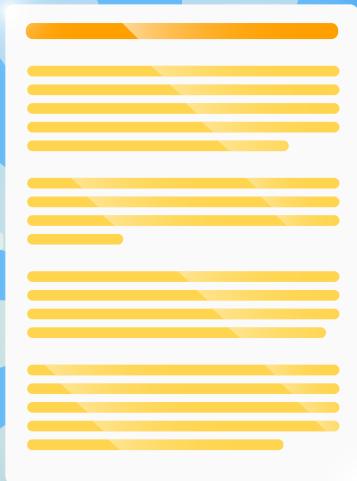


GUIA DEFINITIVO
DO TEXTO PERFEITO:
DO BRAINSTORM ÀS TÉCNICAS DE PERSUASÃO



@comunidade

SUMÁRIO

[03] Sobre os autores

[04] Introdução

[05] Principais aspectos do conteúdo relevante

[08] Gerador de ideias de post

[11] Técnicas e aplicações da escrita criativa

[14] Persuasão e segredos do copywriting

[17] Conclusão

[19] Sobre a Comunidade Rock Content

COMPARTILHE ESTE EBOOK!

TEXTO



RAÍSSA GALVÃO

Analista de Marketing

@ Rock Content

raissa@rockcontent.com



DESIGN

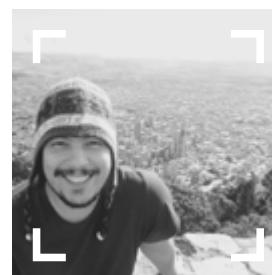


RAFAEL RALLO

Analista de Marketing & Designer

@ Rock Content

rafael.rallo@rockcontent.com



THIERS FERREIRA

Designer Gráfico

@ Rock Content

thiers.ferreira@rockcontent.com



COMPARTILHE ESTE EBOOK!



INTRODUÇÃO

Como é um texto perfeito?

Consegue visualizá-lo em sua mente?

É incrível a satisfação que sentimos ao ler um post na web com argumentos bem fundamentados, escrita clara e agradável de acompanhar e com temas e conclusões extremamente valiosos.

Construir uma internet melhor, um texto de cada vez, é um dos lemas do **blog da Comunidade Rock Content** e foi pensando nele que produzimos este guia!

Você vai conferir, nos próximos capítulos, descrições e dicas de todos os fatores que tornam um texto conquistador: desde a definição do tema até o contato com os leitores.

PRINCIPAIS ASPECTOS DO CONTEÚDO RELEVANTE



Muito se fala e muito se define sobre a questão “conteúdo de qualidade”. Tamanho, formato, quantidade de informações, tipos de argumentação, organização do texto... São inúmeras variáveis que são capazes de criar um conteúdo único e, com sorte, muito relevante.

Ok, espere aí: com sorte?

Todo produtor de conteúdo precisa compreender que não é bem assim! Aliar conhecimentos de marketing digital às qualidades de um bom redator (ou revisor, ou planejador de pautas) traz o poder de produzir um texto memorável. Veja, a seguir, quais pontos devem estar claros quando o assunto é conteúdo relevante.

COMPARTILHE ESTE EBOOK!

CLAREZA NA TRANSMISSÃO DE IDEIAS

DOMÍNIO DO PORTUGUÊS

Ter uma comunicação clara envolve boa gramática, objetivos bem definidos e uma boa noção de quem é o receptor da mensagem. Você sabe como articular esses aspectos?

Possuir pleno domínio da língua portuguesa e saber criar construções de frases coesas e com propósito não é uma tarefa fácil, porém é extremamente importante para quem produz conteúdo. Se você acredita — ou, até, recebe feedbacks que indicam que você não chegou lá, pratique e estude.

NOÇÃO CLARA DE OBJETIVO

Outro fator que contribui para transmissão de ideias sem “interrupções” é a noção clara de objetivo do texto e o conhecimento de quem está recebendo a mensagem. É verdade que nos sentimos mais seguros para argumentar numa discussão, por exemplo, se sabemos onde queremos chegar — ou, então, se sabemos qual é o nível de conhecimento da outra pessoa sobre o assunto em questão, certo?



