

# COMO CONVENCER O SEU TIME QUE MARKETING DE CONTEÚDO É A MELHOR OPÇÃO PARA O SEU NEGÓCIO



Introdução	4
Marketing de Conteúdo é caro demais	5
Os resultados demoram muito	6
Mas eu não vou falar do meu produto?	7
O meu público não gosta dessas coisas/não lê muito	8
Como o conteúdo vai me fazer vender mais?	9
Minha empresa já vai bem sem o Marketing de Conteúdo	10
Eu não tenho um time grande para colocar isso em prática	11
Mas eu já tenho página no Facebook...	12
Eu prefiro comprar listas de email	13
Eu prefiro investir em Anúncios Online	14
Quem me garante que conteúdo vai me trazer dinheiro?	15
O meu público é B2B	16
Preciso de tempo para pensar...	17
Conclusão	18
Sobre a Rock Content	20

## TEXTO



**LAÍS BOLINA**

Analista de Marketing

@ Rock Content

[lais.bolina@rockcontent.com](mailto:lais.bolina@rockcontent.com)

## DESIGN



**RAFAEL RALLO**

Analista de Marketing & Designer

@ Rock Content

[rafael.rallo@rockcontent.com](mailto:rafael.rallo@rockcontent.com)



**THIERS FERREIRA**

Designer Gráfico

@ Rock Content

[thiers.ferreira@rockcontent.com](mailto:thiers.ferreira@rockcontent.com)

# INTRODUÇÃO

Em muitos casos, mais difícil do que tocar uma estratégia de Marketing de Conteúdo, é convencer sua equipe, gerente, ou mesmo CEO que essa é a melhor opção para o negócio.

Isso porque muitas pessoas não entendem exatamente como funciona o processo de Inbound Marketing, e acham que Marketing de Conteúdo é simplesmente produzir textos e publicar em um blog.

Se você baixou este material, sabe que uma estratégia de Marketing de Conteúdo vai **muito além disso**.

Além de exigir mais do marketing — não vamos mentir para você em relação a isso — os resultados colhidos por sua equipe vão muito além de tráfego e bons posicionamentos no Google.



Por isso, se você precisa convencer alguém que Marketing de Conteúdo é um ótimo investimento, aqui estão os principais argumentos para solucionar os questionamentos mais comuns.



# MARKETING DE CONTEÚDO É CARO DEMAIS

**Essa é a maior mentira a respeito de uma estratégia de conteúdo.**

Estratégias de Conteúdo custam até 62% menos que outras estratégias de Marketing tradicional, segundo uma [pesquisa da Demand Metric](#).

# Basta pensar da seguinte forma:

# O principal canal, que são os blogs, são muito baratos;

Boa parte da sua divulgação será em outros canais também gratuitos, como redes sociais. Além disso, por ser totalmente adaptável e pensada para o seu público, você ainda tem a possibilidade de adequar sua estratégia ao seu orçamento, garantindo que independente do porte do seu negócio, o conteúdo seja possível!







# OS RESULTADOS DEMORAM MUITO

**Isso é verdade.** Em média, você precisa de pelo menos 6 meses para começar a colher resultados significativos, como mais visitas e geração de leads. Porém, isso não é uma coisa ruim!

Primeiro porque desde o primeiro conteúdo publicado, você já começa a coletar dados a respeito do comportamento do seu público, o que ajuda todos os times da sua empresa a melhorarem as entregas e a comunicação com seus potenciais clientes.

Além disso, **cada novo conteúdo lançado é uma nova oportunidade de atrair as pessoas certas.** E esses conteúdos — principalmente os evergreen — serão sempre uma porta de entrada para o seu negócio.

Por isso, por mais que o resultado demore, ele será cada vez mais representativo, e poderá ser colhido por tempo indeterminado!



# MAS EU NÃO VOU FALAR DO MEU PRODUTO?

## **Vai, mas não vai falar só disso!**

Na verdade, o seu produto ou serviço será um dos temas menos tratados em seu conteúdo.

