

COMO CRIAR UM BLOG DE SUCESSO



Apareça nos mecanismos de busca e torne-se
uma autoridade no seu segmento

**Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(Câmara Brasileira do Livro, SP, Brasil)**

Castilho, Marcel

Como criar um blog de sucesso [livro eletrônico] /
Marcel Castilho. -- São Paulo, SP : Ed. do Autor,
2023.

PDF

Bibliografia.

ISBN 978-65-00-76874-9

1. Blogs (Internet) 2. Marketing digital
3. WordPress (Recurso eletrônico) I. Título.

23-167415

CDD-658.85

Índices para catálogo sistemático:

1. Blogs : Internet : Vendas : Marketing digital :
Administração 658.85

Tábata Alves da Silva - Bibliotecária - CRB-8/9253

Prefácio

Ei, empreendedores, estudantes e profissionais de marketing!

Parabéns!!

Você está no caminho certo para sua estratégia de marketing digital fluir e trazer ótimos resultados. Afinal de contas, ter um blog é uma parte muito importante para alavancar resultados, já que utilizamos as ferramentas de busca de forma constante, todos os dias, mesmo considerando o uso das ferramentas de inteligência artificial.

Com esse ebook, você poderá se aprofundar mais um pouco na arte dos blogs, estratégia essencial para o SEO (Search Engine Optimization) decolar.

Mas de nada adianta se você não tiver uma boa estratégia, mesmo sabendo a parte técnica. Assim, esse ebook foi montado para ser o mais completo possível e alguns itens aparecem mais de uma vez, devido à sua importância.

Mãos à obra! Bora lá!

A Vero Contents



Olá, eu sou Marcel Castilho, proprietário da Vero Contents. Sou empreendedor digital, Full Stack Marketer e Publicitário. Sou formado em marketing, pós-graduado em neurociência, *mindfulness* e psicologia positiva. Sou especialista em *inbound marketing*, com diversas certificações nacionais e internacionais, além de Master em Programação Neurolinguística.

A Vero Contents é uma agência de marketing digital nascida da Vero Comunicação e Marketing (atual VeroCom), fundada em 1997. Com respaldo de quase 30 anos de experiência na área de marketing e comunicação, passou a ser uma agência com foco 100% no mundo digital, com especialização em *inbound marketing* e geração de conteúdo.

Apostando em grandes parcerias, como RD Station e Google, entendendo desde o início que o mercado digital precisava entregar cada vez mais resultados, a Vero Contents surgiu com a missão de ajudar empresas e empreendedores a conquistarem seu espaço definitivo no mundo digital.

Dedico esse Ebook aos meus parceiros, colaboradores e mais de 1.000 clientes já atendidos ao longo desses anos, e agradeço a parceria e aprendizados constantes.

Desejo a você uma ótima navegação por esse material e que ele possa ser um ótimo complemento para você, que já está subindo os degraus do marketing digital.

Bom divertimento!

Sumário

Prefácio	3
A Vero Contents	4
Sumário	5
Parte 1: A importância de ter um blog	6
Parte 2: Os princípios básicos	7
Parte 3: Design e parte técnica	9
3.1 Algumas Dicas	11
Parte 4: A importância do conteúdo e das palavras-chave	14
Parte 5: Montando seu blog em WordPress	18
Parte 6: Gere tráfego	23
6.1 Redes sociais	23
6.2 Tráfego pago	25
6.3 Buscas orgânicas	27
Parte 7: O Google Analytics	35
7.1 Funcionalidades do Google Analytics:	36
Parte 8: Anatomia de uma postagem	37
Parte 9: Vídeos no blog	40
Parte 10: Áudio e podcasts	42
E finalmente	45

Parte 1: A importância de ter um blog

Além das questões técnicas relacionadas às ferramentas de buscas, ter um blog é uma das formas mais assertivas de posicionar-se como uma autoridade no seu segmento de atuação.

O blog é a base da estratégia de conteúdo, especialmente do *inbound marketing*.

Além da função de atrair visitantes para o seu site, ele contribui para um bom posicionamento nos mecanismos de busca, aumenta o tráfego do site, traz credibilidade e autoridade, cria relacionamento com a audiência, além de ser ótimo para a geração de leads, divulgação dos produtos/serviços e fortalecimento de marca.

Vamos explorar mais detalhes sobre o blog, desde a sua montagem utilizando o WordPress, até a anatomia de uma postagem para os mecanismos de busca.

Parte 2: Os princípios básicos

O ideal é que o blog seja projetado para refletir o nicho que você pretende atuar (ou onde sua empresa já esteja atuando) da forma mais eficaz e informativa quanto possível, mantendo-se sempre o foco na atenção do seu público-alvo e nas atualizações constantes das informações.

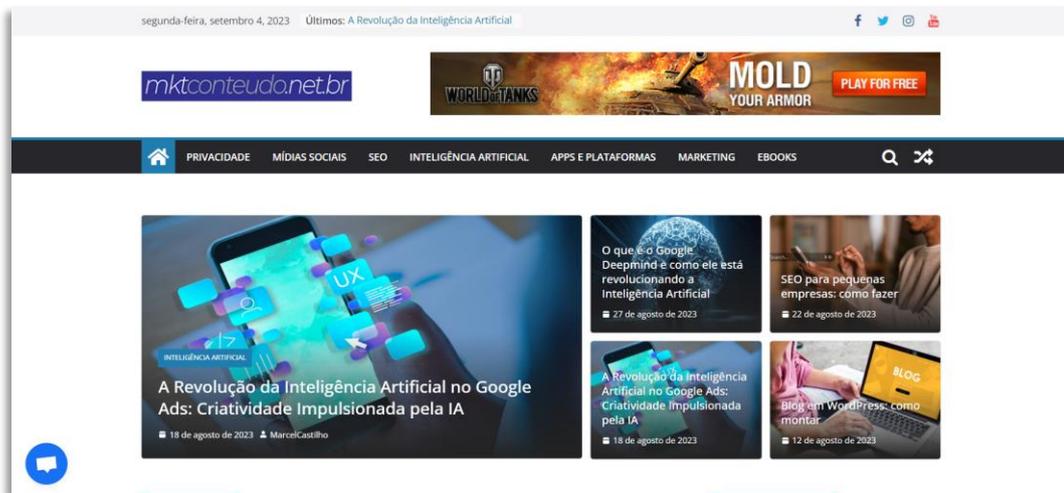


Além disso, ele também deve ser intuitivo. Este é um fator importante, e que não deve ser negligenciado, como em muitos blogs, que não são de fácil leitura, tornando difícil fazer com que o seu conteúdo seja de fácil acesso, o que causa uma alta taxa de rejeição da audiência.

A escolha do nome do seu blog também tem um papel importante, se você for trabalhar com um blog separado do site da empresa – ou se for trabalhar exclusivamente com o blog. Afinal de contas, a primeira impressão é a que fica, correto? Pois bem, escolher o nome correto para o seu blog vai chamar atenção do público-alvo pretendido, caso você não vá trabalhar com um blog atrelado ao seu site ou sua marca.

Um blog também pode ser projetado para entregar conteúdo em blogposts patrocinados, ou seja, via publicidade paga. Isto acontece quando um blog já tem alguma reputação no mercado e uma legião respeitada de leitores.

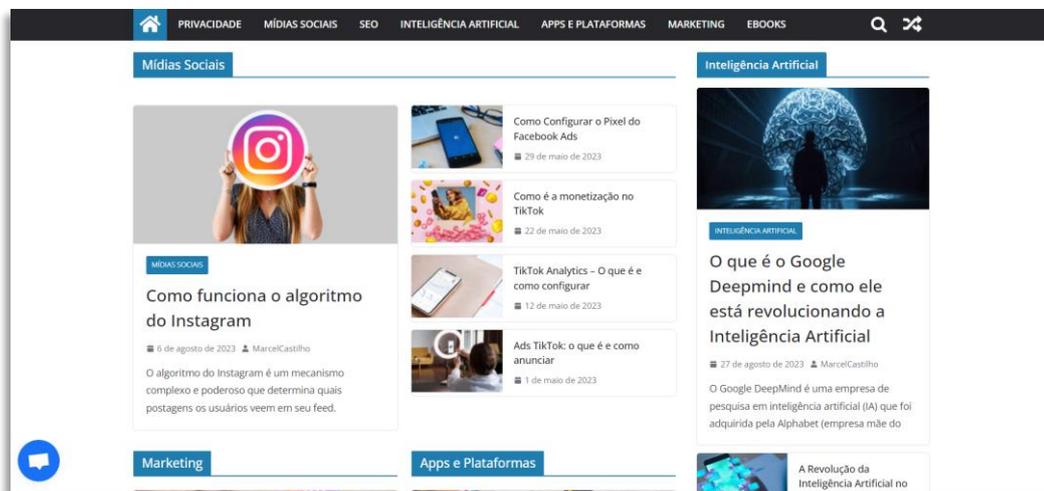
A função de levar tráfego ao blog também pode ter um outro objetivo, além daqueles relacionados à marca ou o negócio/serviço. Um blog pode ser uma forma de geração de renda, não só via posts patrocinados, mas também pela veiculação de banners. Existem diversas formas de monetização para o blog, como o AdSense, do Google, por exemplo.



Parte 3: Design e parte técnica

O design de um blog desempenha um papel fundamental na criação de uma experiência positiva para os visitantes e na eficácia geral do seu blog. Analise aqui comigo:

- 1. Primeiras impressões:** O design é a primeira coisa que os visitantes veem quando acessam o seu blog. Um design atraente e bem-organizado pode capturar a atenção dos visitantes imediatamente e incentivá-los a explorar mais conteúdos.



