

Um tema crescente nas estratégias de negócios das empresas é o conceito de “marketing de conteúdo”.

Foi inclusive a matéria de capa da última revista Locaweb, uma das companhias líderes em serviços de internet no país.

http://www.europadigital.com.br/lw20b/62___/9962102/42/



Conceitualmente, “marketing de conteúdo” pode ser definido como a criação e distribuição de

conteúdo valioso, relevante e consistente para atrair e reter um público-alvo claramente definido e assim, ao final, conduzi-los a ações rentáveis como consumidores.

Nessa linha, o texto da revista pode ser dividido em três partes. Primeiro, a definição dos principais passos na definição de tal estratégia, como a escolha do objetivo da campanha e a própria geração de conteúdo. Em uma segunda parte, a descrição das oito ferramentas possíveis que podem ser usadas: blogs, redes sociais, vídeos, podcasts, e-book, influencers, e-mail marketing e webinars. Por último, os ganhos das empresas nessa escolha, sobretudo em um cenário pós-pandemia.

Acreditamos que essa tendência irá crescer muito no setor de seguros do país nos próximos anos.

Fonte: Francisco Galiza/[Rating de Seguros](#), em 23.09.2020