Isso acontece porque os seus conteúdos servem principalmente para solucionar dúvidas e problemas do seu público, que não necessariamente tenham uma relação direta com o que você oferece, mas que levam a ele.

Você constrói um relacionamento duradouro, ajuda o seu potencial cliente e conquista a confiança dele, antes de tudo.

E só aí apresenta a sua solução, agora que ele já conhece e confia em você.

Além disso, nem todo mundo faz buscas sobre um produto específico. Mas muitas pessoas vão atrás de soluções para seus problemas.

E se o seu objetivo é atrair a maior quantidade possível de pessoas que tenham potencial para se tornarem clientes, é melhor falar sobre um assunto que muitos querem saber e ir afunilando a experiência até apresentar o seu produto.



# O MEU PÚBLICO NÃO GOSTA DESSAS COISAS/ NÃO LÊ MUITO

## É aí que você se engana!

E temos alguns dados podem comprovar isso:

# **3,3 milhões:** é o número de buscas realizadas no Google diariamente (e ele é apenas um dos mecanismos de busca possíveis);

# **9 horas por dia:** é o tempo que o brasileiro passa em média na internet;

Hoje é muito difícil pensar em um público que não esteja online e que não consuma conteúdo na internet.

Até porque, o seu conteúdo não precisa ser 100% de blogposts. E nem deve!

Ebooks, imagens, vídeos, materiais ricos, infográficos, pesquisas, webinars, sorteios, ferramentas, planilhas, kits, checklists... tudo é válido para atrair as pessoas certas e proporcionar a melhor experiência para o visitante do seu blog!



# COMO O CONTEÚDO VAI ME FAZER VENDER MAIS?

**É bem mais simples do que parece.** Primeiro você vai definir a sua persona, ou seja, entender melhor qual é o público que você deseja atingir.

Com isso você entenderá exatamente quais são as necessidades e dúvidas dele, além de identificar o melhor canal, a melhor linguagem e os principais formatos de conteúdo para alcançar essas pessoas.

Depois, você começa a produzir conteúdos que vão:

- # Construir um relacionamento entre o seu público e sua marca;

- # Aumentar suas chances de ser encontrado na internet;
- # Gerar valor para sua persona;
- # Conquistar bons posicionamentos nos mecanismos de busca;
- # E muito mais!

Tudo isso te ajuda a vender mais, atraindo as pessoas certas para o seu negócio, aumentando a sua autoridade no mercado e facilitando para que as pessoas interessadas tenham mais chances de encontrar você. Porém, além de tudo isso, de forma prática, você também alcançará novas oportunidades através da **geração de leads**.

Através de alguns materiais será possível captar informações de contato dos seus visitantes, para que o seu time de vendas consiga ativamente entrar em contato com quem estiver mais qualificado e pronto para a compra!

# MINHA EMPRESA JÁ VAI BEM SEM O MARKETING DE CONTEÚDO

**Não duvidamos disso.** Mas porque obter bons resultados se você pode alcançar números incríveis?!

O primeiro grande benefício do Marketing de Conteúdo é apresentar para os seus potenciais clientes um **diferencial**. Mais que apresentar um produto, você ajudará o dia a dia da sua persona, estará gerando valor para sua marca e se aproximando das pessoas.

Além disso, construir um relacionamento com seus clientes é hoje um pré-requisito básico para fortalecer a sua empresa no mercado.

E por ser um canal que permite a comunicação dos dois lados, você se aproxima do seu público, conhece mais sobre ele e constrói um relacionamento de confiança!

Por fim: quem não quer o primeiro lugar no Google?

A forma mais efetiva de conquistar bons posicionamentos nos mecanismos de busca e aumentar a sua visibilidade online é através do conteúdo! Por isso, você não pode perder mais tempo.





