

Índice

- Apresentação – Página 3
- Benefícios – A diferença que faz a diferença! – Página 3
- Escolhendo o nicho – Página 4
- Análise da concorrência – Posicionando-se – Página 5
- Benchmarking – Página 6
- Efeito Borboleta – Página 7
- 5 Dicas para aumentar o número de leitores em 300% (ou mais) – Página 9
- 5 maneiras de construir seu blog por sua própria conta e risco – Página 10
- 5 maneiras simples para abrir um Post – Página 11
- 7 Dicas de Posts em forma de lista que trabalharão por você – Página 13
- 7 Modelos de posts que fazem sucesso – Página 14
- 8 Passos para ser reconhecido como um Especialista – Página 16
- 8 Dicas de como tornar seu conteúdo atraente! – Página 17
- 10 Dicas de títulos que atraem mais leitores – Página 18
- 19 Estratégias para Encontrar Leitores – Página 20
- Algumas coisas que você deve saber – Página 24
- Como Escrever um artigo "Como Fazer" de Sucesso? – Página 24
- Como escrever uma página "Sobre" de sucesso? – Página 26
- Convertendo seus visitantes em leitores regulares – Página 27
- Por que você deve sempre escrever primeiro o título? – Página 28
- Feeds – Páginas 28 à 29

- 67 Agregadores para você divulgar seu Feed – Página 30
- Social Bookmarking – Compartilhando meus Favoritos – Página 31
- BlogBlogs – Página 32
- SoBoo – Página 32
- OPML (Outline Processor Markup Language) – Página 33
- Twitter – Página 34
- Dihitt – Página 35
- Linkk – Página 38
- DoMelhor – Página 38
- Digma – Página 39
- Mexame – Página 39
- Rec6 – Página 39
- Via6 – Página 39
- Indica6 – Página 44
- Monetização – Página 45
- Blogtimize - Otimize os anúncios em seu blog – Página 55

Apresentação

Esse curso se destina a todos os profissionais ou pequenas e médias empresas que desejam projetar-se na web através de um blog profissional. O curso também abordará ao final dicas relacionadas à empregabilidade na web 2.0. Este curso é teórico e seu conteúdo é focado em aplicações práticas para desenvolver um blog profissional.

Todos os capítulos contêm dicas práticas para implementação em um blog. Essas dicas foram tiradas da minha experiência como blogueiro profissional, como pesquisador dos comportamentos em mídias sociais e de muitos outros blogs de referência no assunto e de muitos serviços da web 2.0.

Este curso não é um manual completo, até por que a evolução dos blogs é dinâmica e constante. Ser blogueiro profissional requer constante especialização em tecnologias voltadas para web. Espírito empreendedor também é essencial, investir no blog é investir no seu progresso como profissional da área.

Ao final do curso será apresentado cases de sucesso para diversos nichos, além de fontes de informação para que você possa manter-se atualizado.

Espero que todos tenham um ótimo curso, e que ao final uma porta seja aberta para vocês.

“Blogar é buscar a liberdade libertando!”

Paz no coração e Luz na razão.

Benefícios – A diferença que faz a diferença!

Originalmente blog é uma contração de weblog, qualquer registro armazenado que pode ser disponibilizado de forma cronológica. Os blogs em sua origem mais pareciam diários virtuais do que ferramentas de marketing como hoje são utilizados. Como o foco do curso é blog profissional citarei os benefícios de um blog focado no ambiente corporativo e na construção da imagem de um profissional em determinado nicho ou especialidade.

Benefícios de um blog profissional:

- Releases sobre eventos;
- Divulgação de premiações e sucesso de metas da empresa;
- Valorização de funcionários apresentando suas boas práticas profissionais;
- Notícias de interesse dos funcionários;
- Divulgação de cursos de especialização e convênios;

- Divulgação de reuniões de confraternização do grupo;
- Apresentação de formandos de curso de especialização patrocinados pela empresa;
- Releases de lançamentos de novos produtos;
- Notas oficiais da empresa e carta aberta do CEO;
- Divulgação de Promoções e concursos;
- Divulgação de entrega de prêmios;
- Divulgação de eventos patrocinados pela empresa;
- Entrevistas e aparição da empresa em reportagens na mídia;
- Ajuda na obtenção de links externos;
- Incremento nos links internos;
- Conteúdo sempre atualizado;
- Aumento do número de páginas indexadas;
- Mais prospectos;
- Aumento da confiança e transparência da empresa;
- Maior poder de conversão;
- Possibilidade de desfrutar dos sites sociais;
- Expandir network;
- Interação com o cliente;

Escolhendo o nicho

Tudo em blog profissional começa no nicho que o blog ira abordar. É o nicho que será a referencia para não desviarmos dos objetivos. Tendo claro em nossa gestão e estratégias qual o nicho que o blog aborda, seguiremos na evolução do blog dentro dos contextos e conceitos que regem o nicho que estamos procurando semear o blog.

1ª DICA: Após a escolha de um nicho procure algo específico dentro do mesmo, assim você demonstrara experiência e know how ao semear sua imagem e seu blog na blogosfera. Com o tempo e conforme a evolução do seu blog vá abrindo novas categorias de assuntos. Tenha a mesma postura, mantenha-se focado no novo assunto enquanto estiver semeando sua imagem e seu blog, assim de etapa a etapa de assunto a assunto você conseguira se tornar referencia no seu mercado dentro da blogosfera!

2ª DICA – Escolhendo o nicho correto

Procure um nicho ao qual você tem algum conhecimento técnico, ou que você tenha facilidade em comentar. Desse modo você demonstra fluência no assunto e isso transparece para o leitor que você entende do que esta falando. Nunca fale como um leigo, você no blog é o especialista, tenha em mente que quem esta lendo esta tirando duvidas e procurando um blog para esclarecer suas futuras duvidas e um local para trocar experiências e fazer amizades dentro do seu nicho (networking).