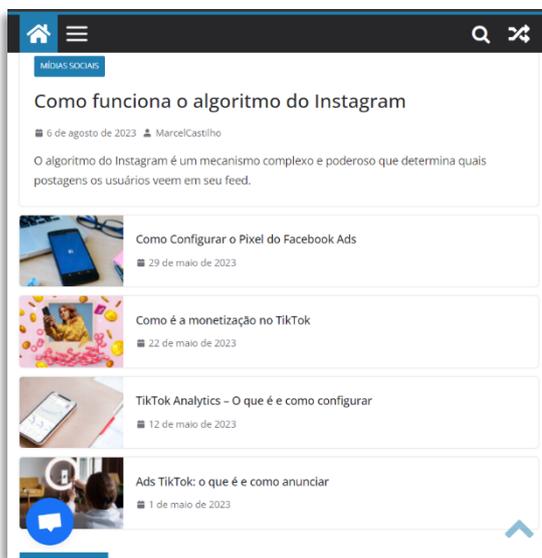
- 2. Usabilidade:** Um design bem pensado torna o seu blog fácil de navegar. Isso inclui uma estrutura de menu intuitiva, links bem-posicionados, layout responsivo (que se ajusta para diferentes dispositivos) e uma arquitetura de informações que facilita a localização de conteúdo relevante.

- 3. Credibilidade:** Um design profissional transmite credibilidade. Se o seu blog tem um design desatualizado ou pouco profissional, os visitantes podem questionar a confiabilidade do conteúdo apresentado.

- 4. Branding:** O design ajuda a estabelecer a identidade visual da sua marca ou blog. Cores, fontes e elementos visuais consistentes podem fortalecer o reconhecimento da marca e criar uma impressão duradoura na mente dos visitantes.

5. Facilidade de leitura: O layout, as fontes e o espaçamento adequados podem tornar o conteúdo do seu blog mais fácil de ler. Um design bem equilibrado evita a fadiga ocular e incentiva os leitores a permanecerem por mais tempo navegando.

6. Engajamento e Retenção: Um design cativante pode aumentar o engajamento dos visitantes, fazendo com que eles explorem mais páginas, interajam com o conteúdo (comentando e compartilhando) e retornem ao blog no futuro.



7. SEO (otimização para Mecanismos de Busca): O design do seu blog também pode afetar o desempenho nos motores de busca. Um design responsivo e uma estrutura amigável para SEO podem melhorar a visibilidade do seu blog nos resultados de pesquisa.

8. Performance: O design também está relacionado ao desempenho. Um design otimizado pode ajudar a carregar as páginas mais rapidamente, o que é crucial para manter os visitantes envolvidos e reduzir as taxas de rejeição.

9. Integração de Mídias Sociais: Um design bem planejado pode facilitar a integração de botões de compartilhamento e feeds de mídias sociais, permitindo que os leitores compartilhem facilmente o conteúdo do seu blog.

10. Conversões e Objetivos: Se o objetivo do seu blog é converter visitantes em assinantes, clientes ou leads, o design desempenha um papel crucial na criação de elementos de destaque, como formulários de inscrição, chamadas para ação (CTAs) e áreas de destaque para produtos ou serviços.

3.1 Algumas Dicas

Aqui estão algumas dicas importantes para considerar ao projetar o seu blog:

- 1. Identidade Visual Coesa:** Desenvolva uma identidade visual consistente, incluindo paleta de cores, fontes e logotipo. Isso ajuda a criar uma imagem de marca sólida e reconhecível.
- 2. Layout Limpo e Organizado:** Um layout organizado facilita a navegação. Use espaçamento adequado, mantenha margens consistentes e certifique-se de que o conteúdo seja fácil de ler.
- 3. Design Responsivo:** Garanta que o seu blog seja responsivo, ou seja, que se adapte bem a diferentes tamanhos de tela, como smartphones e tablets. Isso melhora a experiência do usuário em dispositivos móveis.
- 4. Tipografia Legível:** Escolha fontes legíveis para o corpo do texto e títulos. Mantenha a consistência na escolha das fontes em todo o blog.
- 5. Imagens de Qualidade:** Use imagens de alta qualidade e relevantes para o conteúdo. Imagens atraentes podem melhorar a aparência geral do blog e complementar o texto.
- 6. Hierarquia Visual:** Use títulos, subtítulos e marcadores para criar uma hierarquia visual no conteúdo. Isso ajuda os leitores a entenderem a estrutura do seu artigo.
- 7. Espaçamento Adequado:** Utilize espaçamento entre parágrafos e seções para evitar que o conteúdo pareça congestionado. Isso melhora a legibilidade e a experiência do leitor.
- 8. Chamadas para Ação (CTAs):** Posicione CTAs de forma estratégica para direcionar os leitores para ações desejadas, como inscrições, compartilhamentos ou compra de produtos.

Para entender melhor o que são CTAs:

Call to Action (CTA) ou “Chamada para Ação” é uma instrução ou convite específico e direto feito a um visitante ou cliente com o objetivo de levá-lo a realizar uma ação desejada. No contexto do marketing e das estratégias de conversão, o CTA é um elemento crucial para incentivar os usuários a tomarem uma ação específica, como se inscrever em uma newsletter, fazer uma compra, baixar um ebook, preencher um formulário, assistir a um vídeo, entre outras ações.

9. Navegação Intuitiva: Crie um menu de navegação claro e intuitivo. Agrupe o conteúdo em categorias relevantes para facilitar a descoberta.

10. Página Inicial Atraente: A página inicial é crucial. Destaque os melhores artigos, inclua um resumo da sua proposta de valor e facilite o acesso ao conteúdo mais recente.

11. Comentários e Interação: Facilite os comentários e a interação dos leitores. Isso pode aumentar a participação e o engajamento.

12. Velocidade de Carregamento: O desempenho do site é fundamental. Otimização de imagens e escolha de um serviço de hospedagem confiável podem melhorar a velocidade de carregamento.

13. Compatibilidade com Navegadores: Teste o seu blog em diferentes navegadores para garantir que a aparência e a funcionalidade sejam consistentes.

14. Acessibilidade: Certifique-se de que o seu design seja acessível a pessoas com deficiência. Use cores de alto contraste e adote práticas que permitam o acesso a todos os visitantes.

15. Testes e Melhorias Contínuas: Monitore o desempenho do seu blog e faça ajustes conforme necessário. A evolução contínua do design pode aumentar a eficácia do seu blog ao longo do tempo.

Lembre-se de que o design deve ser adaptado aos objetivos específicos do seu blog e ao público-alvo. Ao seguir essas dicas e prestar atenção às necessidades dos seus leitores, você estará no caminho certo para criar um blog bem projetado e atraente.

Então...

O design de um blog não é apenas sobre a estética visual, mas também sobre a funcionalidade, usabilidade e a capacidade de alcançar os objetivos definidos para o blog. Um design bem pensado pode melhorar a experiência do usuário, aumentar o engajamento e contribuir para o sucesso geral do seu blog.

Parte 4: A importância do conteúdo e das palavras-chave

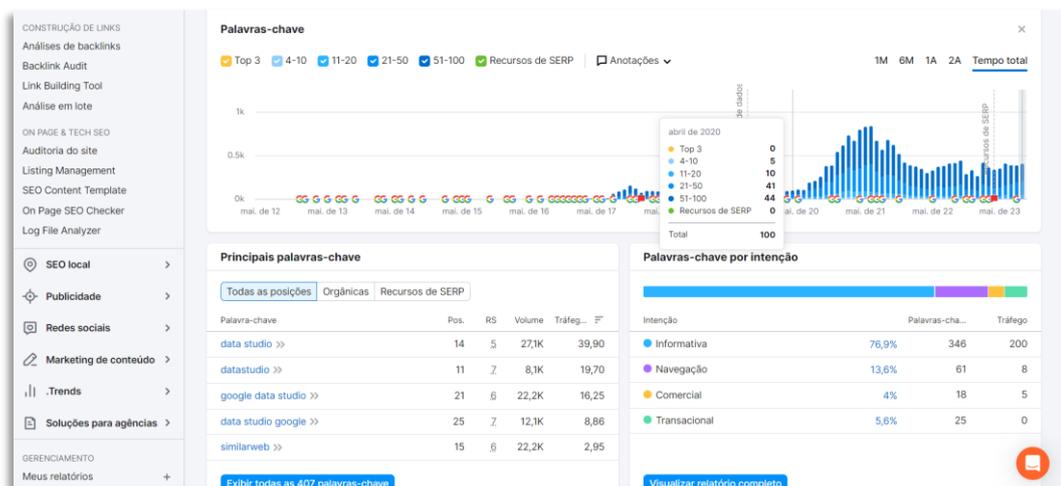
O conteúdo e as palavras-chave são elementos cruciais para o sucesso de um blog, pois desempenham papéis fundamentais na visibilidade, no engajamento do público e na eficácia geral do seu blog. Aqui está a importância de cada um deles:

Importância do Conteúdo:

- 1. Relevância e Valor para o Público:** O conteúdo de qualidade é o motivo pelo qual os visitantes vêm ao seu blog. Ele oferece informações, soluções e entretenimento que são relevantes e valiosos para o público-alvo.
- 2. Engajamento e Retenção:** Conteúdo interessante e envolvente mantém os leitores no seu blog por mais tempo. Quanto mais tempo as pessoas passarem lendo e interagindo com o seu conteúdo, maior será a probabilidade de se envolverem com sua marca ou retornarem no futuro.
- 3. Autoridade e Credibilidade (de novo!):** Fornecer informações precisas, úteis e confiáveis no seu blog ajuda a construir autoridade e credibilidade na sua área de atuação. Isso pode fazer com que os leitores confiem nas suas informações e vejam você como um recurso confiável. Aliado ao design, você terá um ótimo resultado com seus visitantes.
- 4. Compartilhamento e Alcance:** Conteúdo de qualidade tem mais chances de ser compartilhado nas redes sociais e por outros meios, aumentando o alcance do seu blog e atraindo novos visitantes.
- 5. SEO:** Conteúdo bem otimizado para SEO pode ajudar o seu blog a ser melhor classificado nos resultados dos mecanismos de busca, o que significa mais visibilidade e tráfego orgânico.

