



Seguro de
Responsabilidade Civil

Módulo 8

Seguro de responsabilidade civil:

Criação de conteúdo
otimizado em SEO

An abstract graphic in the top-left corner consisting of overlapping circles and lines in shades of blue and grey, creating a stylized, modern design.

1. Pesquisa e Descoberta

Primeira etapa que faremos será uma análise mais profunda que nos traga informações importantes para iniciarmos o conteúdo:

- **Análise de palavras-chave** levando em consideração palavras de meio e fundo de funil com maior volume e maior facilidade de ranqueamento para serem priorizadas;
- **Análise de concorrentes diretos e concorrentes indiretos** (o que estão publicando, o que e como ranquearam);
- **Definição de palavras-chave** que serão trabalhadas, escolha uma palavra-chave foco e outras secundárias mas que façam parte do mesmo universo (semântica)
- **Pesquisas de autoridades** que possam endossar o que estamos falando e contribuir para a construção do texto (podem ser internos e externos);



2. Criação do conteúdo

Nessa segunda etapa vamos utilizar todas as informações coletadas na etapa um para começar a escrever:

- Explore o que o **mundo está procurando;**
- Pense no que os nossos **ICP's** pesquisariam ao criar artigos orientados por palavras-chave e esteja atento às dores;
- Crie um roteiro de perguntas importantes onde as respostas sejam os remédios para as dores e entreviste as autoridades mapeadas na etapa anterior;
- Tente incluir as palavras-chave com frequência, mas certifique-se de que elas ocorram naturalmente e não prejudiquem a legibilidade (densidade entre 3% a 5%, no mínimo, para calcular selecione o número de palavras do seu texto e divida pelo número de palavras chaves inclusas nele);

- Os conteúdos precisam entregar uma proposta de valor única;
- Escrita na segunda e terceira pessoa (você, seu, sua...);
- Utilizar palavras de transição entre as frases;

Dicas valiosas para facilitar a construção do conteúdo:

- Utilize a IA do **chat openai** para ajudar na construção do texto;
- Utilize a SEMRUSH SEO assistant writing no google docs
- Começar com um esqueleto pode auxiliar muito a produtividade;

Formato, comprimento e estrutura

Pensando na escaneabilidade do texto, crie vários subtítulos de seção no artigo. Isso tornará seu artigo mais fácil de ler, fornecendo quebras visuais, criando hierarquia de informações e melhorando o SEO.

- mín. 1200 palavras;
- Crie uma chamada com botão para ações relevantes e que forneça valor adicional ao leitor e force uma ação (chamar no whatsapp, preencher um formulário e etc...), mantenha no início da postagem e os mantenha engajados;
- Vá direto ao ponto apresentando as informações mais importantes primeiro, antes de expandir para detalhes cada vez maiores;
- Formate o artigo com marcadores ou listas numeradas (se aplicável);

- Link para uma ou mais postagens internas pertinentes. Mantenha-o natural e evite links aleatórios. A chave aqui é fornecer informações suplementares de qualidade. Se atente à quantidade de links, **esse estudo** mostra que a taxa de conversão aumenta muito quando temos pelo menos 40-44 links internos;