Algumas perguntas que você deve fazer a si mesmo para posicionar-se no início da criação do seu blog

- Quais são seus interesses pessoais e profissionais?
- Você trabalha em quê?
- O que você sabe mais?

3ª DICA - E não se esqueça de pesquisar se dentro do seu nicho há assuntos inexplorados. Se houver esse devera ser o assunto inicial que seu blog deve abordar por se tornar mais fácil semear ele como referencia na blogosfera, além de atingir talvez os leitores de todo seu nicho por oferecer algo novo dentro do seu nicho.

Análise da concorrência – Posicionando-se

Como exemplo de concorrência pode ter blogs de empresas do mesmo nicho, e esses são nossos concorrentes diretos. Ainda existem nossos concorrentes indiretos que são aqueles que abordam assuntos ligados ao nosso mercado, mas de uma maneira mais generalizada, esses serão nossos concorrentes diretos num futuro. Quando o blog evoluir ao ponto de abordar todos os assuntos ligados ao nosso mercado, chegara o momento de ampliarmos nosso horizonte, e quando esse momento chegar teremos duas opções que são mais utilizadas por blogueiros profissionais:

- Desenvolver uma rede de blogues, ou;
- Encontrar outros editores para nosso blog seja através de contrato ou parceria.

A análise dos nossos concorrentes vai desde monitoramento utilizando ferramentas como **Google Alerta** até ferramentas para análise de **meta tags** com serviços como **SEO Centro**. Ainda podemos utilizar o próprio mecanismo de busca do Google para analisar quantidade de paginas internas do blog (opção “site: exemplo. blog.com”). Ficaria inviável verificarmos as meta tags do nosso concorrente sempre que ele postar um artigo com boa indexação pelos mecanismos de buscas, então utilizamos o analisador de meta tags do SEO Centro assim não teremos a necessidade de abrir o código fonte do post e realizar uma análise que talvez não nos mostre outras informações que são úteis na nossa estratégia perante a concorrência como densidade de palavras-chave! Ainda podemos verificar o pagerank do blog concorrente e com isso podemos verificar se é viável desenvolvermos uma estratégia de **seeding** para nosso blog dentro dos comentários do concorrente!

1ª DICA – Organize todos os dados em tabelas e com datas para comparações futuras, assim você poderá medir avanços perante a concorrência e ter a certeza que suas estratégias estão de fato tendo resultados. Nem sempre bom

posicionamento em mecanismo de busca significa resultados melhores que estratégias focadas em seeding, por que hoje a maioria dos blogs utiliza “no-follow” em links de comentários. O seeding nesses casos ira trazer muitos leitores ao blog mas não surtira efeito diretamente nos mecanismos de buscas.

2ª DICA – Assine sempre que possível os feeds da concorrência assim você ficara por dentro de todas as novidades que ele posta no blog e mesmo que o post dele não tenha bom posicionamento em mecanismos de busca você pode verificar qual o posicionamento dos restantes dos blogs concorrentes e verificar que nesse assunto a concorrência ainda não tem presença dentro do nicho e assim melhorar as estratégias utilizadas pelo concorrente e se tornar referencia no assunto!

3ª DICA – Eu utilizo uma técnica que chamo de “Rato atrás do queijo” que consiste em seguir o concorrente até sites e serviços que podem nos trazer resultados mais diretos dentro do nosso nicho, e que podemos utilizar de maneira que nos economize com tentativas em busca de bons resultados, podemos fazer a mesma análise para o concorrente nos sites, blogs e serviços que nosso concorrente utiliza para semear presença e identificarmos quais são as mais econômicas e que trazem melhores resultados e assim investirmos nesses locais. Isso nos poupa enorme tempo e um possível gasto em consultoria especializada em publicidade para nosso blog.

Benchmarking

Benchmarking é a análise da concorrência para identificarmos o que podemos tirar de útil e agregar a nossa estratégia e implementar em nosso blog. Isso vai desde conceitos implementados de usabilidade até estrutura de menus. Para fazermos uma análise de benchmarking devemos focar na análise visual e como o blog reage à navegação do usuário. Devemos explorar ao máximo a navegação dos concorrentes, assim sentiremos o que é ou não útil ao nosso blog, aquilo que ira agregar valor.

“Devemos tomar cuidado para não entulharmos nosso blog de funcionalidades e serviços por que assim podemos dificultar a navegação dos leitores”. O blog deve focar em usabilidade, nem sempre uma alta tecnologia esta atrelada a uma complexidade de navegação, veja o Google que possui uma enorme engine de indexação altamente complexa que esta em constante evolução e extremamente focada em usabilidade com foco numa barra para digitação do assunto que desejamos visualizar conteúdo relevante.

Não podemos esquecer de darmos atenção especial as fraquezas do nosso concorrente, assim podemos oferecer aos leitores a melhoria dessas fraquezas, salientando em nosso blog o diferencial perante do mesmo serviço ou aplicação da concorrência. Um exemplo bem comum é identificarmos a falta de feeds para comentários em muitos blogs e nesse ponto podemos oferecer aos leitores isso como diferencial, *“Aqui você acompanha a voz, daqueles*

como você, que constroem esse conteúdo!” isso com certeza chamaria a atenção de qualquer usuário que comente em seu blog e aumentaria muito a taxa de inscrição no feed de comentários. Outro exemplo que identificamos muito em blogs é a falta de destaque do mecanismo de busca interno do blog, podemos salientar o campo de busca com uma cor clara e com um contorno que contraste com a barra e no texto do botão colocar algo como “Não fique perdido... encontre aqui” é grande, mas com certeza é pensado para o usuário e essa simples mudança no texto e na apresentação da barra aumentara e muito a navegação do usuário.

