

# **MARKETING DIGITAL**

Publicidade e Marketing  
Aula 6

# HOJE NO MENU



BENEFÍCIOS  
DO MARKETING  
DE CONTEÚDOS



ESCREVER  
PARA A  
WEB



BUFFER  
CASO DE  
SUCESSO

# HOJE NO MENU



BENEFÍCIOS  
DO MARKETING  
DE CONTEÚDOS



ESCREVER  
PARA A  
WEB



BUFFER  
CASO DE  
SUCESSO

# BLOGS - EXEMPLOS

- NIT
- Krisp
- Adobe
- Netflix
- Dropbox
- Holmes Place



## REFLEXÕES:

1. Que propósito serve ao leitor?
2. Que propósito serve à marca?

**PARA QUÊ  
TER UM  
BLOG?**



A close-up photograph of two men in dark blue pinstripe suits shaking hands. The man on the left has a white shirt cuff visible. The man on the right has a dark blue shirt cuff visible. They are both wearing dark blue trousers. A black rectangular overlay with white text is positioned in the center of the image.

CONSTRÓI CREDIBILIDADE,  
AUTORIDADE E CONFIANÇA

AJUDA  
AS  
PESSOAS



# ENSINA A UTILIZAR





**ENALTECE A  
COMUNIDADE**

A photograph of a group of people working together at a wooden table. In the foreground, a person's hands are visible on a laptop keyboard. Behind them, another person is looking at a laptop screen. On the table, there are several open laptops, notebooks, and glasses filled with iced tea. The scene suggests a collaborative workspace or study area.

# EXPLICA OS PROCESSOS

A close-up photograph of a large, metallic megaphone or speaker system mounted on a pole. The megaphone has a dark, textured surface and a circular volume control dial with a 'VOL' label and a lightning bolt symbol. It is set against a clear, bright blue sky.

**CRIA “AWARENESS”**

# É UMA GRANDE ARMA DE SEO

A close-up photograph of several stacks of gold-colored coins, possibly euro cents, arranged in a pyramid-like shape. They are placed on a surface covered with a colorful, patterned cloth featuring various banknotes from different countries. The background is slightly blurred, emphasizing the coins in the foreground.

**FAZ DINHEIRO**

# HOJE NO MENU



BENEFÍCIOS  
DO MARKETING  
DE CONTEÚDOS



ESCREVER  
PARA A  
WEB



BUFFER  
CASO DE  
SUCESSO

# COMO LEMOS NA WEB



**Sobre  
nós**

**Página de  
1 Produto**

**Pesquisa  
no Google**

**Estudo Nielsen**

# FACILITA A LEITURA

# EVITA BLOCOS DE TEXTO DEMASIADO DENSOS

# FACILITA A LEITURA

## DÁ USO A TODAS AS POSSIBILIDADES DE FORMATAÇÃO

### #1: Writefull (OSX, Windows e Linux)

Se só te pudesse recomendar uma aplicação da lista, o [Writefull](#) seria sem dúvida **a eleita**.

Esta é uma aplicação que dá bastante jeito ter à mão quando estás com dúvidas ou procuras sinónimos para alguma palavra.

O que se faz neste tipo de situações? *Vai-se ao Google*. Bom, esta *app* vai por ti.

O [Writefull](#) acede a **4 serviços Google** para te dar resultados:

- o famoso **motor de busca**;
- o **Google Books** (apenas livros em Inglês);
- o **Google News** (fontes de notícias, em 35 idiomas);
- o **Google Scholar** (papéis académicos, em 9 línguas).

E o que podes então fazer com esta aplicação? Ora vejamos:

- Verificar o **número de ocorrências** de um termo;
- **Comparar o número de resultados** para 2 termos, utilizando `vs` (ex: `variado vs diverso`)
- Encontrar **palavras para completar a frase** no contexto, utilizando `_` (ex: `dar a _ à palmatória`)
- **Encontrar sinónimos** no contexto, utilizando `*` antes e depois da palavra (ex: `*beautiful*`) – este modo só funciona no **Google Books**, logo só em inglês.

