


CONTEUDO





“O marketing de conteúdo nada mais é do que desenvolver **conteúdos relevantes** para que você possa se **relacionar** com a sua audiência e fazer com que o público se **interesse** pelo seu produto.”

Rafael Rez

CONTEUDO

1. Conheça a sua empresa
2. Conheça seu público
3. Crie sua história



Atividade 1. Crie uma empresa.

PROPOSTA DE VALOR

A proposta de valor descreve a forma como uma empresa se diferencia dos seus concorrentes e é a razão pela qual os clientes compram de uma certa empresa, e não da outra.

PROPÓSITO TRANSFORMADOR

CONTEUDO



"Proposta de valor é
entendida como o
conjunto de produtos e
serviços que **criam valor**
para um segmento
específico de **clientes**"

Alexander Osterwalder



1. Conheça sua empresa

TENDÊNCIAS



Google

Proposta de valor do Google:
'Organizar todas as
Informações do mundo'

1. Conheça sua empresa

TENDÊNCIAS



Proposta de valor da Tesla: 'Acelerar a transição para um transporte sustentável.'

1. Conheça sua empresa

TENDÊNCIAS



Proposta de valor da
Coca Cola:
'Levar alegria'

The Coca-Cola Company ©2015 The Coca-Cola Company. Todos os direitos reservados

[Termos e Condições](#)

[Política de Privacidade](#)

[Termo de Autorização](#)

[Fale Conosco](#)

1. Conheça sua empresa

CRIADOR	EXPLORADOR	FORA DA LEI	BOBO DA CORTE	AMANTE	PRESTATIVO
 Se pode ser imaginado, poderá ser criado	 Não levante cercas à minha volta	 As regras são feitas para serem quebradas	 Se eu não puder dançar, não quero fazer parte da sua revolução	 Só tenho olhos para você	 Ama o teu próximo como a ti mesmo

ARQUÉTIPOS

 Todos os homens e mulheres são criados igualmente	 Somos livres para sermos nós mesmos	 O poder não é tudo, é só o que importa	 A verdade libertará você!	 Tudo pode acontecer	 Onde há vontade, há um caminho
CARA COMUM	INOCENTE	GOVERNANTE	SÁBIO	MAGO	HERÓI

do Livro "O Herói e o For a da Lei"
Margaret Mark e Carol S. Pearson
Carl S. Jung

1. Conheça sua empresa



Fora da Lei



Criador



Herói



Bobo da corte



Inocente



Explorador



Amante



Governante

1. Conheça a sua empresa



CONTEUDO



Atividade 2. Preencha o CANVAS de sua empresa


Conhecer bem
sua empresa
e seu cliente
te ajuda a construir
um **protagonista** forte
para a história.




2. Conheça seu cliente

CENÁRIO



 + CROSS DEVICE



60% das pessoas usam smartphones ou tablets enquanto assistem TV

2. Conheça seu cliente

CENÁRIO



GERAÇÃO C
"connected" "collective"

É a primeira geração que apresenta forte aptidão digital como parte do seu DNA.

59% atualizam seu status social da sala de aula.

78% ensinaram aos outros alunos do facebook enquanto 28% não desligam o PC.

Assistem televisão com 3 ou mais dispositivos eletrônicos.

A geração C tem 75% da força de trabalho em 2025 e está altamente favorável a cultura corporativa e corporativa.

APENAS 7% TRABALHAM PARA STARTUPS.

A geração C espera que as organizações ofereçam programas que ofereçam a sua voz e reconhecer suas contribuições, além de lidar a necessidade de uma cultura intra-empresarial.

66% preferem ao lugar de trabalho a rede social.

SÃO 3 VEZES MAIS PROPENSOS A SEGUIR UMA MARCA AO LONGO DE UM MEMBRO DA FAMÍLIA EM REDES SOCIAIS.

696 / 140 são mais conectados no facebook do que usuários ativos que geram um gráfico social de amigos do facebook.

75% ganham e usam a moeda virtual.

TROCAM DE PLATAFORMAS DIGITAIS 27 VEZES EM 1 HORA.

gala creative

GERAÇÃO C

"connected" "collective"

Descreve pessoas que se preocupam com criação, curadoria, conexão e comunidade.

É uma atitude e uma mentalidade.

2. Conheça seu cliente

CENÁRIO

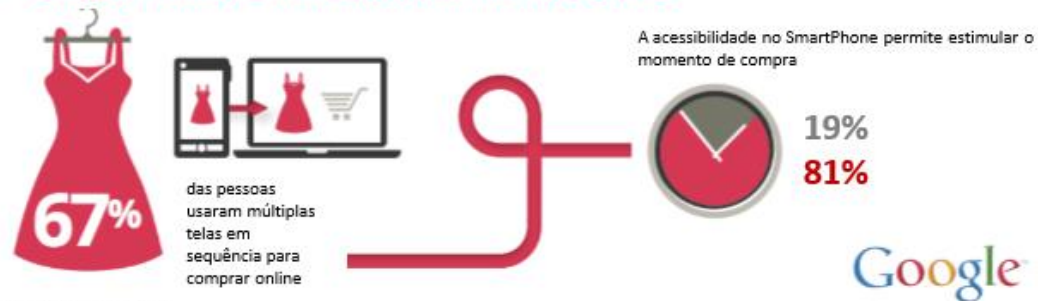
A maior parte do consumo mídia acontece em telas



