



WHITEPAPER

Outubro / 2019



17 Gráficos Que Mostram o Futuro do Marketing de Conteúdo

Por Neil Patel



Hoje em dia existe mais de um bilhão de blogs na internet. O marketing de conteúdo mudou drasticamente nos últimos anos e está ficando cada vez mais concorrido. Chegamos num ponto em que você já sabe que precisa aproveitar essa estratégia. Porém, em quais áreas do marketing de conteúdo você deve focar? Como você pode garantir que as estratégias que você está executando vão trazer um ROI positivo no final das contas?

Para responder essas dúvidas e trazer um panorama do futuro do marketing de conteúdo, eu preparei um estudo inédito com dados de 183 empresas que utilizam essa estratégia. Essas empresas são todas de setores diferentes, do B2B ao B2C, são parte dos principais mercados existentes, e, o mais importante, elas vêm usando o marketing de conteúdo por pelo menos 8 anos.

Estamos orgulhosos de apresentar esse material exclusivo para o mercado, e com base nos dados e métricas coletados nesse estudo, conseguimos tirar conclusões e gerar inteligência sobre o que você deve fazer para aproveitar as principais tendências do marketing de conteúdo.

NEILPATEL

Prazer, somos a Neil Patel Brasil

Nós podemos fazer seu site vender muito mais

A **Neil Patel Brasil** é uma consultoria de marketing digital especializada em SEO, CRO e lançamento de infoprodutos. A consultoria de marketing digital Neil Patel Brasil atende grandes e pequenas empresas no mercado brasileiro e já conseguiu gerar diversos cases de sucesso em vários nichos.

Implementando todas as técnicas de geração de tráfego e receita online que o próprio Neil desenvolveu em todos os anos de experiência, somos capazes de gerar resultados para empresas em qualquer mercado no Brasil.

Como te ajudamos a vender mais

Nossos serviços são customizados de acordo com as necessidades do seu negócio.

SEO

Autoridade global em atração de tráfego do Google

- Marketing de Conteúdo
- SEO Técnico
- Backlinks

Conversão

Experts em conversão a serviço de aumentar as vendas do seu site

- Analytics
- Copywriting
- User Experience (UX)

Lançamentos

Torne seu produto digital um sucesso de vendas

- Funis avançados de marketing
- Modelagem de produtos digitais
- Estratégias online de negócios

Precisa de Ajuda?

Fale com a Neil Patel Brasil.



Sobre o estudo

Eu comecei a fazer marketing de conteúdo lá no início. Tão no início que quando eu conheci o fundador do WordPress, ele tinha acabado de conseguir um investimento de US\$1,1 milhão para o WordPress.

Avance para os dias de hoje e o WordPress vale mais de um bilhão de dólares.

Da mesma forma, quando eu comecei no marketing de conteúdo, **existiam menos de 30 milhões de blogs e hoje existem mais de um bilhão.**

Ou seja, as coisas mudaram drasticamente e agora são **muito mais concorridas.**

Chegamos num ponto em que você já sabe que precisa aproveitar o marketing de conteúdo. Mas **em quais áreas do marketing de conteúdo você deve focar?**

Quantos posts você precisa escrever? Quais são as melhores maneiras de monetizar seu tráfego?

Como você pode garantir que o que você está fazendo vai funcionar no fim das contas?

Para jogar uma luz sobre o destino do marketing de conteúdo, eu coletei dados de **183 empresas** que usam o marketing de conteúdo. Cada uma delas tem uma receita anual de pelo menos **5 milhões de dólares e gera menos de US\$ 1,9 bilhões por ano.**

Essas empresas são todas de setores diferentes, do B2B ao B2C e são parte dos principais mercados existentes. E, o mais importante, elas vêm usando o marketing de conteúdo **por pelo menos 8 anos.**

Eu sei que a maioria de vocês não tem uma empresa que gera pelo menos 5 milhões de dólares por ano, mas as métricas e dados que vou mostrar a vocês continuam **sendo relevantes para o seu blog.**



