



65 ESTATÍSTICAS

sobre

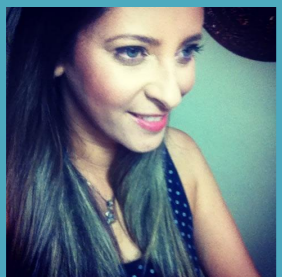
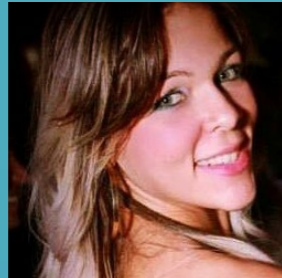
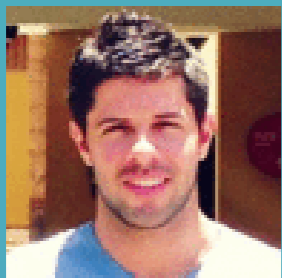
Marketing de Conteúdo

**para Você Conquistar
seus Leitores**

VIVER | DE | BLOG

Sobre os autores

Esse eBook foi escrito por Henrique Carvalho, Carla Basílio, Priscila Stuani e Vanessa Alkmim.



Sobre o Viver de Blog

[Viver de Blog](#) é o site especializado em marketing digital no qual você pode confiar.

Não pregamos que você poderá enriquecer dormindo, mas compartilhamos as ferramentas e o mapa para você evitar furadas e encontrar o caminho mais rápido para o seu sucesso.



INTRODUÇÃO

O QUE É MARKETING DE CONTEÚDO E POR QUE VOCÊ DEVE UTILIZÁ-LO?

O marketing de conteúdo é uma estratégia de comercialização de produtos e/ou serviços direcionados a um público-alvo através da criação e promoção de informação útil e pertinente.

Por que funciona? Porque conteúdo de qualidade é capaz de estabelecer um relacionamento de confiança entre autor e seu público. Informações que solucionam um problema, facilitam um processo ou motivam a alcançar um objetivo são valiosas e fazem com as pessoas se lembrem de quem as escreveu com sentimento de gratidão.

Essa conexão leva algum tempo para acontecer, pois é necessário que o autor seja visto e lembrado como referência no assunto. Só depois de atrair e envolver o público, é possível (e aconselhável) estimular a ação do mesmo, isto é, levá-lo a comprar algum produto ou serviço.

Porém, por mais que demore um pouco até que você efetivamente tenha retorno com essas táticas, os resultados vêm como uma bola de neve. Depois de adquirir a confiança de seus futuros clientes, você aumenta o tráfego do seu site e garante uma audiência fiel que se expande, muitas vezes, de forma orgânica.



Todo e qualquer tipo de marketing precisa e não vive sem a sua audiência. Quanto maior ela for, maior será sua base para construção de conteúdo. É um ciclo vicioso.

Mais utilizado no exterior, o marketing de conteúdo ainda tem grandes perspectivas para ser melhor aproveitado no Brasil. Para você ou sua empresa inovarem no modo de fazer marketing, utilizando estratégias de conteúdo, siga esses três simples passos:

1º - Identifique seu público-alvo: Conheça profundamente as pessoas com as quais você quer falar. Não basta saber dados demográficos, como sexo, idade, nível de escolaridade. Isso é importante, porém, os dados comportamentais são mais. Foque nos problemas dessas pessoas, em seus sonhos e, principalmente, como você pode ajudá-las a resolvê-los e alcançá-los.

2º - Produza conteúdo relevante: Faça a diferença na vida de seus leitores através de informações pertinentes. Mostre que você domina o assunto no qual se propôs a escrever. Para isso, foque em qualidade, não quantidade. Elabore artigos, vídeos, ebooks, infográficos e outros formatos de conteúdo que gerem valor e se destaquem no meio de tanta informação disponível na internet.

3º - Alavanque o que você produziu: Produzir conteúdo sem fazer com que ele alcance as pessoas é apenas publicar de graça, portanto, promova seu conteúdo nas plataformas adequadas para atingir seu público. Tenha o seu próprio canal de conteúdo, como blog ou site, onde você tenha liberdade de publicar o que quiser, além de conseguir capturar o contato dos leitores interessados no que você tem a dizer. Use as redes sociais como um complemento.

Depois de interagir e conversar suficientemente com seu público, você deve se perguntar: será que alguém pagaria pelo meu conteúdo? Se sim, então você pode oferecê-lo como produto ou serviço.

Seus leitores estarão prontos para receber suas ofertas e, diante de tanto material de alta qualidade que você já ofereceu, vão querer lhe retribuir de alguma maneira.

Para não restarem dúvidas sobre a importância de adotar um plano de marketing baseado em conteúdo, veja a seguir 65 estatísticas que certamente chamarão a sua atenção:





Empresários gastam mais de 25% do seu orçamento de marketing em conteúdo.

