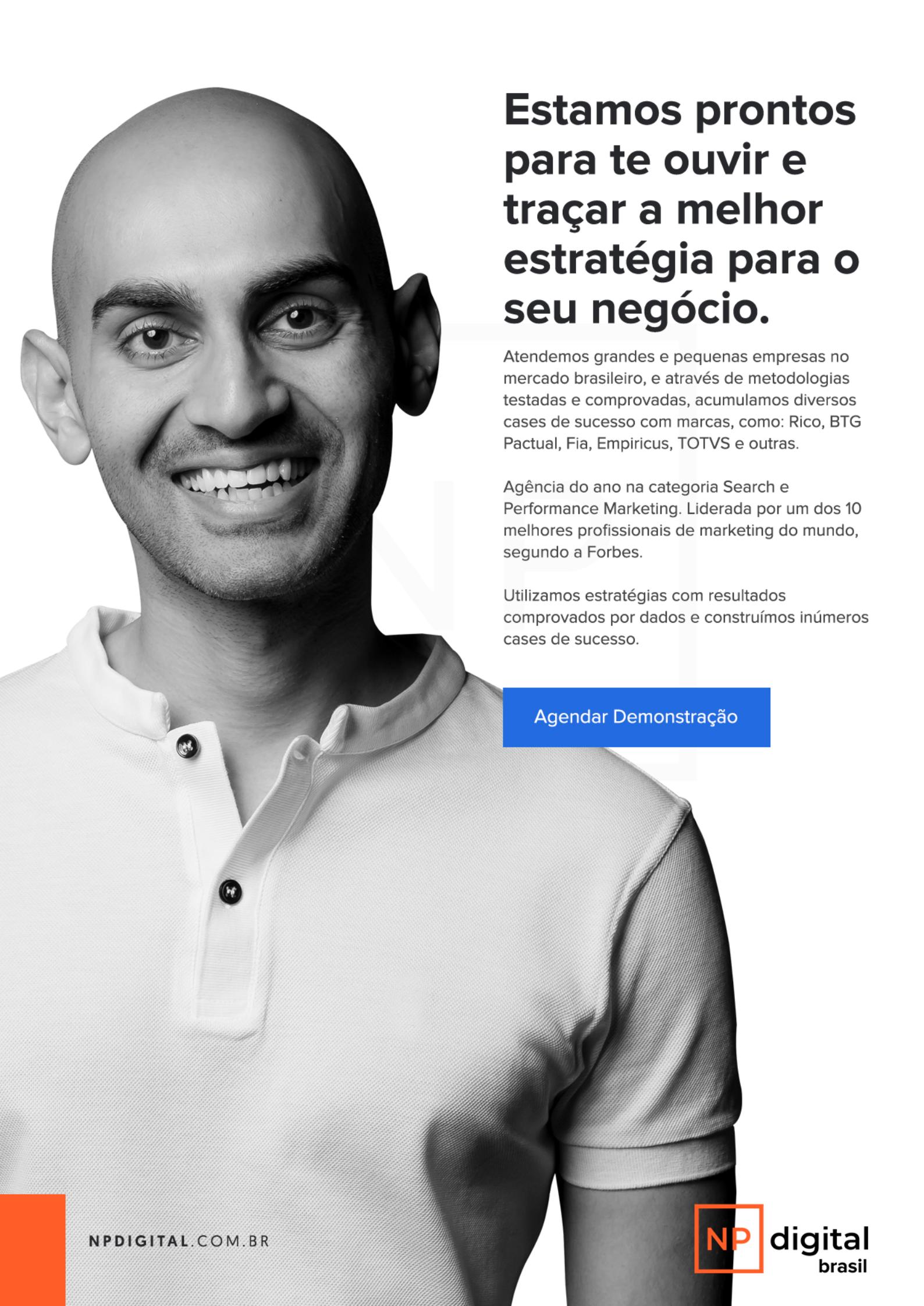




Como criar os melhores **artigos** para a internet

Instintivamente, tendemos a reconhecer que um artigo é bom se ele for interessante e engajador. Saiba quais elementos daquele artigo, livro ou página te fazem sentir que aquilo foi escrito para você.



**Estamos prontos
para te ouvir e
traçar a melhor
estratégia para o
seu negócio.**

Atendemos grandes e pequenas empresas no mercado brasileiro, e através de metodologias testadas e comprovadas, acumulamos diversos cases de sucesso com marcas, como: Rico, BTG Pactual, Fia, Empiricus, TOTVS e outras.

Agência do ano na categoria Search e Performance Marketing. Liderada por um dos 10 melhores profissionais de marketing do mundo, segundo a Forbes.

