

*Sistema de Automação da Justiça
para Escritórios de Advocacia*



MARKETING DE CONTEÚDO

**TORNE SUA EMPRESA RELEVANTE NA WEB
e conquiste mais clientes**



- Dados sobre relevância e credibilidade.
- Definição Marketing de Conteúdo e qualidade de conteúdo.
- Inbound Marketing.

- Motivar profissionais do mercado da advocacia a entender os benefícios do marketing de conteúdo voltado aos resultados.
- Mostrar como a relação com o público-alvo, ao longo da jornada de compra, pode conquistar e fidelizar clientes.
- Por último, explicar como avaliar e mensurar os resultados obtidos pela prática da estratégia de posicionamento de marca através do Marketing de Conteúdo.

Pare de escrever sobre tudo. Tantas marcas tentam criar conteúdo para falar sobre tudo, ao invés de focar sobre o nicho no qual se posicionam como especialistas. Ninguém se preocupa com sua receita especial. Encontre o seu nicho e vá ainda mais fundo nele.

Joe Pulizzi, fundador do Instituto de Marketing de Conteúdo

*79% dos usuários consideram o **conteúdo** o principal fator de influência no processo de **credibilidade**.*

Fonte: Roper Reports

- Presença massiva nos **ambientes digitais**.
- Planejamento de presença, postura e cronograma de ações digitais.
- Saber onde atuar. Onde é mais **RELEVANTE**.
- Gerar conteúdo, instigar participação do público-alvo e colher opiniões.
- **Feedback** como ferramenta de auxílio à tomada de decisão.

MAS AFINAL, COMO TORNAR MINHA
EMPRESA **RELEVANTE** NA INTERNET
E TRANSFORMAR ISSO EM **CLIENTES**?



Conteúdo inteligente faz com que a marca:

- Aumente sua presença na web;
- Crie consciência de marca;
- Aumente o número de clientes e geração de leads;
- Fidelize usuários e construa defensores da marca;
- Crie relacionamento com novos mercados.



A PERGUNTA CHAVE:

Pergunte ao seu cliente:
Você me recomendaria?



SAJ ADV

- Como seu público se comporta?
- Sobre o que ele se interessa?
- Defina suas *personas*...



Ferramentas para planejamento:

- Keyword Planner
- Google Trends
- Google Analytics
- SemRush

Volume x
Tendências x
Comportamento

SEO

- Inbound x Outbound Marketing
- Definição de Personas
- Funil de Vendas
- Jornada de Compra

Inbound

- Custa 62% menos;
- 3 vezes mais leads;
- Custo por lead 13% menor.

Outbound

- Maior relação com o cliente;
- Potencializa as estratégia de Inbound;
- Leads mais qualificados;

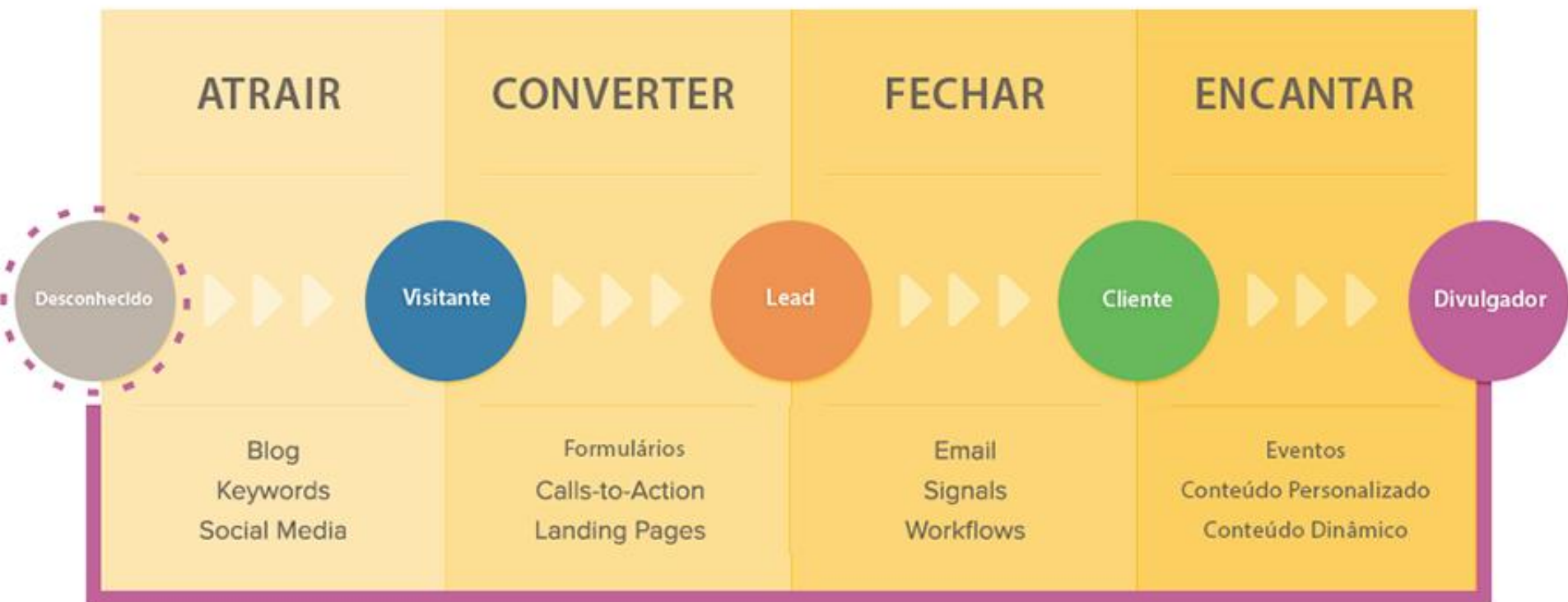
Ou seja, são estratégias complementares!