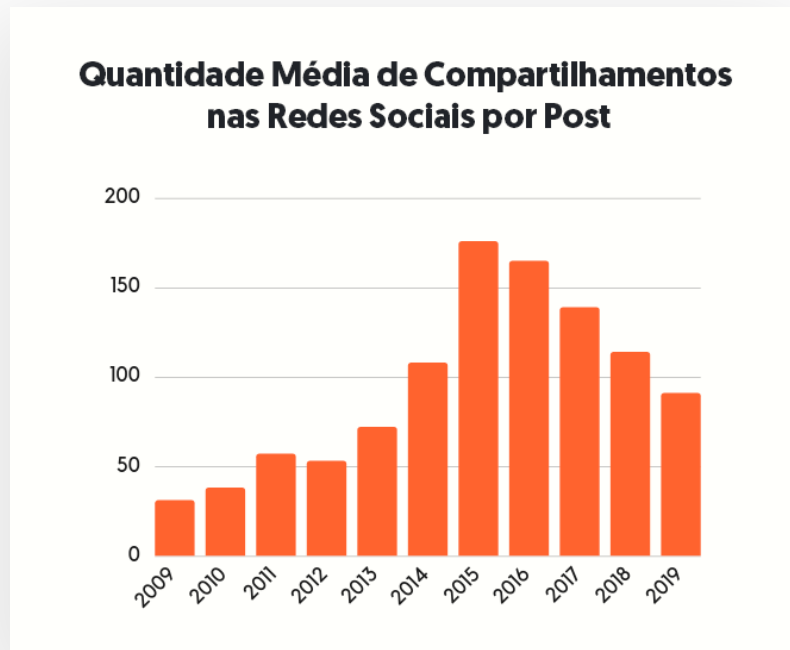


Gráficos

Então vamos mergulhar nas métricas para ver o **destino do marketing de conteúdo.**

Esperem menos tráfego das redes sociais

O que você acha que aconteceu com os compartilhamentos nas redes sociais ao longo do tempo?



Como você provavelmente adivinhou, os compartilhamentos nas redes sociais caíram porque os algoritmos (como os do Facebook) realmente **restringem o alcance orgânico**.

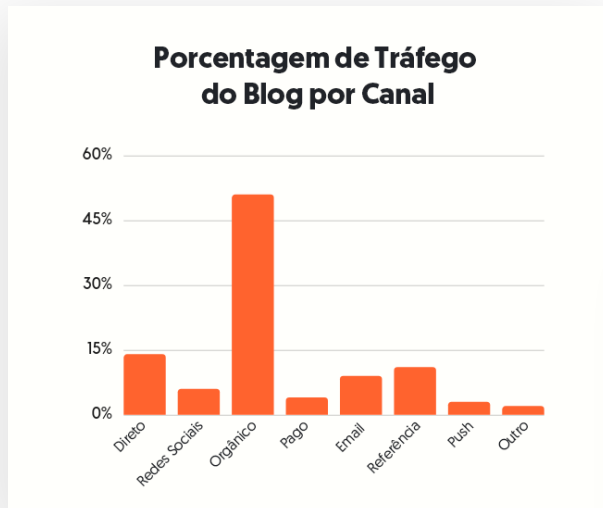
No início, as pessoas viam aumentos significativos no seu número de compartilhamentos nas redes sociais uma vez que essas redes ainda estavam se popularizando. Mas depois que o crescimento se tornou mais lento, **a mesma coisa aconteceu com o número de compartilhamentos gerados por cada conteúdo gerado**.

Se você está se perguntando por quê, pense da seguinte forma: quando as pessoas compartilham conteúdo nas redes sociais, isso leva os usuários para fora da plataforma. Deixando as pessoas no Facebook (ou qualquer outra rede social) por mais tempo, **eles ganham mais dinheiro** com as pessoas clicando em mais anúncios.

Se você procura fazer seu blog crescer através das redes sociais, pense de novo. Elas vêm gerando menos tráfego a cada ano e isso só deve piorar.

Você precisa ter uma abordagem multicanal, mas foque na busca

Você consegue adivinhar qual o canal de tráfego mais popular para um blog?



SEO contabilizou **51% do tráfego do blog** e, sem nenhuma surpresa, as **redes sociais foram o quinto canal mais popular**.

Mas o mais surpreendente foi que o tráfego de referência ficou em **terceiro lugar com 11% e o email, com 9%**.