Utilizamos estratégias com resultados comprovados por dados e construímos inúmeros cases de sucesso.

[Agendar Demonstração](#)

- 01. Começando**
- 02. Quão instrutivo é o meu artigo?**
- 03. Como o meu artigo pode mostrar que tem autoridade?**
- 04. Como faço com que meu artigo seja cativante?**
- 05. Uma lista resumida de críticas**

O SEU TÍTULO

SUBTÍTULO

VALOR DO ARTIGO

SUBTÍTULOS DOS TÓPICOS

CALLS TO ACTION (CTA)

ESTILO DE ESCRITA DO ARTIGO

ARGUMENTOS DO ARTIGO

Conclusão



Instintivamente, tendemos a reconhecer que um artigo é bom se ele for interessante e engajador.

Por quê?

Porque ele foi escrito especialmente para você!

Quais elementos daquele artigo, livro ou página fizeram com que você se sentisse assim?

Qualquer artigo, seja ele escrito para um jornal ou para uma revista, página inicial ou periódico de medicina, precisa ter três elementos principais.

- 1 - Ele precisa ser instrutivo;**
- 2 - Ele precisa ter autoridade;**
- 3 - Ele precisa cativar (sim, você leu certo).**

Sem essas três qualidades, a probabilidade de o seu artigo ser lido é baixa.

Eu vou te ajudar a tornar o seu artigo mais interessante e mais bem recebido.

Boa leitura!

01

COMEÇANDO

Para o desenvolvimento de um bom artigo, devemos começar com o básico.

Sempre que compor um artigo, é interessante organizá-lo como você espera que ele se desenvolva.

Assim como um bom livro ou filme, um artigo deve ter um início, meio e um final - uma conclusão.

PENSE SOBRE O SEU ASSUNTO

Leia o conteúdo que outras pessoas escreveram e anote o que você achou interessante.

Não precisa ser, necessariamente, sobre o assunto em si, mas sobre a forma como ele foi expresso. Leia conjuntos de artigos que se complementam!

Quanto mais você lê, mais comprehende como outras pessoas veem o assunto. Leia blogs e fóruns relacionados ao tema também.

Se você tem uma nova forma de analisar o assunto, mostre-a.

ANOTE OS TÓPICOS QUE DESEJA INCLUIR ANTES QUE OS ESQUEÇA

Não há nada pior do que finalizar um artigo e descobrir que deixou de falar sobre um tópico importante.

Se você tentar incluir o tópico no final, corre o risco de fazer com que o artigo fique fora de ordem.

ANTES DE COMEÇAR, TENTE PRIORIZAR A IMPORTÂNCIA DE CADA TÓPICO

Desenvolva cada tópico, organize as ideias que serão apresentadas em cada um deles.

Ficará mais fácil a sua construção do seu artigo se souber quais pontos serão apresentados e de que forma.

ORTOGRAFIA E GRAMÁTICA AINDA SÃO IMPORTANTES!

Um artigo cheio de erros ortográficos e de concordância perde a credibilidade.

Por isso, leia e releia.

Peça a outra pessoa para ler, ou contrate alguém com especialidade nessa área.

Se você não tem um bom conhecimento sobre essa área, há diversos softwares gratuitos incríveis que podem te ajudar.

No Brasil, temos LanguageTool, um dos melhores sites para correções ortográficas e com estilo multilíngue.

Uma excelente opção para o inglês é o Grammarly, um software maravilhoso para te ajudar a escrever o seu artigo.

A versão light é gratuita e existe uma opção premium que oferece ainda mais recursos.

AS PESSOAS AMAM UM BOM VISUAL!

Honestamente, conteúdos que possuem apenas texto podem ser entediantes!

Imagens, gráficos e cartoons engajadores podem explicar alguns tópicos. Não tenha medo de usá-los.

Utilize imagens para quebrar um texto provocador ou um parágrafo longo.

A única condição, é que as imagens devem fazer sentido para o tema e não sejam usadas de formas gratuitas.

02

QUÃO
INSTRUTIVO É
O MEU
ARTIGO?

Pergunte a si mesmo...

Se você incluir uma informação que o leitor ainda não conhece no começo do artigo, ele provavelmente continuará lendo, já que você o deixou interessado.

Ela reforçou ou enfraqueceu a opinião do leitor em relação ao tema principal?

As pessoas geralmente gostam de ter seus egos enaltecidos ocasionalmente, então pode ser uma boa ideia confirmar conceitos já aceitos previamente.

Mas se você está tentando demonstrar uma ideia contrária, precisa validar suas descobertas com algum tipo de prova.