Todas essas pequenas mudanças baseadas nas fraquezas e forças dos nossos concorrentes no final transformarão nosso blog numa interface focada em usabilidade e com isso agregaremos valor ao blog e como decorrência disso irá fidelizar nossos leitores. É natural do leitor que ele retorne a um blog que tire suas dúvidas com facilidade e não num blog onde o leitor muitas vezes tem que enviar um e-mail ao editor para no fim o editor responder com um link apontando para um artigo anteriormente postado!

Efeito Borboleta

Pra quem ainda não ouviu falar em “Efeito Borboleta” lá vai uma breve explicação para pegar o fio da meada do artigo: Efeito Borboleta é um exemplo exposto na matemática que tem como base a Teoria do Caos. Essa teoria nos mostra que pequenas variações no rumo de um acontecimento em longo prazo progridem para grandes acontecimentos. A teoria do caos diz que se uma borboleta bater asas aqui na rua onde moro esse bater de asas vai ocasionar um tornado no Japão!

Agora vem essa teoria aplicada a nossa realidade: Hoje em blog marketing o cuidado com a imagem da empresa tem que ser redobrado, por que a blogosfera propaga uma ação de uma maneira desenfreada, e se essa ação for mal planejada em longo prazo pode se tornar numa grande catástrofe! O ponto que pode causar esse estrago em longo prazo é a proposta que o blog oferece aos usuários. A proposta real deve ser a criação de uma cultura em torno da empresa mantida e modificada por clientes, funcionários, e todos os usuários que a web direciona ao blog! Tem que se ter em mente que um blog torna a democracia dos usuários extremamente transparente e tendo isso em vista compartilhamento de conteúdo deve seguir outra linha de estratégia! Ele nunca deve ser afirmativo por que senão cai num redemoinho de comentários negativos, o mais correto é abrir e fechar o post chamando os usuários à colaboração, a continuidade do conceito, do post, do produto exposto!

Blog marketing é um universo extremamente dinâmico por que ele segue tendências e assimila a evolução da web como um todo sem contar que estamos num momento onde o compartilhamento de conteúdo por feeds esta cada vez maior, então o cuidado é maior, imaginem a situação... O usuário recebe via feed um post no seu e-mail acha ele uma afronta e decidi reenviar

esse post para todos os seus contatos com um comentário negativo! Pensou na situação?! É bem pior que um comentário negativo dentro do blog! Você não vai conseguir se retificar desses comentários! Pense nisso!

Os blogs se tornaram a voz da web! E voz é expressão... A blogosfera é uma cultura dinâmica na velocidade da web. A sociedade global como um todo tende a migrar suas ações de cidadania para a internet e encontraram nos blogs o canal de compartilhamento de opiniões, idéias e ideais. Todas as culturas que absorverem a web e a blogosfera como elo com o mundo sofreram uma evolução acelerada dos seus conceitos. No mundo corporativo os blogs podem se tornar a roupagem humana da empresa e levar a sociedade a aceitá-la de uma maneira humana e, portanto companheira... A troca e compartilhamento de conceitos, idéias e ideais proporcional a empresa um feedback real e não aquele baseado em questionários que tende a proporcionar um feedback baseado na intenção e não na opinião!

Os blogs estão evoluindo em suas estruturas, e hoje existe um universo de aplicações desenvolvidas e em desenvolvimento que o tornam um sistema de gerenciamento de conteúdo completo. Sistemas como o WordPress deixam um leque de otimizações enorme, sua estrutura aberta feita em PHP abri possibilidades aos desenvolvedores adaptarem o blog as reais necessidades da empresa, para alguns um visual minimalista é o indicado e para outros um blog com aplicações complexas é o indicado. Os blogs são isso... Como eu disse... “Nossa expressão”!

Tudo dentro do blog afeta em longo prazo os acontecimentos. Um erro gramatical cria uma imagem negativa com determinado usuário, para outros não, para alguns, siglas como “vc” é uma afronta à gramática para outros é legal. Isso varia muito do público que o blog tem como objetivo atingir tanto um quanto o outro pode ser catastrófico em longo prazo, por que linguagem é expressão e como o blog tem a tendência e se tornar um canal entre cliente e empresa a linguagem do cliente é que deve ser interpretada e não a linguagem técnica da empresa para o cliente! Se assim não ocorrer perde a transparência e isso em longo prazo se transforma num boca a boca de que o blog da empresa é apenas mais um ramo de determinado setor, e isso é o fim para qualquer profissional que atua com mídias sociais.

Também temos que pensar no efeito inverso aquele do lado do tornado, e ver que se plantarmos uma pequena ação num outro hemisfério da blogosfera essa pequena ação pode chegar até nosso blog com um trafego exorbitante. O Efeito borboleta é um acontecimento que foge da nossa visão, apenas nos resta plantarmos ações positivas e bem planejadas, sempre pensadas no futuro, assim terá a chance de colher frutos e não tempestades!

5 Dicas para aumentar o numero de leitores em 300% (ou mais)

1. Entreviste outros blogueiros:

Você deve começar por passar algum tempo estabelecendo um dialogo com os leitores nos comentários do blog. Em seguida você envia uma mensagem por e-mail onde você diz: "Eu só queria dizer que eu leio seu blog todos os dias e acho que você está fazendo um ótimo trabalho." Quando o blogueiro responder com um agradecimento como "Obrigado. Fico grato por seu feedback positivo", você deverá enviar uma segunda mensagem que diz: "Oi estou indo para o seu blog para expandir minha rede de contatos trocando comentários com seus leitores e gostaria de saber se você não esta interessado em participar de uma entrevista?". Com isso você esta com meio caminho andado. Agora basta fazer a entrevista e colher os frutos de um networking de qualidade.