Em vez de focar apenas no link building para melhorar seus rankings, você deve focar em link building para também aumentar seu tráfego de referência. Basicamente, você pode conseguir que seu dinheiro renda mais aumentando sua geração de tráfego de duas formas com uma única estratégia.

Seja com guest posting ou gerando mídia, você precisa tentar conseguir o máximo de tráfego de referência possível, porque isso gera tráfego estável, que não é muito afetado por atualizações de algoritmo.

Quanto ao email, você pode achar que ele está morto, mas ele está vivo e bem forte. Lembre-se, **todo mundo que trabalha no mundo corporativo ainda usa e-mail**.

Não fique com vergonha de coletar emails. **Você pode usar ferramentas como a Hello Bar para fazer isso com facilidade.**

Agora voltando ao SEO por um instante... Veja por que você deve postar no seu blog.



Como você pode ver pelo gráfico acima, o Google sempre foi de ranquear páginas da web para alavancar conteúdo ao longo do tempo. **E não parece que essa tendência vai estacionar tão cedo.**

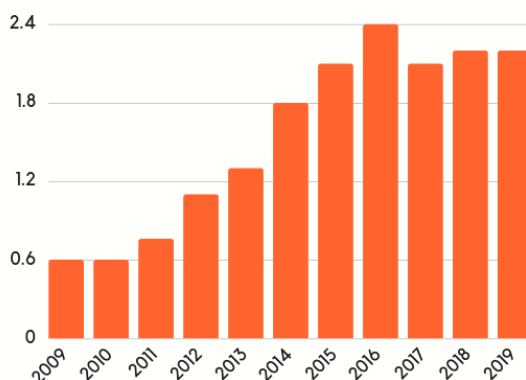
Blogs geram, em média, entre **60 e 62% do tráfego de busca de um site**. Claro, vai ser diferente para as Amazons da vida, mas você não é elas... Eu também não.

SEO também está se tornando mais competitivo porque existem mais blogs surgindo e pessoas criando um monte de conteúdo. Mas você não tem escolha se não fazer a mesma coisa se quiser se manter em dia.

Você precisa criar uma equipe de marketing de conteúdo...

Bom, pense da seguinte forma...

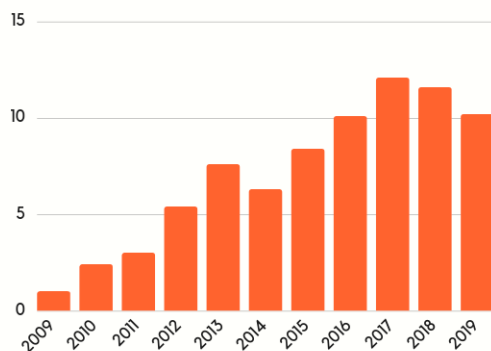
Quantos Colaboradores de Tempo Integral São Dedicados Para o Blog



Em média, empresas de tamanho médio costumam ter pelo menos **2 funcionários em tempo integral cuidando do seu blog**. Isso é porque elas sabem que o marketing de conteúdo não leva a lugar nenhum **sem que se faça um verdadeiro esforço**, e você precisa levá-lo a sério se quiser crescer rápido.

E além de precisar de funcionários dedicados, a média dessas empresas tem um pouco mais de **10 prestadores de serviço trabalhando no seu blog**.

Quantos Prestadores de Serviço Trabalham no Seu Blog



Eu não quero que você se assuste com esse número, porque vários desses prestadores de serviço escrevem conteúdo. Eles não trabalham em tempo integral... É bem simples, já que alguns deles só escrevem alguns textos por mês.

Ou pode ser algo simples como te ajudar a produzir conteúdo em vídeo ou criar gráficos.

Com o seu blog, você deveria pensar em contratar mais prestadores de serviços como redatores em vez de funcionários em tempo integral, **já que é mais barato**.

É também mais eficiente **ter prestadores de serviços**, já que você pode aumentar e diminuir o número mais rápido. Além disso, você vai ver que você vai economizar dinheiro no longo prazo, uma vez que prestadores de serviços e consultores tendem a ser mais baratos do que funcionários em tempo integral.

Você precisa escrever uma média de 5,7 posts por semana

Dentre os 183 blogs com os quais falamos, eles postam uma média de 22,8 textos por mês.