# EU NÃO TENHO UM TIME GRANDE PARA COLOCAR ISSO EM PRÁTICA

## **Mas você não precisa ter!**

É fundamental que pelo menos uma pessoa dentro da sua empresa esteja responsável por analisar os resultados da estratégia e saber o que fazer com as oportunidades geradas pelo conteúdo.

Você pode terceirizar 100% ou parte da sua produção de conteúdo com empresas especializadas, como a Rock Content.

Com isso você consegue escalar a sua produção, profissionalizar a sua estratégia de conteúdo e ainda contar com a nossa equipe para extrair o máximo da sua estratégia. :)

Caso queira falar com um dos nossos consultores, ou quem sabe até fazer um orçamento para o seu negócio, é só [clicar aqui!](#) ;)



# MAS EU JÁ TENHO PÁGINA NO FACEBOOK...

**Ok, mas quantas oportunidades de venda ela tem gerado para o seu negócio?**

Todos os conteúdos da sua estratégia serão criados com um objetivo claro: gerar oportunidades de vendas para a sua empresa.

Por isso, mais que números, a ideia é colher dados concretos e saber exatamente qual retorno os seus investimentos têm gerado.

Além disso, o seu blog será um canal 100% seu para gerar valor para o seu cliente, sem ter que dividir a atenção dele com mais ninguém.

Já a audiência que você construiu no Facebook é do Facebook, não sua.

Já pensou nisso?

E, por fim mais não menos importante: nenhum desses canais é tão poderoso quanto os blogs de conteúdo para rankear nos mecanismos de busca!

Esses são ótimos canais para atrair pessoas para o seu blog e site, funcionam como SAC 2.0 e ainda contribuem para o engajamento do seu público. Mas quanto mais completa for a sua estratégia, melhores serão os seus resultados!

# EU PREFIRO COMPRAR LISTAS DE EMAIL

## Por favor, não faça isso!

Esse questionamento acontece geralmente quando pensamos na geração de leads, que são os usuários que fornecem informações de contato em troca de acesso aos seus conteúdos mais completos.

Porém, como dissemos, esses contatos **permitiram** que você entrasse em contato com eles quando forneceram suas informações. Uma lista de emails comprados não fez isso.

Dessa forma você estará sujando a sua base de contatos, agindo de maneira intrusiva e sem a permissão prévia desses usuários.

E, além disso, você não sabe se os endereços são falsos ou inválidos, o que comprometerá sua entregabilidade e aumenta suas chances de ser marcado como SPAM.

Por isso, a melhor forma de construir uma lista de emails saudável e que realmente representa boas oportunidades é através da geração de leads, que só é possível de maneira escalável através do Marketing de Conteúdo.



# EU PREFIRO INVESTIR EM ANÚNCIOS ONLINE

Aqui, precisamos pensar em dois pontos.

## **Primeiro: você prefere morar de aluguel ou ter uma casa própria?**

Fazemos essa pergunta porque é basicamente essa a diferença básica entre posicionamento orgânico e pago. Afinal, em um você “aluga” o 1º lugar e, quando o dinheiro acabar, basicamente você perde essa posição.

Já com o conteúdo você constrói a autoridade do seu domínio, conquistando e mantendo o seu primeiro lugar com boas técnicas de SEO, sem gastar em anúncios!

## **Segundo: uma coisa não elimina a outra**

Você pode continuar usando Ads, seja para promover seus conteúdos em redes sociais, para alcançar o primeiro lugar para uma palavra-chave mais estratégica... Mas para todas possivelmente ficará MUITO caro. Por isso conteúdo continua sendo uma opção mais viável.



# QUEM ME GARANTE QUE CONTEÚDO VAI ME TRAZER DINHEIRO?

## **Simples: a mensuração dos resultados!**

Todas as suas ações relacionadas ao Marketing de Conteúdo podem — e precisam — ser acompanhadas e mensuradas. Com isso você consegue ter o controle sobre os seus gastos e ainda identificará as melhores práticas, que geram mais resultados para o seu negócio.