Tenha essa metáfora em mente quando começar a escrever um novo texto. Pode parecer uma constatação óbvia, mas possuir uma noção um pouco “obscura” do objetivo da produção é um erro comum.

Certifique-se que o que deve ser passado, e para quem, está simples de ser compreendido e, só assim, coloque a mão na massa.

COMPARTILHE ESTE EBOOK!

SOLUCIONAR PROBLEMAS

Se você comprehende as dinâmicas do marketing de conteúdo, sabe que o conteúdo presente na web busca trazer soluções para seus leitores.

O funil de vendas é um conceito que facilita — e muito — o entendimento de objetivos dos textos, como citamos no tópico anterior.

Por isso, se você já está familiarizado com esta área, deve conseguir compreender facilmente qual é o problema que o texto que está produzindo procura solucionar.

REFINAR AS INFORMAÇÕES

Ao fazer uma pesquisa de dados para utilizar como argumentos em um texto, uma rápida busca no Google exibe milhares de resultados. O acesso à informação nunca foi tão rápido, não é mesmo?

Contudo, essa rapidez pode criar uma ilusão de relevância das informações e tirar a importância de uma boa pesquisa. Nem sempre o primeiro resultado do Google trará os dados mais recentes sobre um determinado assunto, por exemplo; é por isso que refinhar informações é um dos fatores decisivos para um conteúdo de qualidade. Afinal, um texto com argumentos datados é facilmente identificado — e descartado — pelos leitores.

COMPARTILHE ESTE EBOOK!



GERADOR DE IDEIAS DE POST

Se você chegou até este capítulo, conferiu uma série de dicas e truques para se manter criativo e inspirado e, claro, ter a ideia de 1 milhão de dólares — a ideia do texto perfeito.

Contudo, nenhum profissional nega que existem aqueles dias em que nenhuma boa ideia consegue despontar. Para isso, compilamos aqui uma série de estratégias para conseguir os melhores temas num instante. Se interessou? Confira a seguir!

COMPARTILHE ESTE EBOOK!

CRIAÇÃO DE CONFLITO

Esse método veio da área da escrita criativa (que abordaremos com mais detalhes a seguir!). Ele consiste em definir um ponto de partida para desenrolar o texto. Em caso de textos com traços ficcionais — se você trabalha com storytelling, esse método é ideal! —, o ponto de partida pode ser um personagem, um cenário ou mesmo uma situação inusitada. Contudo, para blog posts de caráter exclusivamente informativo, o conflito é o que se encaixa melhor.

Um bom exemplo é o texto [Conteúdo extenso x conteúdo de qualidade: qual a relação entre eles?](#), do blog da Comunidade Rock Content. Viu como o conflito já está exposto no título? Essa estratégia funciona especialmente bem com assuntos controversos, como o tema do post em questão.

GOOGLE TRENDS

Já pensou num portal do Google que reunisse, de uma só vez, quais são os tópicos mais buscados no país e no mundo? E que, além disso, fornecesse dados relevantes sobre a busca de assuntos do seu interesse?

Bom, o que parece ser um sonho é real! O [Google Trends](#) é um verdadeiro caldeirão de boas referências e tem muito potencial a ser aproveitado. Uma de suas inúmeras vantagens é facilitar a saída da bolha de preferências que citamos em um dos tópicos anteriores — já que ele apresenta os dados sem filtros das principais buscas que estão sendo feitas. Aproveite!

COMPARTILHE ESTE EBOOK!



BANCO DE IDEIAS

Você se preocupa em se cercar de informação dos temas sobre os quais escreve? Tem acesso fácil às principais referências da área? Está sempre bem informado? Bom, se você respondeu sim para as perguntas anteriores, já está a um passo de criar seu próprio banco de ideias.

Anotar insights que surgem ao pesquisar — ou mesmo ler casualmente — sobre os assuntos que você costuma abordar nos seus textos e guardar tais ideias de forma organizada é um hábito que ajudará — e muito! — sua rotina de produtor de conteúdo. Quando a inspiração faltar, basta dar uma olhada no catálogo que você mesmo criou.