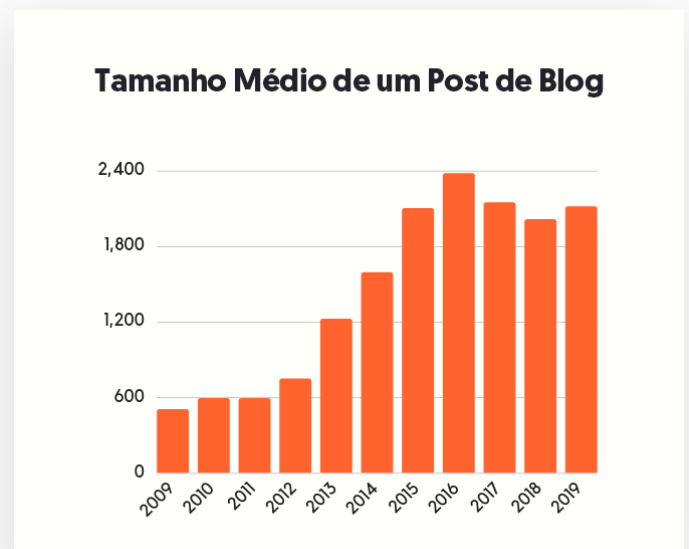
E você consegue adivinhar a extensão de cada um deles?

Bom, dizem que se você quer ranquear na primeira página, você precisa escrever conteúdo com pelo menos **1.890 palavras**.

A maioria dos blogs que analisamos e com que falamos seguiram um tema em comum: conforme o tempo passava, eles começaram a escrever posts mais longos.

A média agora é de 2.118 palavras por post. Em 2016, esse número alcançou 2.381 palavras porque as pessoas começaram a produzir guias aprofundados, o que fez esse número disparar.

Mas o que eles descobriram com o tempo é que escrever conteúdo aprofundado demais, como guias, não necessariamente garante rankings mais altos.



Para te dar uma ideia, anos atrás eu [escrevi um guia de 30.000 palavras sobre SEO](#). Adivinha em que página ele ranqueia para o termo SEO?

Na página 2.

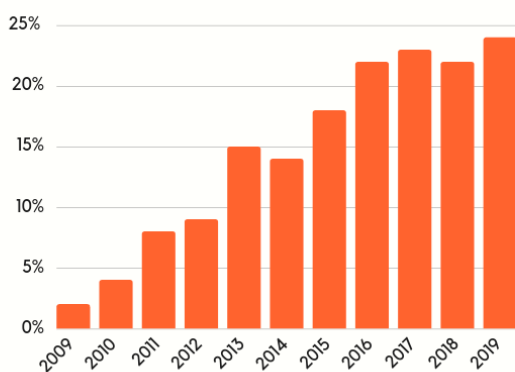
Mas esse [guia de SEO](#) é muito mais curto e ranqueia na primeira página.

Ou seja, é melhor para você criar conteúdo do que um post super longo para o seu blog.

Pense no seu conteúdo como anzois de pesca. Quanto mais anzois você tiver no mar, mais chances você tem de pegar um peixe.

O mesmo se aplica a ter um blog, quanto mais conteúdo você cria [presumindo que ele seja de qualidade], mais chance você vai ter de atrair mais visitantes.

Que Parcela dos Seus Clientes Tiveram o Primeiro Contato Com Você Pelo Blog?



Pense no seu blog como um funil.

No topo do funil, você quer atrair o máximo de pessoas possível. Quanto mais pessoas você atrai, mais receita você vai acabar gerando.

Como você pode ver pelo gráfico ao lado, **24% dos clientes ouviram sobre a empresa pela primeira vez através do blog**

Isso não significa que eles se converteram em clientes logo da primeira vez que entraram no blog. O mais provável é que tenham visto algo sobre a empresa pela primeira vez através do blog.

Não só os mecanismos de busca adoram blogs, as pessoas também. E a tendência está sempre crescendo.

Leitores de blog vão aumentar sua taxa de conversão

Quando alguém lê seu blog, isso cria confiança e faz com que a sua taxa de conversão aumente.