Credibilize, quando necessário, os autores das suas referências e não tenha medo de adicionar o link delas.

Não deixe para adicionar suas conclusões apenas no último parágrafo

Às vezes, o leitor irá até o final da página lendo o artigo apenas por cima.

Ele pode fazer isso para decidir se lê. Se você interessar o seu leitor logo no início, ele provavelmente o lerá até o fim.

Isso usualmente acontece por dois motivos: seu leitor pode concordar com você e deseja apenas comprovar a própria opinião; ou discorda e deseja saber como você chegou a conclusões tão erradas.

Use analogias para explicar seu argumento

Fale sobre algo que aconteceu na sua vida ou na de pessoas que você conhece, algo que te levou às suas crenças.

Isso ajuda o leitor a te imaginar melhor e faz com que você se torne mais humano, mais digno de confiança.

Isso pode variar conforme o tipo do artigo, mas, em geral, ajuda.

Imagine a pessoa para quem você está escrevendo.

Se você deixar o seu conteúdo mais personalizado para engajar apenas um indivíduo, não está seguindo o modelo do ‘tamanho único para todos’.

Você se torna mais criativo e menos preocupado com um pouco de cinismo de vez em quando.



03

COMO O MEU
ARTIGO PODE
MOSTRAR QUE TEM
AUTORIDADE?

Q uanto você sabe sobre o assunto que está escrevendo?

É possível escrever sobre algo que você não conhece muito bem e passar a impressão de ter autoridade. Porém, no fim, será certamente desmascarado.

Outras pessoas citarão artigos que negam os seus argumentos e algumas delas já sabem mais do que você!

Prepare-se para comprovar todos os seus argumentos com evidências.

Cite outros autores e dê crédito a eles ou realize as suas próprias pesquisas.

Estruture bem o seu artigo, evitando gírias e frases longas.

Não existe nada mais falso do que fingir saber algo que você não sabe de verdade e entediar o leitor com explicações muito extensas.

Se você conhece um especialista no seu nicho, peça a sua opinião.

Você pode citar o especialista ou as suas descobertas. Citar nomes de especialistas da sua área também te dá autoridade!

Forneça dicas práticas gratuitamente.

Sim, eu sei que isso vai contra os costumes de hoje em dia!

Mas dar conselhos gratuitamente te ajuda a construir confiança com seus leitores

Não precisa ser algo extenso, uma dica prática ou duas já é suficiente.



04

COMO FAÇO
COM QUE MEU
ARTIGO SEJA
CATIVANTE?

- **INICIE O SEU ARTIGO COM SEU ARGUMENTO MAIS IMPORTANTE**

Quando falamos em pop-ups, logo lembramos daquelas pequenas janelas inconvenientes e invasivas.

- **CONSIDERE UTILIZAR ORAÇÕES INTERROGATIVAS PARA INICIAR O SEU ARTIGO.**

Palavras como ‘quem’, ‘o quê’, ‘onde’ e ‘quando’ podem ser um bom começo para cativar o seu leitor.

- **USE ACRÔNIMOS COM SABEDORIA.**

Se você pretende abreviar um conjunto de palavras (como, por exemplo, SEO para Otimização de Mecanismos de Busca), certifique-se de explicar a abreviação pelo menos uma vez.

Se o artigo é longo, pode ser interessante explicar mais de uma vez para refrescar a memória do seu leitor.

- **SEJA HONESTO!**

Se você já leu um artigo online e descobriu que ele havia sido inventado ou era mentira, certamente se sentiu enganado.

Com certeza, o autor perdeu toda a sua credibilidade e você provavelmente não acreditará nele nunca mais.

- **SEJA CRIATIVO.**

Pense fora da caixa.

Se o seu artigo não deixa lugar para o uso do humor, não use. Mas, se você acha que uma anedota pode melhorar o seu tom, não tenha medo de usá-la.

Tente de tudo para engajar o seu leitor. Peça feedback para descobrir o que funciona e o que não funciona.



05

UMA LISTA
RESUMIDA DE
CRÍTICAS

Com certeza, é melhor ouvir críticas de outras pessoas do que as suas próprias.

Você escreveu o conteúdo, certamente terá uma opinião preconcebida, mesmo que seja negativa.

E seu olhar já vai está cansado, você já leu e releu esse artigo várias vezes. Mas como fazer quando só tem você para criticar ou até para uma última leitura?

Construí uma lista de que irá te ajudar a determinar a força geral do seu artigo.

1 - O seu artigo é informativo?

2 - O seu artigo tem autoridade?

3 - O seu artigo é cativante?