Os consumidores trocam entre diversas telas para completar suas tarefas



Comprar online é uma tarefa em múltiplas telas

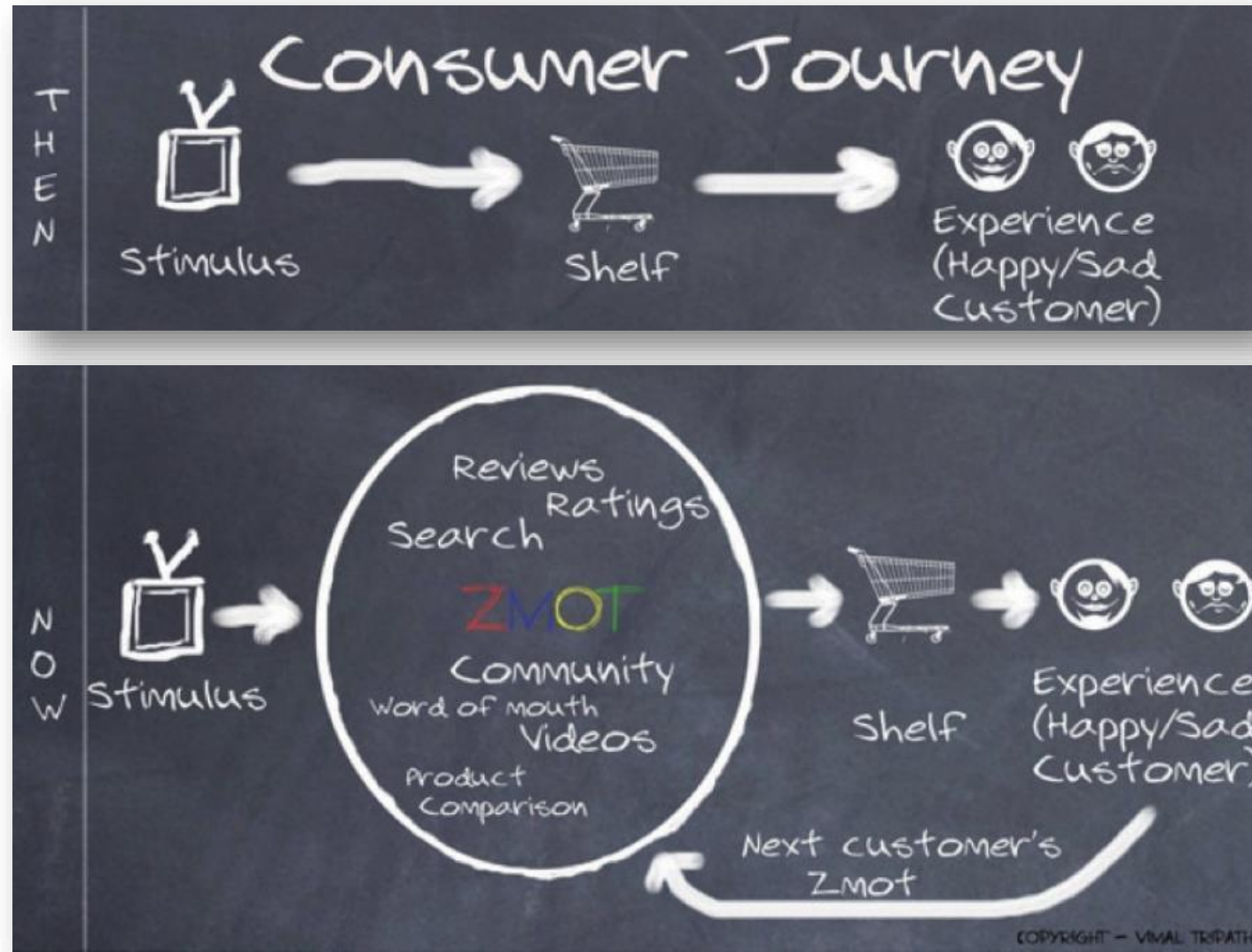