Importância das Palavras-Chave:

1. Melhorando o SEO: As palavras-chave são termos ou frases que os usuários digitam nos mecanismos de busca. Usar palavras-chave relevantes no seu conteúdo pode melhorar a visibilidade do seu blog nos resultados de pesquisa, direcionando tráfego qualificado. A realidade é que o conteúdo é uma função essencial para SEO. Mais adiante vou explicar como fazer postagens voltadas para os mecanismos de busca e como montar uma estratégia para essas palavras-chave.

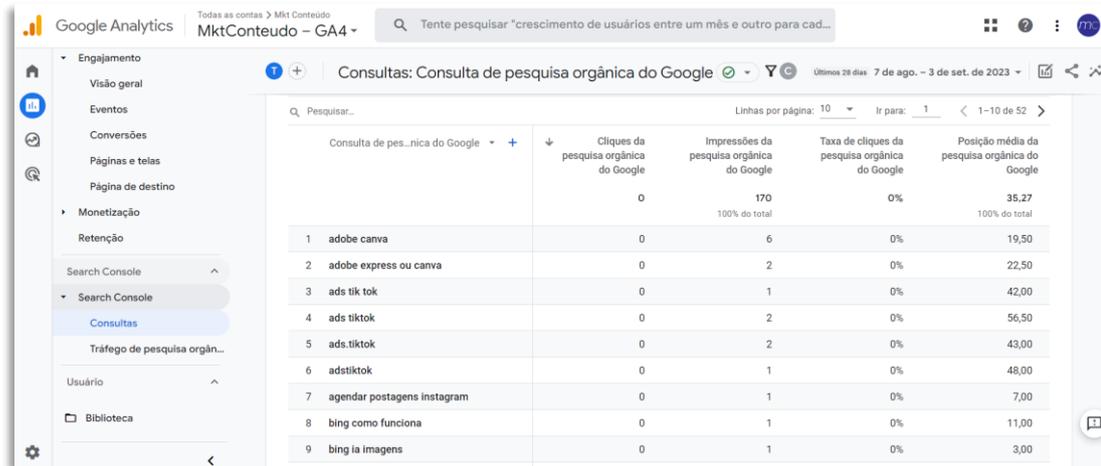


2. Atraindo o Público Certo: A pesquisa de palavras-chave ajuda a entender o que as pessoas estão procurando e quais são as principais perguntas e interesses do seu público. Isso permite que você crie conteúdo direcionado que atenda às necessidades específicas dos leitores.

3. Organização do Conteúdo: As palavras-chave podem ajudar a organizar e estruturar o seu conteúdo. Elas podem servir como títulos de artigos, subtítulos e pontos-chave, tornando o conteúdo mais fácil de ler e entender.

4. Criatividade e Variedade: As palavras-chave podem inspirar ideias criativas para novos conteúdos. Elas podem levar a abordagens únicas e interessantes para tópicos que se relacionam com as pesquisas e interesses do seu público.

5. Monitoramento de Desempenho: O acompanhamento das palavras-chave que geram tráfego e engajamento pode fornecer insights sobre o que está funcionando e o que precisa ser ajustado na sua estratégia de conteúdo. Esse monitoramento pode ser feito utilizando o Google Analytics, como mostrarei mais adiante.



The screenshot displays the Google Analytics interface for 'MktConteúdo - GA4'. The main view is 'Consultas: Consulta de pesquisa orgânica do Google' for the last 7 days. The table below shows the top organic search queries, ranked by their average position. The columns include the search query, organic clicks, organic impressions, organic click-through rate, and average organic position.

Consulta de pesquisa orgânica do Google	Cliques da pesquisa orgânica do Google	Impressões da pesquisa orgânica do Google	Taxa de cliques da pesquisa orgânica do Google	Posição média da pesquisa orgânica do Google
1 adobe canva	0	170 100% do total	0%	35,27 100% do total
2 adobe express ou canva	0	6	0%	19,50
3 ads tik tok	0	2	0%	22,50
4 ads.tiktok	0	1	0%	42,00
5 ads.tiktok	0	2	0%	56,50
6 adstiktok	0	2	0%	43,00
7 agendar postagens instagram	0	1	0%	48,00
8 bing como funciona	0	1	0%	7,00
9 bing ia imagens	0	1	0%	11,00
	0	1	0%	3,00

Então...

O conteúdo de qualidade e a pesquisa de palavras-chave são partes essenciais da estratégia de um blog de sucesso. Eles trabalham em conjunto para atrair e envolver o público certo, aumentar a visibilidade nos mecanismos de busca e estabelecer a autoridade do seu blog na sua área de atuação.

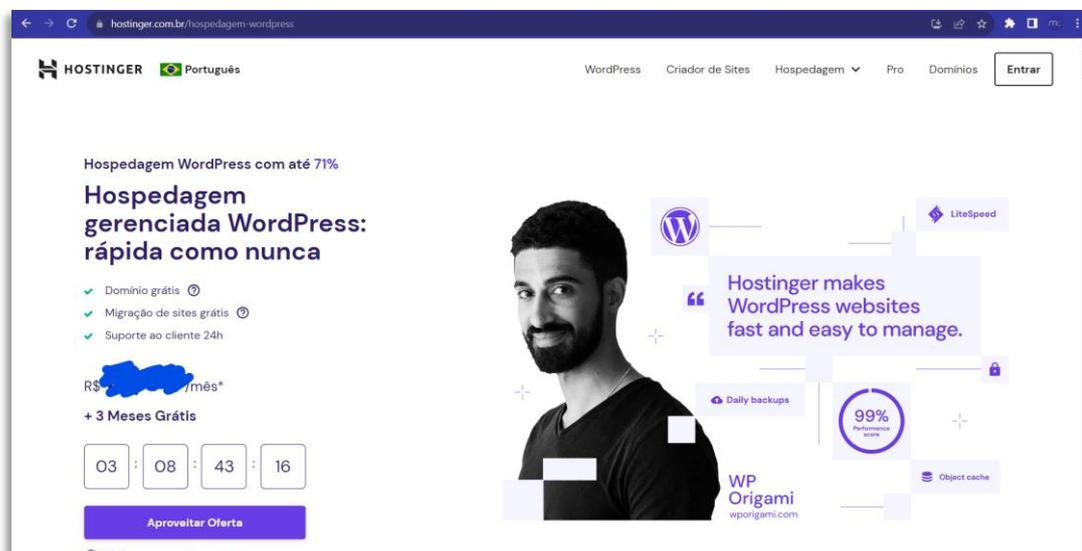
Parte 5: Montando seu blog em WordPress

O WordPress é a plataforma de gerenciamento de conteúdo mais usada no mundo, da qual sou especialista.

Sendo assim, vamos montar um blog no WordPress, o que é um processo relativamente simples e que pode ser dividido em alguns passos-chave. Aqui está um guia passo a passo para ajudá-lo a criar o seu blog usando o WordPress:

Passo 1: Escolher uma Hospedagem e Domínio

1. Escolha um provedor de hospedagem: Existem várias opções de hospedagem para WordPress, como Bluehost, SiteGround, HostGator, entre outros. Escolha um provedor confiável que atenda às suas necessidades. Eu uso o Hostinger, que tem demonstrado alta confiabilidade, além de um bom atendimento e uma boa velocidade, o que impacta diretamente nos resultados.



2. Registre um domínio: Escolha um nome de domínio relevante e memorável para o seu blog. O domínio é o endereço que as pessoas usarão para acessar o seu site.

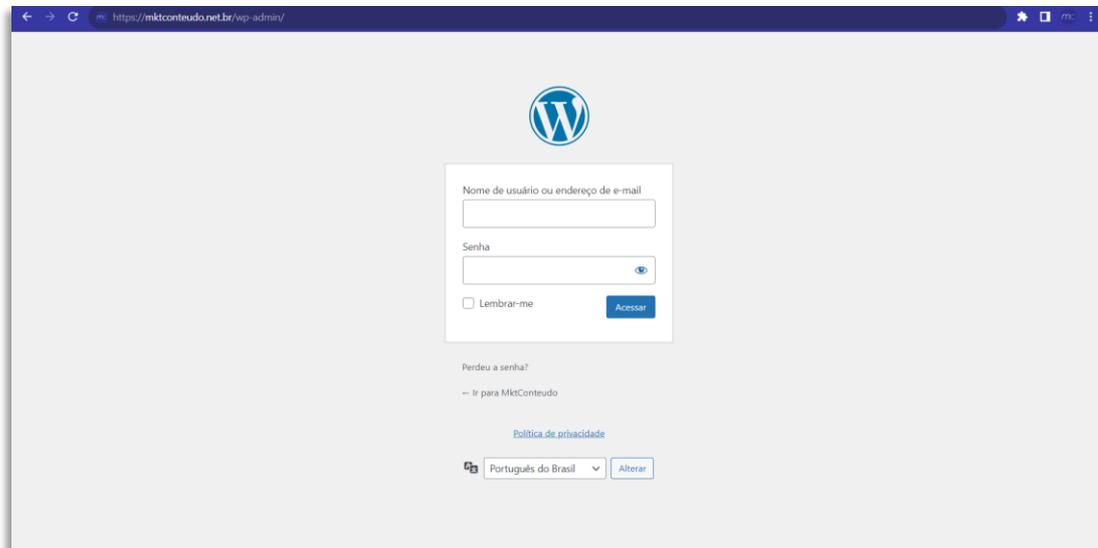
Passo 2: Instalar o WordPress

1. Instalação automática: Muitos provedores de hospedagem oferecem a instalação automática do WordPress por meio de ferramentas como o cPanel ou hPanel. Verifique com o seu provedor as opções disponíveis. O Hostinger possui uma instalação bem simples, que pode ser feita pelo painel da hospedagem.