# RITMO COM PALAVRAS

This sentence has five words. Here are five more words.  
Five-word sentences are fine. But several together become  
monotonous. Listen to what is happening. The writing is  
getting boring. The sound of it drones. It's like a stuck record.  
The ear demands some variety.

Now listen. I vary the sentence length, and I create music.  
Music. The writing sings. It has a pleasant rhythm, a lilt, a  
harmony. I use short sentences. And I use sentences of  
medium length. And sometimes when I am certain the reader  
is rested, I will engage him with a sentence of considerable  
length, a sentence that burns with energy and builds with all  
the impetus of a crescendo, the roll of the drums, the crash of  
the cymbals—sounds that say listen to this, it is important.

So write with a combination of short, medium, and long  
sentences. Create a sound that pleases the reader's ear. Don't  
just write words. Write music.

-Gary Provost

# SIMPLIFICA

## A APP “CLEARTEXT” DESAFIA-NOS A ESCREVER USANDO APENAS AS 1000 PALAVRAS MAIS COMUNS DO IDIOMA

### ORIGINAL

As you know, the **initial product** of Tesla Motors is a **high performance electric sports car** called the Tesla Roadster. However, some readers may not be **aware** of the fact that our **long term** plan is to build a wide **range** of **models, including affordably priced** family cars.

### REPLACED WITH SYONYMS

As you know, the **first offering** of Tesla Motors is a **high acting exciting games car** called the Tesla Roadster. However, some readers may not be **knowing of the fact** that our **long course** plan is to build a wide **stretch of builds, counting low money** family cars.

### REWRITTEN WITH CLEARTXT

As you know, the first car we made is a really fast one. It runs on power, and we call it Tesla Roadster. However, you may not know that our big plan is to make many other kinds of cars, some of them for families like yours.

# A TER EM CONTA

## 1) Variedade

Os leitores vão fazer “scan” à página. Convém espaçar o conteúdo e recorrer ao uso de bold/itálico/bullets para facilitar a leitura e inserir imagens.

## 2) Links

Procurar comprovar todos os argumentos, com links externos para outros artigos (ex: estatísticas, conteúdos relacionado).

Aproveitar para criar links para outros artigos do nosso blog.

## 3) Evitar termos complicados e parágrafos longos

Não queremos alienar ninguém.

Simplicidade = menos leitores perdidos pelo caminho.

## 4) Recordar a razão de estarmos a escrever aquele artigo

Se queremos uma acção do leitor no fim, temos que ser persuasivos.

# PLANEAMENTO



# AUDITORIA

## PALAVRAS-CHAVE

Que palavras é que as pessoas vão utilizar para chegar ao meu conteúdo?  
Que palavras esperam encontrar no texto, que assegurem que estou na página certa?

## TENDÊNCIAS DE PESQUISA

Que pesquisas andam a registar maior interesse e que posso associar aos conteúdos do meu site?

## "CONVERSATION"

Que tópicos estão a gerar conversa entre as pessoas? Exemplo: Óscars, Dia da Mãe, Final da Champions League, Festivais de Verão

## PERFORMANCE SOCIAL

Que conteúdos geram maior "engagement" nas redes sociais?

# TIPOS DE POSTS



Listas  
Entrevistas  
Newsjacking  
Passatempos  
Comunicados  
Vídeo / Áudio  
Artigos de opinião  
Relatórios e Infográficos  
Comunidade em destaque  
Tutoriais / How-to's / Dicas

**SESSÃO DE “BRAINSTORM”  
CRIAR CALENDÁRIO  
RESPEITAR AS DATAS**

# OS TÍTULOS



Responsável pela decisão no momento do clique  
50% do tempo de criação deve ser dedicado ao título  
Upworthy cria cerca de 25 títulos por artigo e avalia performance

Podemos apelar à curiosidade, ao medo, à urgência...