Se você respondeu essas três perguntas, já pode concluir a sua análise. Mas se ainda tiver dúvidas, o que provavelmente deve ter continue essa leitura.

4 - O seu artigo convencerá o leitor a realizar a ação que você deseja?

5 - O seu artigo converterá alguém que ainda resiste a acreditar em você?

6 - Ele possui uma conclusão que resume os seus argumentos?

O SEU TÍTULO

7 - Ele chama a atenção? É tão poderoso quanto é emocionante?

8 - Ele deixa claro sobre o que fala o seu conteúdo?

9 - Ele leva os seus leitores até um conteúdo relevante?

10 - Você complicou demais seu título quando ele poderia ser mais simples e ter o mesmo poder?

SUBTÍTULO

11 - O seu artigo deve ter um subtítulo para reforçar e reter o seu título?

12 - Você consegue refinar o seu público alvo com um subtítulo mais específico?

13 - O seu subtítulo ajuda ou desfavorece o seu artigo?

VALOR DO ARTIGO

14 - O valor do seu artigo está claro?

15 - Ele resolve um desejo: uma vontade ou uma necessidade?

16 - Ele fala sobre algum assunto sensível, mas serve como calmante também?

17 - Você consegue mostrar as provas das suas descobertas, pelo menos uma vez, em algum lugar?

18 - Você mostrou uma nova forma de encarar um tópico bem conhecido?

19 - Você conseguiu focar no seu público alvo com ele?

SUBTÍTULOS DOS TÓPICOS

20 - Os seus subtítulos dos tópicos estão bem definidos?

21 - Eles destacam fatores essenciais do seu artigo para os leitores que leem por cima?

22 - O seu artigo está tirando vantagem do tamanho da tela?

23 - Cada parágrafo tem uma boa leitura e leva ao próximo naturalmente?

24 - O subtítulo da sua conclusão está relacionado ao seu título?

CALLS TO ACTION (CTA)

25 - O seu artigo possui um CTA claro e visível?

26 - Ele possui uma leitura simples e gera uma ação facilmente realizada?

27 - Ele especifica o que o leitor deve esperar após o clique?

28 - É conciso e de fácil leitura?

29 - Ele garante a paz de espírito do leitor?

30 - É otimizado em relação à usabilidade, função e formato?

ESTILO DE ESCRITA DO ARTIGO

31 - O seu estilo de escrita é consistente?

32 - Ele é coerente quando lido em voz alta?

33 - Você escreveu para uma única pessoa, com um objetivo, sobre um assunto?

34 - O seu artigo é de leitura fácil e livre de gírias?

35 - Você explicou bem os termos técnicos?

36 - Você está passando a impressão de uma pessoa com autoridade ou de alguém que acha que sabe tudo?

ARGUMENTOS DO ARTIGO

37 - O seu artigo discute o problema que o seu público alvo possui?

38 - Você fez o uso de emoções para atrair o leitor?

39 - Você explica e aplica os benefícios em seu artigo?

40 - Você consegue validar qualquer um dos seus argumentos com provas?

51 - Você utilizou palavras que geram emoção para ajudar o seu artigo?

Se você leu até aqui, você se importa realmente com seu negócio e merece uma chance!

Eu sempre procuro ajudar empreendedores realmente comprometidos em buscar soluções para suas empresas, porque já estive em seu lugar.

Por isso, somente através deste link, você tem acesso a um diagnóstico completo do seu site de forma totalmente gratuita, realizado pela minha equipe no Brasil para apontar como você pode aproveitar todo o potencial do seu site.

Este é o mesmo diagnóstico que realizamos em empresas como: Rico, BTG Pactual, Fia, Empiricus, TOTVS e outras.

Basta clicar no botão abaixo.

[Solicitar Diagnóstico](#)



2º LUGAR
CONCILIO
DE EDUCAÇÃO



Escrever é o foco do marketing de conteúdo.

Claro que o marketing de conteúdo vai além dos blogs, artigos, ebooks... Ele também passa pelos vídeos, infográficos.

Mas o foco principal são as palavras, a escrita, a construção de cada ideia.

Eu falo muito sobre escrever.

E sabe por quê?

Um dos principais motivos é que eu escrevia muito mal!

Assim, eu entendo essa dificuldade. Mas tive bastante ajuda para melhorar minhas habilidades de redação e blog, e agora quero ajudar as pessoas que têm as mesmas dificuldades que eu tinha.

Escrever bem não é fácil.

Mas você utilizar todas essas dicas que aprendi na minha caminhada, com certeza irá melhorar.

Então, agora é a sua vez, comece a praticar e sempre que tiver alguma dúvida você pode retornar a este guia para alinhar seu texto.

Mãos a obra!