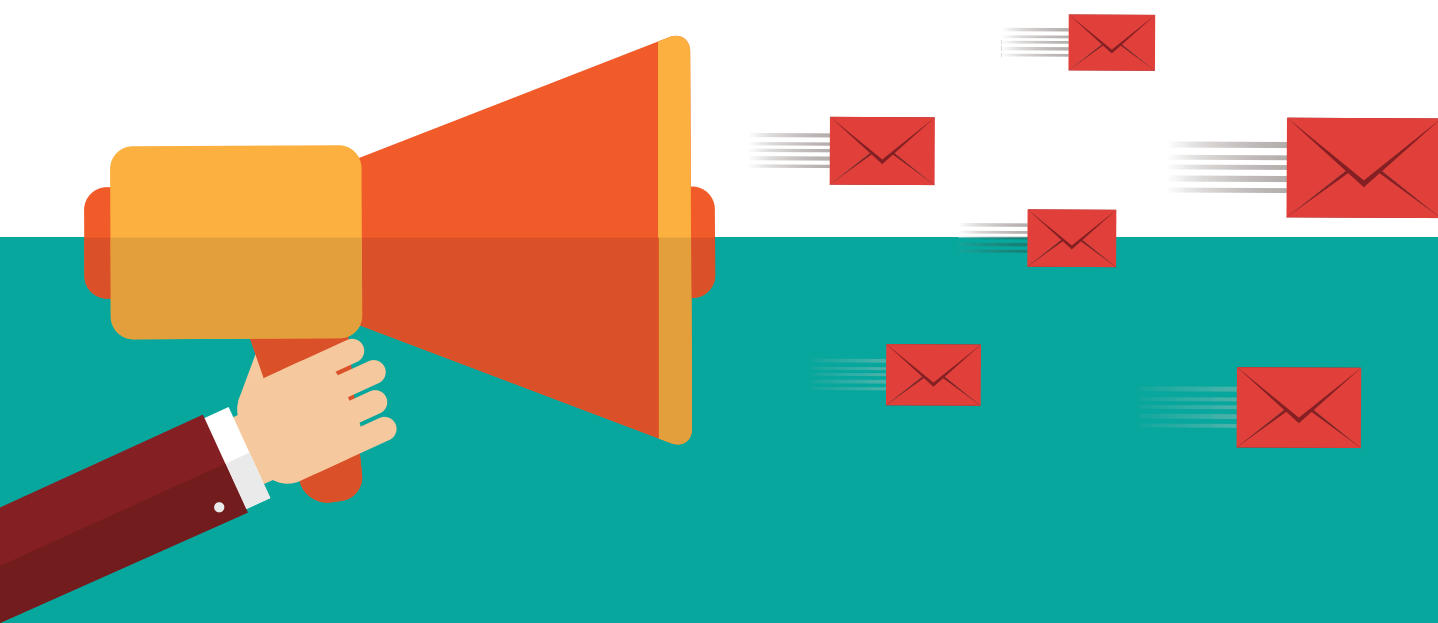


WHITE PAPER

MARKETING DE CONTEÚDO E EMAIL MARKETING

Como construir um relacionamento com seus contatos
a partir de um conteúdo pensado para eles, por você.



KINGHOST

SUMÁRIO

Introdução	3
O que é Marketing de Conteúdo?	4
Por que aderir ao Marketing de Conteúdo?	4
Como o Marketing de Conteúdo funciona no Email Marketing	5
Itens a serem considerados na criação de Marketing de Conteúdo	6
Então podemos concluir que	6
Quer experimentar?	7

INTRODUÇÃO

A tendência é explicada pelo fato de que cada vez mais, o consumidor tem a possibilidade de escolher os conteúdos que irá consumir. As marcas, por sua vez, concentram seus esforços em se tornarem provedoras de conteúdos, serviços e produtos que sejam buscados por seu público-alvo, de maneira ativa.