1

2

Marketing de conteúdo custa **62%** menos que o tradicional e gera **3X** mais *leads*.



Social media

3



Twitter




Facebook



LinkedIn

Conteúdos de mídias sociais impulsionam as vendas: **61%** das companhias encontram consumidores via LinkedIn, **67%** via Facebook e **53%** via Twitter.

4



78% dos Diretores de Marketing acham que conteúdo personalizado é o futuro do marketing.

**75% das pessoas não acreditam
em anúncios.**

6



7

Conteúdo interessante é uma das 3 maiores razões pelas quais as pessoas seguem marcas nas mídias sociais.



Blogs representam o 3º recurso digital mais influente (31%) na hora de fazer compras, atrás, apenas, de sites de varejo (56%) e de marcas (34%).

8



**36% do tempo gasto
online pelo brasileiro
é empregado em
redes sociais.**



9



10

60% dos consumidores se sentem mais confiantes a respeito de uma empresa depois de ler conteúdo personalizado em seu site.



good

A hand-drawn word 'good' in a simple, sketchy font. The 'o's are replaced by two hearts, and the 'd' has a vertical line through its stem.



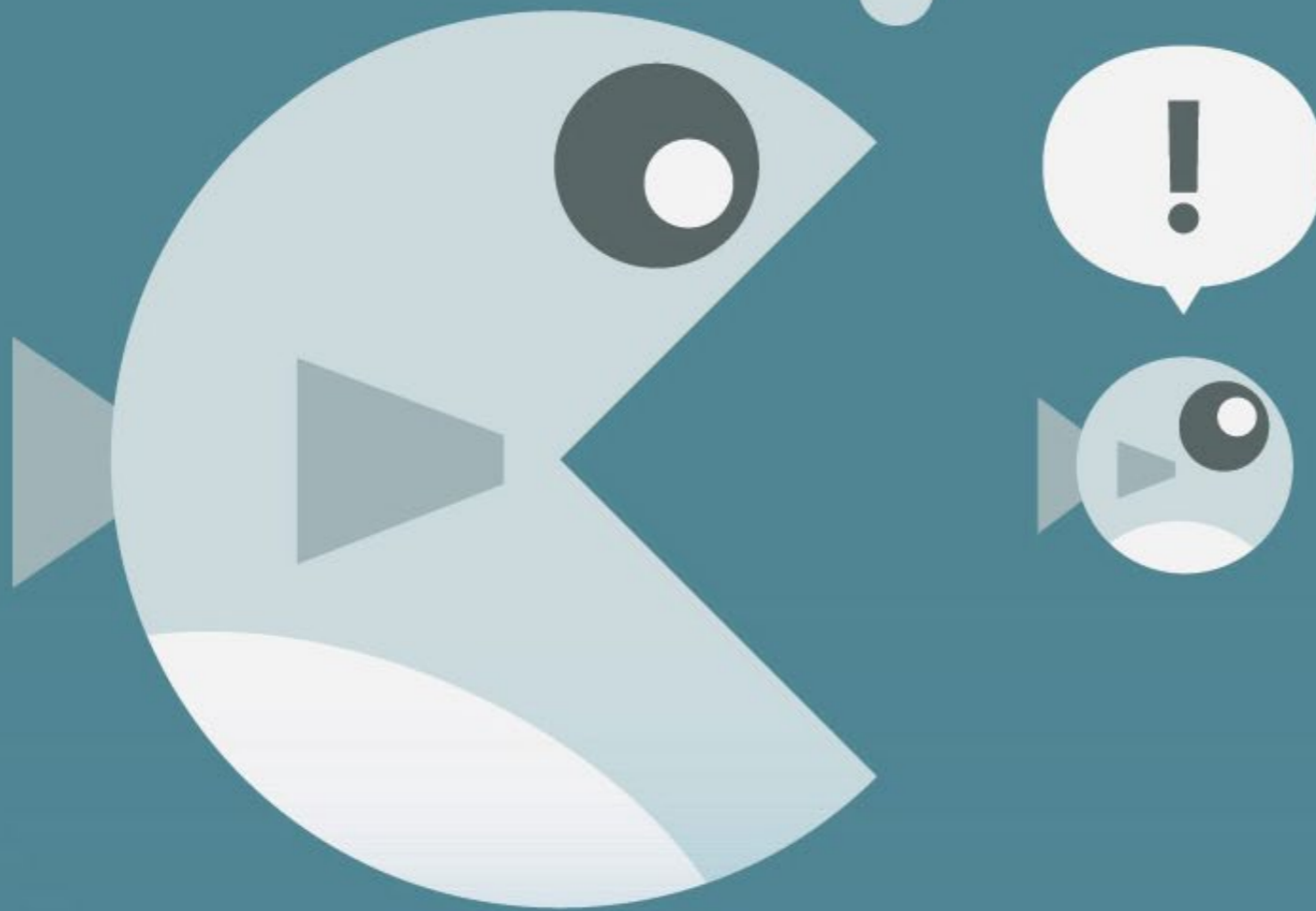
bye!