**Gazette**

A FÓRMULA MÁGICA  
NÚMERO + PALAVRA-CHAVE +  
ADJECTIVO + PROMESSA

# OS TÍTULOS

## Dimensão

Para serem correctamente apresentados no Google, devem ter até 60 caracteres.

## Palavra-chave

A palavra-chave principal tem que figurar no título - idealmente, logo no início.

## Clickbait?

Um título virado para palavras-chave e pesquisas populares deverá ser sempre a escolha para tráfego orgânico.

Recorre às tags OpenGraph para criar um título diferente para as redes.

## Fiel ao conteúdo apresentado

Garante que a promessa do título é respeitada no artigo.

# HOJE NO MENU



BENEFÍCIOS  
DO MARKETING  
DE CONTEÚDOS



ESCREVER  
PARA A  
WEB



BUFFER  
CASO DE  
SUCESSO



# Buffer

The collage illustrates Buffer's features:

- Scheduling posts: A screenshot showing a queue of posts with a "Schedule post" button.
- Social media monitoring: A screenshot showing a feed with engagement metrics like "Followers 344" and "Engagement rate 5.0%".
- AI review: A screenshot showing a message bubble saying "The post is ready for your review!" and another saying "Looks great! Good to go! 🚀".
- File upload: A screenshot showing a "Drag and drop or select files" area with a hand icon and a red "2" counter.
- Idea creation: A screenshot showing a "New Idea" card with fields for "Add Tag" (Videos, Promo, Product Drop), "Jot down your idea here or use the AI Assistant", "Create Post", and "Save Idea".

**Your content, everywhere**

Plan, create, and share content with the most flexible social media toolkit.

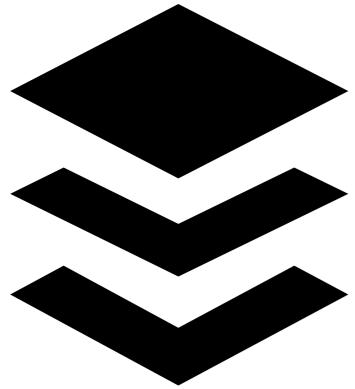
Enter your email... [Get started now →](#)

By entering your email, you agree to receive emails from Buffer.

Your favorite channels  
are available on all plans



# BUFFER

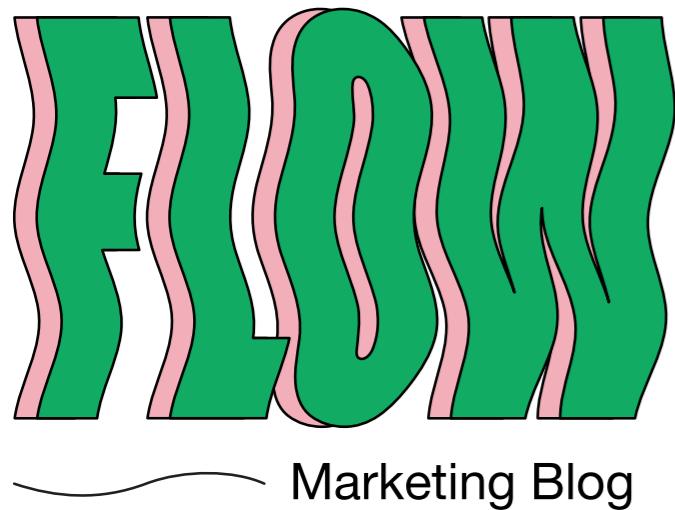


Uma ferramenta de Social Media que permite agendar publicações em contas Facebook, X, Bluesky, Instagram, LinkedIn, Pinterest e outras.

Lançado em 2010, só em 2018 contou com 1.4M de novos utilizadores e um total de 200M de publicações partilhadas.