2. Oferecer aos leitores do blog a chance de postarem artigos:

Nem sempre temos condições de manter as atualizações em dia por muitos motivos particulares de âmbito burocrático, como pagar contas, fazer compras, por lazer, ir ao cinema, numa pizzeria, etc. Você poderia tirar uma semana de folga. Nesse momento você pode oferecer a oportunidade aos dois ou três melhores comentaristas do seu blog para postarem artigos nessa semana de folga. Com certeza eles irão aceitar, por motivos de reconhecimento dos seus conhecimentos, por se tornarem editores oficiais do blog mesmo que seja por um curto período, ou quem sabe dependendo dos resultados você até possa oferecer uma parceria para o melhor dos três e aos restantes a chance de postar um artigo mês no blog. Não se esqueça de noticiar isso no blog e em outros locais de maior direcionamento de trafego para seu blog, assim aumenta as chances de muitos usuários retornarem para ler um novo conteúdo com outra linguagem.

3. Participe de eventos: Colabore

Muitas vezes não temos tempo nem dinheiro para expandir os meios de divulgação do blog. Estamos atolados em gestão de conteúdo, comentários, manutenção de servidores, atualizações de plugins, gestão de e-mails, campanhas de publicidade, e toda uma gama de atividades, então eventos são situações vantajosas para divulgar o blog de uma maneira segmentada para um publico especial que tem real interesse no seu conteúdo. E geralmente os eventos têm duração de um dia não passando de três e isso num primeiro momento toma menos tempo de você do que a gestão e execução de uma nova estratégia que pode durar semanas ou meses para obter retorno. As pessoas que freqüentam a maioria dos eventos ligados ao seu nicho geralmente são influenciadores e formadores de opinião, pense que colaborar com os eventos como apoiador, patrocinador, ou como um canal de divulgação externa cobrindo o evento pelos meios possíveis e ao seu alcance pode ser

uma solução, você pode convidar seus melhores comentaristas a participar de uma equipe que cubra o evento, postando releases de palestras e painéis para seu blog, além de fotos para o Flickr, e ainda entrevistando participantes do evento e distribuindo o conteúdo através de podcasts e videocasts. Você pode encontrar alguém que já comenta em seu blog para twittar o evento. Para sua equipe pague as entradas, uma equipe com quatro pessoas podem realizar toda essa tarefa e no fim sai por um preço pequeno.

4. Incentivar sugestão de artigos:

Incentive os leitores a sugerir assuntos para artigos com perguntas, enquetes. Incentive os leitores a comentarem nos artigos e deixe claro que os comentários correm uma grande chance de se tornarem artigos com isso aumentam o estímulo para que novos comentários surjam ou que diálogos se prolonguem. Uma dica que deixo é que dependendo do volume de comentários seja necessário nomear alguns leitores assíduos a se tornarem moderadores do blog, de preferência aqueles que têm mais molejo nas respostas e comentários.

5. Torne-se um Listener:

Dedique de uma a duas horas por dia para visitar outros blogs e fóruns do seu nicho. Tenha paciência, procure artigos interessantes, veja como os leitores reagem a esse artigo e então passe a participar sem que você entre em confronto com os demais leitores. Não inicie o seu sua participação como Listener logo no início. Ofereça algo de útil nos seus comentários, acrescente ao artigo, e só após receber respostas do autor do artigo e de alguns leitores que você deve oferecer uma pequena lista de outros artigos que agregariam valor a o artigo em questão e entre essas dicas coloque uns dois links para posts do seu blog.

5 maneiras de construir seu blog por sua própria conta e risco

Aqui estão mais cinco idéias de títulos para você chamar a atenção do leitor. São idéias de títulos que você deve utilizar por conta e risco sua, por que são idéias que tocam em aspectos geralmente íntimas dos leitores.

1. Aviso: ...

Iniciando um título com a palavra “aviso” irá quase sempre chamar a atenção, mas é o que você diz em seguida que vai determinar o quão bom é título para seu conteúdo.

* Aviso: dois em cada três pessoas na sua Indústria estarão sem trabalho em 5 anos, você vai ser um deles?

* Aviso: Você reconhece estes 7 Sinais de Alerta Precoce insônia?

2. Como ... me fez ...

Utilize esta estrutura de título para transmitir que é algo pessoal seu que está sendo exposto. A chave para a utilização mais eficaz deste modelo é que os dois espaços dão uma ênfase dramática a título, de modo que o fator curiosidade aumenta e as pessoas se sentem compelidas a ler mais.

- * Como um "Caramujo" fez-me refletir a vida
- * Como uma idéia simples me fez ganhar 1000 leitores
- * Como mudei para Melhor minha vida sexual

3. Você é ...?

Essa idéia de título chama a atenção com curiosidade e desafia o leitor. Não tenha medo de ser criativo.

- * Você tem vergonha da risada da sua mãe?
- * Você está pronto para aprender chinês para o seu próximo trabalho?
- * Você é um ProBlogger corajoso?

4. Maneiras de ...

Uma das melhores idéias para títulos é em forma de lista, porque é realmente um título "como fazer" reforçado pela especificidade que quer impressionar o potencial leitor com certa quantidade de dicas.

- * 101 Maneiras para lidar com o estresse
- * 21 Dicas para levar uma vida melhor com menos
- * 5 Dicas para escrever um título de sucesso

5. Se você estiver ... pode ...

Outra grande idéia para utilizar em títulos é abordar um determinado público específico com o primeiro espaço especificando a característica, e o benefício no segundo espaço em branco.

- * Se você é um não fumante, você pode economizar 33% no Seguro de vida.
- * Se Você é um atleta, faça parte do nosso super plano de viagens
- * Se você adora Samba, você pode dançar esta semana no Bar do Thiago!