INBOUND MARKETING – DEFINIÇÃO DE PERSONAS

- Quem é o seu cliente?
- Como ele se comporta no ambiente virtual?
- Quais são suas ocupações, hobbies e dores?

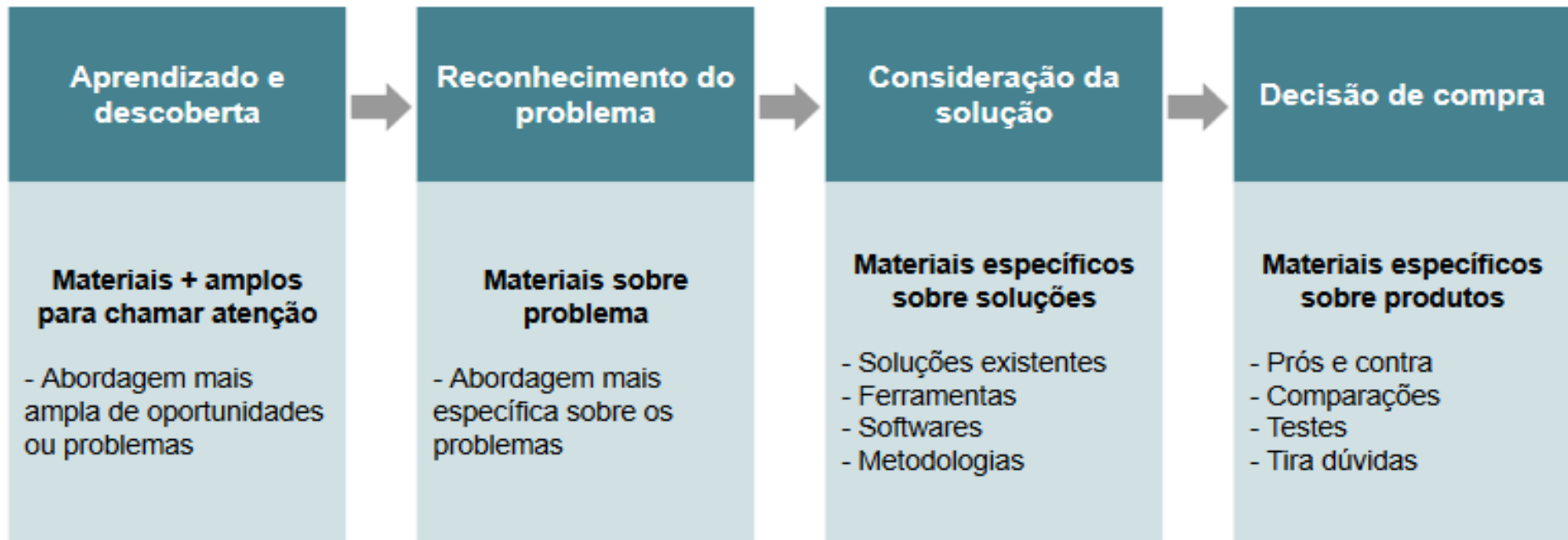


INBOUND MARKETING – FUNIL DE VENDAS



Fonte: Lambooja Digital

INBOUND MARKETING – JORNADA DE COMPRA



Fonte: Resultados Digitais

- **Gerar conteúdo para atrair, conquistar e fidelizar.**
- **Traçar um perfil (persona) exato do seu público.**
- **Disciplina, acompanhamento e alinhamento entre as equipes para utilizar o Marketing de Conteúdo e o Inbound Marketing.**



Escreva sua dúvida para o e-mail:

contato@sajadv.com.br