A televisão não manda mais (sozinha) na atenção do consumidor



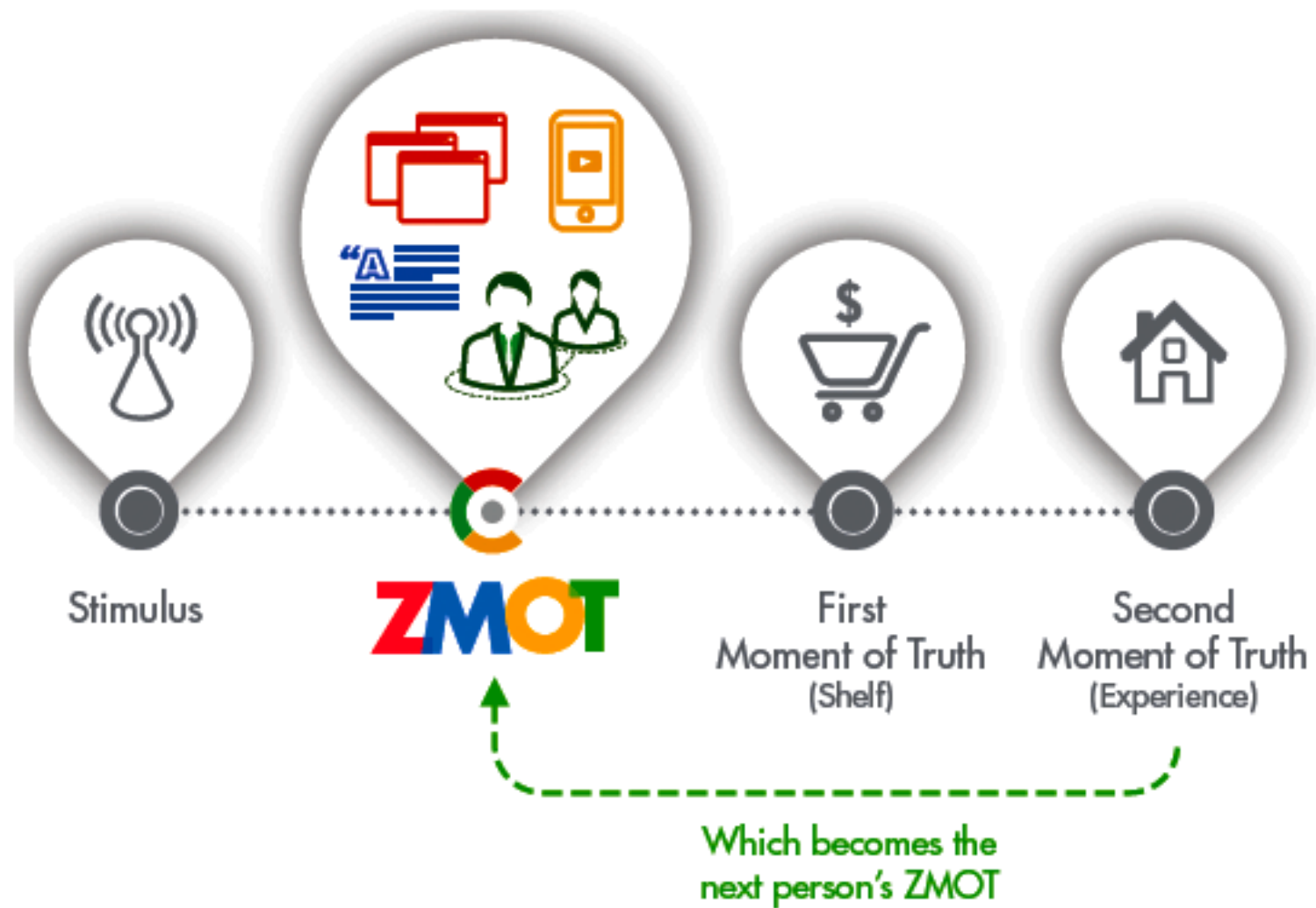
2. Conheça seu cliente

CENÁRIO



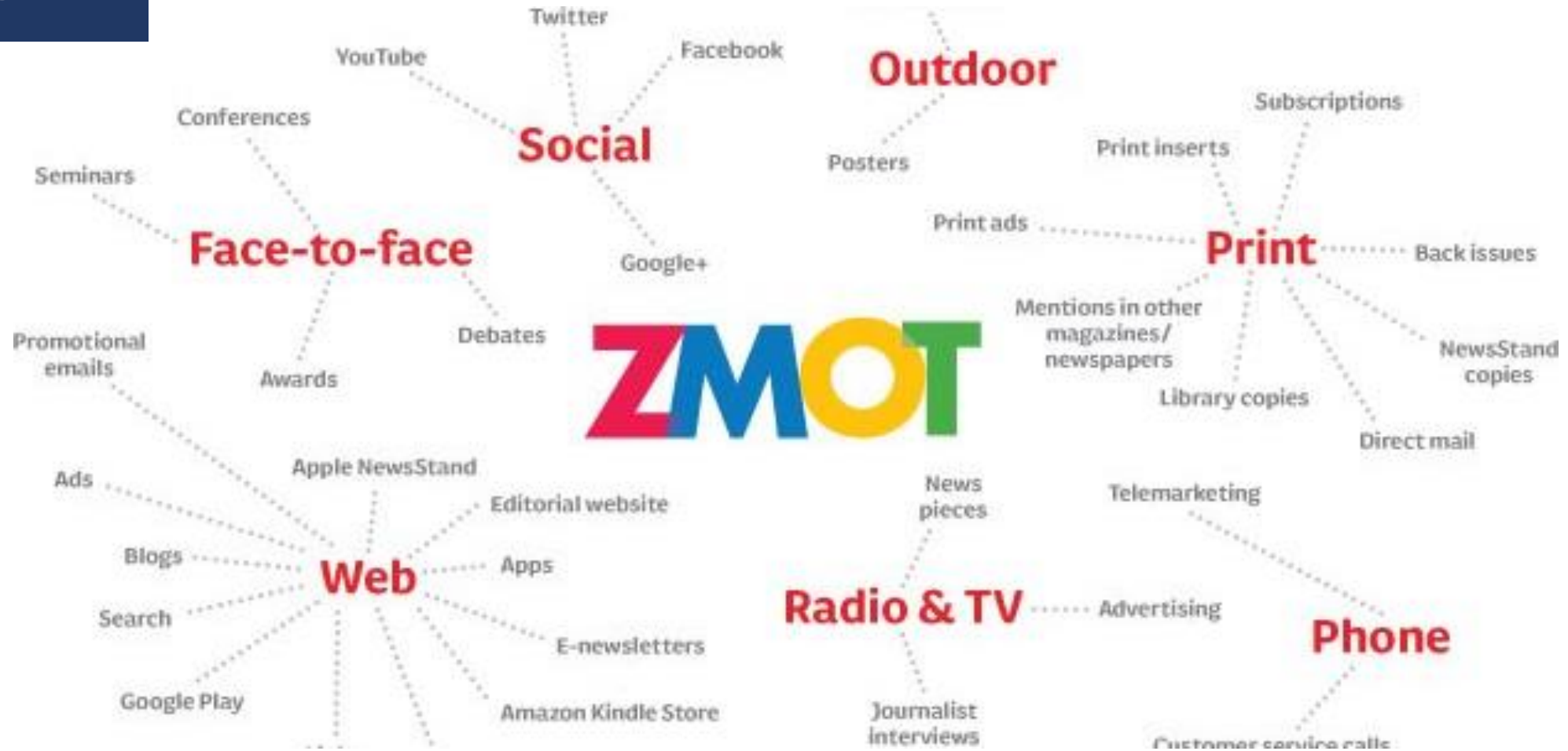