A publicidade digital paga está se tornando um complemento, e não mais a modalidade principal pela qual se chega a uma marca ou produto através da busca na internet. Assim, profissionais de marketing se reinventam frequentemente para entender sobre as principais necessidades observadas no histórico de comportamento do seu consumidor alvo, mas o esforço principal, é para compreender e atender aos novos hábitos de consumo do usuário que está online. O que ele busca? O que realmente o envolve? Relevância é a palavra-chave que serve como resposta para muitas das perguntas feitas nesse novo momento.

O que é Marketing de Conteúdo?

“Marketing de conteúdo é uma abordagem estratégica de marketing, focada em criar e distribuir conteúdo valioso, relevante e consistente para atrair e reter uma audiência bem definida – e finalmente, para levar o consumidor rentável, a tomar uma ação”.

“Basicamente, marketing de conteúdo é a arte de se comunicar com seus clientes e público-alvo sem vender.”

*Fonte: contentmarketinginstitute.com

Essa estratégia de marketing, menos invasiva, é proveniente da porta fechada pelo próprio usuário na hora de consumir conteúdo, já que cada vez mais, é o próprio consumidor que decide que tipos de produtos e serviços geram valor e atendem às suas necessidades.

Para entender o conceito do marketing de conteúdo, basta lembrar algumas ações de marcas que mantêm seus blogs ativos, utilizando esse espaço como uma oportunidade para que os clientes que já consomem os produtos e serviços dessas marcas, possam saber informações mais aprofundadas sobre temas relacionados a esses produtos e serviços.

Mas a estratégia de marketing de conteúdo não é exatamente nova. Algumas marcas foram pioneiras na adoção dessa maneira de conquistar e reter clientes. Ainda no ano de 1900, a marca Michelin desenvolveu “O Guia Michelin”, que tinha como objetivo ajudar os motoristas com dicas de manutenção para seus veículos. Ou seja, muito antes de os computadores existirem, já se sabia da necessidade de o cliente contar com um cuidado e ajuda especiais por parte das empresas.

Por que aderir ao marketing de conteúdo?

Em números, **a taxa de conversão de empresas que aderiram ao marketing de conteúdo é aproximadamente 6 vezes maior do que a taxa de conversão de empresas que não apostam nessa estratégia (2,9% vs. 0,5%).**

Fonte: content.kapost.com

91% dos profissionais que trabalham com marketing B2B já usam o marketing de conteúdo como estratégia fixa em seus planejamentos.

Fonte: contentmarketinginstitute.com

Criando conteúdo de qualidade, você irá reunir uma audiência que está interessada não só em consumir essa comunicação, mas que também está propensa a compartilhar o conteúdo com seus amigos e colegas de trabalho. Assim, um ciclo de criação, consumo e compartilhamento é criado. O resultado? Um público altamente qualificado e leal à sua marca e ao que você produz. Isso vai além da ação de compra e venda. É um relacionamento, entre empresa e consumidor.