BRAINSTORM

Essa é uma das estratégias mais conhecidas e, também, uma das mais relevantes para encontrar boas ideias.

O **brainstorm** consiste em reunir, individualmente ou com uma equipe, tudo o que “der na telha” sobre uma determinada questão. O segredo, aqui, é não julgar as ideias que surgem de imediato — afinal, algumas podem ser incríveis, mas outras nem tanto. É se acostumando com essa fluidez de pensamento que conseguimos nos livrar das amarras de insegurança e auto cobrança!

COMPARTILHE ESTE EBOOK!

TÉCNICAS E APLICAÇÕES DA ESCRITA CRIATIVA



O copywriting e a escrita de ficção parecem ser universos opostos, mas possuem muitos pontos em comum. E, além disso, um tipo pode aprender muitas coisas com o outro!

Quem pratica a escrita criativa busca inspiração em momentos e situações inusitados, mantém o hábito de escrever diariamente e fazem brainstorms quando é necessário. Tais práticas não são nada estranhas para copywriters, não é mesmo?

Veja, a seguir, as melhores técnicas da escrita criativa e maneiras de aplicá-la no seu dia a dia de produção de conteúdo para web.

COMPARTILHE ESTE EBOOK!

LEIA MUITO

Pode parecer óbvio, mas quem escreve e trabalha com texto não pode deixar a leitura de lado. Desde artigos online até um livro muito extenso, toda informação que chega até você por tais meios serão válidas em algum momento na sua atuação em produção de conteúdo.

Além disso, a leitura é indispensável para construir repertório, tanto de conhecimento quanto de domínio da língua. Já reparou em como nós começamos a imitar a maneira de escrever do autor de um livro que achamos muito interessante? Isso é natural e ajuda bastante a melhorar a coesão e a clareza na hora de escrever.

BUSQUE IDEIAS NO COTIDIANO

É notável que escritores que se dedicam à escrita de ficção procurem inspiração em suas rotinas. Esse hábito pode ajudar produtores de conteúdo a conseguirem um mindset mais criativo e leve, onde se encontram ideias nas situações mais inusitadas.

Observe sua rotina com atenção e veja quais momentos têm tudo a ver com as pautas daquele cliente para o qual você escreve blog posts, por exemplo. Ou, então, consiga um insight ao conferir os novos e-mails da sua caixa de entrada para os fluxos de nutrição do seu outro cliente. E não se esqueça de anotar!

COMPARTILHE ESTE EBOOK!



UTILIZE A TÉCNICA DE ESCRITA LIVRE

A técnica de escrita livre consiste em, num período de 5 a 10 minutos, se debruçar sobre o papel — ou sobre o teclado — e escrever todas as frases que vêm à mente, sem juízo de valor ou pausas.

É preciso resistir ao impulso de reler o que foi escrito antes do tempo terminar!

Tal técnica busca desbloquear as ideias que estão na cabeça, mas que ainda não conseguiram ser escritas. A escrita livre é interessante para aqueles momentos em que encarar a página em branco está sendo inevitável.



PERSUASÃO E SEGREDOS DO COPYWRITING

Ok, já deixamos claro que o copywriting tem muito a crescer com técnicas e mindset da escrita criativa. Certo?

Contudo, é importante não se esquecer de que o objetivo desse tipo de escrita é vender. Nesse caso, existe uma série de técnicas imbatíveis para criar um texto que converte, e é sobre isso que vamos falar neste tópico.

Confira os próximos itens!

TEXTOS PERSUASIVOS NÃO SÃO TEXTOS MANIPULADORES

A palavra “persuasão” pode soar negativa aos ouvidos, mas, no contexto da produção de conteúdo, seu significado é outro. É importante desassociar o conceito de manipulação da [escrita persuasiva](#), afinal, um texto produzido para um blog corporativo não deve apresentar informações deturpadas ou irreais.

Um bom texto persuasivo é aquele que consegue convencer o leitor a realizar uma ação por meio de uma boa argumentação, fatos irrecusáveis e uma linguagem que se aproxima do leitor.

COMPARTILHE ESTE EBOOK!

