

Sistemas para Internet

06 – Estratégia de Conteúdo

Criação: Fluxo de trabalho, entrega e gerenciamento

Componente Curricular: Criação de Conteúdo na Web

FLUXO DE TRABALHO

- O que é um fluxo de trabalho?

Segundo Halvorson, 2010, pág. 112, “O fluxo de conteúdo define como o conteúdo é requisitado, qual fonte, como é criado, revisado, aprovado e publicado”

- **Processo:** do começo ao fim
- **Tarefas:** quais tarefas são necessárias?
- **Pessoas:** quem garantirá que o conteúdo será preciso, coerente com a marca, e manterá outras características importantes?

Compreenda o processo de criação

1. Determine o ponto inicial do seu fluxo de trabalho
2. Descubra onde o conteúdo deverá terminar
3. Identifique todos os participantes de todas as etapas
4. Descreva as tarefas
5. Identifique como as tarefas e os participantes irão interagir
6. Defina o tempo necessário para cada tarefa
7. Defina padrões de notificação, ou seja, quem está fazendo, o que está fazendo e quem precisa saber disso
8. Identifique padrões de aprovação
9. Determine os “e” e os “se” que podem atrapalhar seu fluxo de trabalho
10. Depois de pronto, verifique se o fluxo pode ser simplificado.

Adaptado de Halvorson, 2010, pág. 113

“O fluxo de conteúdo define como o conteúdo é requisitado, qual sua fonte, como é criado, revisado, aprovado e publicado”

HALVORSON, 2010, pag. 112.



Questões sobre o fluxo de trabalho

- Onde o conteúdo acontece?
- Quando o conteúdo acontece?
- Identifique seu pessoal
 - Pergunte aos solicitadores
 - Pergunte aos fornecedores
 - Pergunte aos criadores
 - Pergunte aos revisores e aprovadores
 - Pergunte aos editores...

Escrita: *webwriting*

A missão do web writer? Conteúdo prático, útil e também agradável. É dele o trabalho de começar uma conversa com o leitor que resulte em benefícios mútuos para todos. Um problema resolvido. Um artigo encontrado. Uma conexão feita.

Halvorson, 2010, pág. 126

[...] envolve um conjunto de práticas para produzir e distribuir conteúdo para os mais variados ambientes da internet, desde sites e intranets até blogs, newsletters por e-mail e redes sociais. Entram aí recursos como fotos, vídeos, animações e infográficos.

CNC, 2011, pág.

Questões sobre web writing

- A escrita para web é diferente da escrita impressa;
- Entender o comportamento online das pessoas;
- Entender sobre AI (Arquitetura da Informação) e UX (User Experience)
- Dominar o básico de SEO
- Criar tags de título, descrição e palavra-chave
- Vários outros itens.... **E também escrever bem!**

Entrega

Entrega de conteúdo é a forma pela qual disponibilizamos nosso conteúdo para nossas audiências. A entrega do conteúdo na web é facilitada por ferramentas técnicas e canais de mídia que colocam nosso conteúdo onde queremos que ele esteja.

Halvorson, 2010, pág. 134

Onde está sua audiência?

- Intranets
- Blogs
- Microblogs
- Mídias sociais
- Canais de vídeo

Sua estratégia de conteúdo deve reunir todos os conteúdos que são/serão fornecidos em todos os canais possíveis.

Como o conteúdo chegará às suas audiências?

- E-mail marketing
- Landing pages
- Banners
- Marketing nos mecanismos de busca
- Comunicados de imprensa
- Vídeo
- Conteúdo mobile
- Mídia social

Qual CMS usar?

- Usar um sistema de gerenciamento de conteúdo (CMS) é apenas uma ferramenta técnica e não ajudará em nada se os processos não estiverem bem definidos.
- Escolha um CMS que consiga integrar o conteúdo ao usuário através de diversos canais.
- Será necessário envolver a equipe de T.I para uma consultoria.

Gerenciamento: Mensuração

- Web Analytics

“É uma avaliação de uma variedade de dados, incluindo o tráfego da web, transações, performance dos servidores, estudos de usabilidade, informações submetidas pelo usuário e recursos relacionados para ajudar a criar uma compreensão geral da experiência do visitante *online*.”

Eric T. Peterson em seu livro *Web Analytics Demystified*

Questões sobre Web Analytics

- O alcance do conteúdo
- A taxa de conversão
- A taxa de aquisição
- A taxa de retenção
- O perfil dos usuários
 - Faixa etária
 - Preferências
 - Geolocalização
 - Cultura

Quais métricas fazem mais sentido para o seu negócio?

- Dados de tráfego
- Dados transacionais
- Dados sobre performance do servidor
- Estudos de usabilidade
- Informações submetidas pelo usuário e fontes relacionadas.
- Dados baseados em formulários

Gerenciamento: Manutenção

- Pare de pensar em lançamento e comece a pensar em “ciclo de vida.”
- O sucesso em longo prazo de seu site depende da manutenção;
- Que tipo de manutenção seu conteúdo precisa?
- Como definir as regras para atualização de conteúdo?

Quando a manutenção acontecerá?

- Um calendário editorial identifica quando e porque o conteúdo será atualizado.
- Os gatilhos podem incluir o lançamento de novos produtos e serviços, férias e campanhas de marketing e entre outros.
- A manutenção pode ocorrer também como parte de um programa contínuo de qualidade de conteúdo.

Referências

HALVORSON, K. **Estratégia de conteúdo para web**. Rio de Janeiro: Alta Books, 2010.

Bibliografia Recomendada

Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo — CNC. **Manual de Webwriting**. Rio de Janeiro, 2011. Disponível em <http://www.cnc.org.br/sites/default/files/arquivos/manual-webwriting-cnc_versaoweb_14.12.2011.pdf>. Acesso em 10 mai 2014.