2. Conheça seu cliente

CENÁRIO



2. Conheça seu cliente

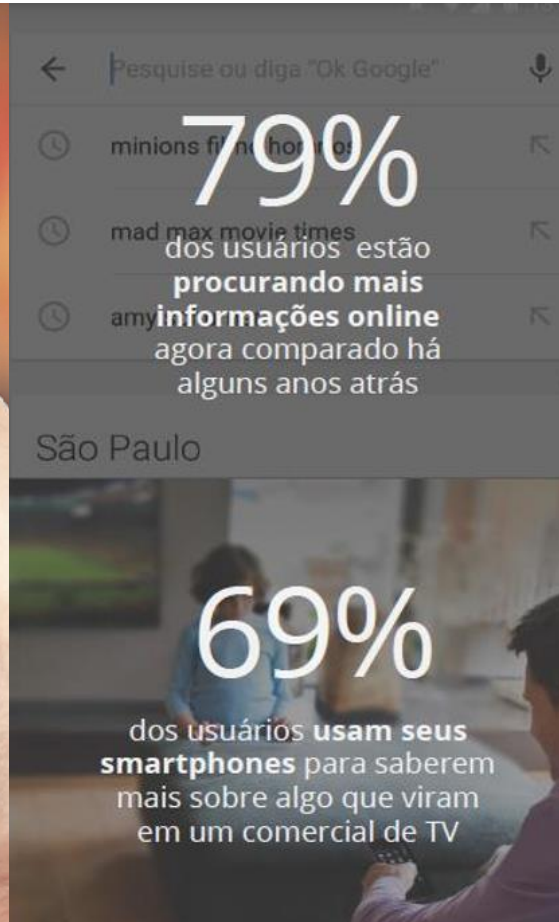
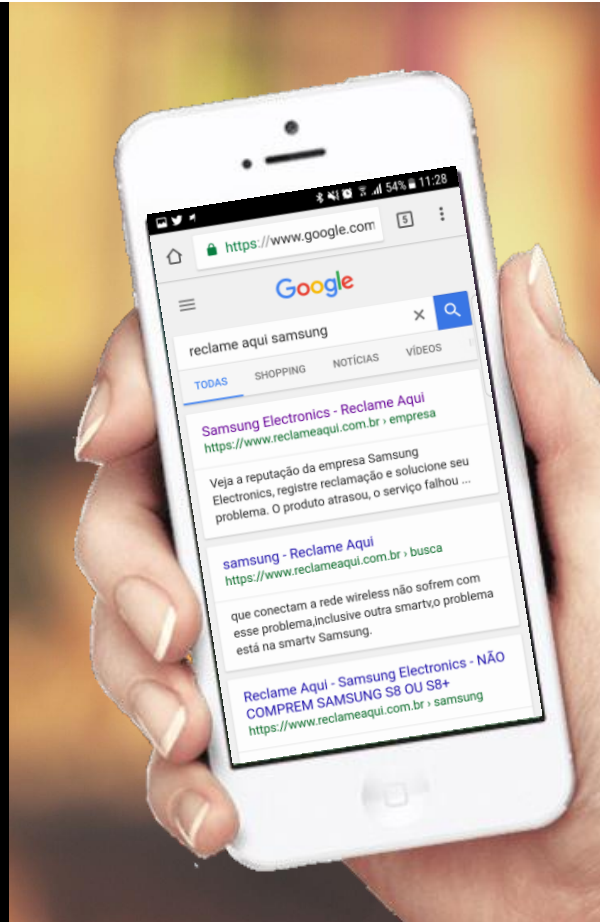
CENÁRIO