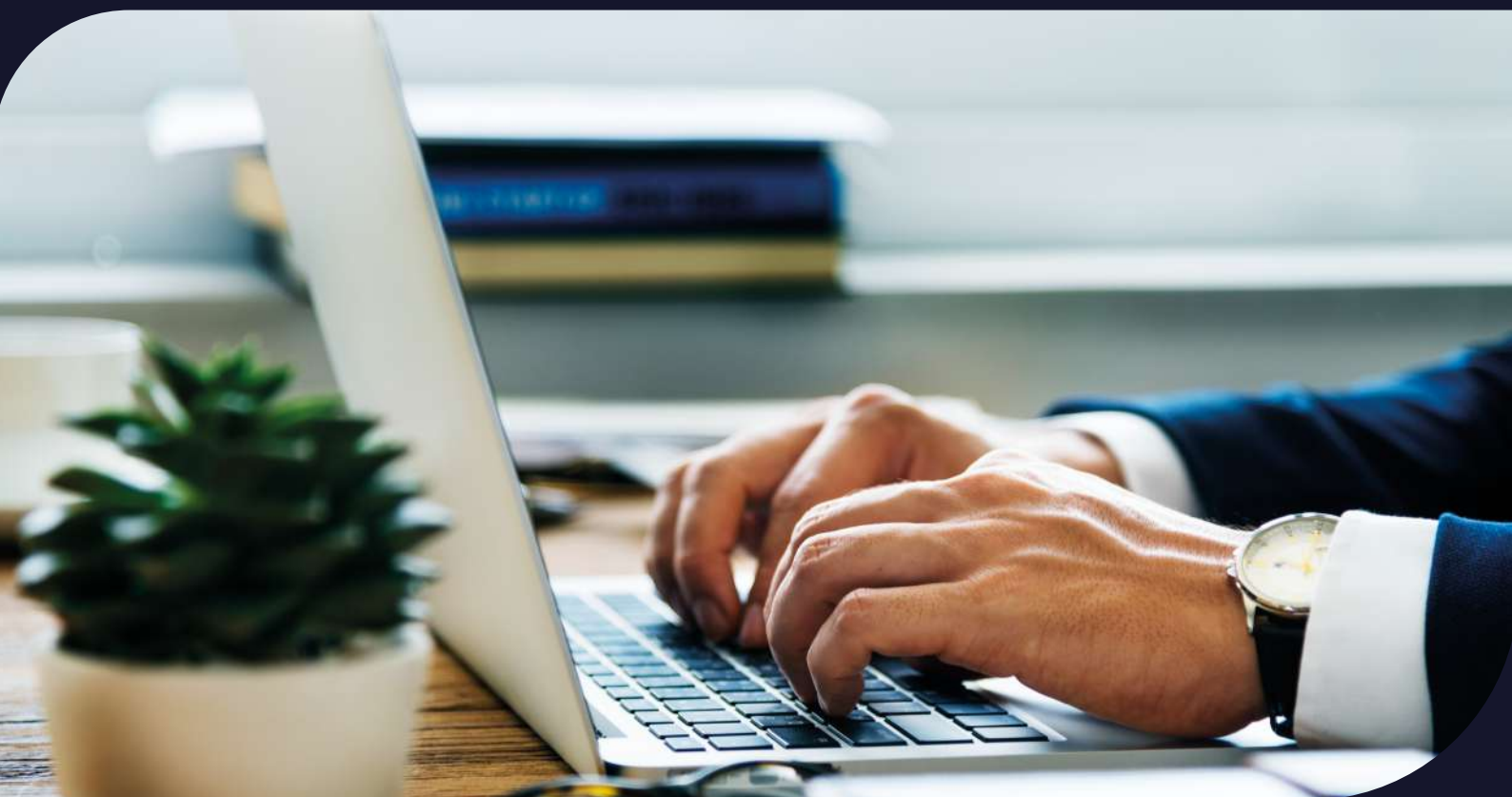
- Enriqueça o conteúdo com imagens, gráficos, vídeos, áudioblogs, infográficos, calculadoras, fluxos etc... (isso aumenta o tempo de permanência da página, melhora a legibilidade e torna o conteúdo muito mais relevante), separe as informações que gostaria de layoutar e peça ajuda de um designer.

IMPORTANTE: O objetivo do conteúdo é converter, portanto não deixe de envolver a persona no texto e, em alguns momentos estratégicos, convide-os para falar com você através de chamadas.

Título

Ao começar a editar o título, lembre-se de que é importante mantê-lo preciso e claro.

- Trabalhe com chamadas persuasiva, para **tornar seu título sexy**, seja por meio de linguagem forte, aliteração ou outra técnica literária. Ela qualificará as pessoas que chegaram na página;
- Inclua a palavra-chave foco no título;
- Otimize-o para SEO;
- Finalmente, veja se você pode encurtá-lo (60-70 caracteres).





Meta title

Esses títulos são aqueles que aparecem na página de busca e podem ou não ser os mesmos que estão dentro do link, no conteúdo.

O meta title informa ao buscador do que se trata a página, assim como serve como chamariz para o usuário em meio a tantos outros resultados.

Por isso, ele precisa ser atrativo, curto e bem objetivo (os meta títulos não devem ter mais de 50 caracteres). O que pode ser um desafio para abordar conteúdos complexos! Mas não se preocupe, você pode utilizar um título mais curto e otimizado para SEO no meta title e, dentro da página, inserir outro, mais completo. Isso não vai atrapalhar o desempenho do conteúdo e vai garantir que estejamos de acordo com os algoritmos do Google.

Slug/URL

Para os posts do blog deverá conter:
https://seusite/blog/titulo-da-pagina.

Se o título estiver grande, foque apenas na palavras-chave. (máx de 5 palavras)

Meta description

É geralmente um texto mais longo do que o meta title e oferece um breve resumo do que se trata no conteúdo da página. As limitações de espaço e a importância da meta descrição para SEO significa que você deve se concentrar na criação de um resumo que tenha um apelo direcionado.