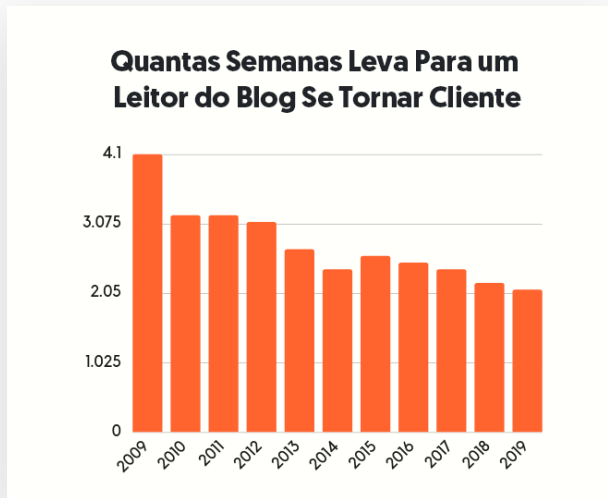


O gráfico acima mostra como alguém que **lê seu blog tem 74% mais chances de converter em cliente** do que alguém que não leu seu blog.

A publicidade só fica mais cara a cada ano. Postando com mais frequência no seu blog, **você pode aumentar suas taxas de conversão**.

Mas não espere que as pessoas convertam imediatamente depois de ler seu blog:

O número médio de vezes que alguém precisa voltar ao seu blog antes de converter é de **3,15 vezes**, e elas tendem a converter ao longo de um período de **2 semanas**.



Você também vai perceber que, conforme você cria conteúdo, as pessoas não vão simplesmente abrir a carteira e te dar dinheiro. **Você precisa pressioná-las a converterem.**

A tendência que vimos é que blogs estão usando mais métodos do que nunca para converter visitantes em clientes.



Email marketing é o principal método usado por blogueiros, o que não é nenhuma surpresa. Mas o método número **2 é remarketing**.

Quando eu mergulhei nisso, essas empresas gastam em média US\$51.409 por mês em anúncios pagos. E ano a ano eles tiveram um aumento nos seus custos com publicidade. **Mas o que ajudou a diminuir seu CPA misturado é fazer remarketing para todos os leitores do blog.**

Você também vai querer usar esse canal porque ele é muito mais acessível do que anúncios de busca.

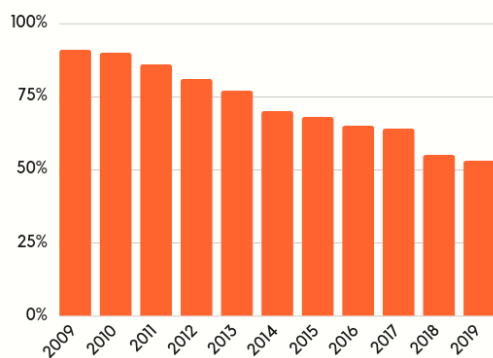
Nos próximos anos, **remarketing vai ultrapassar o email como a principal forma de conversão** de leitores em clientes pelas empresas.

Oportunidades de crescimento fora dos Estados Unidos

De quais países você pensa que vem a maioria dos leitores do seu blog? Você provavelmente vai chutar Estados Unidos ou outros países que têm o inglês como língua nativa.

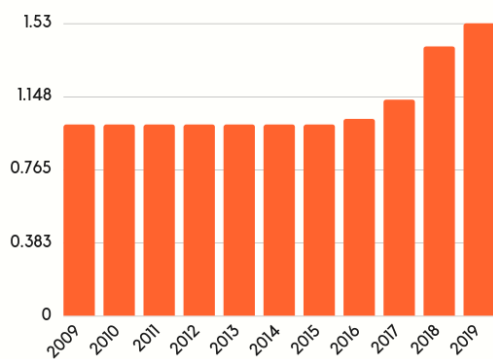
Costumava ser assim 10 anos atrás, mas as coisas mudaram.

Qual % do Seu Tráfego Vem de Países Onde o Inglês é a Língua Principal?



Em certo ponto, chegou a 91%, **mas agora caiu para 53%**. Isso também criou uma tendência na qual as empresas passaram a traduzir seu conteúdo para diferentes idiomas.

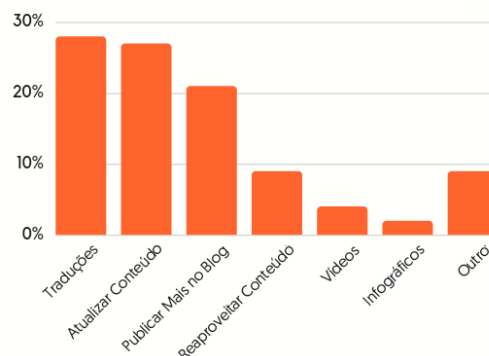
Seu Blog Está em Quantas Línguas?