2. Conheça seu cliente

CENÁRIO

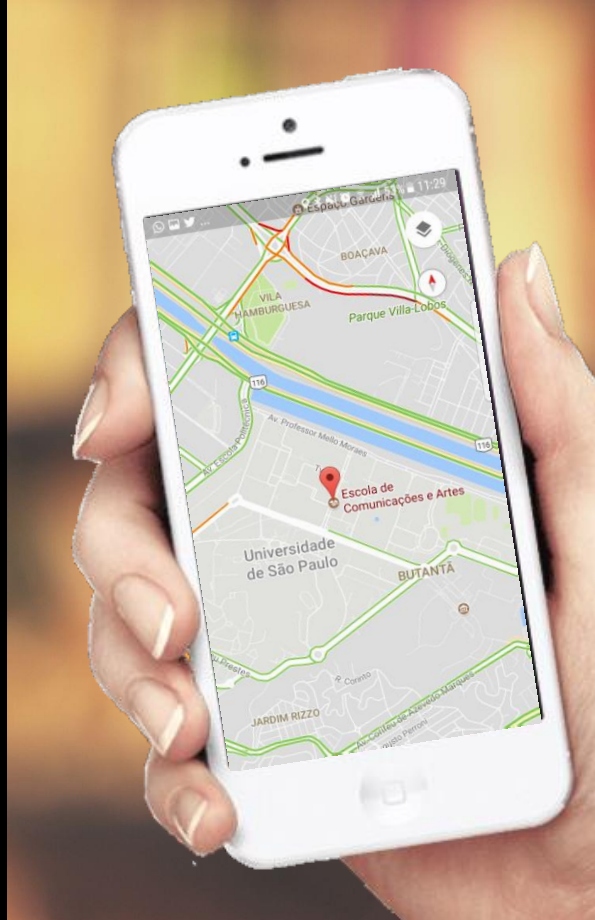
momentos
EU-QUERO-
SABER



2. Conheça seu cliente

CENÁRIO

momentos
EU-QUERO-
IR



aumento de
55%
nas pesquisas de
"próximo de mim"

83%
dos usuários de
smartphone utilizam um
mecanismo de busca
quando procuram um
comércio ou serviço
local

2. Conheça seu cliente

CENÁRIO


momentos
EU-QUERO-
FAZER



aumento de
72%
em buscas relacionadas à
"como fazer" no
YouTube

94%
dos usuários de
smartphone os utilizam
para **ter ideias**
enquanto realizam
uma tarefa

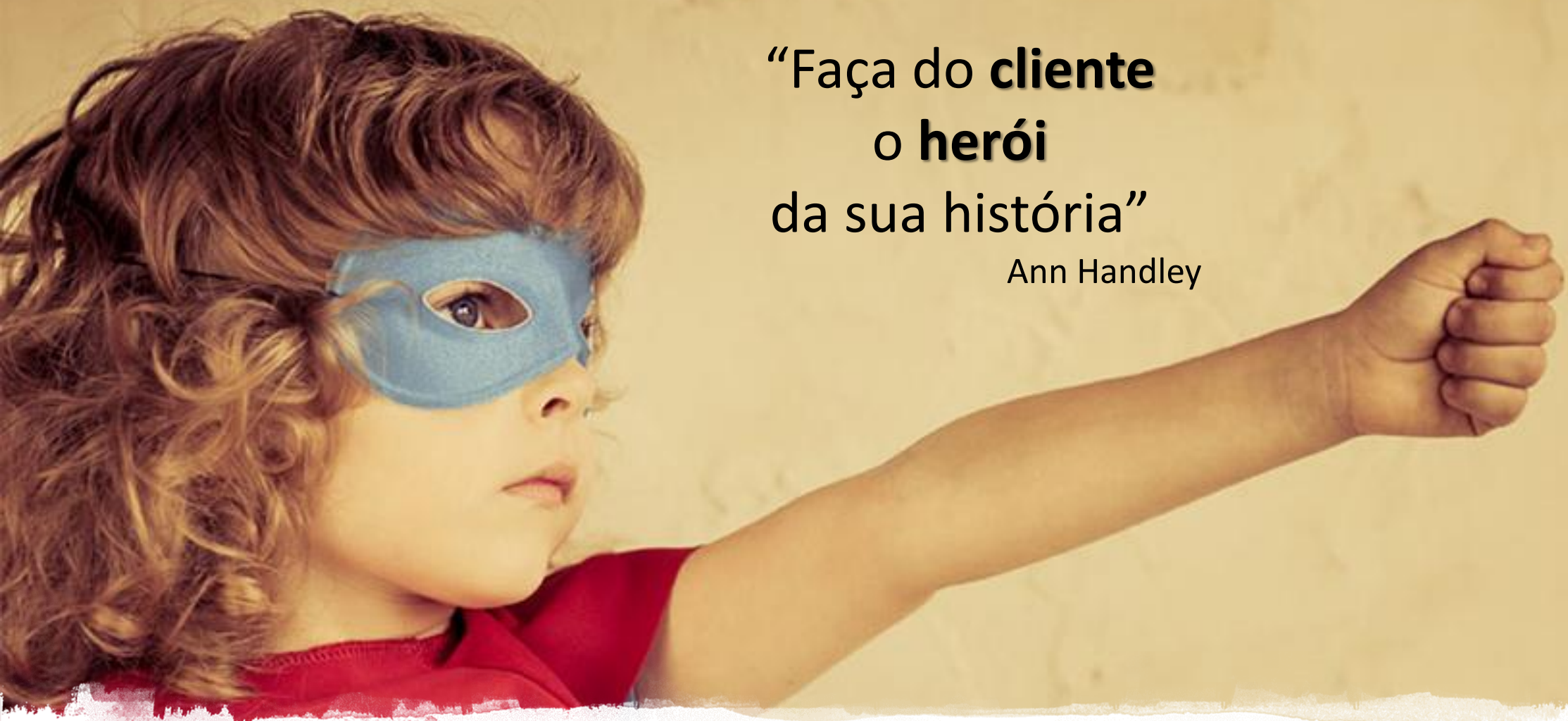
2. Conheça seu cliente

NOME	IDADE
<p>O QUE PENSA E SENTE?</p> <p>O QUE OUVE?  O QUE VÊ?</p> <p>O QUE FALA E FAZ?</p>	
SUAS DORES	SUAS NECESSIDADES