A screenshot of the Buffer mobile application. At the top, there are circular profile icons for three users: a man with a beard, a man with a mustache, and a man with short hair. Below these are three social media icons: Instagram (with a camera icon), LinkedIn (with a blue 'in' icon), and Twitter (with a bird icon). A blue LinkedIn icon is also present on the left side of the main text area. The main text area contains the message "A preparar mais uma apresentação para a ESCS 😎". Below this text is a small "Add image or video" button with a camera icon. In the bottom right corner of the text area, there is a small circular emoji icon with a smiley face. At the very bottom of the screen, there is a blue button with the text "Add to Queue" and a small downward arrow icon to its right.

# FLOW



## **PARA OS PROFISSIONAIS DE MARKETING**

Todo o tipo de dicas:  
Escrita  
Wordpress  
Redes Sociais  
E-mail Marketing

- ✓ Ajuda a sua comunidade
- ✓ Atrai novos utilizadores e cria autoridade
- ✓ Dá a conhecer novas utilidades para a ferramenta



# OPEN

## O CANTINHO DA EMPRESA

Novas contratações

Cultura da empresa

Conselhos para empreendedores

Todos os números - receita, utilizadores e até salários

- ✓ Ajuda empreendedores
- ✓ Dá a conhecer tudo sobre a empresa
- ✓ Open Salaries fez com que o envio de CVs disparasse

# OVERFLOW

## **PARA ENGENHEIROS E PROGRAMADORES**

<Overflow/>  
engineering blog

Partilha de conhecimento:  
Como desenvolveram as aplicações  
Como contratam e quais as rotinas  
Como utilizam determinada infra-estrutura  
Como corrigem os *bugs* / ultrapassam  
obstáculos

- ✓ Ajuda programadores
- ✓ Cria maior interesse em colaborar
- ✓ Dá a conhecer os bastidores da empresa

# CUSTOMER EXPERIENCE

## UMA EXPERIÊNCIA NA PLATAFORMA MEDIUM

Partilha de conhecimento:

- Como utilizar as redes sociais para Serviço
- Como aumentar a taxa de satisfação dos clientes
- Como prioritzar as reclamações que surgem diariamente

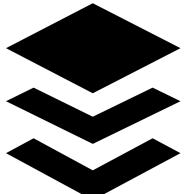
✓ Ensina empresas a encararem o cliente  
✓ Dá a conhecer os bastidores da empresa



# TRANSPARÊNCIA

**UM PONTO DA CULTURA DA EMPRESA É O  
“DEFAULT TO TRANSPARENCY”**

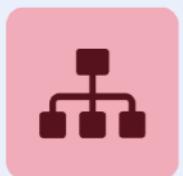
- ✓ Como contratam e como é o processo de iniciação
- ✓ Os salários de cada trabalhador (até numa folha de cálculo)
- ✓ Falhas de segurança (e acompanhamento da respectiva resolução)
- ✓ As decisões internas de gestão tal e qual são comunicadas aos investidores
- ✓ Para onde vai cada centavo do plano mensal que subscrevemos enquanto clientes



# TRANSPARÊNCIA



Your Buffer Subscription



**7.18%**  
Hosting



**3.98%**  
Fees



**72.97%**  
Salaries



**8.16%**  
Tools



**1.57%**  
Retreats



**3.30%**  
Marketing



**2.83%**  
Taxes

## Product roadmap



### Planned

LinkedIn: Tag or mention profiles in a Post

Customize thumbnails for video posts...

Bulk schedule posts

### In Progress

Dark Mode

Preview Post within Instagram Grid

Aggregated post analytics across all...

### Shipped

Publish to Meta Threads (threads.net)

