



Qual vídeo você procura?

[Tudo do R7](#)
[Vídeos](#)

[Fotos](#)
[Notícias](#)

[Envie seu vídeo](#) [E-mail @R7](#)

[Esqueceu sua senha?](#)

Mantenha-me conectado

Ignore caso use um computador compartilhado:

[Não possui uma conta no R7?](#)

[Cadastre-se](#)

10/8/2015 às 17h41

Conteúdo: a revolução no Marketing Digital?



Que o Marketing Digital é a última palavra na divulgação de marcas, empresas, produtos, serviços e ideias, todos já sabem. Até mesmo nas últimas campanhas eleitorais no Brasil e nos EUA, os blogs, sites, mídias sociais e recursos que vão desde pesquisa online a ações ativas como Adwords, Remarketing e Newsletters tiveram papel decisivo.

No livro *A Queda da Propaganda*, lançado em 1998, Al Ries chocou o mundo corporativo e publicitário ao afirmar que a Propaganda Tradicional, centrada principalmente na Televisão e dona do maior pedaço do mercado na época estava com os dias contados, pois haveria uma troca de uma mídia única por meios múltiplos e segmentados.

No início deste século alguns “gênios do mundo digital” como Seth Godin, tornaram-se referência com publicações como “Disseminando o Vírus Ideia”, “Permissão”, “A Vaca Roxa”, “Todo Marketeiro Mente - Conta Estórias”, dentre muitos outros considerados verdadeiras bíblias neste mercado.

No relatório *Best Global Brands* de 2005, elaborado pela Interbrand, tal fenômeno foi não apenas confirmado em números, mas também indicado como tendência, quando se percebeu que os maiores anunciantes mundiais haviam reduzido a participação da Televisão em suas campanhas, dos históricos 80% para menos da metade dos seus investimentos.

Segundo o CMO Council, o Marketing Digital já corresponde a 36% do mercado ou 194,5 bilhões de dólares/ano no mundo inteiro e deverá ultrapassar a mídia de TV em 2016. E um estudo da Hubspot deixa muito claro o motivo da mudança: além de suas vantagens naturais, a propaganda Digital permite uma captura de clientes potenciais (leads) 3 X maior, a um custo 62% inferior.

Qual empresa não possui sites e mídias sociais? Enquanto alguns publicitários do Marketing Tradicional estão revendo suas estratégias, há milhares de empresas de Marketing Digital em todo o mundo, com inúmeras histórias de sucesso através deste meio que permite mais atenção e ações específicas para cada segmento.

O grande problema para as empresas é que, enquanto 80% dos empresários acredita que suas marcas oferecem uma ótima experiência ao cliente, apenas 8% dos consumidores concordam com este fato (Bain & Company) e 76% acreditam que as empresas não dizem a verdade em seus anúncios.

A grande revolução que está ocorrendo agora é impulsionada pelo uso de termos como Inbound, Co-Marketing, Engajamento, Nutrição de Personas, entre outros. Não é mais a fabricação de sites e mídias, e sim a inclusão do conteúdo que os diversos e diferentes tipos de pessoas desejam ler.

Segundo Anderson Schmidt, sócio e fundador de empresas como a Blogolândia (7 milhões de pageviews por mês), Comprinhas (empresa de e-commerce), “foi seguindo esta tendência natural e atendendo aos pedidos das empresas que eram nossos clientes, que criamos a CSD - Conteúdo sob Demanda, empresa focada na produção de textos originais para uso corporativo”.

Edgar Correa, sócio de Anderson, ajudou a criar a CSD em 2014, e hoje comanda um time de 1.200 redatores em todo o país, equipe composta por jornalistas, médicos, engenheiros, advogados, tradutores e outros profissionais. “Somos hoje a primeira, melhor e maior produtora de conteúdo do Brasil, e temos negócios e parcerias nos Estados Unidos e Canadá”, enfatiza Edgar.

O crescimento da CSD está tão acelerado, que recentemente Anderson e Edgar convidaram o marqueteiro Gerson L. Gantzel como sócio da CSD, para acelerar a divulgação da empresa e de seus serviços e aumentar as vendas. Gerson explica que o principal foco da CSD, para explorar o estágio de crescimento acelerado do mercado de conteúdo, é a “atuação ativa junto às empresas de todos os portes e segmentos de atuação, através de uma malha de vendedores, representantes e partners que irá se somar à equipe de redatores atual”. Isto, é claro, associado a muita divulgação digital.

Juntos, Anderson, Edgar e Gerson informam que “a taxa de conversão de seus leads em clientes supera incríveis 90%, bastando para tal a realização de um Diagnóstico e apresentação de Proposta com as dicas para turbinar os resultados das empresas”. Anderson relata que “há clientes nos quais os números expressam claramente os resultados”:

- 6 X mais acessos aos sites/mídias sociais;
- 4 a 8 X mais leads (prospects), normalmente mais qualificados;
- Redução de 50 a 90% do CPC - custo por clique, no Google Adwords;
- Melhoria no ranqueamento, incluindo a empresa na primeira página do buscador.

A estratégia que explica o fenômeno da produção de conteúdo é extremamente simples: não basta produzir os melhores sites e mídias e ficar aguardando passivamente que os consumidores o acessem. É necessário comunicar o que os clientes desejam. Assim, ao procurar informações no Google ou em outros buscadores, o cliente irá cair primeiro no site/mídias das empresas que possuem o melhor conteúdo, além de todas as ações ativas que o marketing digital permite fazer.

Uma empresa especializada na produção de conteúdo explora 2 fenômenos distintos que explicam esta verdadeira revolução:

a) As pessoas mais qualificadas para produzir conteúdo numa empresa são justamente aquelas que estão atuando na atividade fim, ocupadas demais para escrever. Os médicos querem atender aos pacientes, os engenheiros elaborar projetos e construir, os analistas projetam e desenvolvem sistemas...

b) ... Enquanto há um mundo de profissionais preparados e ávidos por escrever e ter reconhecimento e divulgação de seus textos nas empresas, além da remuneração pelos serviços prestados.

Website: <http://www.conteudosobdemanda.com.br/>

Todos os direitos reservados - 2009-2015 Rádio e Televisão

R7 PONTOS

Entre e participe

**CADASTRE-SE, ganhe pontos e troque
por prêmios**



**PROGRAMA DA SABRINA
5000 PONTOS**