A hand-drawn word 'bye!' in a simple, sketchy font. The 'y' has a long tail, and the exclamation mark is drawn with three horizontal lines below it.

84% das pessoas de 25 a 34 anos abandonam um site favorito por causa de anúncios intrusivos e irrelevantes.

11

12



A taxa de conversão para sites que utilizam marketing de conteúdo é 6x maior que a dos que não utilizam (2.9% vs 0.5%).

82% dos profissionais de marketing que blogam veem ROI positivo para suas campanhas de *inbound marketing*.

13



Empresas que trabalham com nutrição de leads geram **50%** mais *leads* prontas para vendas, a um custo **33%** menor.



60% dos profissionais de marketing afirmam que geração de *leads* é o seu principal desafio em marketing digital.

15



87% dos profissionais de marketing utilizam mídias sociais para promover seu conteúdo.

16



67% dos usuários de Twitter estão mais propensos a comprar das marcas que eles seguem.

17



37% dos profissionais de marketing afirmam que blogs são o formato mais valioso em uma estratégia de marketing de conteúdo.



18

71% de quem trabalha com marketing B2B usa marketing de conteúdo para geração de *lead*.

19



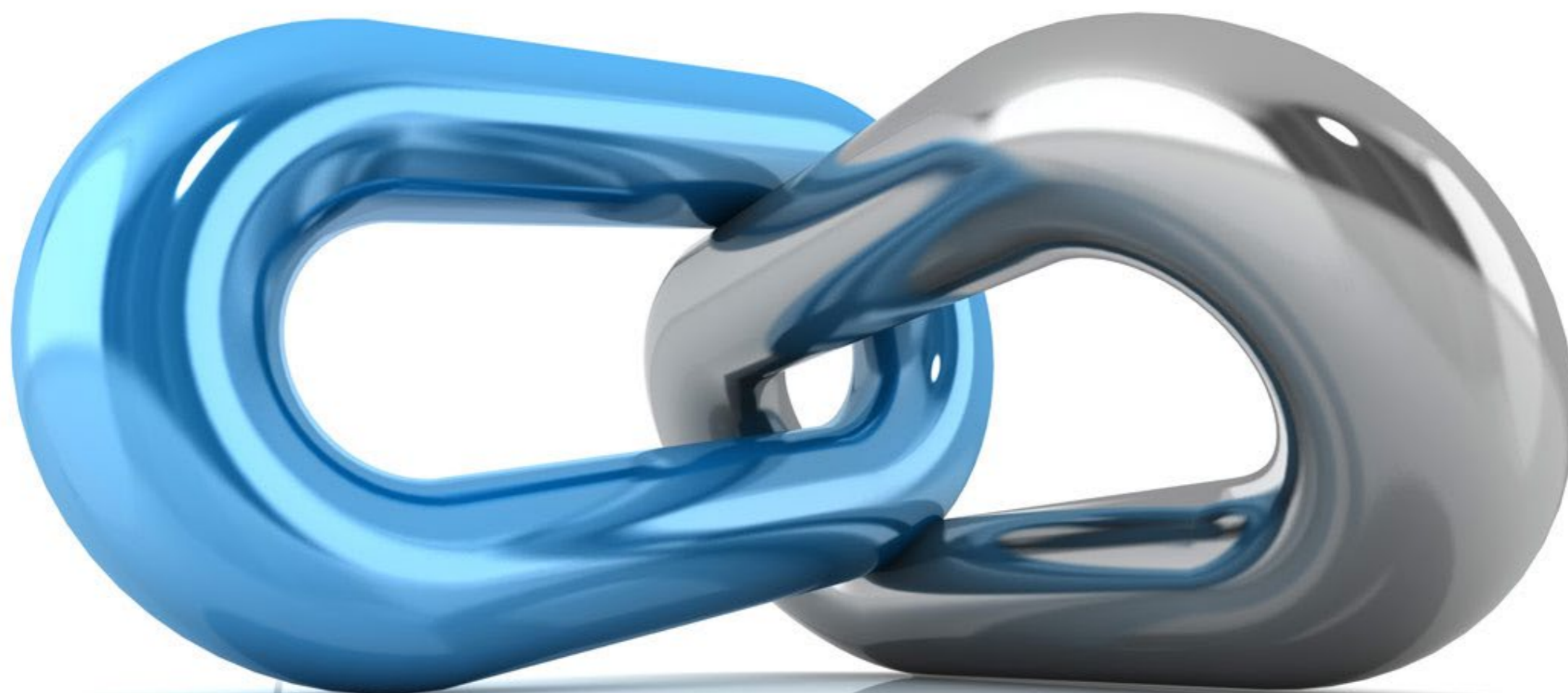


20

Empresas que possuem blogs geram 67% mais *leads* que as empresas que não possuem.