Demorou um pouco para as empresas adotarem o conceito de globalização no marketing digital, mas agora está andando rápido.

Eu consegui entrar na tendência antes da maioria das pessoas porque eu fui estimulado a fazer isso por **um funcionário do Google**. Foi o melhor conselho de marketing e parece se aplicar a praticamente todos os blogueiros por aí.

O Que Gerou Seus Maiores Ganhos de Tráfego?



Como você pode ver pelo gráfico acima, os principais ganhos de tráfego de profissionais de marketing de conteúdo estão tendo atualmente vêm da tradução de seu conteúdo para diversos idiomas.

O segundo maior ganho vem da atualização de conteúdo antigo. Marketing de conteúdo não é mais um jogo de cuspir centenas de posts por mês. Se você quiser continuar indo bem, **você vai precisar manter seu conteúdo antigo atualizado**.

Quando você estiver construindo seu time de marketing de conteúdo, **foque 50% do esforço da equipe em atualizar conteúdo antigo**.

Mais além do WordPress

A última grande tendência é que o WordPress não mais é o único player de conteúdo atualmente. Se você for escrever um post para o seu blog, é possível que você consiga mais tráfego colocando-o em todos os lugares.



O Medium e o Tumblr também são ótimos para conteúdo. Lembre-se, o Google não penaliza por conteúdo duplicado. Não tem nada errado em colocar conteúdo no seu blog e depois publicar no Medium e no Tumblr uma semana depois.

Você pode fazer a mesma coisa com o compartilhamento nas redes sociais... Além de compartilhar seu conteúdo no Facebook, **você pode publicar seu post inteiro uma semana depois no Facebook.**

E se você está criando conteúdo em áudio e vídeo, você pode colocá-lo no Facebook, LinkedIn, YouTube, Instagram e qualquer outra plataforma que puder.

Você vai ver um crescimento enorme em conteúdo em áudio e vídeo ao longo dos próximos anos.

Facebook, YouTube e todas as principais plataformas querem sua fatia do mercado televisivo.

É por isso que os algoritmos delas estão agindo de forma mais favorável aos tipos de conteúdo que mantêm as pessoas na plataforma e engajadas por horas... É por isso que você precisa expandir para além de conteúdo em texto.

É também por isso que eu estou investindo tanto no YouTube agora. Diversifica suas fontes de tráfego caso você seja surpreendido por uma **mudança de algoritmo do Google.**



Você vai ver um crescimento enorme em conteúdo em **áudio e vídeo** ao longo dos próximos anos.



Conclusão

Se você vai concluir uma coisa dos gráficos acima, você precisa focar em traduzir seu conteúdo para outros idiomas, por não ser algo tão concorrido.

Além disso, você precisa focar em criar conteúdo em áudio e vídeo. Vídeos já começaram a tomar corpo, podcasts ainda não chegaram lá, mas chegarão nos próximos anos.

Eu também te diria para começar um blog, mas você provavelmente já tem um.

Quais outras tendências
de marketing de conteúdo
você já notou?

Conheça as histórias de sucesso dos nossos clientes e os resultados que trouxemos para eles

**Do zero a mais de R\$5,5 milhões em vendas de
cursos online em apenas dois anos.**

“O Neil Patel e sua equipe sabem o que fazer para escalar a venda de produtos digitais. A capacidade de criar e implementar coisas novas para melhorar o funil de vendas é o seu ponto forte.”

Rafael Juliano – CEO VOLL Pilates Group

**Do zero a mais de 100.000 visitantes orgânicos por
mês em oito meses de projeto.**

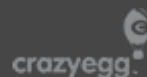
“As estratégias de conteúdo implementadas pela equipe do Neil Patel foram essenciais para atingirmos nossos objetivos do primeiro ano em menos de seis meses”

André Kliousoff – Head of Marketing and Performance BTG Pactual

Descubra esses cases e muitos outros em nosso site.



doutormultas



Veja todos os cases

NEILPATEL