5 maneiras simples para abrir um Post

Qual é a parte mais importante da postagem do blog depois do título?

Imagine como você ficaria decepcionado após elaborar um título que prende-se a atenção do usuário para leitura do post, mas que não prende-se a atenção do usuário até o final do post por ter uma introdução ao artigo pouco interessante?! Um grande título misturado com uma abertura de artigo fora de contexto é como convidar alguém para sua casa, só para bater com a porta na cara.

Então, aqui estão 5 maneiras para abrir o seu post que irá captar a imaginação do leitor e puxar-lhes mais em seu conteúdo.

1. Faça uma pergunta

Abrindo o seu post com uma pergunta retórica é um dispositivo (por conseguinte, a "pergunta retórica") que estimula curiosidade e faz o leitor pensar. Fazendo com que ele entre em sintonia com seu conteúdo e assim continue a leitura.

2. Compartilhar pequenas histórias ou Citações

Compartilhe histórias rápidas que podem fazer as pessoas rirem ou imediatamente estabelecer os principais pontos de sua postagem. Uma citação de um agradável e reconhecida autoridade ou pessoa famosa também pode fazer maravilhas quando explorada com atenção nos primeiros segundos de leitura.

3. Estimular a visualização de imagens mentais

Produzir uma imagem mental no pensamento de um leitor é uma das mais poderosas estratégias que você pode sempre fazer como um escritor. Ativar a visualização do pensamento do leitor, usando palavras como "Imagine", "essa imagem", "Você se lembra de quando", etc.

4. Utilize uma analogia ou metáfora

Analogias e metáforas são alguns dos mais poderosos dispositivos disponíveis quando se trata de contar uma história em uma única frase. Esta é uma ótima maneira de capturar a atenção de um leitor e também atua para provocar imagens mentais que permitem aos leitores contar uma história para si.

5. Citar estatísticas chocantes

Iniciando um post com um interessante fato é também uma grande técnica. As pessoas adoram saber de estatísticas e fatos com dados interessantes, mas apenas se for ímpar, surpreendentes, ou mesmo chocante. A estatística

também deve ser diretamente relevante para o ponto de sua postagem também.

Bônus Dica: A terceira parte mais importante do seu blog é o encerramento. Uma ótima maneira para fechar a o artigo é voltar a abordar o artigo lembrando o início.

7 Dicas de Posts em forma de lista que trabalharão por você

Qualquer título que enumera uma série de dicas, razões, segredos, tipos, formas vão trabalhar por você, porque, mais uma vez, faz uma promessa de que aquele conteúdo traga algo útil para o leitor. E com isso você terá um bom feedback dos leitores por eles comprovarem a utilidade do conteúdo.

Além disso, esse tipo de conteúdo vai construir sua imagem como especialista em determinado assunto. Se você estiver blogando sobre negocio essa dica é fundamental uma vez que todos gostam de informações que tragam algum beneficio financeiro, seja poupando ou investindo em algo com retorno comprovado, seja dividindo sua experiência profissional na área.

Com isso em mente, vamos dar uma olhada rápida em sete clássicas "listas" de títulos que você pode remixar em seu blog quando você estiver executando uma estratégia para atrair mais leitores (e talvez até obter um pouco de Link Love).

1. Você reconhece o 7 Sinais de Alerta Precoce de pressão arterial elevada?

Use esse tipo de título para demonstrar sua experiência em determinado negocio assunto ou nicho. As pessoas gostam de ficar preparadas para potenciais problemas que podem passar em determinado momento da sua vida.

2. 10 maneiras de superar o Alto Custo de Vida

Esse título é clássico e só ira fracassar se você não tiver concretizado o que esta propondo. Concentrem-se em escrever dicas que sejam diferentes das mais populares, assim as pessoas irão perceber que você tem algo útil a agregar na vida delas, e não se esqueça de dar exemplos assim os leitores irão ter a certeza que você superou obstáculos e conseguiu de fato tirar valiosas lições e que esta dividindo isso com eles, e geralmente quando utilizamos uma linguagem com exemplo de vida nos demonstramos que temos uma boa fluência em passar a mensagem.

3. 5 dicas para encontrar as respostas para as suas duvidas

Isto demonstra simpatia com seus leitores, demonstrando que você sabe dos problemas que eles trazem, e com base nisso você pode criar conteúdo que demonstre a solução dos seus problemas.

4. Existem 6 tipos de investidores – Em qual você se encaixa?

Assim você faz com que os leitores se auto-identifiquem e com isso comentem suas experiências. Tente nomear os tipos com maior probabilidade que os leitores possam se encaixar.

5. Como fazer seus filhos a terem uma boa alimentação - Siga essas 3 dicas

Um "como fazer" com esse objetivo quase não é justo com os leitores por que esse é um problema que a maioria dos pais pode passar num processo de educação de seus filhos. Note que a palavra "essas", seguida pelo número de dicas é uma poderosa estratégia para prender a atenção dos leitores.

6. Ebook gratuito com as 12 maiores lições praticadas pelos editores do AntiSocial

Utilize este estilo de título e conteúdo para um ebook gratuito com uma relação de algum conhecimento praticado no seu dia a dia que tem forte influencia no seu sucesso. Com uma estratégia como essa de livre distribuição você estará promovendo o blog, seu nome e com isso atraindo muitos leitores.

7. 76 motivos pelos quais teria pagado a você por ter respondido as nossas pesquisas há alguns meses atrás

Esse título tem impacta os leitores de imediato. O número de razões apontadas é tão grande que é quase absurdo. Por chamar a benefícios de participação a anúncios e pesquisas anteriores faz com que os leitores passem a freqüentar o blog com mais freqüência alguns até mesmo fazendo isso sem o blog nem ter ainda postado um artigo atualizado. Esse título se encaixa quase que num meme, por que fica guardado no pensamento do leitor e faz com que ele tome a iniciativa de freqüentar mais vezes o blog pelo pensamento que o titulo desencadeia nele.