OS 4 P'S DO COPYWRITING

Um copy — ou seja, um texto cujo objetivo é levar o leitor a realizar uma ação — deve cumprir algumas funções essenciais. Entre elas, deve passar uma imagem clara para o leitor, mostrar que existe um benefício que será alcançado com a leitura e relacionar esse benefício com os problemas e objetivos da persona do blog. Dessa forma, existe uma fórmula que o redator pode seguir para cumprir essas funções!

São os 4 P's do copywriting:

- # **Promise (prometa):** todo texto começa com um objetivo, e essa é a promessa apresentada — ou seja, o que o leitor conseguirá ao realizar a leitura;
- # **Picture (mostre):** a promessa deve ser representada de forma clara;
- # **Prove (prove):** a argumentação do texto deve provar que aquela promessa, realmente, vai ser cumprida;
- # **Push (induza):** é o momento do CTA, em que o leitor é convidado para realizar uma ação.

Simples, não é mesmo? É um excelente guia que pode ser usado em qualquer blog post dentro dos moldes do marketing de conteúdo.

COMPARTILHE ESTE EBOOK!



CONHECER A PERSONA É FUNDAMENTAL

Todo post na internet — seja em um blog ou nas redes sociais — tem o potencial de gerar um diálogo. As caixas de comentários, as opções de compartilhamento e os botões de curtir são grandes indicadores de adesão do público, e também de suas reações.

Nesse caso, pense no seguinte cenário: imagine discutir — de forma amigável! — um assunto de seu interesse com outra pessoa.

É mais fácil expor seu ponto de vista e escolher os argumentos certos quando você conhece quem está falando, não é mesmo?

Se a pessoa em questão for um completo desconhecido, ainda pode ocorrer um diálogo, mas as chances de convencimento são menores.

É por isso que saber exatamente qual é a persona do blog para o qual você está escrevendo faz toda a diferença na hora de produzir o texto perfeito. É uma garantia de que ambas as partes irão se entender!

COMPARTILHE ESTE EBOOK!

CONCLUSÃO

A pergunta que abre este ebook é simples, mas encontrar sua resposta é um desafio para profissionais de produção de conteúdo para web.

Ao contrário do que muitos podem pensar, conseguir ideias interessantes para conteúdos não é um “dom” ou aquele tipo de característica que é nata de alguns e, quem não possui, nunca a terá. Como toda profissão, é possível lapidar suas atividades de produtor de conteúdo buscando os conhecimentos e as práticas certas.

É preciso ter em mente que, ao criar conteúdo para a internet, os assuntos relevantes podem vir de todo lado. Atualmente, com as segmentações de exibição de links, posts, vídeos e outros de acordo com o interesse dos usuários — o famoso filtro bolha, apontado por estudiosos em redes sociais como o Facebook —, a tarefa de acessar diferentes pontos de vista sobre vários assuntos se torna um pouco mais difícil.

Por isso, cabe a você construir sua própria rede de referências — sejam portais de notícias com novos formatos ou, até, a lista de best-sellers dos últimos meses — e saber onde encontrar toda a inspiração que precisa, de acordo com sua área de atuação.

Buscar por referências fora da sua zona de conforto é um excelente mindset para encontrar as ideias de post mais incríveis!

Junto a isso, melhorar suas habilidades como **copywriter** e revisor, conseguir realizar uma avaliação crítica do seu próprio trabalho e se dedicar a melhorar, sempre, são fatores que te farão chegar ao texto perfeito.

Até mais e bom trabalho!

QUER COMEÇAR A SUA CARREIRA COMO FREELANCER NA ROCK CONTENT?

CONHEÇA A NOSSA PLATAFORMA E
COMECE AGORA MESMO A GANHAR
UMA RENDA EXTRA!

QUERO SER UM FREELANCER
DA ROCK CONTENT!

@comunidade

@comunidade

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.

A **Comunidade de Freelancers** é o combustível que move a máquina da Rock. Englobando freelancers de Redação, Revisão, Planejamento de Pauta e Diagramação, a Comunidade é um elemento vital que nos possibilita entregar cada vez mais valor à estratégia de marketing de conteúdo.