- Crie uma meta descrição e certifique-se de que ela descreva sucintamente o artigo e estimule o usuário a ler mais. Inclua as palavras-chave de foco naturalmente;
- Texto curto e forte (140-160 caracteres recomendados).



Dica valiosa: Dê uma olhada na página de resultados do Google para a palavra chave que você está direcionando os resultados do ranking na primeira página. Ele deve oferecer alguns bons exemplos de meta títulos e meta descrições para servir de referência.



Palavras chaves sinônimos

Usar sinônimos em seu texto pode ajudar as pessoas a entendê-lo melhor, especialmente se você estiver discutindo tópicos difíceis. O uso de sinônimos também melhora a legibilidade de um texto; se você repetir a mesma palavra com muita frequência, parece que você a escreveu para mecanismos de pesquisa, não para humanos. No **Yoast SEO Premium**, você pode adicionar sinônimos para sua frase-chave. Ao adicionar mais de um sinônimo, certifique-se de separar os sinônimos com uma vírgula! O Yoast SEO levará em consideração todos os sinônimos que você adicionou para sua análise.



Imagens

- Solicite a criação da capa do artigo para um designer;
- Selecione 2-5 imagens relevantes para espalhar ao longo do artigo;
- Use suas palavras-chave para definir as tags alt para todas as imagens, exceto a capa. Não esqueça de preenchê-las, em geral, o comprimento das tags alt das imagens deve ser inferior a 125 caracteres;

Leitura de prova

Erros podem arruinar uma mensagem, seja gramática, ortografia, má formatação ou um link quebrado. Verifique tudo três vezes. Melhor ainda, obtenha uma segunda e terceira opinião antes de postar.

Publicação

- Marque a categoria a que o post pertence;
- Faça um check de: densidade de palavras chaves (verifique o número total de palavras/número de palavras-chave), análise da densidade e SEO na ferramenta (ambas precisam estar verde);
- Inclua o link do artigo publicado em uma planilha de link parametrizado e salve no drive.





3. Distribuição

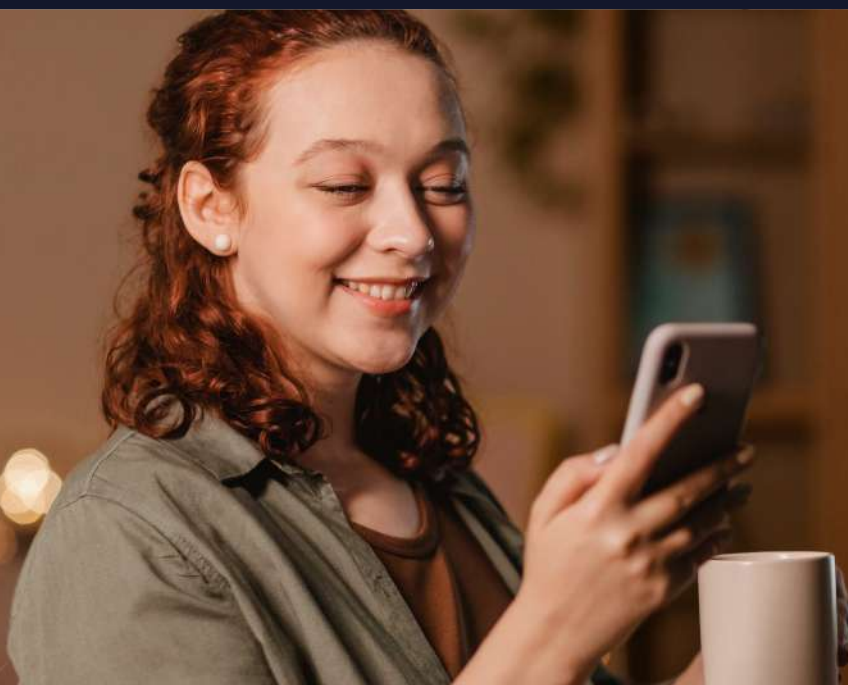
Na etapa 3, chegou a hora de distribuir o que foi produzido, para isso começaremos a seguir alguns passos:

Passo 1

1. Compartilhar no seu LinkedIn, se tiver mais pessoas da sua área que também possam compartilhar será ótimo, pois isso aumenta a sua visibilidade e entrega pela ferramenta;
2. Montar um texto base para que possam se inspirar e escrever algo;
3. Pedir para que façam o post e insiram o link para o seu artigo.

Passo 2

1. Compartilhar no Instagram e Facebook
2. Criar posts
3. Se possível patrocinar para potencializar a entrega com pelo menos R\$10,00





Seguro de
Responsabilidade Civil


Lojacorr