7 Modelos de posts que fazem sucesso

7 modelos de posts que fazem sucesso e que não são "como fazer" e "lista" de dicas.

1. Siga-me [por um curto período de tempo] e eu vou te dar [...].

Este título promete uma forte vantagem para o leitor. Ele é especial e eficaz porque promete ao leitor sucesso, em um tempo muito curto.

* Dê-me cinco dias - e eu vou dar-lhe o segredo de aprendizagem qualquer assunto!

* Dê-me três minutos por dia - e eu vou melhorar sua aparência.

* Dê-me 3 minutos e eu vou lhe transformar em um blogueiro melhor.

2. Se você não [...] Agora, você se arrependera depois.

Nós adoramos participar de algo, mas nos sentimos excluídos se não conseguimos participar. Pode ser uma oportunidade financeira ou o evento social do ano, nós simplesmente odiamos e nos arrependemos mais tarde por não ter participado.

* Se você está fora do mercado agora, você se arrependera depois.

* Se você não estiver no evento Blog AntiSocial, você se arrependera depois.

* Se você não editar seu Htaccess agora, o Google vai te recusar mais tarde.

3. O [criador/alguém bem sucedido] ensina como [...].

Esse título sempre funciona bem, como o tempo das pessoas é escasso, e ninguém gosta de pensar em si como preguiçoso, então dicas que ensinam algo para economizar tempo e dinheiro ou até mesmo aprender algo que facilite o dia a dia sempre ganha a atenção de muitos leitores.

* O homem mais rico do mundo ensina como chegar ao primeiro milhão.

* O criador da pizza sabor Portuguesa ensina como comer uma pizza na mesa.

* O blogueiro Julian Master ensina como escreve títulos de sucesso.

4. Você reconhece o [número] sinais de aviso prévio [em branco]?

Tecnicamente esta dica ainda é uma lista, mas é apresentado em uma estrutura muito mais atraente do que o seu típico "Top 10". As pessoas querem evitar problemas, e este título promete as dicas para prever problemas antes que seja tarde demais.

* Você reconhece os 7 sinais de alerta precoce de pressão arterial elevada?

* Você reconhece os 7 sinais de alerta precoce de uma possível demissão em massa?

* Você reconhece o 7 sinais de alerta precoce do câncer de próstata?

5. Veja como é fácil [desejável resultado].

- * Veja como é fácil aprender a dançar esse novo estilo.
- * Veja como é fácil aumentar a performance de um processador Dual Core.
- * Veja como é fácil aumentar o tráfego de visitas com vídeos.

6. Você não tem que ser [algo desafiador] seja [resultado desejado].

As pessoas quase sempre têm noções preconcebidas sobre as coisas, e isto pode ser um obstáculo para agir. Remover a barreira que está entre eles e o resultado desejado com o título, assim elas vão ler o que você te a dizer.

- * Você não precisa ser rico para se aposentar com um rendimento garantido.
- * Você não tem que ser um Geek para ganhar dinheiro online.
- * Você não tem que ser um grande desenvolvedor para ter uma idéia brilhante que faça sucesso na web.

7. Você comete estes erros?

Este é sempre um título poderoso para prender a atenção dos leitores, uma vez que ninguém gosta de cometer erros. Se você tiver segmentado o seu conteúdo bem para sua audiência, auxiliando os leitores a evitar estes erros comuns este post com certeza terá grande sucesso.

- * Você comete estes erros em Inglês?
- * Você já viu estas codificações de erros em Ajax?
- * Você já cometeu estes erros em seu blog?

8 Passos para ser reconhecido como um Especialista

1. Seja você o especialista, não aponte outro profissional como especialista, apenas como parceiro. Nesse momento você é a solução não outro profissional. Isso diferencia o que você oferece, desde o início. Conheça os seus pontos fortes e jogue com eles.

2. Seja um especialista em alguma coisa. Encontrar um nicho que se adapta à suas habilidades. As pessoas gostam de "ir para a" um determinado blog por uma necessidade específica, tenha isso sempre em mente, construa o conteúdo sabendo disso. Depois de verificarem que seu conteúdo superiu as

necessidades deles eles podem voltar para ver o que mais seu blog tem para oferecer-lhes.

3. Escreva um conteúdo com detalhes, por que o leitor provavelmente estará tirando uma dúvida e tendo detalhes ele não fica perdido na resolução de um problema. Foque em qualidade, conteúdo relevante e adicione a sua postagem, análises, avaliações, sínteses, ou previsões.

4. Seja um especialista em seguir o rastro do seu nicho. Assine Newsletters e feeds e concentre-os em um agregador. Siga as urls mais votadas e mais recentes em serviços de social bookmarking. Leia as revistas e os blogs que falam sobre os temas que seu blog abranja.

5. Seja um perito especializado em pesquisas. Comece a utilizar serviços como o Google Alerts e serviços similares, assim você segue os termos ligados ao seu nicho dentro da web.

6. Seja um especialista em obter a palavra para fora. Conheça os outros peritos no seu nicho. Converse com eles. Visite e comente em seus blogs. Convide-os para uma entrevista.

7. Seja um perito em constante aprendizagem, mais em seu nicho. Saturar sozinho nas tendências, mas sem ser demasiado profundo demais para não tornar a abordagem tão complexa. Descubra o que os pesquisadores estão pensando de modo que você possa oferecer a seus leitores a mais alta qualidade de informação mais relevante e de análise.

8. Seja um especialista que se diverte. Nada é mais atraente do que um especialista que ama o que está fazendo. Compartilhe a alegria do seu nicho com as pessoas que vêm a seu blog. Eles querem saber mais sobre o que é que você faz.