2. Instalação manual: Se preferir, você pode baixar o WordPress diretamente do site oficial (wordpress.org) e fazer a instalação manualmente, seguindo as instruções fornecidas. Se quiser mais informações sobre a instalação, adquira o ebook WordPress Fácil.

Passo 3: Configurações Iniciais

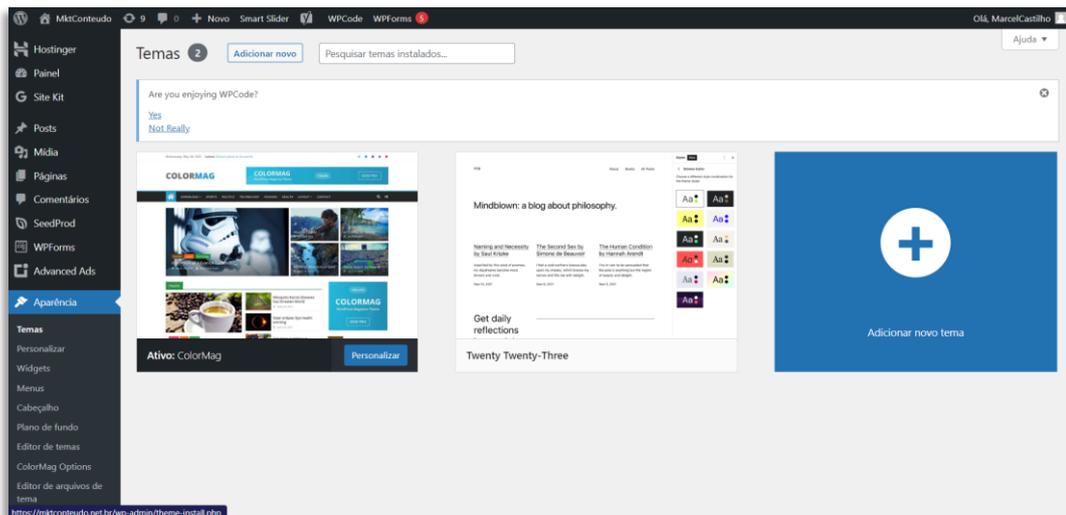
1. Acesse o painel de administração: Após a instalação, você poderá acessar o painel de administração do seu site digitando `/wp-admin` após o seu domínio (por exemplo, www.seudominio.com/wp-admin).



2. Configure as configurações básicas: Defina o título e a descrição do seu blog, bem como outras configurações importantes, como fuso horário e formato de data.

Passo 4: Escolher e Personalizar um Tema

- 1. Escolha um tema:** O WordPress oferece uma ampla variedade de temas gratuitos e pagos. Escolha um tema que se adapte ao estilo e à finalidade do seu blog.
- 2. Instale e ative o tema:** Após escolher um tema, você pode instalá-lo e ativá-lo no painel de administração do WordPress.



- 3. Personalize o tema:** Utilize a personalização do tema para ajustar as cores, fontes, layout e outras opções de design de acordo com as suas preferências.

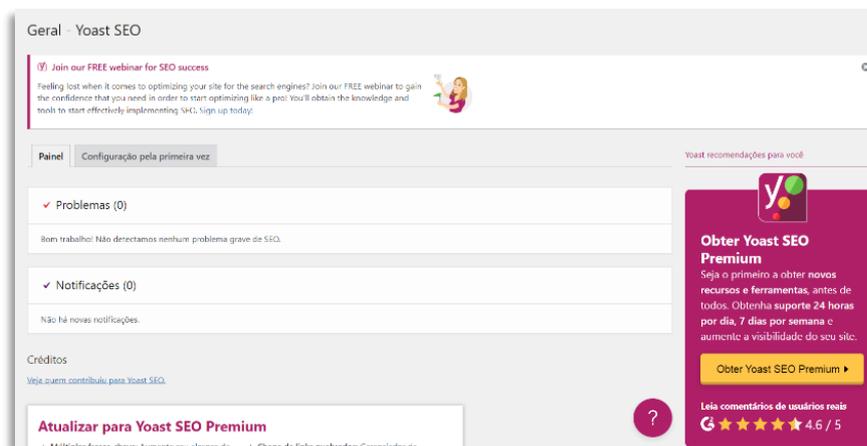
Passo 5: Adicionar Conteúdo

- 1. Crie páginas e posts:** No painel de administração, você pode criar páginas (como "Sobre", "Contato" etc.) e posts (seus artigos de blog).
- 2. Adicione conteúdo:** Use o editor de blocos do WordPress para criar e formatar o conteúdo do seu blog. Adicione texto, imagens, vídeos e outros elementos conforme necessário.

Passo 6: Instalar Plugins

- 1. Explore os plugins:** O WordPress oferece uma grande variedade de plugins que adicionam funcionalidades extras ao seu blog, como formulários de contato, otimização de SEO, compartilhamento em

redes sociais, entre outros. Como citei na parte de buscas orgânicas, eu recomendo o uso do [plugin Yoast SEO](#), que possui ótimas funcionalidades para detectar ajustes necessários para melhorar as otimizações do seu site/blog.



2. Instale e ative plugins: No painel de administração, você pode pesquisar, instalar e ativar plugins relevantes para melhorar a funcionalidade do seu blog.

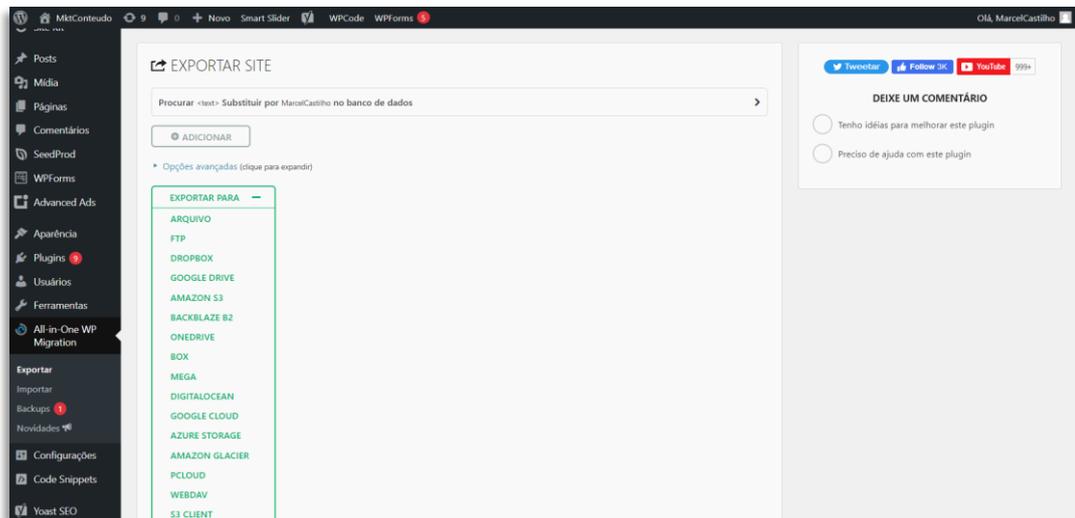
Passo 7: Otimização e Manutenção

1. Otimização de SEO: Configure o plugin de SEO – no nosso caso, o Yoast SEO – para otimizar seu conteúdo para mecanismos de busca.

2. Backup e segurança: Configure backups regulares do seu site e implemente medidas de segurança para proteger contra ameaças. Uma dica é instalar um plugin que se chama [All-in-One WP Migration](#). É um plugin de migração de sites, mas que serve também para fazer backups. Se você se atrapalhar um pouco na personalização do site ou sentir alguma insegurança no momento de realizar alguma ação, faça antes um backup. Você poderá retomar o site no ponto onde realizou essa cópia de segurança.

3. Atualizações: Mantenha o WordPress, temas e plugins atualizados para garantir a segurança e o desempenho do seu blog.

O WordPress é altamente customizável e oferece muitas opções de personalização. Explore as configurações, teste diferentes temas e plugins e ajuste o design e o conteúdo do seu blog de acordo com suas necessidades e preferências.



Parte 6: Gere tráfego

De nada adianta ter um blog maravilhoso se ninguém o acessa. Basicamente, existem cinco formas para gerar tráfego: redes sociais, mídias pagas, tráfego orgânico, e-mail marketing e tráfego de referência. Vou mostrar cada uma delas, a seguir.