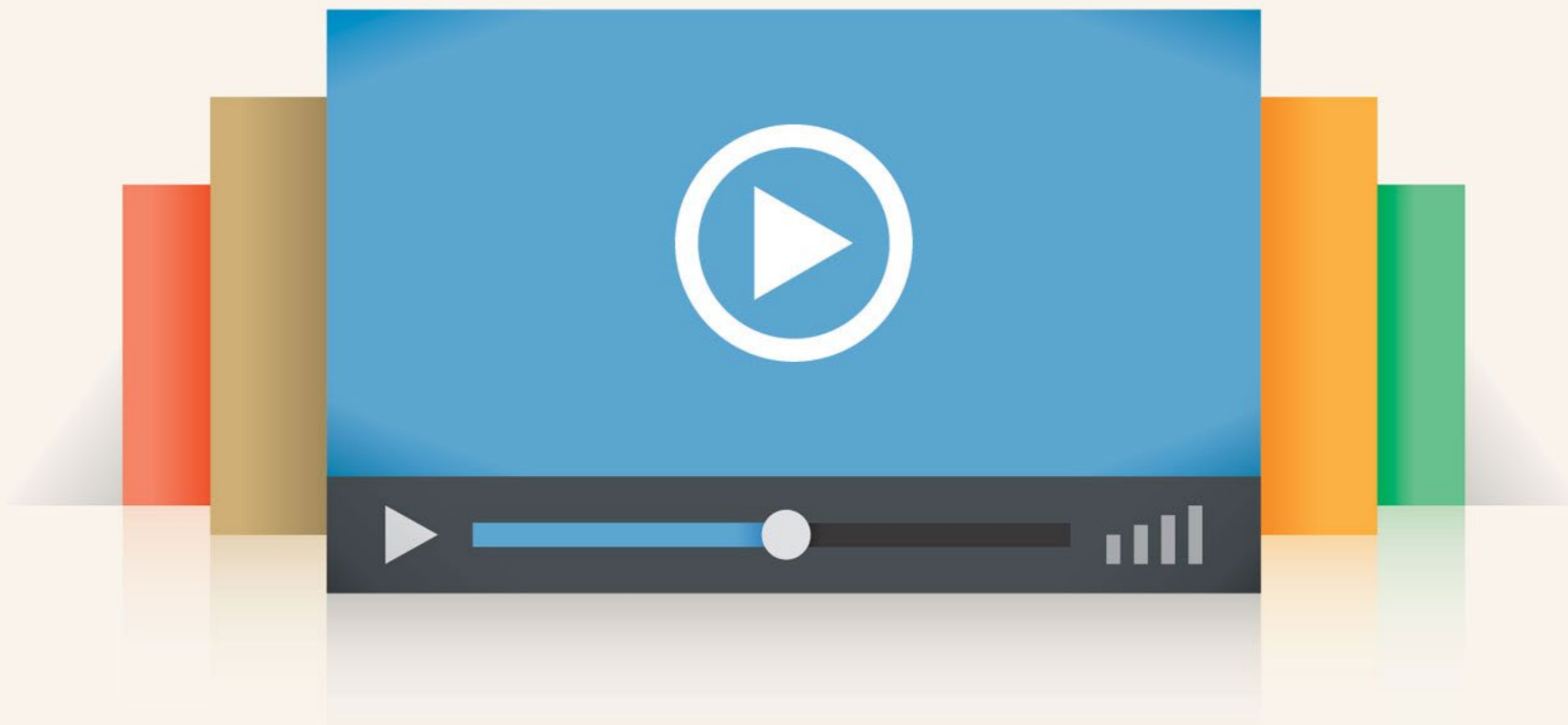
Sites corporativos com blogs tem 434% mais páginas indexadas e 87% mais links indexados nos buscadores.

21



**Posts de blog com vídeos atraem 3x
mais links que os posts sem vídeo.**

22



Adotar uma estratégia *inbound* aumenta as taxas de conversão de websites de 6% a 12%.



23

24

***Leads* que vêm de busca orgânica tem uma taxa de conversão de **14.6%**, enquanto *leads outbound* tem taxa de conversão média de **1.7%**.**





62% dos profissionais de marketing utilizam vídeo em sua estratégia de marketing de conteúdo.

25

26



Clientes que recebem ofertas por email marketing gastam em média 83% mais nas compras online.

27



60% dos profissionais de marketing de conteúdo tem ROI positivo em suas campanhas.

28

Marcas que utilizam infográficos crescem seu tráfego 12% mais que marcas que não utilizam.



