

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:

Analizar 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

Producir 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