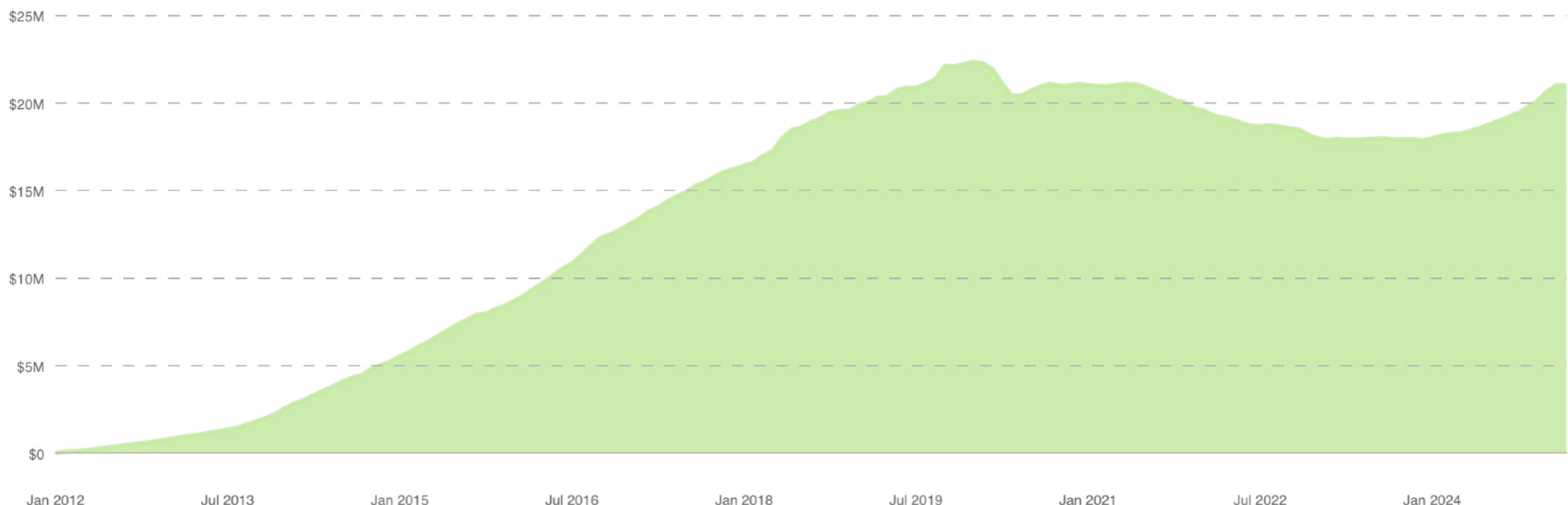
Publish to Bluesky

Schedule LinkedIn PDF Carousel Posts

# TRANSPARÊNCIA

## Revenue metrics

All



**ARR**  
Annual Recurring Revenue  
**\$21.02M**

**MRR**  
Monthly Recurring Revenue  
**\$1.75M**

**MRR Movements**  
Monthly Recurring Revenue Movements

# RESULTADOS



## OPEN SALARIES (PUBLICADO EM 2013)

O artigo registou mais de 380 comentários e foi notícia em vários *blogs* de referência.

Receberam 2.886 CVs nos 11 dias após o artigo (*versus* 1,263 CVs nos 30 dias anteriores).

Números do blog (por mês)

Mais de 2 mil conversões

Mais de 1.5M de *pageviews*

# SEMPRE ATENTOS

 **Bruno Brito** @the\_bammer · Mar 18, 2015   
Tomorrow I'll be showing my Online Marketing students how much @buffer rocks! Excited :D  
 1   2   

 **Buffer** ✅ @buffer · Mar 18, 2015   
@the\_bammer Wow, Bruno! :) You rock, thank you! What time of day? We'll try to be available for any Qs! -Mary  
 1     

 **Bruno Brito** @the\_bammer · Mar 18, 2015   
@buffer thanks Mary that's very kind of you! I'll do it tmrw afternoon, GMT, but you guys are so transparent I have all the info I need! :)  
 1     

 **Buffer** ✅ @buffer · Mar 18, 2015   
@the\_bammer Okay, cool! :) Really appreciate you helping pass along the word about Buffer. :) -Mary  
 1     

 **Bruno Brito** @the\_bammer · Mar 18, 2015   
@buffer it's the least I can do, love your product/blog/company culture, I've been a fan for a couple of years now :) cheers!  
 1   2   

 **Buffer** ✅ @buffer   
@the\_bammer If you're up for it, shoot us a DM with your mailing address! :) -Mary

# DÚVIDAS?