79% dos profissionais de marketing afirmam que suas empresas estão migrando para *branded content*.

29



9 em cada 10 empresas utilizam conteúdo para fazer marketing.

30





31

Empresas com 10 mil ou mais funcionários usam 18 táticas diferentes de marketing de conteúdo.

60% dos profissionais de marketing trabalham com marketing de conteúdo semanalmente.

32

MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT	SUN



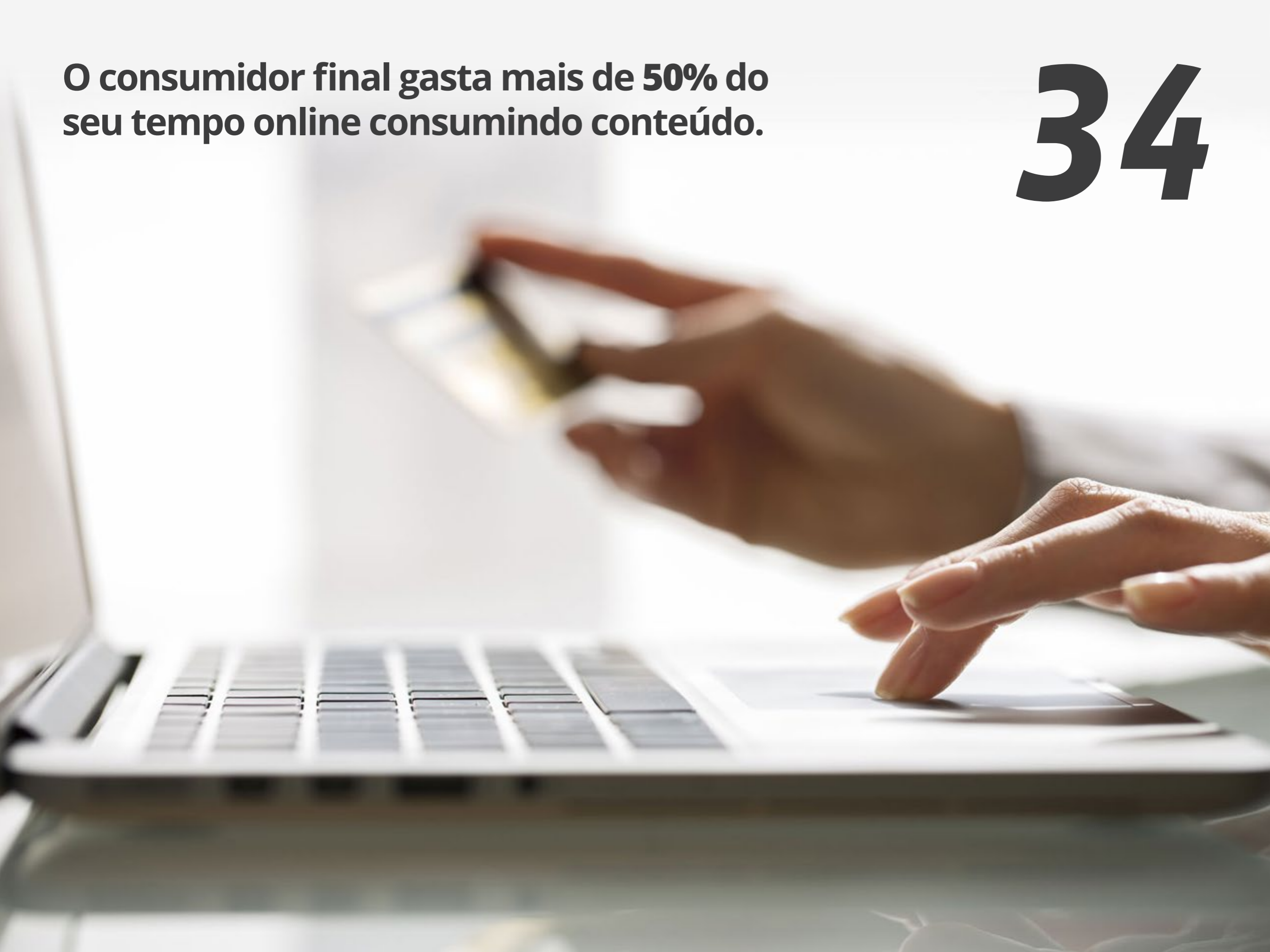


73% dos compradores online ficam frustrados com sites que oferecem conteúdo que não tem ligação com seus interesses.

33

O consumidor final gasta mais de **50%** do seu tempo online consumindo conteúdo.

34



27.000.000 peças de conteúdo são compartilhadas diariamente nas redes sociais.