Como o marketing de conteúdo funciona no email marketing

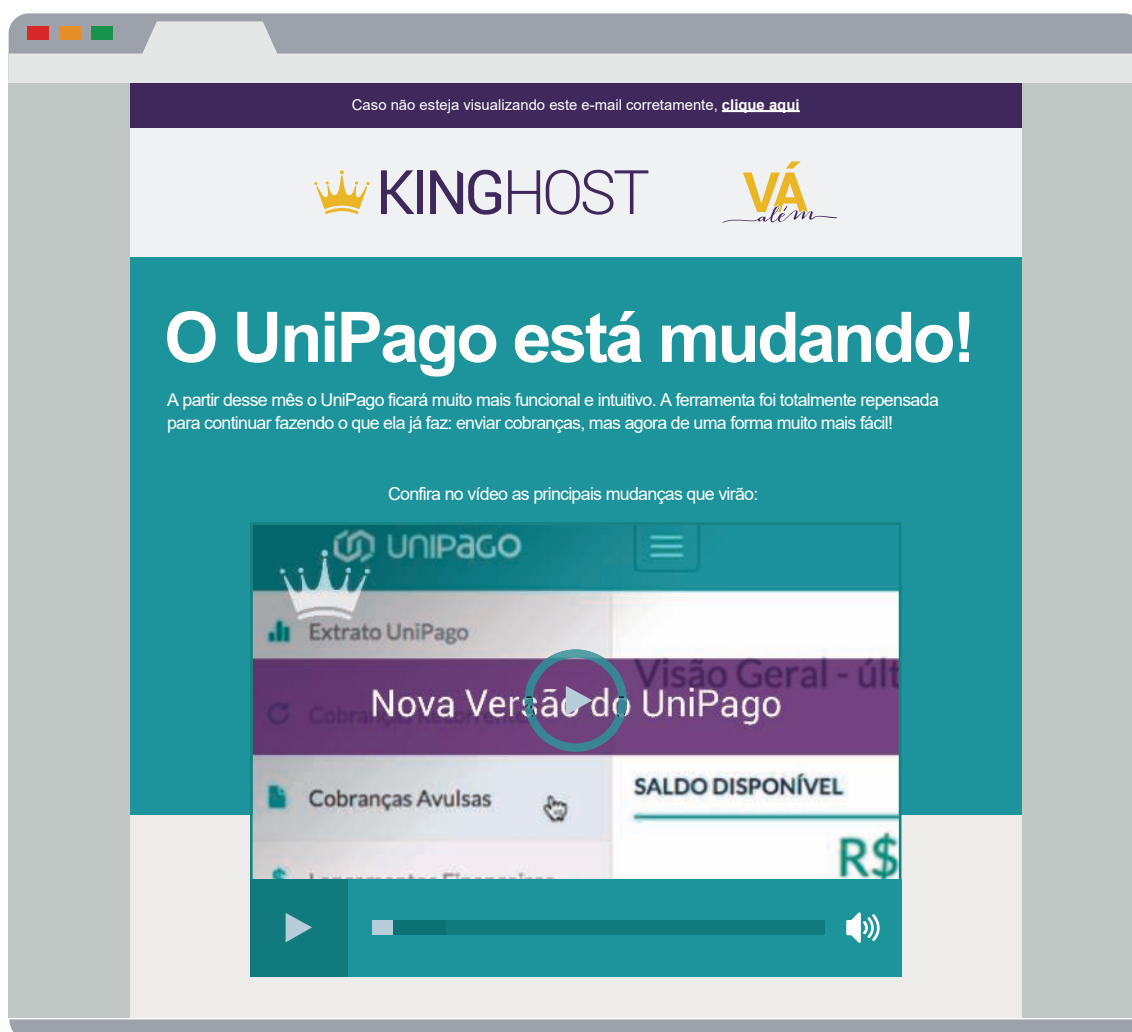
Ao invés de substituir, o marketing de conteúdo agrega. Integrado às estratégias de comunicação em diferentes canais, ele alcança seu potencial máximo.

O grande benefício de integrar o marketing de conteúdo ao email marketing, é de incrementar a receita proveniente do email marketing, pensando em retenção e escalabilidade de clientes. De acordo com a B2B Marketing Insider, profissionais de marketing investem mais de 25% de sua verba disponível, em marketing de conteúdo – então, como integrar as estratégias já existentes, como a do email marketing, com um conteúdo mais relevante?

Basicamente, o email marketing deve servir como uma ponte que leva o cliente até o conteúdo desejado. Uma pesquisa feita pela Hubspot indicou que 92% das empresas que investiam em seus blogs com posts frequentes, conseguiam conquistar mais vendas e conversões.