6.1 Redes sociais

Usar as redes sociais para gerar tráfego para o seu blog pode ser uma estratégia eficaz. Aqui estão algumas dicas:

- 1. Escolha as Redes Sociais Certas:** Nem todas as redes sociais são adequadas para todos os tipos de blogs. Identifique onde o seu público-alvo está mais ativo e concentre seus esforços nessas plataformas. Por exemplo, se o seu blog é voltado para negócios e profissionais, o LinkedIn pode ser mais relevante do que o Instagram.
- 2. Perfil Atrativo e Link para o Blog:** Otimize os perfis das suas redes sociais para refletir a identidade do seu blog. Inclua um link direto para o seu blog na biografia ou na seção de informações.
- 3. Compartilhamento de Conteúdo Relevante:** Compartilhe regularmente o conteúdo do seu blog nas redes sociais. Certifique-se de adaptar as postagens para cada plataforma, utilizando imagens atraentes e chamadas para ação relevantes. Lembre-se de checar quais os tipos de posts que são clicáveis e que podem conter links. Por exemplo, o feed do Instagram não aceita links. Por outro lado, o Stories aceita.
- 4. Agendamento de Postagens:** Use ferramentas de agendamento para planejar suas postagens e manter uma presença consistente nas redes sociais, mesmo quando você estiver ocupado. Eu utilizo o [mLabs](#), ferramenta brasileira que tem ótimas funcionalidades.

- 5. Engajamento com a Audiência:** Responda aos comentários e mensagens dos seguidores. O engajamento ativo ajuda a construir relacionamentos e aumenta o interesse em seu conteúdo.
- 6. Uso de Hashtags:** Pesquise e use hashtags relevantes para aumentar a visibilidade das suas postagens. No entanto, evite exagerar; concentre-se em hashtags específicas e populares dentro do seu nicho.
- 7. Conteúdo Visual Atraente:** Imagens e vídeos chamativos têm mais chances de serem compartilhados e engajarem o público. Crie gráficos, infográficos e vídeos relacionados ao conteúdo do seu blog.
- 8. Colaborações e Parcerias:** Colabore com influenciadores ou outros blogueiros que tenham um público semelhante ao seu. Isso pode ajudar a expor o seu blog a uma nova audiência.
- 9. Anúncios Pagos:** Considere investir em anúncios pagos nas redes sociais para ampliar o alcance do seu conteúdo para um público mais amplo. Mais adiante vou detalhar a mídia paga.
- 10. Stories e Recursos Interativos:** Use recursos como Stories, do Instagram, enquetes e perguntas para envolver seus seguidores e direcioná-los para o seu blog.
- 11. Call-to-Action (CTA) Bastante Claro:** Sempre inclua uma chamada para ação em suas postagens sociais, incentivando os seguidores a clicarem no link do seu blog para obter mais informações.
- 12. Promoções e Concursos:** Realize promoções, concursos ou sorteios nas redes sociais, onde os participantes precisam acessar o seu blog para se inscrever ou participar.
- 13. Medição e Ajuste:** Use as análises das redes sociais para monitorar o desempenho das suas postagens. Identifique o que está funcionando e ajuste sua estratégia conforme necessário.

O sucesso nas redes sociais leva tempo e consistência. Mantenha-se atualizado com as tendências, seja autêntico e forneça valor ao seu público para construir um relacionamento forte e aumentar o tráfego do seu blog ao longo do tempo.

6.2 Tráfego pago

Usar a mídia paga é uma estratégia eficaz para gerar tráfego para o seu blog de forma rápida e direcionada. Aqui estão os passos básicos para utilizar a mídia paga com esse objetivo:

1. Escolha a Plataforma de Anúncios: Existem várias plataformas de anúncios disponíveis, como Google Ads, Facebook Ads, Instagram Ads, Twitter Ads e muito mais. Em relação ao Google Ads, você pode escolher montar os anúncios de acordo com as palavras-chave do seu blog e do site, alinhando com o produto/serviço que você tem a oferecer. No caso das redes sociais, as plataformas permitem anunciar de acordo com afinidades, o que pode ser uma boa estratégia complementar ao Google Ads, por exemplo.

3. Identifique Seu Público-Alvo: Defina as características demográficas, interesses e comportamentos do seu público-alvo. Isso permitirá que você segmente seus anúncios para alcançar as pessoas certas.

4. Crie Anúncios Atraentes: Desenvolva anúncios visualmente atraentes e relevantes para o seu público. Use imagens, vídeos e textos persuasivos que destaquem o valor do seu blog.

5. Escolha as Palavras-Chave ou Segmentações: Se estiver usando plataformas de anúncios de pesquisa, como o Google Ads ou Bing Ads, escolha palavras-chave relevantes para seu conteúdo. Se estiver usando redes sociais, utilize as opções de segmentação oferecidas para atingir o público certo.

6. Defina Orçamento e Lances: Determine quanto está disposto a gastar em sua campanha. Escolha entre diferentes opções de lances, como custo por clique (CPC) ou custo por mil impressões (CPM).

7. Acompanhe e Analise: Acompanhe o desempenho dos seus anúncios usando as métricas fornecidas pela plataforma de anúncios. Isso permitirá que você avalie o retorno do investimento (ROI) e faça ajustes conforme necessário.

8. Teste Diferentes Abordagens: Execute diferentes versões de anúncios para testar qual funciona melhor. Teste diferentes imagens, textos, chamadas para ação e segmentações para otimizar o desempenho.

9. Use Landing Pages Relevantes: Ao direcionar o tráfego dos anúncios para o seu blog, considere a criação de landing pages específicas para aumentar a relevância e a taxa de conversão.

10. Otimize Constantemente: Com base nos dados de desempenho, otimize continuamente suas campanhas. Ajuste orçamentos, lances, públicos e criativos para melhorar os resultados.

11. Aproveite o Retargeting: Use o retargeting para alcançar pessoas que já visitaram seu blog ou interagiram com seus anúncios anteriormente. Isso pode aumentar as chances de conversão.

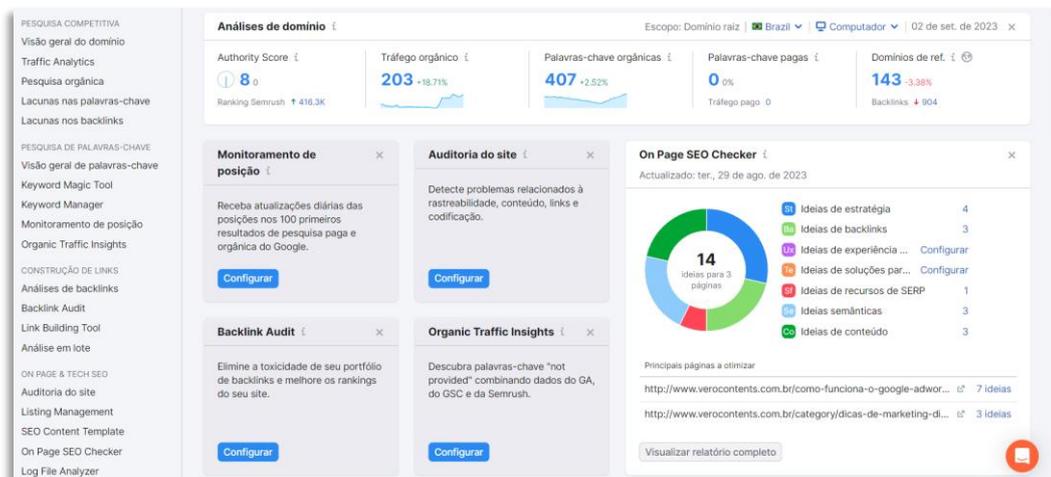
A mídia paga é uma estratégia que requer planejamento, monitoramento constante e ajustes, conforme necessário. Comece com um orçamento razoável e vá aumentando à medida que você obtém mais *insights* sobre o que funciona melhor para o seu público e seus objetivos.

6.3 Buscas orgânicas

As buscas orgânicas são fundamentais e altamente eficazes na geração de tráfego para o blog. Afinal de contas, quem chega pelas buscas já está procurando... se chegou até o blog, é porque achou... assim, trata-se de um público mais qualificado. Mas primeiro, vamos entender a questão do tráfego orgânico...

Você certamente já ouviu falar em SEO, correto? E eu já citei várias vezes aqui no ebook. Então, finalmente, vamos entender o que é:

SEO (Search Engine Optimization) é o conjunto de técnicas e estratégias aplicadas para otimizar um site e melhorar seu posicionamento nos resultados dos mecanismos de busca, como o Google, Bing e Yahoo. O objetivo principal do SEO é aumentar a visibilidade e a relevância de um site nos resultados orgânicos (não pagos) dos mecanismos de busca, o que pode gerar um maior tráfego de visitantes qualificados.



Os mecanismos de busca utilizam algoritmos complexos para analisar e classificar os sites com base em diversos fatores. O SEO visa compreender esses fatores e otimizar o site de acordo com as diretrizes dos mecanismos de busca, a fim de aumentar sua relevância e autoridade.

Então vamos à prática... vou enumerar algumas estratégias para aproveitar as buscas orgânicas e aumentar o tráfego do blog:

1. Pesquisa de Palavras-Chave: Identifique palavras-chave relevantes para o seu nicho e conteúdo. Use ferramentas de pesquisa de palavras-chave, como o Google Keyword Planner (que faz parte do [Google Ads](#)), para encontrar termos com bom volume de busca e baixa concorrência. Utilizando a baixa concorrência, você poderá traçar uma estratégia que dê resultados em menos tempo. Assim, chegar na primeira página poderá ser uma tarefa de médio prazo.

2. Crie Conteúdo de Qualidade: Desenvolva conteúdo de alta qualidade, informativo e valioso para os leitores. Certifique-se de que o conteúdo responda às perguntas e necessidades do seu público.

3. SEO On-Page: Otimize suas páginas individualmente para os mecanismos de busca. Isso inclui otimizar títulos, meta descrições, URLs, cabeçalhos e uso adequado de palavras-chave no conteúdo.

4. Link Building: Construa links internos e externos. Links internos ajudam a direcionar os leitores para outras partes do seu blog e podem ser uma ótima forma de manter a audiência mais tempo em seu blog, enquanto links externos de sites relevantes aumentam a credibilidade e a autoridade do seu blog. Isso tem impacto positivo no SEO.