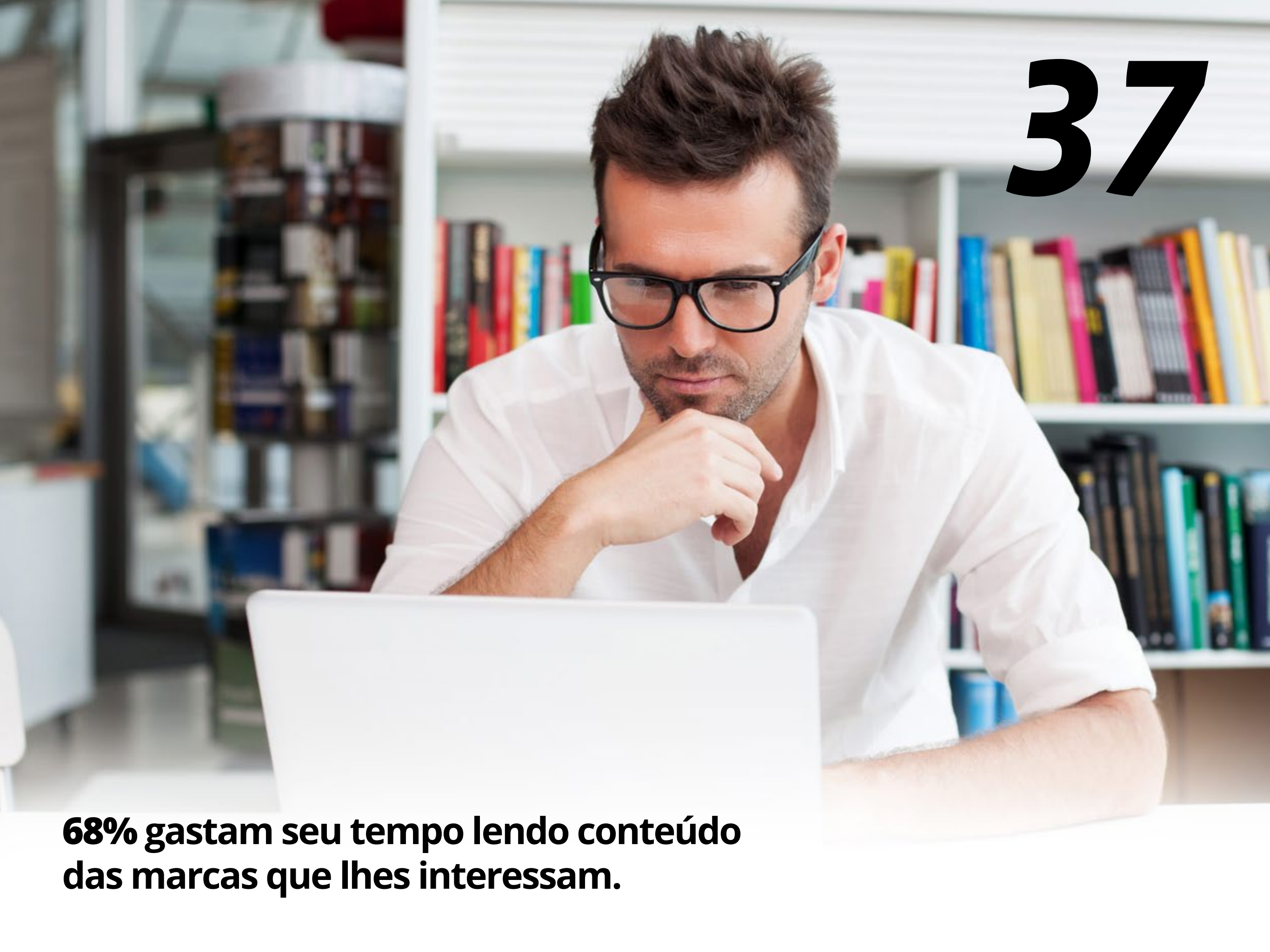
35



36



70% dos consumidores afirmam que marketing de conteúdo cria uma aproximação com a empresa.

A man with dark hair, glasses, and a white shirt is sitting at a desk in a library, looking at a laptop. He has his hand on his chin, appearing thoughtful. The background is filled with bookshelves.

37

68% gastam seu tempo lendo conteúdo das marcas que lhes interessam.