8 Dicas de como tornar seu conteúdo atraente!

Faça postagens scaneáveis - Uma das lições que gostaria de aconselhar a todos os blogueiros, para fazerem com que os leitores fiquem mais tempo lendo seus posts - conteúdo scaneável é uma ótima estratégia para utilizar no seu blog.

Um estudo revelou que apenas 16% das pessoas lêem palavra por palavra quando elas estão on-line. Sendo assim mais da maioria dos leitores do seu blog podem nem se quer estar chegando ao segundo parágrafo!

Ao invés de ler palavra por palavra - os usuários da web scaneiam as páginas de informação - a procura de palavras-chave, frases e pistas visuais.

Aqui estão algumas dicas e técnicas que você pode usar para fazer com que seus leitores leiam seus artigos por mais tempo:

1. Listas - Esta dica não vai ser nenhuma surpresa para ProBloggers – Utilize listas destacando pontos importantes do post e lista com conteúdos em links para post com assuntos relacionados.

2. Formatação - Use negrito, maiúsculas, itálico, sublinhado, para destacar pontos importantes. Também não exagere nos destaques por que senão você corre o risco de frustrar seu leitor. Também pense em alterar o tamanho da fonte, cor e estilo para chamar a atenção dos leitores para pontos importantes do post.

3. Utilize subtítulos - para destacar tópicos importantes que se encontrarem no meio do post (você pode utilizar tags <h> por que em SEO elas aumentam sua pontuação em mecanismos de busca), as tags <h> são grandes para chamar a atenção dos olhos dos leitores para baixo da página e ajudar a encontrar as peças do seu artigo que lhes interessam mais.

4. Fotos – o uso inteligente de imagens em suas postagens pode garantir a atenção do leitor, enfatizar pontos e fazer com que os leitores olhem para baixo em sua postagem. Utilizar imagens no post dá um ar de profissionalismo ao blog - não há nada pior do que um longo bloco de texto em uma página.

5. Citações e Frases interessantes - caixas com aspas e pontos-chave podem igualmente chamar a atenção dos leitores.

6. Espaço – não sinta a necessidade de encher de texto cada espaço do blog – por que assim o usuário fica com os olhos sobrecarregados de texto e com isso tendem a focar sua atenção no centro do bloco de texto e assim desviar a atenção do restante do texto que talvez fosse importante.

7. Parágrafos Curtos - Os usuários tendem a se perder em grandes blocos de texto - quebrá-lo em pequenos parágrafos faz com a leitura não se torne cansativa fazendo com que o usuário permaneça mais tempo lendo o post.

8. Não esconda os pontos-chave - Faça com que os principais pontos sejam os mais claros possíveis. Uma técnica para fazer isso é colocar o ponto principal em todas as primeiras frases em vez de enterrá-lo na sua conclusão.

10 Dicas de títulos que atraem mais leitores

1. Quem Quer [...]?

Começando com um título "Quem Quer um..." é uma estratégia que implica num consenso já existente de um desejo.

- * Quem quer um template de sucesso para seu blog?
- * Quem quer fazer sucesso no trabalho?
- * Quem quer ter umas férias mais divertidas?

2. O Segredo de [em branco]

Este é um usado um pouco, mas isso é porque funciona. Compartilhar conhecimentos específicos e traduzi-lo em um benefício para o leitor.

- * O Segredo do sucesso de Podcasting
- * O Segredo de como proteger seus dados no Orkut
- * O Segredo de como criar um conteúdo de sucesso

3. Aqui está um método que está ajudando [...] a [...]

Basta identificar o seu público-alvo e os benefícios que você pode fornecer-lhes, e preencher os espaços em branco.

- * Aqui está um método que está ajudando a salvar centenas vendedores de seguros
- * Aqui está um método que ajuda as crianças a aprenderem a ler cedo
- * Aqui está um método que está ajudando blogueiros a escrever melhor os títulos de posts

4. Maneiras de [...]

- * Maneiras de obter sucesso através de um e-mail
- * Formas de Hack pouco conhecidos do Google
- * Formas pouco conhecidas para perder peso com rapidez e segurança

5. Livrem-se [...] de uma vez por todas

Uma fórmula clássica que identifica um doloroso problema ou quer explorar um desejo de que o leitor pretende resolver.

- * Se livre de seus hábitos de trabalho improdutivo de uma vez por todas
- * Se livre dos comentários indesejados de uma vez por todas
- * Se livre dos vírus de uma vez por todas

6. Eis uma forma rápida de [resolver um problema]

- * Eis uma forma rápida de conseguir links externos
- * Eis uma forma rápida de escrever um post de sucesso
- * Eis uma forma rápida de fazer um Backup de seu disco rígido

7. Agora você pode ter [algo desejável] [grande circunstância]

- * Agora você pode ser um especialista apenas comentando
- * Agora você pode conhecer lindas mulheres Online sem gastar um centavo
- * Agora você pode ter um pequeno blog e ganhar muito dinheiro

8. [Faça algo] como [exemplo de classe mundial]

- * Falem inglês como um diplomata
- * Como parte Paris Hilton
- * Jogue futebol como Ronaldinho Gaucho

9. Tenha uma [ou] Construa um [em branco] que você pode orgulhar-se. Recorra à vaidade, insatisfação, ou vergonha.

- * Tenha um corpo que você tenha orgulho
- * Tenha um Sorriso contagiante
- * Crie um rede de blogs onde você se orgulha

10. O que todos deveriam saber sobre [...]

- * O que todos deveriam saber sobre o Windows
- * O que todos deveriam saber sobre o lançamento do novo iMac
- * O que todos deveriam saber para escrever um título de sucesso

19 Estratégias para Encontrar Leitores

1. Leva tempo - Pode não ser o que você quer ouvir, mas a menos que você é um gênio, extremamente sortudos ou ter uma surpreendente idéia, é preciso tempo para construir uma rede de leitores. Portanto, tenha paciência.