5. Crie Conteúdo *Evergreen*: Priorize a criação de conteúdo *evergreen*, ou seja, conteúdo que permanece relevante ao longo do tempo. Isso garante que seu blog continue a atrair tráfego mesmo após meses ou anos.

6. Escreva no Blog Regularmente: Mantenha um calendário de publicações consistente para atrair tráfego constante. Mecanismos de busca geralmente preferem sites ativos e atualizados.

7. Títulos Atraentes: Crie títulos atraentes e cativantes que chamem a atenção dos leitores e incentivem o clique nos resultados de pesquisa.

8. Meta Descrições (ou *Meta Description*) Persuasivas: Escreva meta descrições envolventes que resumam o conteúdo da página e despertem

o interesse dos usuários. A *meta description* é aquele texto estruturado com título, link e descrição de 160 caracteres que aparece na página de resultados de busca do Google (SERP – Search Engine Results Page). No painel do Yoast você irá configurar essa *meta description* facilmente, junto com a palavra-chave.

9. Mobile-Friendly e Velocidade de Carregamento: Mais uma vez vou falar sobre isso... certifique-se de que seu blog seja responsivo e ofereça uma experiência amigável para dispositivos móveis. Além disso, otimize a velocidade de carregamento das páginas para melhorar a experiência do usuário. A velocidade é um dos itens de *ranqueamento* para os motores de busca.

10. Utilize Marcadores e Estrutura de Dados: Use marcadores (tags) apropriados, como os *Schema Markup*, para melhorar a compreensão dos mecanismos de busca sobre o conteúdo da página. Também conhecido como dados estruturados, ele facilita o trabalho dos motores de busca. Você pode adicionar o *Schema* manualmente ou usando plugins, no caso de trabalhar com WordPress.

11. Participe de Redes Sociais e Fóruns: Participe de discussões relevantes em redes sociais, fóruns e grupos online. Isso pode aumentar a visibilidade do seu blog e direcionar tráfego orgânico.

12. Promova Compartilhamento: Inclua botões de compartilhamento social em suas postagens para incentivar os leitores a compartilharem seu conteúdo.

13. Monitore e Analise: Utilize ferramentas de análise. Como já mencionei, você pode (e deve) usar o Google Analytics, para rastrear o tráfego orgânico e entender quais páginas e palavras-chave estão gerando mais visitas. Utilize também o Google Search Console (veja a seguir).

As estratégias de SEO são um esforço contínuo. Leva tempo para que o seu conteúdo suba nos *rankings* das buscas orgânicas, mas, uma vez que

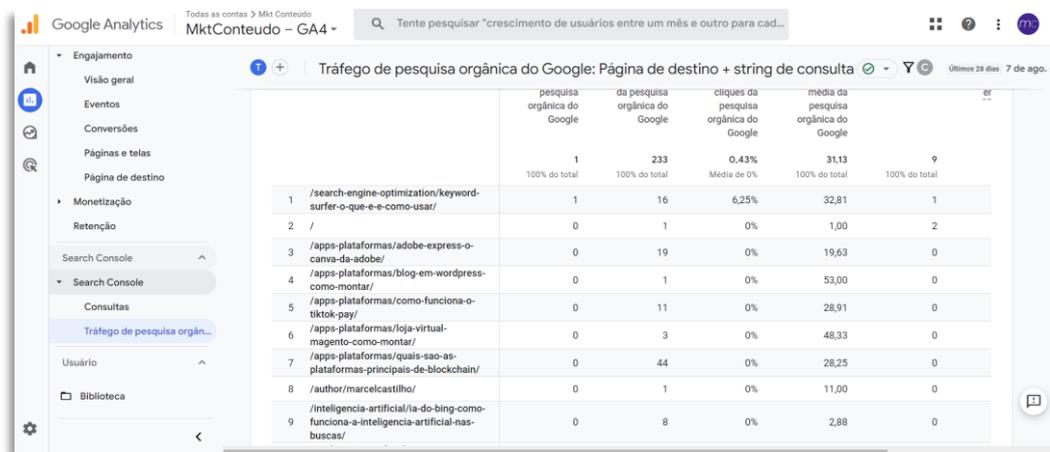
esteja bem otimizado, pode trazer tráfego consistente e valioso para o seu blog a longo prazo. Vamos em frente!

6.3.1 Como checar o SEO

a. Google Search Console

O Google Search Console é uma ferramenta gratuita fornecida pelo Google que oferece *insights* e informações valiosas sobre o desempenho do seu site nos resultados de pesquisa. Ele desempenha um papel fundamental na otimização de SEO e na compreensão de como o Google vê e interage com o seu site. A seguir, estão os principais aspectos da importância do Google Search Console, suas funcionalidades e como configurá-lo pela primeira vez. Bora lá:

1. Monitoramento de desempenho: O Search Console fornece dados e estatísticas sobre como seu site é exibido nos resultados de pesquisa do Google. Você pode verificar o número de cliques, impressões, taxas de cliques e posições médias de suas páginas nos resultados de pesquisa.



The screenshot shows the Google Analytics interface with the Search Console report for organic search traffic. The table displays the following data:

	pesquisa orgânica do Google	da pesquisa orgânica do Google	cliques da pesquisa orgânica do Google	média da pesquisa orgânica do Google	
	1	233	0,43%	31,13	9
	100% do total	100% do total	Média de 0%	100% do total	100% do total
1 /search-engine-optimization/keyword-surfer-o-que-e-e-como-usar/	1	16	6,25%	32,81	1
2 /	0	1	0%	1,00	2
3 /apps-plataformas/adobe-express-o-canvas-da-adobe/	0	19	0%	19,63	0
4 /apps-plataformas/blog-em-wordpress-como-montar/	0	1	0%	53,00	0
5 /apps-plataformas/como-funciona-o-tiktok-pay/	0	11	0%	28,91	0
6 /apps-plataformas/loja-virtual-magento-como-montar/	0	3	0%	48,33	0
7 /apps-plataformas/qual-sao-as-plataformas-principais-de-blockchain/	0	44	0%	28,25	0
8 /author/marcelcastilho/	0	1	0%	11,00	0
9 /inteligencia-artificial/ia-do-bing-como-funciona-a-inteligencia-artificial-nas-buscas/	0	8	0%	2,88	0

2. Detecção de erros e problemas: A ferramenta permite identificar erros de rastreamento, problemas de indexação e alertas de segurança que podem afetar a visibilidade do seu site nos mecanismos de busca. Para entender: a indexação significa que seu site foi rastreado e suas páginas foram lidas pelos robôs. Assim, o site indexado passa a entrar na listagem dos resultados de busca do Google.

3. Otimização de SEO: O Search Console oferece informações sobre as palavras-chave pelas quais seu site está sendo encontrado, bem como sugestões para melhorar a visibilidade nos resultados de pesquisa. Ele também mostra quais páginas do seu site estão vinculadas a outras páginas internamente, ajudando a entender a estrutura do seu site.

4. Indexação e rastreamento: Com o Search Console, você pode enviar um sitemap XML para o Google, permitindo que o mecanismo de busca rastreie e indexe seu site de maneira mais eficiente. Além disso, você pode solicitar ao Google que rastreie e indexe páginas específicas do seu site. O sitemap é uma listagem com todas as páginas do seu site dentro de um arquivo. Mais adiante vamos falar novamente dele, explicando como enviá-lo e atualizá-lo automaticamente.

b. O plugin Yoast SEO

Como já mencionei antes, o [plugin Yoast SEO](#) é uma ferramenta popular e poderosa para otimização de SEO em sites WordPress. Ele oferece uma variedade de recursos e funcionalidades para ajudar a melhorar a visibilidade do seu site nos mecanismos de busca, como controle de *breadcrumbs**, gerenciamento de redirecionamentos, análise de densidade de palavras-chave, integração com ferramentas de rede social e muito mais.

À medida que você se familiariza com o plugin, pode explorar esses recursos adicionais para aprimorar ainda mais o SEO do seu site WordPress. Outro ponto importante é que o Yoast SEO pode ser usado também para configurar seu site no Bing e Yahoo Search. Mas vou te contar um segredo: depois de indexar no Google, seu site será indexado no Bing e no Yahoo. Aliás, quando puder, dê uma olhada no Bing, ferramenta de busca da Microsoft, que utiliza inteligência artificial e dá uma gama de resultados incríveis. Curiosidades da web...

**Breadcrumbs, também conhecidos como trilha de migalhas de pão, são uma forma de navegação secundária utilizada em sites para indicar a localização do usuário dentro da*

estrutura do site. Eles são exibidos em forma de uma sequência de links, geralmente na parte superior ou superior da página, mostrando a hierarquia das páginas visitadas. Os breadcrumbs são chamados assim porque se assemelham à trilha de migalhas deixada por João e Maria no conto de fadas. Eles fornecem aos usuários uma forma visual de retornar às páginas anteriores, facilitando a navegação e a compreensão da estrutura do site.

O Yoast é uma ferramenta muito útil não só na estrutura do site/blog como um todo, mas também em cada post que você for escrever, como eu explicarei melhor na Parte 8 desse ebook.

6.3.2 Backlinks

Os *backlinks*, também conhecidos como links de entrada ou links externos, são links que apontam de um site externo para uma página específica do seu próprio site. Em termos simples, um *backlink* é um link de outro site que direciona os usuários para o seu site. Eles desempenham um papel crucial no contexto do SEO e são considerados como votos de confiança ou recomendações de outras fontes para o seu conteúdo.