CONTEUDO



Atividade 3. Preencha o MAPA DE EMPATIA de 3 nichos de clientes de sua empresa



“Faça do **cliente**
o **herói**
da sua história”

Ann Handley

3. Crie sua história



Atividade 4. determine qual o propósito transformador de sua empresa

CONTEUDO



3. Crie sua história

Métodos e Técnicas



Content Marketing

3. Crie sua história

Métodos e Técnicas



Storytelling

3. Crie sua história

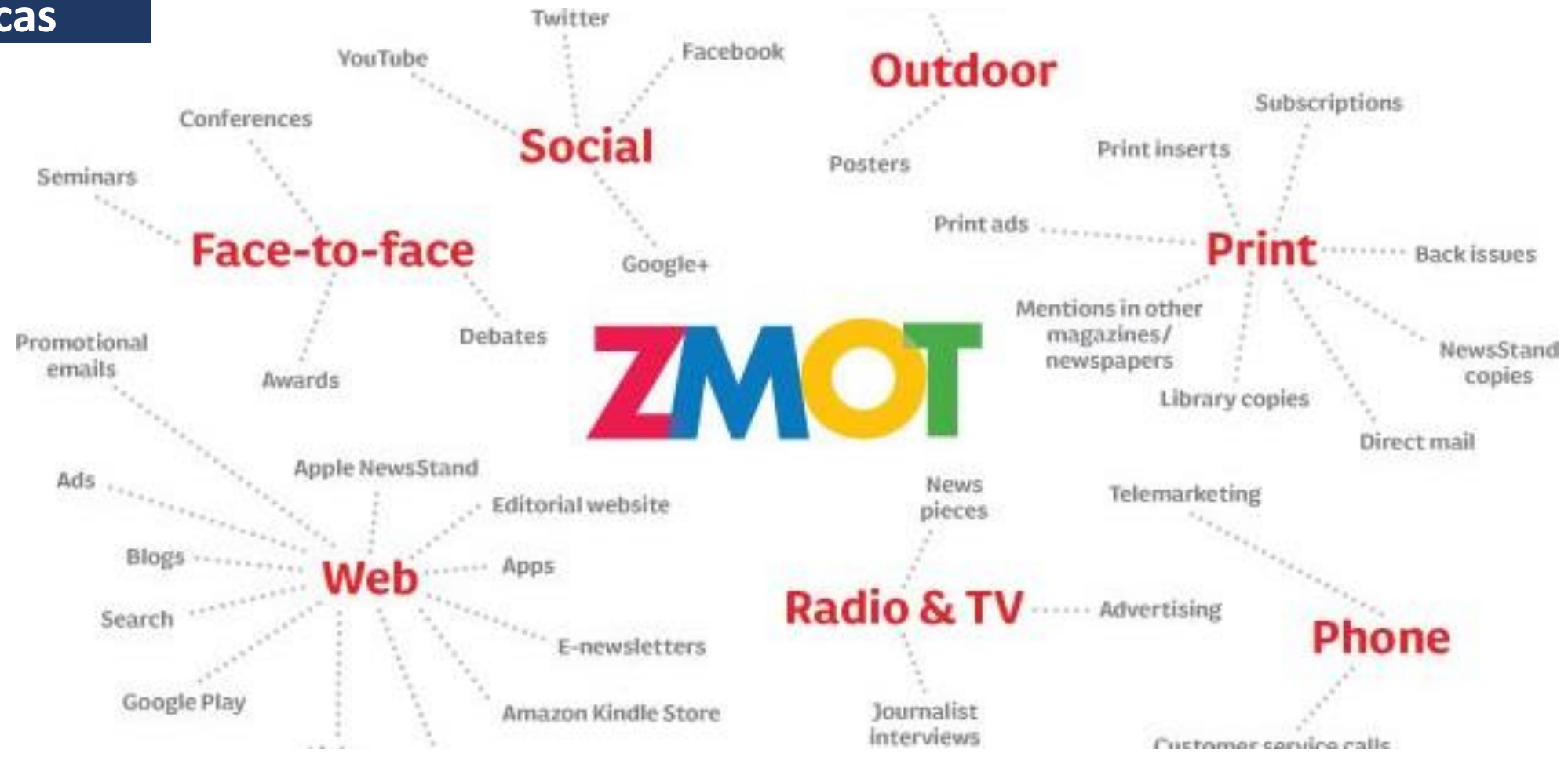
Métodos e Técnicas



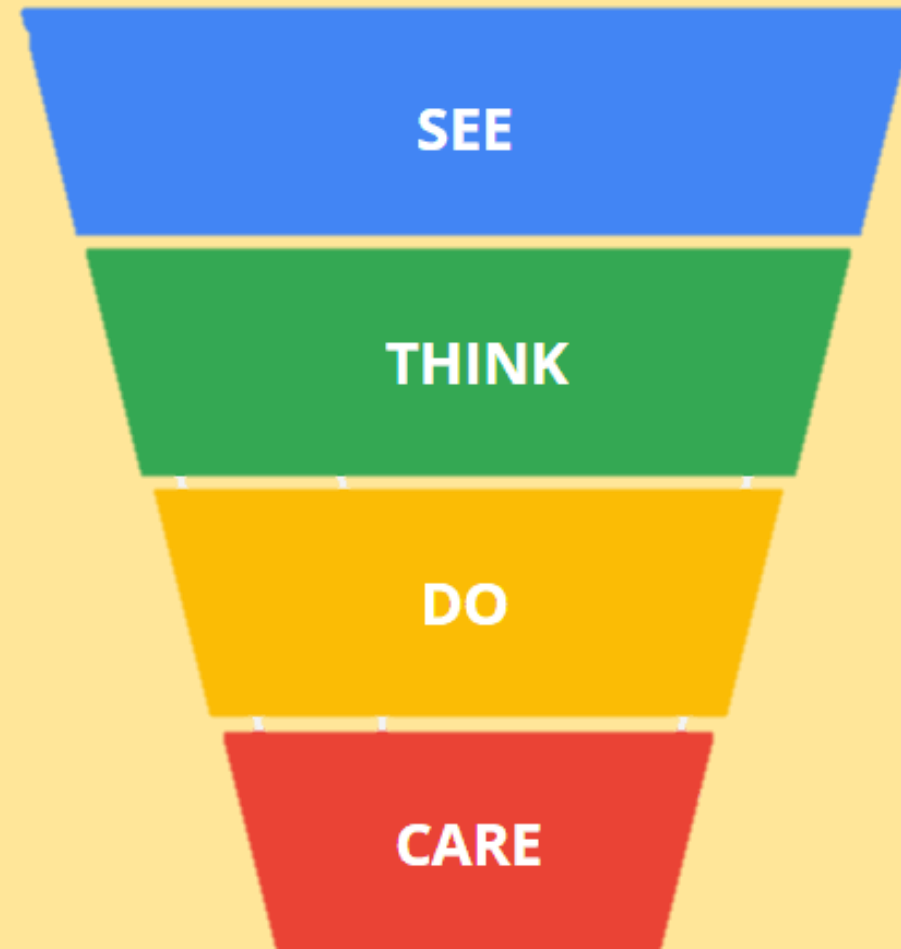
TransMidia

3.Crie sua história

Métodos e Técnicas



Para cada ETAPA um OBJETIVO



Para cada OBJETIVO um TEMA

See

Genérico
Emocional
Contexto geral

Ajuda usuário a aumentar
compreensão geral da oportunidade

Think

Específico
Racional
Contexto da marca

Ajuda o usuário a aumentar repertório
e levantar possíveis soluções

Do

Diferenciais
Promessas
Contexto do produto

Ajuda o usuário a tomar decisão a
partir de argumentos racionais

Care

Conquistas
Pertencimento
Sucesso do cliente

Garante que usuário retorno e/ou não
abandone

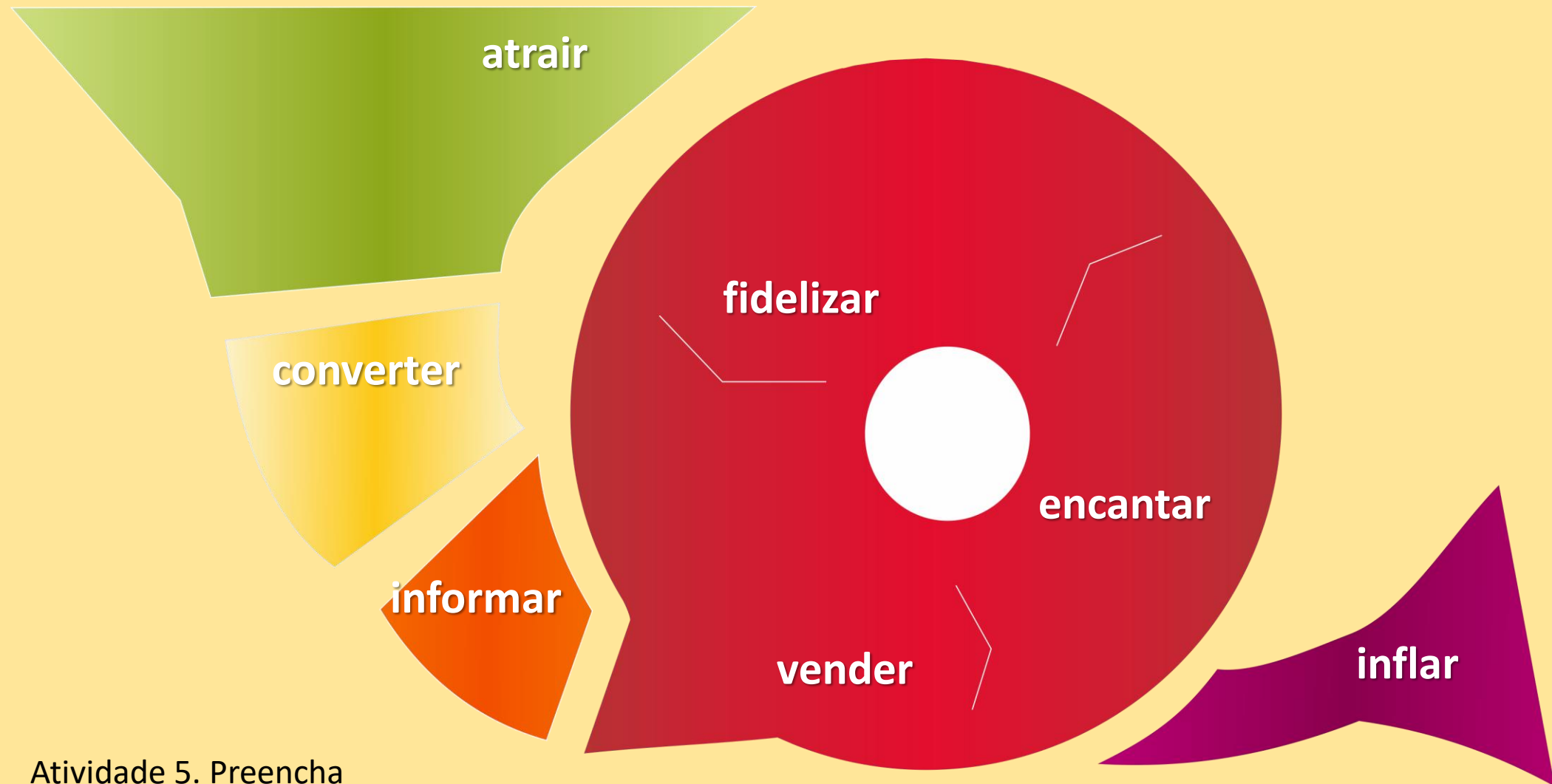
Para cada TEMA uma ESTRATÉGIA



<http://www.toprankblog.com/2014/04/content-marketing-awesome/>

Tuba do Conteúdo

Basshorn Content



Atividade 5. Preencha
o CANVAS do conteúdo

Tuba do Conteúdo

Basshorn Content



E da
resultado ?



CONTEUDO



Brian Fernandez
23 de fevereiro próximo a Orillia, ON, Canadá · 🌐