O email marketing que se apoia no marketing de conteúdo, preza por construir uma base de conhecimento e confiança com o cliente, para somente depois, avançar para o momento de decisão de compra do cliente.

Exemplificando como, na prática, a KingHost aplica o conceito de marketing de conteúdo em sua estratégia, no email abaixo o esforço foi para que o cliente da ferramenta Unipago pudesse ficar a par das mudanças que estão por vir. Isso prepara o usuário para em breve, se deparar com uma nova interface de um sistema que ele já utiliza.



Itens a serem considerados na criação de marketing de conteúdo

- A função do marketing de conteúdo, além de cumprir uma meta de vendas, é fazer com que as pessoas conheçam, gostem e confiem em uma marca.
- Pensando na utilização do marketing de conteúdo dentro do email marketing, o consumidor não está interessado em saber sobre as escolhas da marca sobre canais para distribuir o conteúdo. Ele quer consumir conteúdo de qualidade – para ele.
- Conteúdo qualificado + personalização = sucesso. Segundo um estudo feito pelo Custom Content Council, 61% dos consumidores pesquisados disseram se sentir mais atraídos a uma empresa que entrega conteúdo personalizado, e ainda, que isso os incentiva a realizar uma compra com essa empresa.
- Conteúdos incríveis não devem cair no esquecimento de uma timeline, ou do histórico de um blog. O email marketing servirá para enriquecer esse mesmo conteúdo a partir de diferentes abordagens.
- A caixa de entrada de emails é um ambiente extremamente pessoal para seu cliente. Ou seja, aí existe uma oportunidade de construção de um conteúdo, e ele deve ser digno ao local.
- De acordo com a Direct Marketing Association, o custo benefício do email marketing leva em conta um ROI de algo em torno de 4.300%. Isso não foi digitado errado, o email marketing é o canal que parte da conversa para a conversão.
- O assunto escolhido para envio do email marketing deve ser efetivo e bem pensado. Uma boa estratégia começa pelo título – afinal, é ele que vai decidir se o seu contato que recebe o email irá ou não abrir a mensagem.

Então podemos concluir que...

O marketing de conteúdo é um investimento obrigatório para qualquer empresa que tenha objetivos de venda alinhados com a prospecção e retenção de clientes. Isso deverá ser feito através de diferentes canais, mas não há maneira de fazer isso sem olhar para o consumidor e para o que ele de fato precisa, em termos de informação.

Grande porcentagem dos profissionais de marketing já está trabalhando a partir de números que mostram a eficiência em médio e longo prazo da estratégia de marketing de conteúdo tanto no email marketing quanto em outros canais, desde que todos os canais utilizados sejam rentáveis de verdade.

Quer experimentar?

Se você já é cliente KingHost, tem o direito de experimentar gratuitamente nossa ferramenta de email marketing. Basta ativá-la através de seu painel de controle.

Se ainda não é cliente KingHost, aproveite nosso serviço de migração gratuita, e traga seu site para ser hospedado conosco!

Nosso time comercial está pronto para atender você e entender sobre as melhores soluções para o seu negócio. Fale conosco!

Telefones:

4003-5464 (capitais) **0800-881-5464** (interior)

Chat: kingho.st/chat

Sobre a KingHost

Presente no mercado desde 2006, a KingHost é uma das maiores empresas de hospedagem de sites do Brasil e já apresenta mais de 300 mil sites hospedados, com aproximadamente 60 mil clientes. Sediada em Porto Alegre (RS), com data centers também em Cotia (SP) e Curitiba (PR), a empresa oferece o serviço de hospedagem de sites compartilhada, planos específicos para desenvolvedores e projetos personalizados na área de soluções corporativas, incluindo cloud computing e servidores dedicados. Também oferece soluções de marketing digital, como e-mail marketing e soluções de segurança, backup, streaming de áudio e vídeo.



Conheça o poder do
Email Marketing para
aumentar suas vendas

TESTE GRÁTIS



 KINGHOST