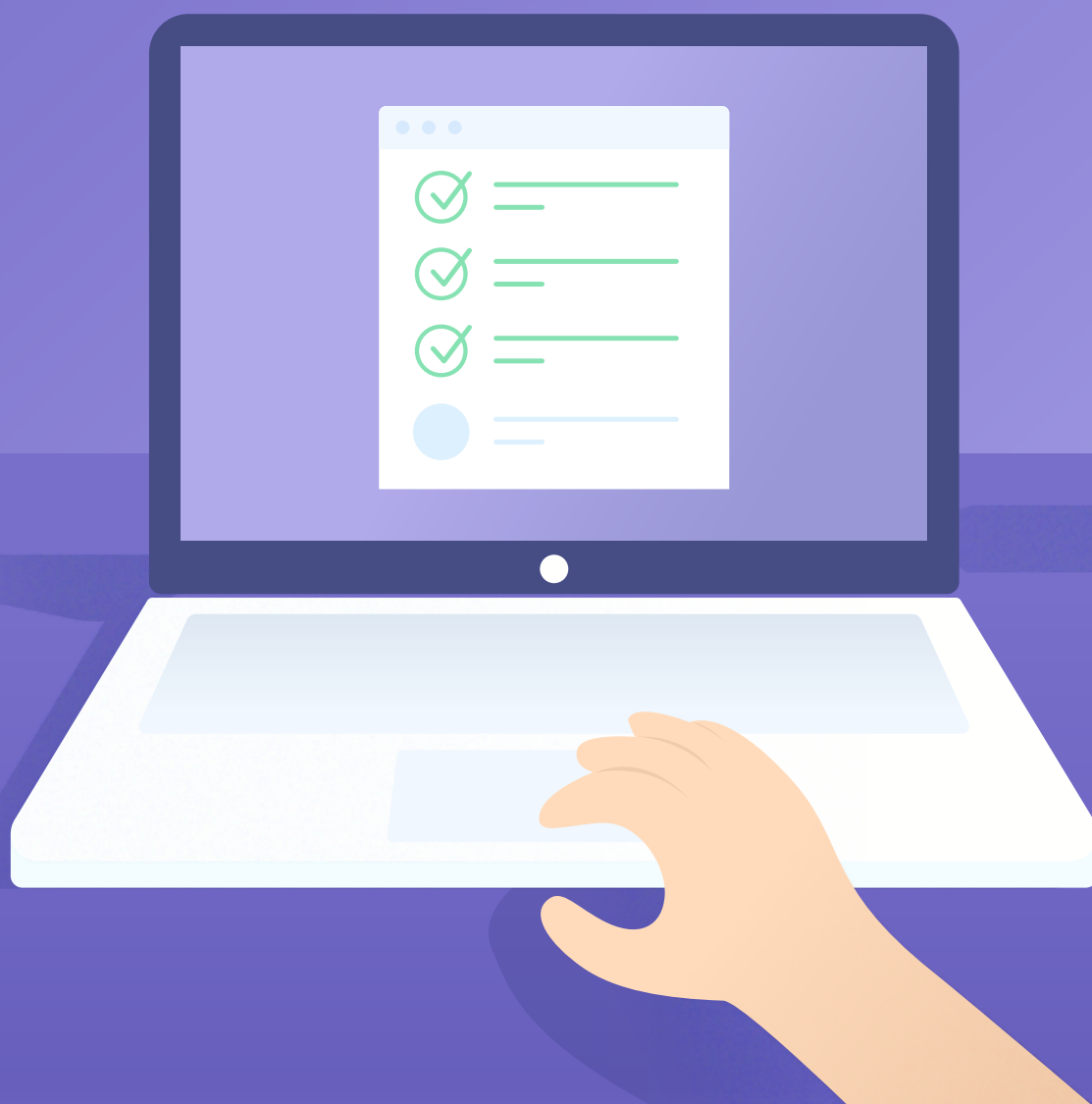


Checklist ✓

# Passo a passo para publicar um **Material educativo**



# Pré-produção

## Levantando ideias

Fazer um brainstorming de temas relacionados ao seu mercado

*Dica: reúna-se com outros colegas para compartilharem possíveis temas para o post; selecionem aqueles que parecerem mais pertinentes para o seu negócio*

Pesquisar palavras-chave relacionadas ao tema

*Dica: palavras com alto volume de buscas e baixa dificuldade costumam ser boas indicações de 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 comentando em seus canais de comunicação (site, blog, redes sociais, email etc.).

Pesquisar por conteúdos publicados em outros idiomas sobre o mesmo assunto

Conteúdo 1:

Conteúdo 2:

Conteúdo 3:

Conteúdo 4:

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.*

# Delimitando o conteúdo

**Definir do que tratará o conteúdo**

*Dica: explique, com mais detalhes, quais assuntos serão abordados dentro do tema que foi definido*

Definição:

**Analisar a possibilidade de realizar co-marketing**

Sim

Parceiro(s):

Não

**Determinar para qual(is) persona(s) esse material será voltado**

*Dica: a escolha da(s) persona(s) ajudará você a definir linguagem, formato, extensão e outros aspectos do conteúdo*

Persona(s):

**Especificar em qual etapa da jornada de compra está o conteúdo - Topo (ToFu), Meio (MoFu) ou Fundo (BoFu) de Funil**

*Dica: a etapa da jornada de compra determina o grau de complexidade e aprofundamento do conteúdo, e também o quanto ele se aproxima da oferta de seu produto/serviço*

Etapa:

**Indicar quais são os pontos centrais do material**

*Dica: tente explicar o conteúdo deste material em tópicos*

Tópico 1:

Tópico 2:

Tópico 3:

Tópico 4:

**Definir o objetivo do lançamento do material (gerar mais leads, engajar leads, qualificar leads etc.)**

Objetivo:

**Indicar o benefício central deste material rico (qual problema o conteúdo resolve)**

Benefício:

**Determinar o ganho do material para o Lead após consumir o material (o que ele pode fazer com o aprendizado do material)**

Ganho:

Especificar quais dúvidas dos Leads este material ajuda a responder (colocar em forma de perguntas)

Dúvida 1:

Dúvida 2:

Dúvida 3:

Dúvida 4:

Selecionar algum depoimento de cliente que possa ser utilizado neste material (se existente)

Sim

Depoimento:

Não

Indicar conteúdos relacionados a esse material ou que podem ser usados como fonte (se existentes)

Conteúdo 1:

Conteúdo 2:

Conteúdo 3:

Conteúdo 4:

Verificar se é possível oferecer algo a mais junto ao conteúdo para o Lead (contato com um consultor, descontos, eventos etc.)

Oferta relacionada:

Determinar a(s) palavra(s)-chave para a(s) qual(is) a Landing Page do material será otimizada

Escolher qual será o formato do conteúdo (eBook, webinar, planilha, template, ferramenta etc.)

Formato:

Selecionar imagens que podem ser utilizadas (fotos, vídeos, gifs etc.)

# Briefing

## Listar 5 opções de título

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.

Opção 1:

Opção 2:

Opção 3:

Opção 4:

Opção 5:

## Indicar se é uma revisão e possíveis acréscimos que podem ser feitos

☐ Material novo

☐ Revisão

Acréscimos:

## Fazer outline/estrutura do material

Dica: o outline ou estrutura 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. Veja mais sobre outline [neste post](#). No caso de materiais como planilhas, templates, infográficos etc., faça uma relação de tudo o que o material deve oferecer.

# Produção

## Desenvolvimento

### eBook

Validar outline/estrutura da etapa anterior

Produzir a primeira versão conteúdo

### Inserir imagens no eBook

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](#).

### Colocar links internos e externos

Dica: é importante colocar links para outros conteúdos (artigos, eBooks), tanto da sua empresa quanto de outras, para agregar valor ao conteúdo.

Enviar eBook para diagramação

**Webinar**

No caso dos webinars, temos as transmissões ao vivo ou gravadas. Alguns itens das transmissões ao vivo serão colocados mais adiante, no pré-lançamento, lançamento e pós-lançamento.

- Validar roteiro da etapa anterior
- Definir duração e formato (apresentação, entrevista etc.)
- Convidar participantes
- Definir data
  - Gravação (webinar gravado)
  - Transmissão (webinar ao vivo)
- Preparar roteiro
- Preparar apresentação (caso haja)
- Preparar infraestrutura (webinar gravado)
  - Estúdio (ou local de gravação)
  - Câmera
  - Microfone
  - Software para captura de tela
- Editar vídeo (webinar gravado)
- Fazer upload do vídeo (webinar gravado)
- Preparar página de transmissão (webinar gravado)

**Infográfico/planilha/template**

- Validar outline/estrutura da etapa anterior
- Produzir a primeira versão conteúdo

*Dica: no caso do infográfico, se você não tiver um profissional que possa criá-lo, utilize algum software para isso, como o Canva.*

**Kit**

- Reunir materiais do kit

# Revisão

Revisar informações

Revisar gramática e estrutura dos materiais

*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.*

Revisar/testar links e pontos de conversão

Entregar a segunda versão do conteúdo (com revisões e melhorias)

Definir títulos

Definir link da Landing Page de lançamento

## Pós-produção

### Pré-lançamento

#### **eBook/infográfico/planilha/template/kit/webinar gravado**

Criar o texto da Landing Page

Revisar o texto da Landing Page

Criar Landing Page

*Dica: para conhecer o passo a passo da publicação de uma Landing Page, veja o [checklist para criar uma Landing Page](#).*

Link:

Fazer Thank You Page

*Dica: Dica: recomendamos ter uma thank you page para a sua oferta, ou seja, uma página de agradecimento ou confirmação onde o Lead terá acesso à oferta. Uma dica nessa página é ter uma oferta complementar. Veja boas práticas para essa página [aqui](#).*

#### **Webinar ao vivo**

Criar o texto da Landing Page

Revisar o texto da Landing Page

Criar Landing Page

*Dica: para conhecer o passo a passo da publicação de uma Landing Page, veja o [checklist para criar uma Landing Page](#).*

Fazer Thank You Page

*Dica: recomendamos ter uma Thank You Page para a sua oferta, ou seja, uma página de agradecimento ou confirmação onde o Lead terá acesso à oferta. Uma dica nessa página é ter uma oferta complementar. Veja boas práticas para essa página [aqui](#).*

Criar o link de transmissão

*Dica: aqui na Resultados Digitais, transmitimos nossos webinars no YouTube Live. Para aprender a criar uma transmissão por essa plataforma, [leia nosso post](#).*

Preparar página de transmissão

## Lançamento

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.*

Criação do copy para Email Marketing

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

Programar campanha de Email Marketing para divulgar material

*Dica: para conhecer o passo a passo da criação de uma campanha de email, veja o [checklist para campanhas de Email Marketing](#).*

Inserir link da Landing Page do material em seu site, blog e outros locais relacionados

## Pós-lançamento

**Webinar ao vivo**

Enviar email de lembrete para os inscritos no dia da transmissão

Preparar infraestrutura

Estúdio (ou local de gravação)

Câmera

Microfone

Software para captura de tela

Apresentar webinar