Você conseguirá, por exemplo, saber exatamente qual é o ROI — o Retorno sobre o Investimento — feito em cada ação de Marketing e com isso conseguirá direcionar os seus investimentos e esforços para o que realmente funciona. Assim, você comprova para o seu time, para os seus gestores e para sua equipe comercial que o conteúdo tem ajudado sua empresa vender mais, na prática!



# O MEU PÚBLICO É B2B

## **Que ótimo, o meu também!**

Muitas pessoas acreditam que, por terem um produto ou serviço voltado para B2B, o Marketing de Conteúdo não é uma boa opção. Muito pelo contrário, é uma excelente!

Para se ter uma ideia, nós da Rock Content usamos estratégias de conteúdo — ou seja, o nosso serviço — para atrair os nossos próprios clientes desde o 1º dia da empresa, e desde então só temos crescido.

Afinal, os tomadores de decisão pela compra de um produto ou serviço são pessoas, que também tem dúvidas e questionamentos, só que a respeito do seu dia a dia de trabalho.

Eles querem encontrar soluções que facilitem tanto suas funções quanto os negócios deles, e que podem ser respondidos através do Marketing de Conteúdo, ajudando você a construir autoridade e a conquistar a confiança deles!





# PRECISO DE TEMPO PARA PENSAR...

## **Se eu fosse você, não faria isso!**

Primeiro porque, como já dissemos, os primeiros resultados podem levar um tempo. Com isso, quanto mais você demora para começar, mais tempo terá perdido.

Segundo porque possivelmente os seus concorrentes já estão atraindo pessoas através do Marketing de Conteúdo.

Por isso, o quanto antes começar uma estratégia de conteúdo, melhor! Mais chances você tem de ganhar em competitividade, autoridade e, é claro, os desejados bons posicionamentos no Google.

*“Daqui a um ano, você vai desejar ter começado hoje”.*

— Karen Lamb



# CONCLUSÃO

## **Não existem mais desculpas para não investir em Marketing de Conteúdo, não é mesmo?**

A ideia é essa: que você perceba que as principais objeções não chegam aos pés dos benefícios que esse tipo de estratégia pode trazer para o seu negócio, principalmente se executada da maneira correta.

Você não precisa de uma grande equipe, de um investimento absurdo e muito menos parar outras estratégias para começar a trabalhar com conteúdo.

Ele complementa as ações que você já tem, facilita o trabalho do seu time de vendas e pode ser executado em empresas de todos os portes, independente do tamanho da sua equipe de Marketing.

## **Você só precisa começar!**


Quanto mais você demora para dar o primeiro passo, mais oportunidades você estará perdendo e mais chances estará dando para os seus concorrentes.

E ninguém quer isso!

Se tiver alguma dúvida, é só chamar! Estamos a disposição para te ajudar a vencer outras objeções — suas ou de sua equipe — para que você não perca nem mais um minuto e comece o quanto antes a colher ótimos resultados com o conteúdo!

Boa sorte,  
Equipe Rock Content





# VOCÊ SE INTERESSOU PELO CONTEÚDO, MAS QUER IR ALÉM?

O QUE VOCÊ ACHA DE RECEBER UMA  
AVALIAÇÃO GRATUITA DE SUA  
ESTRATÉGIA DE MARKETING DIGITAL  
OFERECIDA PELA ROCK CONTENT?

QUERO RECEBER UMA AVALIAÇÃO GRATUITA



A **Rock Content** é a empresa líder em marketing de conteúdo no mercado brasileiro. Nós ajudamos marcas a se conectarem com seus clientes através de **conteúdo fantástico** e blogs corporativos sem monotonia.

Através de nosso serviço de consultoria montamos estratégias de conteúdo para nossos clientes que são executadas pelo nosso time de milhares de escritores freelance qualificados.

Possuímos vários **materiais educativos** gratuitos e sempre temos algum artigo interessante no blog do **Marketing de Conteúdo**.