



O guia passo a passo para uma estratégia de posicionamento que o tornará inabalável em seu mercado

VIVER | DE | BLOG

Se posicionar no seu mercado para ser lembrado, para ser memorável, é uma obrigação de todo blog, site ou negócio.

A estratégia de posicionamento perfeita é aquela onde a imagem que você deseja ter perante seu leitor/consumidor é passada com clareza, a ponto de sua audiência reconhecer prontamente o que diferencia você dos demais.

Para acertar na sua estratégia de posicionamento é preciso, em primeiro lugar, conhecer melhor sua audiência. Caso não possua ainda, imagine qual seria o seu público-alvo ideal.

Portanto, siga todos os passos desse guia e não deixe de responder a nenhuma pergunta listada. Prontos?



1. Conheça os critérios de Segmentação de Mercado

Quanto mais você sabe sobre seu público, maiores as chances de produzir algo que seja exatamente aquilo que ele precisa. Esses são os critérios de segmentação utilizados:

Segmentação geográfica: local físico onde seu público/audiência se encontra.

- País
- Estado
- Cidade



Segmentação demográfica: inclui características como:

- Idade
- Sexo
- Classe social
- Profissão e grau de instrução
- Religião
- Raça
- Tamanho da família



1. Conheça os critérios de Segmentação de Mercado

Segmentação psicográfica: divisão por:

- Estilo de vida
- Personalidade
- Valores

Segmentação comportamental: relacionados ao comportamento com relação a um produto ou a seu conteúdo.

- O quanto seu público conhece do assunto que você escreve
- Onde procuram por essas informações
- Conhecimentos
- Sua atitude
- Uso e resposta a um produto



2. Defina seu público-alvo baseado nos critérios de segmentação

Responda algumas dessas perguntas para começar a definir quem é seu público-alvo:

- Local de residência;
- Faixa Etária;
- Sexo;
- Classe social;
- Grau de instrução;
- Renda;
- É casado(a)? Tem filhos?
- Pratica esportes? É sedentário?
- Tem o hábito de ler?
- Viaja para o exterior? Não viaja?
- Religioso? Ateu?
- Qual assunto busca na internet?
- Como consome informação? Pela internet? TV?
- Quem influencia suas decisões de compra?
- Compra pela internet?



3. Você já sabe quem é seu público? Então crie o seu “avatar”

As perguntas da página anterior são básicas e servem para dar uma visão geral sobre o seu público.

Ainda assim, não são suficientes para realmente entender o que sua audiência deseja.

Para isso, monte seu avatar e construa a história de sua vida:

- Que filmes ou programas de TV assistem? Músicas preferidas? Livros de cabeceira?
- Com quem conversam e o que vivenciam no seu dia a dia?
- Se preocupam com a saúde? Praticam exercícios? Cuidam da alimentação?
- Acessam redes sociais? Quais? Quantas vezes por dia?
- Quais suas maiores dores, medos e objeções ?
- Quais seus maiores sonhos?
- O que impede essa pessoa de realizar esse sonho?
- Em que formato consomem informação (texto, áudio ou vídeo)? Com que frequência?



4. O seu conteúdo é adequado para sua persona

Se você estiver começando do zero, pense em que tipo de conteúdo poderia produzir para a sua persona. Para identificar com mais clareza, responda às perguntas abaixo:

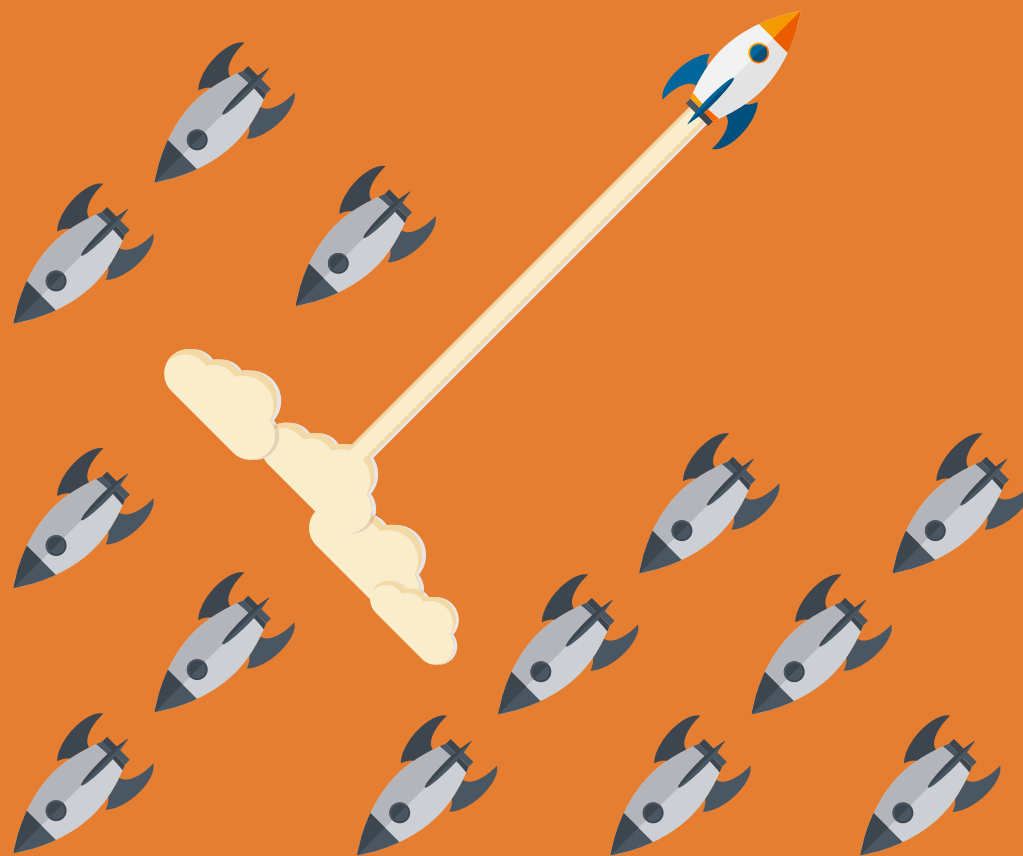
- Para quem eu gostaria de produzir conteúdo?
- Quais benefícios posso oferecer para as pessoas através da minha habilidade única?
- Quem eu já ajudei?
- Quais desejos, problemas e necessidades das pessoas que ajudei?
- Qual é o tipo de linguagem mais adequado para esse público: formal ou informal
- O que irá se conectar melhor com esse público: dicas práticas? Frases inspiracionais?
- Qual é a proposta única de valor do meu blog ou site?



5. Finalmente, escolha a sua estratégia de Diferenciação

Transmitir seus valores, crenças e ideais em seu conteúdo, fará com que outras pessoas, identifiquem seu diferencial. Você pode usar as seguintes estratégias:

- Superioridade: eu sou o melhor;
- Distintividade: não há nada parecido com meu produto;
- Produto: design, durabilidade, usabilidade, formato do conteúdo;
- Serviço: suporte, entrega, treinamento, consultoria;
- Pessoas: mais credibilidade, confiança, melhor comunicação;
- Imagem: a marca pioneira, a mais conhecida, a mais comprada.





HENRIQUE CARVALHO

Vive exclusivamente de blog desde seus 23 anos e tem como propósito de vida ajudar cada vez mais pessoas a realizar o sonho de Viver de Blog também.

Link para Redes Sociais

Dicas rápidas
e práticas de
Marketing Digital

Fique de olho nas
atualizações de conteúdo
memorável do Viver de Blog



Palestras, entrevistas e
conteúdos em vídeo sobre
Marketing Digital

@viverdeblog
Acompanhe o meu dia
a dia na rede social do
momento



Publicações relevantes e
atualizadas do mercado de
Marketing Digital

Espírito Viver de
Blog traduzido
em imagens
inspiradoras

VIVER DE BLOG

Mais que um blog, um estilo de vida.