Os *backlinks* são uma parte importante dos algoritmos de classificação dos mecanismos de busca, como o Google. Eles ajudam a avaliar a autoridade, a relevância e a qualidade do seu site, indicando que outras fontes confiam o suficiente no seu conteúdo para vincular a ele. Quanto mais *backlinks* de alta qualidade e relevantes você tiver apontando para o seu site, maior a probabilidade de que seus conteúdos sejam considerados valiosos pelos mecanismos de busca.

É importante notar que a qualidade dos *backlinks* é fundamental. *Backlinks* de sites confiáveis, respeitáveis e relacionados ao seu nicho têm um impacto positivo no seu SEO, enquanto *backlinks* de sites de baixa qualidade, spam ou irrelevantes podem ter um impacto negativo. É uma prática recomendada buscar *backlinks* naturais e orgânicos,

obtidos por meio da criação de conteúdo valioso e relevante que outras pessoas queiram vincular.

Outro ponto importante é o tráfego de referência. Os *backlinks* podem trazer tráfego direto para o seu site quando os visitantes clicam nos links e visitam suas páginas. Isso pode ser especialmente verdadeiro se o link estiver em um contexto relevante e interessante.

Além disso, os *backlinks* podem ajudar a acelerar a indexação do seu blog, pois *backlinks* de sites já indexados pelos mecanismos de busca podem ajudar a descobrir e indexar mais rapidamente novas páginas do seu site.

Outros pontos importantes relacionados aos *backlinks*:

- **Diversidade de Fontes:** Ter *backlinks* de uma variedade de fontes relevantes mostra aos mecanismos de busca que o seu conteúdo é valorizado por diferentes partes do seu nicho, o que pode impulsionar a classificação.
- **Relevância do Conteúdo:** *Backlinks* de sites relacionados ao seu nicho indicam que o seu conteúdo é relevante e valioso para esse campo, o que pode melhorar a classificação para termos relevantes.
- **Redução de Taxa de Rejeição:** *Backlinks* de fontes relevantes e de qualidade podem direcionar visitantes mais engajados ao seu site, reduzindo a taxa de rejeição (quando os visitantes saem imediatamente após acessar uma página).
- **Estratégias de Marketing:** Podem ser uma parte importante de estratégias de marketing de conteúdo e parcerias. Eles podem ser usados para aumentar a visibilidade e alcançar novos públicos.
- **Novas Conexões:** Construir *backlinks* envolve interagir com outros profissionais e proprietários de sites do seu meio, o que pode levar a oportunidades de colaboração, parcerias e networking.

- **Qualidade Acima da Quantidade:** Embora a quantidade de *backlinks* seja importante, a qualidade é ainda mais crucial. *Backlinks* de sites de baixa qualidade, spam ou irrelevantes podem ter um efeito negativo no seu SEO.

No entanto, é importante enfatizar que os mecanismos de busca estão sempre atualizando seus algoritmos para garantir resultados mais relevantes e autênticos. Portanto, enquanto os *backlinks* são um componente crucial do SEO, eles devem ser considerados como parte de uma estratégia abrangente de otimização que também inclui a criação de conteúdo de qualidade, otimização on-page e outros fatores.

Parte 7: O Google Analytics

O Google Analytics é uma ferramenta poderosa e amplamente utilizada para análise de dados de websites e aplicativos. Ele fornece informações valiosas sobre o desempenho do seu site e blog, o comportamento dos usuários e o impacto das suas estratégias de marketing. Com o lançamento da nova versão, o Google Analytics 4 (GA4), algumas funcionalidades foram atualizadas e aprimoradas. Vejamos um resumo sobre a importância, funcionalidades e implantação do Google Analytics, incluindo a nova versão GA4:

1. Análise de dados: O GA4 ajuda a entender como os usuários interagem com seu site, quais páginas são mais populares, quanto tempo os usuários permanecem no site e outras métricas importantes. Isso permite que você tome decisões informadas para melhorar a experiência do usuário e alcançar seus objetivos de negócios.

2. Monitoramento de conversões: O Google Analytics rastreia conversões, como compras, preenchimento de formulários, downloads e outras ações importantes do usuário. Ele fornece *insights* sobre quais canais de marketing estão gerando melhores resultados e ajuda a otimizar suas campanhas.

3. Otimização de marketing: Com o GA4, você pode rastrear o desempenho das suas campanhas de marketing, como anúncios pagos, campanhas de e-mail marketing, redes sociais e SEO. Isso permite ajustar suas estratégias com base nos dados para obter melhores resultados e retorno sobre o investimento (ROI).

4. Personalização e segmentação: O Google Analytics permite segmentar seus usuários com base em diferentes critérios, como localização geográfica, dispositivo usado, comportamento de navegação e muito mais. Isso ajuda a personalizar a experiência do usuário e direcionar conteúdo relevante para públicos específicos.

7.1 Funcionalidades do Google Analytics:

- 1. Análise de audiência:** O GA4 fornece informações detalhadas sobre seu público, como idade, gênero, interesses, localização geográfica e dispositivos usados. Isso ajuda a entender melhor quem são seus usuários e adaptar suas estratégias para atender às suas necessidades.
- 2. Análise de comportamento:** O Google Analytics rastreia o comportamento dos usuários, como as páginas visitadas, o tempo gasto no site, a taxa de rejeição e os caminhos de navegação. Isso ajuda a identificar padrões de comportamento e otimizar o design e a usabilidade do site.
- 3. Rastreamento de conversões:** O GA4 permite configurar metas e funis de conversão para rastrear ações importantes dos usuários, como compras, preenchimento de formulários e assinaturas. Isso ajuda a medir o sucesso das suas campanhas e identificar áreas de melhoria.
- 4. Relatórios personalizados:** O Google Analytics oferece a capacidade de criar relatórios personalizados com base nas métricas e dimensões que são relevantes para o seu negócio. Isso permite que você acompanhe e analise os dados que são mais importantes para suas metas específicas.

Parte 8: Anatomia de uma postagem

Agora que você tem seu blog e as ferramentas, vamos às postagens... como é uma boa postagem, que seja eficiente em seu SEO e, ao mesmo tempo, atraente para a audiência? Existem alguns pontos importantes quando você escreve um post para blog. Siga os passos a seguir e depois faça a checagem utilizando o seu plugin Yoast SEO. Bora lá:

1. Uso da *Keyword*: O post deve sempre focar em uma palavra-chave (*keyword*) específica: Por exemplo: Dicas de como aparecer no Google (a palavra-chave, nesse caso, seria *aparecer no Google*).

2. Tamanho do post: O post deve ter, no mínimo, entre 500 e 600 palavras; mesmo assim, é necessário checar as três primeiras posições para a palavra-chave que vai ser trabalhada. Se nessas posições os textos tiverem mais do que isso, é importante que o texto a ser trabalhado também tenha. O ideal é ter mais que os outros, embora a quantidade de texto seja só um dos fatores de relevância.

3. Como escolher a *keyword*: Utilize palavras-chave que tenham relação com seu negócio e que façam sentido para quem visita seu blog. Use a ferramenta de palavras-chave do Google Ads para descobrir a concorrência dessa palavra e quantidade de buscas, para montar uma boa estratégia (como eu já havia comentado).

4. Como usar a *keyword* em imagens: As imagens utilizadas devem conter a *keyword* que você irá utilizar. Utilize no atributo alt de sua imagem a palavra-chave a que aquela imagem se refere. O atributo alt é bem simples de achar no WordPress. Você o encontrará assim que importar a imagem para o blog.

5. Uso de URLs: Crie URLs otimizadas, usando o tema e a palavra-chave escolhida. Isso vai ajudar as pessoas a entenderem de imediato do que o assunto trata naquela página.

The screenshot shows the Yoast SEO interface for a blog post. At the top, there are tabs for 'SEO', 'Legibilidade', 'Dados estruturados', and 'Social'. The main section is 'Frase-chave de foco' (Focus keyphrase), with the value 'algoritmo do Instagram'. Below this is a 'Pré-visualização no Google' (Google preview) section, which shows a mobile device view of the search result for the article. The preview includes the site name 'MktConteudo.net.br', the title 'Como funciona o algoritmo do Instagram - MktConteudo', the date 'ago 6, 2023', and a snippet of the text: 'O algoritmo do Instagram é um mecanismo complexo e poderoso e compreender como ele opera é essencial para otimizar a presença na plataforma.' Below the preview, there are fields for 'Título SEO' (SEO Title), 'Slug', and 'Metadescrição' (Meta Description). The 'Título SEO' field contains 'Título', 'Página', 'Separador', and 'Título do site'. The 'Slug' field contains 'como-funciona-o-algoritmo-do-instagram'. The 'Metadescrição' field contains the same text as the preview snippet. There are also buttons for 'Inserir variável' (Insert variable) next to the title and meta description fields.

6. **Meta description:** Já falei sobre meta descrições ou *meta description*. Elabore a *meta description* da página utilizando a palavra-chave escolhida tanto no título, quando no texto.

7. **Onde usar a palavra-chave:** A *keyword* deve estar presente no título do post e nos subtítulos das suas postagens ou páginas estruturais, mas sempre dentro do contexto de conteúdo relevante. Ou seja, você não deve abusar do uso das palavras-chave no texto e nem colocá-las fora de

contexto. A experiência do usuário e o conteúdo de qualidade vem sempre em primeiro lugar. Use o Yoast. Ele indicará se você está usando em excesso ou se falta utilizar mais algumas vezes. Outro ponto importante é usar a palavra-chave no início do título do post e no primeiro parágrafo do seu texto.

8. **Estrutura do artigo:** Quando escrever o artigo, pense em pelo menos 4 soluções que você vai apresentar ao cliente relativos à sua palavra-chave. A postagem deve procurar resolver as principais dores do seu cliente.