Since Heinz decided to pull the plug on its Canadian plant in Leamington, 740 jobs were lost. Heinz decided to make its ketchup solely in the USA. Then, French's (known for its mustard) stepped in and decided to make ketchup. They also decided to use those same Leamington tomatoes from Canadian farmers. The result: A ketchup free of preservatives. Free of artificial flavours. Also, free of high fructose corn syrup!! We bought a bottle. Absolutely love it!! Bye. Bye. Heinz.

Ver tradução

Compartilhar

46

133.365 compartilhamentos

12 comentários

Ver mais 6 comentários

Christine Fernandez Richardson Will buy French's from now on, no more Heinz!
Ver tradução

3 · 23 de fevereiro às 10:07

ReclameAQUI NOTÍCIAS

Capa Notícias Rankings Direito do Consumidor ReclameAQUI na mídia Black Friday

Consumidor canadense boicota marca de ketchup com post no Facebook

Contra Heinz, usuário fez a marca French's esvaziar as prateleiras dos supermercados

Notícias

Publicado em: 07 de Março de 2016 - 17h35m - Autor: Redação



Brian Fernandez
23 de fevereiro próximo a Orillia, ON, Canadá · 🌐

Since Heinz decided to pull the plug on its Canadian plant in Leamington, 740 jobs were lost. Heinz decided to make its ketchup solely in the USA. Then, French's (known for its mustard) stepped in and decided to make ketchup. They also decided to use those same Leamington tomatoes from Canadian farmers. The result: A ketchup free of preservatives. Free of artificial flavours. Also, free of high fructose corn syrup!! We bought a bottle. Absolutely love it!! Bye. Bye. Heinz.

Ver tradução

Compartilhar

46

133.365 compartilhamentos

CET notificará motorista que fruar apenas nos radares em SP

Teste: descubra se você é um consumidor preparado para comprar na Black Friday

Nubank anuncia serviço de conta corrente digital