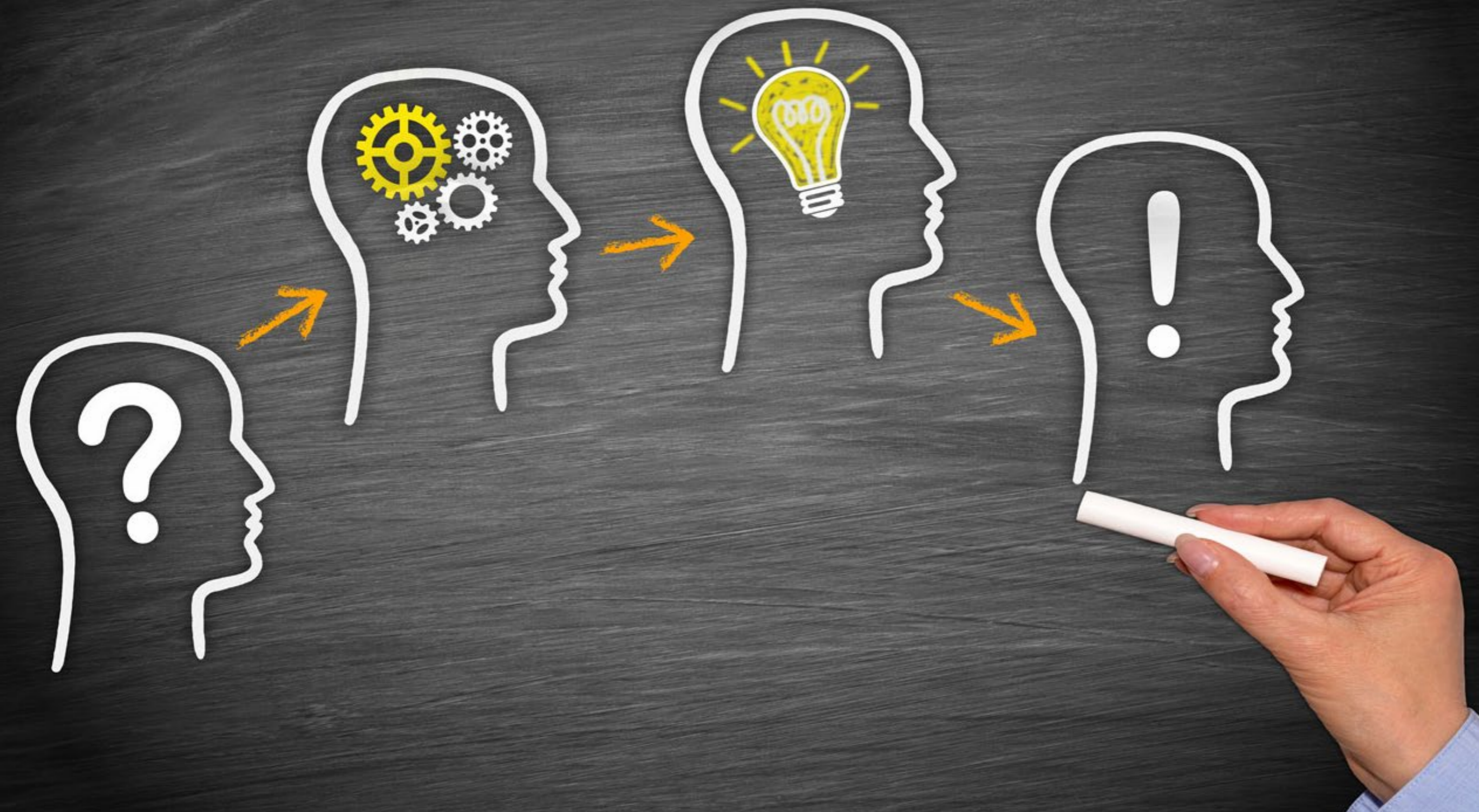
60% dos consumidores tem uma impressão positiva após consumir conteúdo exclusivo em um site.

38



70% dos consumidores preferem conhecer uma empresa através de conteúdo do que de publicidade.

39



40

82% dos *prospects* das empresas acreditam que conteúdo direcionado para sua indústria é mais eficiente.



A close-up photograph of several people's hands stacked together in a circle, symbolizing unity and trust. The hands are of various skin tones and are wearing different accessories like a black braided bracelet and red nail polish. The background is a blurred outdoor setting with a blue sky and a paved area.

41

**58% dos consumidores confiam
em conteúdo editorial.**

42



55% dos compradores gastam mais tempo agora que no passado procurando informações sobre o produto e a empresa na internet – em comparação a **47%** dos consumidores em 2011.

Cerca de 40% dos orçamentos de marketing, publicidade e conteúdo foram dedicados ao marketing de conteúdo no ano de 2014.

43





53% dos CEOs e CMOs afirmam ter aumentando seu orçamento de *inbound* a partir de 2013.

44

28% dos profissionais de marketing reduziram seu marketing de publicidade tradicional para investir mais em marketing digital.



45

Criação de conteúdo e gestão
agora representam a **segunda
maior** parcela dos orçamentos
de marketing digital.

An illustration on a teal background showing several hands of different skin tones and sleeve colors (blue, orange, red, purple) placing puzzle pieces. The pieces are in shades of orange, blue, red, and purple. Below the main assembly, there are five horizontal bars of varying lengths in the same color palette. In the bottom right corner, the number '46' is written in a large, white, sans-serif font.