9. **Escaneabilidade:** Utilize subtítulos (h2) no seu texto e, se necessário, outros subtítulos, como h3 e h4. Cada trecho (entre os subtítulos) deve ter cerca de 150 palavras. Se o texto começar a ficar comprido, utilize mais subtítulos. É importante que a audiência consiga escanear seu texto ao passar o olho e identificar o seu conteúdo. Lembre-se que a navegação na internet é muito rápida. Existem muitas distrações e sites

que seu público-alvo também estará interessado e que disputam a atenção da sua audiência.

10. Concorrentes: Se seus concorrentes estão usando vídeos na postagem, você também deve usar, assim como imagens ao decorrer do texto (se eles não usarem, também não será necessário), apenas na imagem principal. Lembre-se da relevância em usar esses artifícios.

11. Links no texto: Use links internos e externos para chamar outras postagens do seu blog, mas sem exageros.

12. Uso do negrito na *keyword*: As palavras-chave usadas ao decorrer do texto devem estar em negrito para que o buscador entenda sua importância dentro do texto. Outras palavras-chave de destaque dentro do post também podem ser usadas em negrito. Essa questão já foi debatida muitas vezes até que, em dezembro de 2021, um renomado especialista do Google comentou que o negrito era um fator relevante.

13. Estrutura da escrita: Evite utilizar a voz passiva, evite parágrafos muito longos e evite frases muito longas. As sentenças mais curtas ajudam a melhorar a legibilidade. Utilize palavras de transição, como “*dessa forma*”, “*então*”, “*afinal de contas*”, “*portanto*”, “*ainda assim*”, etc... Saiba mais sobre palavras de transição no blog da minha agência, no post [Palavras de Transição para SEO: o que são e como usar](#).

Então...

Não se esqueça que o mais importante de tudo é escrever um bom texto e que seja útil para sua audiência. Não adianta encher linguiça. Seu texto pode estar tecnicamente ótimo, mas não atende as expectativas do seu público-alvo. Aí não vai ter jeito... o Google não vai te dar uma boa classificação.

Parte 9: Vídeos no blog

Usar vídeos no seu blog pode ser uma estratégia muito eficaz e benéfica. Os vídeos têm a capacidade de cativar e envolver os leitores de maneira única, oferecendo uma experiência visual e auditiva que complementa o conteúdo textual. Vamos analisar:

1. Engajamento: Os vídeos tendem a atrair mais atenção e envolvimento do que o conteúdo apenas em formato de texto. Eles podem manter os visitantes no seu blog por mais tempo, o que é bom para a retenção e a taxa de rejeição.

2. Variedade de Conteúdo: Adicionar vídeos ao blog oferece uma variedade de formatos de conteúdo. Isso pode tornar o blog mais dinâmico e interessante para os leitores, atendendo a diferentes preferências de consumo de conteúdo.

3. Explicação Visual: Os vídeos são ideais para explicar conceitos complexos ou demonstrar processos passo a passo. Eles podem facilitar a compreensão do seu público sobre determinados tópicos.

4. Melhor Retenção de Informação: As pessoas tendem a reter informações melhor quando são apresentadas por meio de estímulos visuais e auditivos, o que pode ser alcançado por meio de vídeos.

5. Aumento da Autoridade: Da mesma forma que seus textos, fazer vídeos bem-produzidos podem aumentar a sua autoridade no assunto, tornando você uma referência confiável para os espectadores.

6. SEO Aprimorado: Incorporar vídeos relevantes e de alta qualidade pode melhorar o SEO do seu blog. Mecanismos de busca, como o Google, muitas vezes classificam bem páginas que têm vídeos incorporados. No WordPress é muito fácil inserir um vídeo no blog, basta copiar a URL do vídeo do YouTube no texto e ele aparecerá durante sua publicação.

7. Compartilhamento e Viralidade: Vídeos envolventes têm mais chances de serem compartilhados nas redes sociais e se tornarem virais, o que pode trazer um grande aumento de tráfego para o seu blog.

8. Monetização: Se você deseja monetizar o seu blog, os vídeos podem ser uma excelente maneira de exibir anúncios em vídeo ou promover produtos e serviços por meio do marketing de afiliados.

9. Formato de Tutorial ou Instrucional: Se o seu blog aborda tutoriais, dicas práticas ou instruções passo a passo, os vídeos são uma ótima maneira de apresentar esse tipo de conteúdo de forma clara e eficaz.

Se for usar vídeos no blog, certifique-se de que sejam bem-produzidos, tenham um bom áudio e sejam visualmente atraentes. Eles devem complementar e enriquecer o conteúdo do seu blog, proporcionando valor real aos seus leitores.

Parte 10: Áudio e podcasts

Usar áudio ou podcasts no blog oferece uma série de benefícios interessantes, proporcionando uma experiência diferenciada para os seus leitores. Alguns benefícios são bem parecidos com a utilização em vídeo:

- 1. Diversificação do Conteúdo:** Adicionar áudio ou podcasts ao seu blog permite diversificar o formato do conteúdo. Isso atende a diferentes preferências de consumo de conteúdo, alcançando um público mais amplo do que somente os que preferem texto ou vídeo.
- 2. Acessibilidade:** O áudio é uma ótima opção para pessoas com deficiências visuais ou aqueles que preferem consumir conteúdo enquanto estão em movimento, como durante a prática de exercícios físicos, no trânsito ou realizando tarefas domésticas.
- 3. Conexão mais Pessoal:** O áudio permite que os ouvintes ouçam sua voz e sua entonação, o que cria uma sensação mais pessoal e próxima. Isso ajuda a construir uma conexão mais profunda com seus seguidores.
- 4. Multi-Tasking:** Os podcasts permitem que os ouvintes multipliquem tarefas. Eles podem ouvir enquanto realizam outras atividades, como trabalhar, cozinhar ou se exercitar.
- 5. Conteúdo para Consumo Passivo:** Os podcasts são uma forma de conteúdo de consumo passivo. Os ouvintes não precisam olhar para uma tela ou ler, o que pode ser especialmente atraente para quem deseja descansar os olhos.
- 6. Alcance Ampliado:** Muitas pessoas preferem ouvir a ler. Ao adicionar áudio ao seu blog, você pode atrair um público que talvez não se envolvesse tanto com o conteúdo apenas em formato de texto.

7. Engajamento Sustentável: Os podcasts podem manter os ouvintes engajados por um período mais longo, já que os episódios geralmente têm uma duração maior do que a maioria dos artigos.

8. Exploração em Profundidade: Os podcasts permitem uma exploração mais profunda de tópicos, permitindo que você discuta detalhes e nuances de maneira mais abrangente.

9. Compartilhamento Social: Os ouvintes são propensos a compartilhar episódios interessantes ou educativos com amigos e seguidores nas redes sociais, o que pode aumentar o alcance do seu blog.

10. Monetização Potencial: Assim como os vídeos, os podcasts podem ser monetizados por meio de anúncios, patrocínios ou promoção de produtos e serviços.

Um plugin bacana para podcast, no caso de quem usa o WordPress (que é sempre minha recomendação) é o [Seriously Simple Podcasting](#). Fácil de instalar e de implantar.

Outra opção bacana é você converter os textos do seu blog em áudio, caso um podcast não seja sua praia. Um plugin bem bacana é o [Trinity Audio](#).



The screenshot shows a WordPress article titled "O que é o Google Deepmind e como ele está revolucionando a Inteligência Artificial" by MarcelCastilho, dated August 27, 2023. The article features a Trinity Audio player for a 6:36 audio segment. The article text discusses Google DeepMind, an AI research company acquired by Alphabet in 2015, and its focus on machine learning and deep learning. It mentions the company's goal of creating AI that can learn and reason like humans to solve complex problems.

INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

O que é o Google Deepmind e como ele está revolucionando a Inteligência Artificial

MarcelCastilho 27 de agosto de 2023 0 Comments DeepMind , Google , inteligência artificial Editar

Ouça agora
Powered by **Trinity Audio**

00:00 06:36

O Google DeepMind é uma empresa de pesquisa em [inteligência artificial](#) (IA) que foi adquirida pela Alphabet (empresa mãe do Google), em 2015. Fundada e sediada em Londres em 2010, o DeepMind é conhecido por suas contribuições significativas para a pesquisa e desenvolvimento de IA. O destaque principal da empresa está no campo do aprendizado de máquina e do aprendizado profundo.

A empresa tem como objetivo fundamental criar IA que possa aprender e raciocinar como seres humanos. Dessa forma, o resultado poderá trazer sistemas mais inteligentes e capazes de resolver problemas complexos.

Nesse artigo, vamos nos aprofundar um pouco mais no [Google DeepMind](#) e quais as suas contribuições fundamentais para a AI.

Destaco que a qualidade do áudio é fundamental se você utilizar o recurso em seu blog. Certifique-se de ter equipamentos de gravação decentes e que a edição seja bem-feita. No caso da conversão utilizando o plugin, teste antes de publicar. Se você já tem um público no seu blog, adicionar áudio pode ser uma excelente maneira de aumentar o engajamento e a interação.

E finalmente

É isssoooo!!

Espero que você tenha gostado desse material! Que ele possa te ajudar com o seu blog e levar você a outro patamar do marketing digital.

Se quiser entrar em contato com a gente e acompanhar nossos conteúdos, os contatos são: E-mail: vero@verocontents.com.br.

- Instagram: <https://instagram.com/verocontents>
- LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/vero-contents/>
- Blog: <https://verocontents.com.br/blog>

Grande abraço e muito sucesso!!!

Créditos da Capa: Arte modificada de [Freepik](#).

