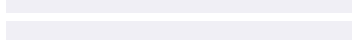
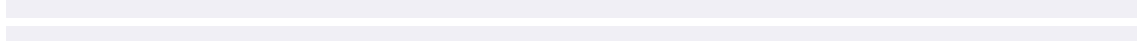
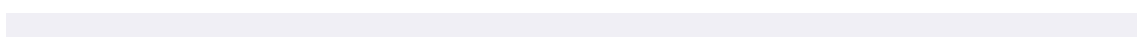
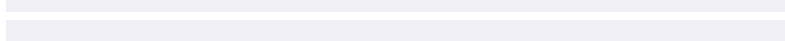
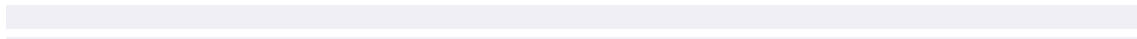
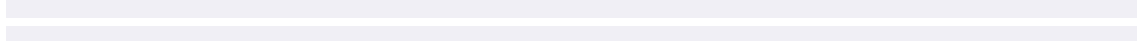
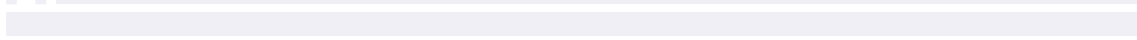
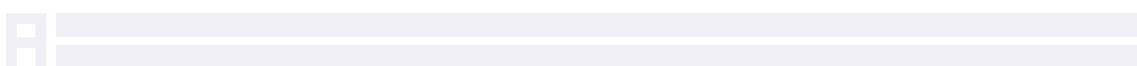
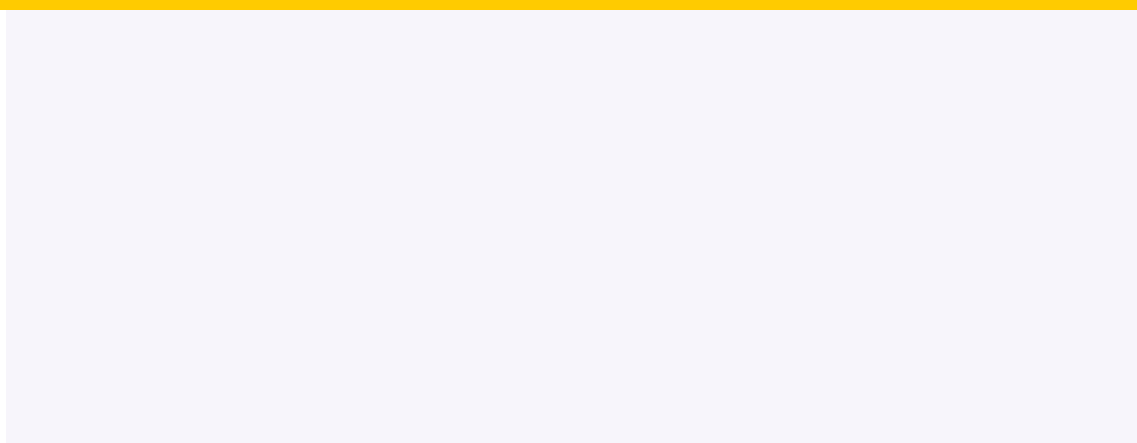


Checklist ✓

Passo a passo para publicar um post no blog



Pré-produção

Pesquisa e referências

Fazer um brainstorming de temas relacionados ao seu mercado

Dica: reúna-se com outros colegas para compartilharem possíveis temas para o post; selecionem temas a serem explorados. Você pode realizar essa pesquisa no Planejador de palavras-chave do Google ou no Ahrefs, por exemplo. Saiba mais sobre palavra-chave [neste post](#).

Pesquisar conteúdos bem ranqueados

Dica: neste e nos próximos itens, utilize a aba anônima do navegador para que o seu perfil não interfira nos resultados.

Identificar o que as pessoas estão pesquisando no campo de busca de seu site

Dica: abra o Google Analytics e, na aba “Comportamento”, na barra lateral esquerda, clique em “Pesquisa Interna”. Fazendo isso você consegue visualizar as palavras-chave que estão sendo buscadas.

