

Modelo de estrutura de post

**Instruções**

* Este template acompanha o post [*Como é a estrutura de um post do blog da RD (e como aplicar no blog de sua empresa)*](http://resultadosdigitais.com.br/blog/como-escrever-para-blog), publicado em nosso blog. Lá você encontra, de forma mais detalhada, como desenvolver cada tópico.
* [Neste link](https://docs.google.com/document/d/1wJ2QCP-Ii4li3u0uLPJnzKjJpPNkKGJ-ctRtQKhtkl0/edit?usp=sharing), você encontra um exemplo deste template preenchido com a estrutura do post acima.
* Em cada tópico, você encontrará instruções como desenvolvê-lo da melhor forma, além de dicas rápidas para aproveitá-los melhor;
* Ao final, você terá uma estrutura de post, sabendo o que deve conter em cada parte: introdução, desenvolvimento e conclusão. A ideia é, a partir dessa estrutura, desenvolver o seu post;
* Não se esqueça de que um bom post está alinhado à sua persona e Jornada de Compra. [Neste artigo](http://resultadosdigitais.com.br/blog/como-validar-um-tema-de-post/), você encontra algumas dicas sobre o que olhar antes de começar a escrever um artigo;
* Sem ideias de post? Veja o [eBook 31 tipos de post para o blog](http://materiais.resultadosdigitais.com.br/tipos-de-conteudo-para-o-blog)!

# Planejamento

Utilize esse espaço para documentar questões estratégicas do post. Você pode apagar ou adicionar variáveis que ache mais relevantes para seu negócio.

* Persona:
* Etapa da jornada de compra:
* Autor:
* Possível data de publicação:
* Referências:
* Categoria no blog:
* Palavra-chave:

# Título do post

Insira aqui 5 ideias de título. Não se esqueça de incluir a palavra-chave principal do post!

*Dicas: para criar títulos atrativos, siga algumas boas práticas, a exemplo do post* [*Como escrever títulos de posts que atraem cliques e conquistam visitantes*](http://resultadosdigitais.com.br/blog/como-escrever-titulos-de-posts-que-atraem-cliques-e-conquistam-visitantes/)*. Você pode também utilizar nosso* [*Gerador de Jornada de Compra*](http://ferramentas.resultadosdigitais.com.br/ferramenta-jornada/) *para obter algumas sugestões de títulos de acordo com a etapa do funil de vendas em que o post está inserido. Caso você crie versões para SEO e para as redes sociais, pode incluí-las aqui também.*

# Resumo/Linha fina

Como você diria, em poucas palavras, do que se trata o post? O resumo é uma forma de complementar o título usando mais palavras.

*Dica: esse resumo também pode ser usado para compor a metadescrição do post. Para isso, mantenha-o abaixo de 160 caracteres. Veja outras dicas sobre como editar a metadescrição do seu post em nosso* [*artigo sobre o assunto*](http://resultadosdigitais.com.br/blog/por-que-e-importante-editar-a-meta-description-das-paginas-e-posts-do-seu-site/)*.*

# Introdução

Descreva aqui o problema que você quer solucionar e de que forma isso impacta o dia a dia das pessoas e das empresas.

*Dica: Veja algumas ideias para começar um texto no post* [*6 dicas para escrever introduções de posts atraentes*](http://resultadosdigitais.com.br/blog/6-dicas-para-escrever-introducoes-de-posts-atraentes/)*.*

# Desenvolvimento em tópicos

Pense em 3 ou mais formas de resolver esse problema e as escreva aqui de forma resumida. Esses itens serão os subtítulos do seu post. Não se esqueça de, na hora de preparar seu post para publicação, colocar esses subtópicos como H2, ou Cabeçalho 2, como chamado pelo WordPress. Após levantar esses itens, descreva, em tópicos, o que deverá conter de conteúdo dentro de cada um.

*Dica: Se o post for um passo a passo para realizar uma tarefa ou resolver um problema, elenque os passos aqui com as imagens (caso haja). Veja outros formatos de post no artigo* [*13 tipos de conteúdo que você pode produzir para seu blog*](http://resultadosdigitais.com.br/blog/tipos-de-post-para-blog/)*.*

# Fechamento/conclusão

Esse é o momento de encerrar o texto e recapitular as ideias apresentadas até então. Fale aqui o que o leitor deverá esperar ao aplicar o que foi passado nos tópicos anteriores.

# Call-to-Action

Qual a oferta final do conteúdo? O que o leitor pode fazer em seguida?

*Dica: se o seu post for sobre um assunto introdutório, indique algum conteúdo para geração de Leads, como um eBook. Se for um post avançado, indique alguma oferta de meio ou fundo de funil, como um estudo de caso ou conversa com consultor. Para criar um Call-to-Action, veja os materiais* [*O Guia Prático do Call-to-Action*](http://materiais.resultadosdigitais.com.br/ebook-guia-pratico-cta) *e* [*eBook + 10 templates de Call-to-Action customizáveis*](http://resultadosdigitais.com.br/materiais-educativos/10-templates-de-call-to-action-customizaveis/)*.*