, para construir um público fiel.

PLANEJAMENTO DE MARKETING DE CONTEÚDO

PILARES, CATEGORIAS E PAUTAS

Pilares Editoriais

- Temas centrais que vão nortear toda a sua comunicação em todos os canais.
- A partir desses pilares de conteúdo é que todas as pautas serão criadas.

Categorias

- Subtemas que fazem parte dos pilares editoriais.

Pautas

- Microtemas;
- O que as pessoas estão pesquisando no Google;
- Buscar referências;
- Ter como foco sempre o público-alvo;
- Buscar parcerias.

AMARO INSPIRE

[MODA](#) ▾[BELEZA & BEM-ESTAR](#) ▾[ESTILO DE VIDA](#) ▾[CASA](#) ▾[AMARO NEWS](#) ▾[COMPRAR](#) ▾[ESTILO & LOOKS](#)[DICAS](#)[CUSTOMIZAÇÃO](#)

Looks de Verão 2022:
Conheça as Tendências e
Arrasal



Roupa Infantil para Ano
Novo: 32 Looks para os
Pequenos



Roupa de Natal: Inspirações
para Arrasar no Look



Tudo Sobre As Tendências
Primavera Verão 2022

1

2

3

4

5

CALENDÁRIO DE CONTEÚDO

- Elabore um calendário **mensal** de conteúdo;
- Faça um calendário para cada **canal de comunicação**: blog, SM, vídeo, e-mail marketing, etc, com horário de publicação;
- Tenha **disciplina** nas postagens;
- Pergunte-se: Onde está seu **público**? Quais são os horários em que ele procura conteúdo?

FERRAMENTAS

- **Quuu | Flipboard**: curadoria de conteúdo.
- **DIVVYHQ | Hubspot**: Planejamento Marketing de Conteúdo.
- **Mailchimp | Hubspot**: E-mail marketing.
- **Google Analytics**: Métricas.
- **Wordpress**: CMS.
- **Shopfy**: Comércio eletrônico.

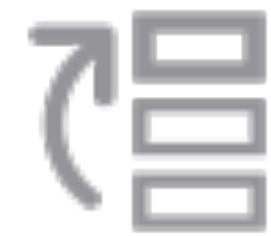
GUIA DE ESTILO

- Seu estilo e tom de **escrita**.
 - Diretrizes **gramaticais** específicas.
 - Tipos e **estrutura** de conteúdo.
-
- Sua voz deve permanecer **consistente** em todo o conteúdo.

OTIMIZAÇÃO DE CONTEÚDO

- Manter os conteúdos já publicados sempre atualizados, principalmente os posts de blog, que fazem parte da estratégia de SEM.
- Um conteúdo desatualizado perde a relevância nos buscadores e ainda prejudica a credibilidade da sua marca.

SEO



Relevância

Conteúdo tem que ser interessante para o seu público.



Estrutura

Não enrole. Vá direto ao ponto. Lance mão de listas.



Qualidade

Crie um conteúdo original. Olho no português!



Criatividade

Busque um diferencial para o seu conteúdo.



Interatividade

Estimule a interação e o engajamento.

19

GET LOTS OF REST



CRIAÇÃO DE CONTEÚDO

APURAÇÃO

- **Checagem de informações;**
- **Pesquisa de informações em livros, internet, documentos para a fundamentação;**
- **Entrevistas com especialistas (são as chamadas fontes);**
- **Entrevistas com personagens (pessoas envolvidas na história).**

TEXTO

- **Seja objetivo;**
- **Marque as pessoas envolvidas na história;**
- **Teste diferentes quantidades de textos;**
- **Use emojis com moderação;**
- **Acrescente hashtags populares e relevantes;**
- **Experimente fazer perguntas no final do texto para engajar as pessoas;**
- **Cheque a gramática.**

AUDIOVISUAL

Fotos

- **Boa resolução, enquadramento correto, cores e contraste equilibrados;**
- **Nada de copiar foto alheia sem pedir autorização. Dê crédito;**
- **Trabalhe a criatividade.**