Nextel anuncia encerramento do serviço de rádio no Brasil

É FRIA!
Relembre algumas promoções absurdas da Black Friday 2016

endeavor BRASIL

INSPIRAÇÃO GESTÃO VÍDEOS CURSOS E FERRAMENTAS A ENDEAVOR

Um deslize da Heinz triplicou a produção da concorrente

COMO UM DESLIZE DA HEINZ TRIPLICOU A PRODUÇÃO DA SUA CONCORRENTE

COMERCIO, MARKETING

5.91K SHARES



CONTEUDO



Hotel Canto do Rio Maresias
Página curtida · 13 de setembro ·

Alguém ai com saudade dessa placa? ❤️
#vempraMaresias #Vemquetábom #solemar
#praiaetudodebom

Amel Comentar Compartilhar

259 Comentários mais relevantes

1 compartilhamento 38 comentários

Nadir Garcia Nossa Sdds Demais! Oiha Amor vamos Bruno Gomes Clossanil
Curtir · Responder · 2 · 13 de setembro às 22:05

1 resposta

Bruna Freitas Eu... Muita!!!
Curtir · Responder · 1 · 13 de setembro às 19:09

Lila Dias O mês que vem estarei ao
Curtir · Responder · 1 · 14 de setembro às 18:16

Luciana Zuim Cantero Nossalll Morri.
Curtir · Responder · 1 · 14 de setembro às 18:42

Luana S. Santos eu, d-H!

Escreva um comentário...





Esplanada Carnes

14 de set às 10:15 • 🌐

🎉SORTEIO DE CHURRASCO🎉

Quer concorrer a um kit cheio de produtos para o seu churras?

LEIA AS INSTRUÇÕES ABAIXO↓

Itens... Continuar lendo



👍❤️👤 1.462

1.892 comentários



Curtir



Comentar



Compartilhar

137.646 pessoas visualizaram esta publicação >

Impulsionar publicação

128.640

Alcance orgânico

9.006

Alcance pago

8.198

Cliques em publicações

CONTEUDO



Content Marketing Vá e encante!!

Obrigada!

Fb: @renatarobazza

E-mail: rerobazza@rbzdigital.com.br

Linkedin: in/renata-robazza

WhatsApp: (12) 99117 9004