46

Falta de recursos pessoais (42%) e falta de orçamento (35%) são as principais barreiras para a adoção do marketing de conteúdo.



47

Empresas que gastam mais de 50% do seu orçamento em *inbound marketing* reportam um custo por *lead* significativamente inferior.

48



50% dos profissionais de marketing B2B usam marketing de conteúdo para tornar-se referência no mercado e para educação.

49



O crescimento de visitantes únicos para sites de empresas líderes em marketing de conteúdo é **7.8 vezes maior** do que o das empresas seguidoras (que adotaram depois) (**19.7% vs 2.5%**)



50

Empresas que utilizam estratégias *inbound* para geração de *leads* tem um custo por *lead*, em média, **13%** menor.

51



52



Empresas que utilizam *inbound marketing* têm uma economia média de R\$36 por novo cliente.

Inbound marketing traz **54%** mais *leads* para o funil de vendas que o tradicional *outbound marketing*.

54



***Leads* nutridas fazem compras **47%** maiores que *leads* não nutridas pelo marketing de conteúdo.**

55



44% das mulheres mais experientes em mídias sociais disseram que seu/sua blogueiro(a) favorito(a) influencia sua decisão de compra.

56

92% das empresas que produzem conteúdo aumentam o número de clientes por dia a partir de seus blogs.

57





Depois de escrever entre **21 e 54 posts** em um blog, a geração de tráfego aumenta em até **30%**.

58

59



Empresas B2B que utilizam blogs geram **67%** mais *leads* que aquelas que não o fazem.

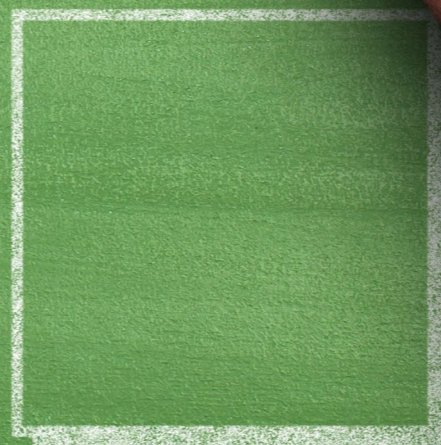
60

Pequenas empresas que possuem blog conseguem **126%** mais *leads* que aquelas que não blogam.



78% dos consumidores acreditam que empresas que geram conteúdo estão interessadas em construir bons relacionamentos.

61



62



Entre aqueles que usam e-mail marketing, as empresas que possuem blog registram **2x mais tráfego** a partir de seus e-mails comparadas as que não usam.



54% dos usuários de redes sociais afirmam procurar páginas ou perfis de marcas com as quais se identificam para curtir/seguir.

63



64



Like us!

66% procuram informações sobre as marcas nas páginas que curtem.

89% de quem trabalha com marketing B2B citam depoimentos de clientes como a ação mais efetiva de marketing de conteúdo.

65



CONCLUSÃO

Diante de todos esses dados, não é justo dizer que marketing de conteúdo é o futuro do marketing. Ele é, na verdade, o presente.

Para que você ou sua empresa iniciem campanhas voltadas a esse tipo de estratégia, é necessário empenho e estudo constantes. E o mais importante: prática. Pesquise, planeje, mas faça com que suas ideias saiam do papel.

Os resultados são surpreendentes e vão fazer com que você queira aprender cada vez mais. Além da relação de confiança que se estabelece com o público, que te motivará a fazer tudo isso com muito mais ânimo.

Comece a escrever sua história de sucesso o quanto antes.

FONTES

<http://ubhouse.com.br/45-dados-sobre-marketing-de-conteudo/>

<http://vitaminapublicitaria.com.br/social-media/9-estatisticas-que-voce-precisa-saber-sobre-marketing-de-conteudo-para-relacionamentos/>

<http://resultadosdigitais.com.br/blog/25-dados-incriveis-sobre-marketing-de-conteudo-em-empresas-b2b/>

<http://codigofonte.uol.com.br/noticias/36-do-tempo-gasto-online-pelo-brasileiro-e-empregado-em-redes-sociais>

<http://www.blogmaisconteudo.com.br/sua-marca-tem-um-blog/>

<http://www.quarteldigital.com.br/marketing-de-conteudo-em-10-dicas-simples-e-infalveis/>

<http://motdigital.com/content-marketing/bases-para-construcao-de-conteudo-audiencia/>

Design por:

**COMPARTILHE ESSE EBOOK E AJUDE MAIS
PESSOAS A TRANSFORMAREM O MUNDO!**



**NÃO SE LIMITE APENAS A ESSE EBOOK.
VISITE NOSSA PÁGINA SOBRE MATERIAIS
EDUCATIVOS E AMPLIE SEU CONHECIMENTO**



QUERO TER ACESSO A MAIS MATERIAIS EDUCATIVOS