Vídeos

- **Iluminação;**
- **Som;**
- **Cenário;**
- **Imagen pessoal;**
- **Enquadramento;**
- **Formato;**
- **Edição.**

Podcast

- **Não há apoio da imagem;**
- **Voz bem cuidada;**
- **Pronúncia clara;**
- **Cadênciā do texto;**
- **Cuidado com sotaque exagerado;**
- **Qualidade do som.**

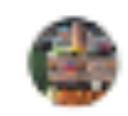


hm • Seguir



hm • We LOVE virtual fashion, and we just created our first three looks, worn by @maisie_williams. What material do you think this is made of? 🔥 #HM

6 d



kimikaniewskiprivate Where to buy? Can't find it online?



6 d 7 curtidas Responder

— Ver respostas (3)



glowwidin__ Hey! Why is there an issue with the refunds from you guys...you don't keep track of the number of items returned?? I have returned 3 and you'll refund for just 1 item. I keep calling you guys everyday for status and still there is no update at all from more than a month?? How irresponsible you can be to your customers..I am a plus member and this happens to me..? Can you like update for god's sake

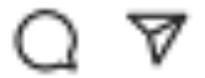


6 d 9 curtidas Responder

— Ver respostas (8)



nikol._covalli.zmail Pretul



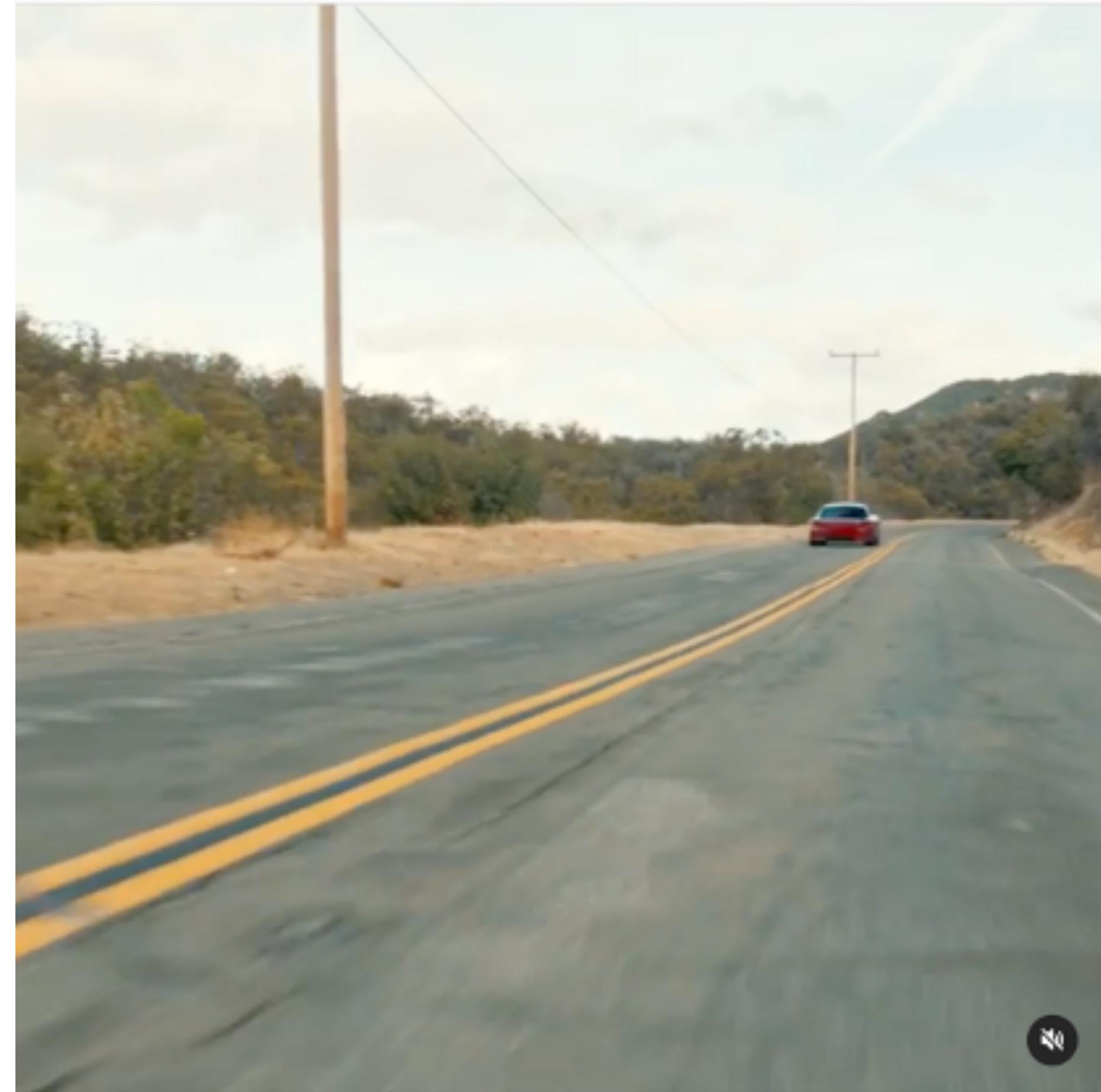
41.897 curtidas

Há 6 dias



Adicione um comentário...

Publicar



 teslamotors • Seguir • ...

 teslamotors • Zero to sixty faster than you can read this caption
tesla.com/roadster
143 sem



 head_director_cia.gov_ifl_gov @tombrady
15 sem 1 curtida Responder

 head_director_cia.gov_ifl_gov @kimpegula
15 sem 1 curtida Responder

3.223.476 visualizações

19 DE ABRIL DE 2019

 Adicione um comentário... [Publicar](#)



asos • Seguir

Original Audio

...



asos The 🔑 to transitional dressing
= layers

#ASOSDESIGNMustHaves

📸 @denisemmercedes (she/her) &
@mariacastellanos_ri (she/her)