Identificar o que as pessoas estão escrevendo nos comentários de posts do blog e nas redes sociais

Pesquisar por conteúdos publicados em outros idiomas sobre o mesmo assunto

Pesquisar outras fontes que tratam do tema escolhido

Dica: livros e artigos científicos podem ser uma boa fonte para embasar suas informações. Por isso, vale a pena pesquisar outros conteúdos além dos resultados obtidos nos mecanismos de busca.

Realizar triagem para selecionar os conteúdos que servirão como fontes/referência:

Conteúdo 1:	<input type="text"/>
Conteúdo 2:	<input type="text"/>
Conteúdo 3:	<input type="text"/>
Conteúdo 4:	<input type="text"/>

Produção

Produção de Conteúdo

Fazer outline/estrutura do post

Para saber mais sobre montar um outline, leia o post [Outline: como montar uma estrutura de post matadora](#).

Definir títulos e subtítulos

Dica: se possível, trabalhe a palavra-chave nos títulos e subtítulos, para ajudar na otimização para mecanismos de busca (SEO). O uso de subtítulos também é importante para tornar o texto mais escaneável e facilitar a leitura.

Produzir o conteúdo do post

Dica: o outline deve ajudar e acelerar a produção do conteúdo. Para isso, busque desenvolver os tópicos colocados na estrutura. Depois, basta “lapidá-los” e conectá-los para refinar e finalizar o texto.

Inserir imagens no post

Dica: se você não tiver um profissional que possa criar essas imagens, utilize algum software para isso, como o Canva, ou utilize [imagens de banco de imagens](#).

Produzir o conteúdo do post

Dica: é importante colocar links para outros conteúdos (artigos, eBooks), tanto da sua empresa quanto de outras, para agregar valor ao conteúdo e também ajudar no SEO.

Revisão

Revisar informações

Revisar gramática e estrutura do texto

Dica: fique bem atento a esses erros, pois eles costumam chamar muito a atenção, desconectando seu leitor do texto e prejudicando a autoridade do seu conteúdo. Para dicas sobre erros gramaticais comuns, veja o infográfico [80 erros gramaticais que fazem você parecer um idiota](#).

Revisar/testar links e pontos de conversão

Pós-produção

Publicação

Inserir texto e título dentro de uma página “post” dentro do CMS (Sistema de Gerenciamento de Conteúdo)

Dica: não se esqueça de manter a formatação dos títulos e subtítulos (h1, h2, h3 etc.).

Ajustar URL com a palavra-chave

Dica: deixar a URL amigável (utilizando a palavra-chave e deixando-a semelhante ao título) ajuda no bom ranqueamento do seu conteúdo no Google.

Selecionar a categoria da postagem

Dica: o uso de categorias torna a navegação mais fácil para o usuário que se interessa por um tema específico.

Inserir título, meta-descrição e palavra-chave nos campos para otimização para os mecanismos de busca

Dica: alguns CMS oferecem plugins que ajudam você a tornar suas postagens mais otimizadas para os mecanismos de busca.

Transfira os links internos e externos para o texto no CMS

Dica: configure os links para que abram em uma nova aba.

Inserir um Call-to-Action (CTA)

Dica: pode ser um download, pedido de comentário, compartilhamento, etc.

Inserir dados do artigo na planilha de controle de conteúdos publicados

Dica: isso ajudará a saber quais conteúdos já possui, utilizá-los para produzir novos conteúdos e também para linká-los entre si.

Agendar a postagem ou publicar na hora

Divulgação

Programar post nas redes sociais

- Facebook
- LinkedIn
- Instagram
- Twitter
- Google+

Dica: você pode fazer isso diretamente em cada rede ou pode utilizar uma plataforma em que possa gerenciar as publicações e agendamentos de forma centralizada, como o RD Station.

Programar post nas redes sociais

- Facebook
- LinkedIn
- Instagram
- Twitter
- Google+

Criação da copy para Email Marketing

Dica: foque no benefício e nas mudanças que o post pode gerar na vida de quem está lendo, em vez de ser meramente descritivo.

Programar Email Marketing para ser disparado no dia da publicação do post

Dica: em vez de fazer um disparo geral, experimente fazer disparos segmentados para diferentes personas.

Publicar artigo em outras plataformas

- Linkedin
- Medium

Dica: crie uma versão um pouco diferente do seu artigo para publicá-lo nessas plataformas, ou publique apenas uma parte ou resumo dele.

Inserir link do novo artigo em posts antigos, mas relacionados

Veja mais detalhes no eBook **Como publicar um post no Blog**

Acessar agora