



subido
COMUNIDADE SUBIDO DE TRÁFEGO

AULA 11

O método subido de distribuição de conteúdo

Índice

Introdução	Pág. 2
Método subido de distribuição de conteúdo.....	Pág. 3

00'02''

Introdução

É fato que o segredo dos anúncios online são os anúncios online, no entanto, **para deixar os anúncios online ainda melhores, o grande segredo é o tráfego orgânico (e bom, de preferência).**

E como ter um bom orgânico? Criando conteúdo nas redes sociais, claro! E se o “conteúdo é Rei”, a distribuição é a “Rainha”, afinal é ela que vai possibilitar que o conteúdo alcance o maior número de pessoas possível.

O tráfego pago pode ser realizado de **duas maneiras:** por meio da **criação de campanhas focadas em vendas;** e por meio da **criação de campanhas focadas em desenvolver audiência, distribuir os conteúdos e, por último, focadas em vendas.**

Então, bora entender mais sobre essa segunda opção?

05'40"

Método Subido de Distribuição de Conteúdo

Eu costumo **dizer** que **este método de conteúdo permite “vestir os óculos da audiência”**, isto é, vestindo os óculos da audiência, consegue-se entender como ela enxerga o mundo, a fim de produzir um conteúdo alinhado a um determinado público.



**“O seu público é o seu
melhor copywriter!”**



Dito isso, **é como se utilizássemos a retina das pessoas**; surgindo, daí, o acrônimo **RETINA — técnica específica para a produção de conteúdo** de qualidade:

R**E****T****I****N****A**

R **de relacionamento:** conteúdos que mostram quem você é.
Conteúdos de identificação.

E **de engajamento:** conteúdos “topo de funil”, com foco na grande audiência.

T **de transformação:** conteúdos que levam o consumidor de um ponto A até um ponto B.

I **de interação:** conteúdos voltados à interação entre você e a comunidade, ou entre os próprios membros da comunidade.

N **de níveis de consciência:** conteúdos voltados à venda e à apresentação dos benefícios do produto e/ou serviço.

A **de autoridade:** conteúdos que posicionam você como uma autoridade em determinado assunto/tema.

Agora, **como fazer com que estes conteúdos cheguem, de fato, às pessoas?**

Para tanto, você precisará de **estratégias de distribuição de conteúdo**, divididas em **6 pilares de distribuição de conteúdo** (e que “andam” em duplas):

Pilares 1 e 2

(Validação + Seleção)

Você precisa descobrir por métricas/dados quais conteúdos trazem mais resultado (com base no seu objetivo) e, em seguida, subjetivamente analisar se tal conteúdo atrai um público com potencial de compra.

Pilares 3 e 4

(Descoberta + Aquecimento)

Você deve, sempre, distribuir seus conteúdos para pessoas que nunca o viram na vida (reoxigenar a base; público frio) e pessoas que já o conhecem (manutenção do público superquente).

Pilares 5 e 6

(Diversificação + Variação)

Você precisa diversificar os seus formatos de conteúdo e, também, os tipos (conforme o método RETINA) e objetivos de campanha.

E quanto você gastará nesta distribuição?

Basicamente, você deve **investir de 10% a 30% da sua verba de marketing** para aumentar a sua audiência — **lembrando que esse não é um valor fixo.**

Seja como for, entenda que **nem todo mercado/nicho necessita de distribuição de conteúdo para se manter**; às vezes, só o anúncio e venda direta já são a melhor estratégia, **mas, ainda assim, não deixe de criar a sua audiência, porque este é um forte investimento na sua marca — e a sua marca é o ativo mais importante que você possui**, beleza?

Tamo junto!