🔍 ASOS DESIGN Divine chunky
sneakers (1755784) £25/\$40

ASOS DESIGN Hourglass crop cami
(1737641) £8/\$13

ASOS DESIGN cropped check shirt
(1774821) £22/\$35

ASOS LUXE ridley jeans (1774821)
£28/\$45

ASOS DESIGN plunge neck waisted
mini dress (1801864) £15/\$24

ASOS DESIGN jersey unitard (1766116)
£14/\$23

ASOS DESIGN oversized puffer jacket



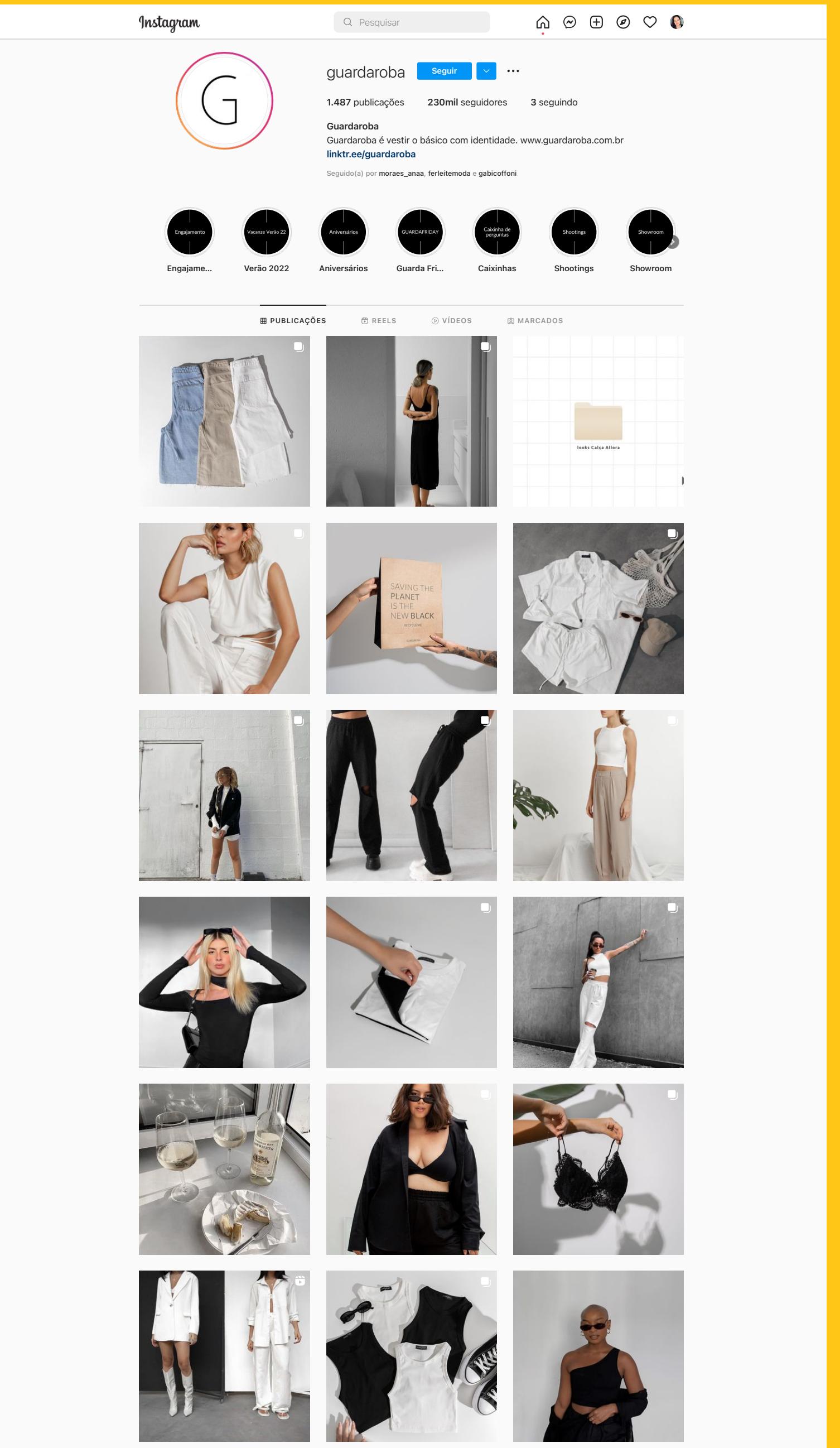
29.175 curtidas

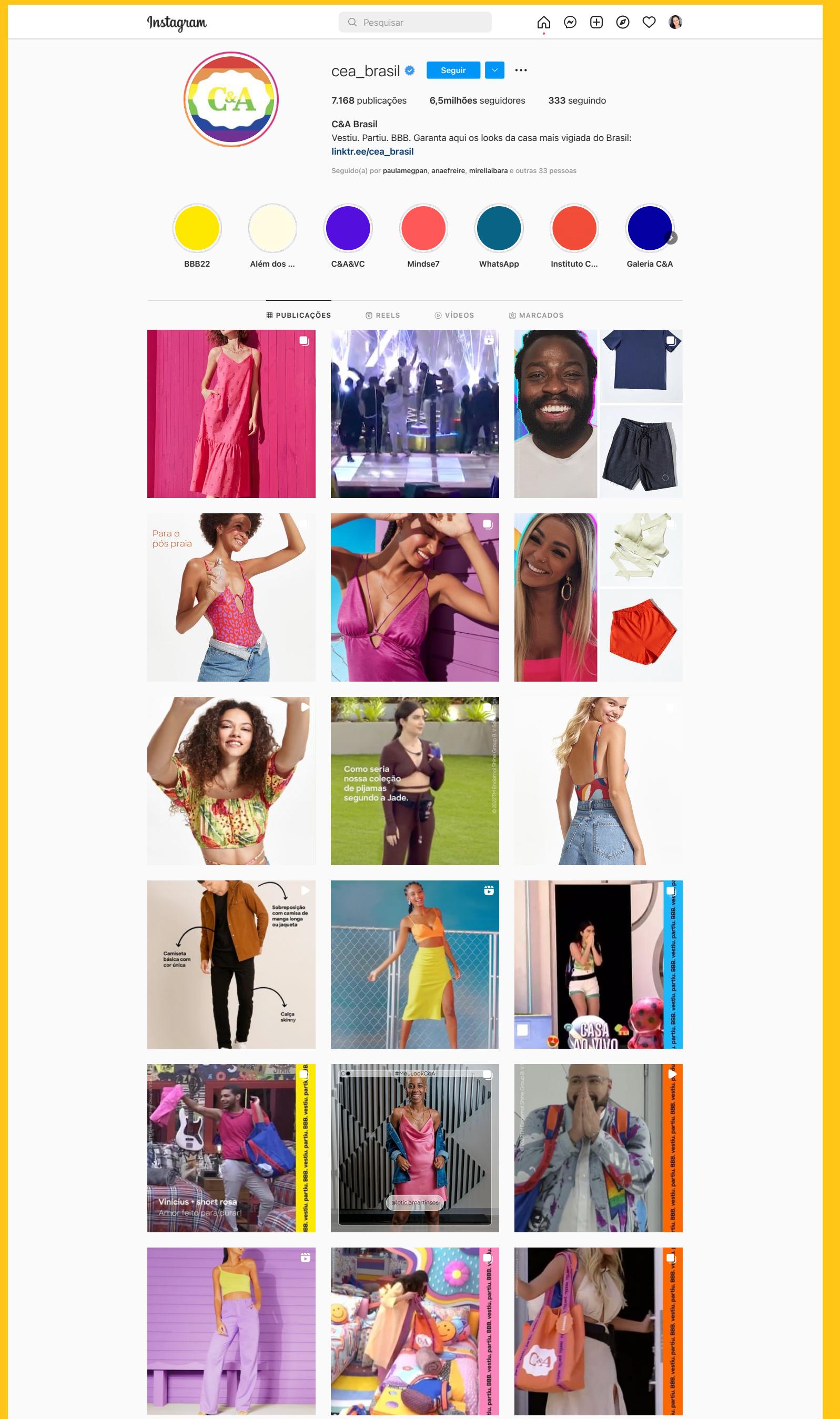
21 DE SETEMBRO DE 2020

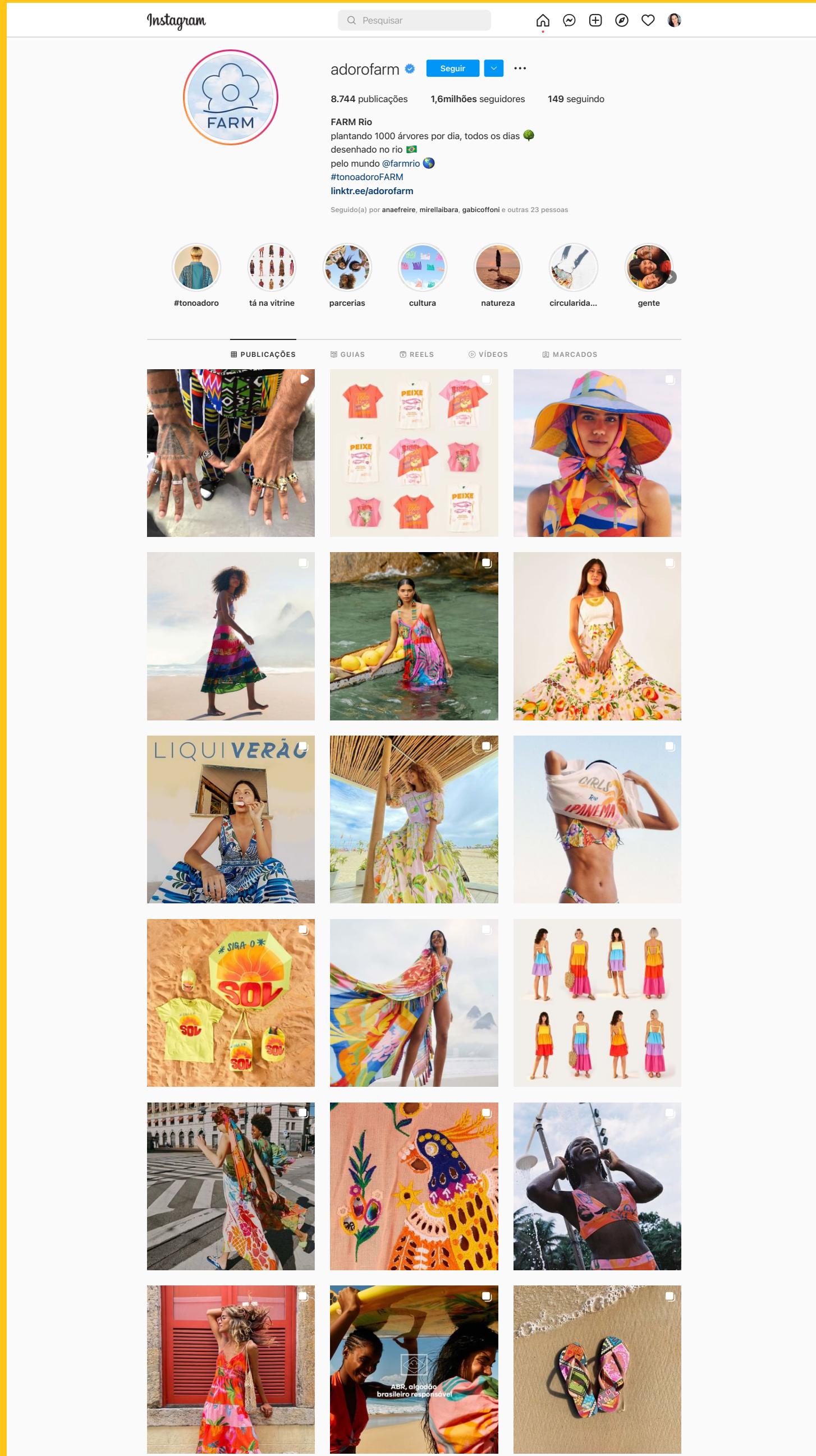


Adicione um comentário...

Publicar









A close-up photograph of a person's shoulder and hair against a dark background. The person has light-colored hair and is wearing a light-colored garment.

H&M

A photograph of a woman with long dark hair, wearing a dark short-sleeved top and light-colored pants, sitting on a white sofa. She is holding a small blue handbag. The background shows a bright room with a window, a wooden chair, and some decorative items on shelves.

**NAS
ALTURAS**

Salto alto
pra alongar a silhueta



ELLE



MÉTRICAS

Etapa	Consciência	Interesse	Consideração	Conversão	Pós-venda
Métricas	<ul style="list-style-type: none"> • Alcance • Frequência 	<ul style="list-style-type: none"> • Ações de engajamento • Visualizações • Quantidade de palavras-chaves ranqueadas na primeira página do Google 	<ul style="list-style-type: none"> • Sessões no site • Leads • Dashboards 	<ul style="list-style-type: none"> • Instalações • Vendas 	<ul style="list-style-type: none"> • NPS • Menções à marca
KPIs (indicadores de sucesso)	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Brand lift</i> (Reconhecimento de marca) • CPM (Custo por mil impressões) 	<ul style="list-style-type: none"> • Taxa de engajamento • <i>Share of Engagement</i> (comparativo de engajamento com os concorrentes) 	<ul style="list-style-type: none"> • Taxa de rejeição no site/blog • Taxa de leads qualificados 	<ul style="list-style-type: none"> • CAC (Custo de aquisição do cliente) • Taxa de conversão • (ROAS) Retorno sobre o investimento 	<ul style="list-style-type: none"> • Taxa de cancelamento • Taxa de recorrência • LTV (<i>Life time Value</i>) • ROI (Retorno sobre o investimento) • Sentimento de marca

Gabriel, Martha; Kiso, Rafael. Marketing na era digital (p. 168). Atlas. Edição do Kindle.

EXERCÍCIO

- Elabore uma estratégia de **marketing de conteúdo** para o seu negócio.