2. Conteúdo Conteúdo Conteúdo - Tenha "bom" conteúdo que você estará fidelizando seus leitores. O que é bom conteúdo - começar a pensar em termos de utilidade e singularidade, assim você estará no caminho certo. Outras palavras que vêm à mente quando se trata de bom conteúdo é «novo», «variedades» e «bem escritos».

3. Link para outros - Talvez uma das principais características dos blogs é que eles estão ligados. A intrincada teia de ligações e relacionamentos foi uma das primeiras coisas que me atraiu para blogs e é parte da razão, tem propriedades que permitem real viral para difundir idéias tão rapidamente. Faça referências com links para outros blogs e você verá que muitos benefícios surgiram. Assim você começara a participar de outros círculos de comentários, assim você estará recebendo a atenção de outros editores e seus leitores irão apreciar se você está interessado em ajudá-los a encontrar um melhor conteúdo para agregar conhecimento a sua leitura.

Claro que você não deve sair linkando para qualquer blog que assim você acabara linkando para ninguém. Procure linkar para conteúdo de qualidade e relevante para seu nicho. Com o tempo outros começaram a linkar para seu blog e assim aos poucos o tráfego começara a fluir e aumentar. Como resultado seu blog ira subir no posicionamento nos mecanismos de busca, e conseqüentemente aumentara ainda mais o tráfego.

4. Receba Links de outros blogueiros - Eu já posso ouvir os comentários - "É mais fácil dizer do que fazer! Isto é verdade - mas se você é inteligente, genuíno, útil e educado, existem maneiras de aumentar as chances de obter links de outros. Então sempre responda com cortesia os comentários de outros blogueiros que comentarem algum post seu.

5. Participar de outros blogs com frequência, mas foque sempre no seu nicho – Muitos dos seus primeiros leitores viram dessa atitude, você percebera até que alguns editores irão retribuir acessando seu blog e comentando algum artigo seu. Quando você deixar um comentário deixe junto o endereço do seu blog. Não deixe apenas um oi ou um spam com apenas links e sem conteúdo no comentário. Você pode fazer um bom amigo nesse processo, e em longo prazo, irá aumentar o fluxo de informação adquirida para sua experiência e formar um networking de qualidade e ira com o tempo aumentar o interesse de outros editores do seu nicho para comentarem no seu blog.

6. Interagir com os leitores - Quando um leitor chega para você com um comentário, e-mail ou link do seu blog - interaja com eles. Para começar, é demonstre educação e cortesia, assim você aumenta a chance do leitor retornar ao blog por uma segunda vez. Lembre-se que seu objetivo é atrair leitores para seu conteúdo então sempre pense na satisfação sua do usuário estar participando e sempre demonstre isso quando possível.

7. Postar artigos em seu blog constantemente aumenta a chance de fidelização do leitor, por que assim ele sempre terá conteúdo relevante para ler

em seu blog. Se a frequência de postagem for muito longa o leitor aos poucos vai deixando de visitar seu blog e com isso seu tráfego irá diminuir e seu posicionamento em mecanismos de busca irá cair. Além é claro de você não ter conteúdo atualizado para receber novos links externos.

8. Adicione uma assinatura aos seus e-mails – Uma frase interessante que identifique seu blog junto com um link para seu blog. A maioria dos programas de email permite que você faça isso automaticamente através de uma assinatura padrão.

9. Promova seu feed RSS – As plataformas mais conhecidas já vêm com feeds RSS com links para que os usuários possam assinar, mas existem maneiras de aumentar sua lista de assinantes. A mais fácil delas é colocar o link para assinatura à vista de seus leitores, colocando o botão RSS em uma posição mais acessível. Há uma variedade de botões disponíveis que você pode disponibilizar aos leitores para ajudá-los a assinar o seu blog através dos agregadores de notícia com um clique que também poderia ser útil experimentar. Muitos tópicos atraem leitores que não tem o hábito de assinar feeds então seria interessante postar um artigo em seu blog ensinando como abrir uma conta em um agregador apontando os benefícios da assinatura de um feed RSS.

10. Adicione seu blog em portais, diretórios de blogs, serviços de anúncios gratuitos e motores de busca - Existem muitos lugares que você pode adicionar o seu blog para receber mais atenção. Na verdade, existem muitos e você provavelmente poderia gastar muito tempo enviando o seu blog para todos eles, faça isso aos poucos, mas não deixe de fazer.

11. Enquanto alguns blogueiros não pensam muito em SEO penso que vale muito aplicar alguns princípios básicos de SEO e mantê-los na como diferencial na estratégia de marketing do blog. Muitas pessoas procuram conteúdo especificamente por mecanismos de busca, são pessoas que ainda não estão acostumadas com a blogosfera é essas pessoas que o SEO vai atingir. Não fique obcecado por SEO, Por que é uma área muito grande e requer muito tempo e análise. Para dedicar-se ao seu você deve ter uma boa gestão do tempo e uma desenvolver habilidade em análise.

12. Participar em projetos de outros blogueiros - De vez em quando outros blogueiros irão convidar você para participar no projeto de um blog deles. Prontifique-se em ajudar e contribuir de alguma forma. Não faça isso apenas para conseguir um link para seu blog, mas sim para construir uma relação com outros blogueiros e seus leitores. Você não só irá fazer um amigo, mas ao longo do tempo você irá construir sua credibilidade com outros blogueiros. Depois de algum tempo desenvolva seus projetos e comece você a convidar outros blogueiros.

13. Participar em outros fóruns na web - blogs não são a única atividade vibrante online. Visitar outros fóruns de discussão e e-zines para explorar idéias semelhantes / hobbies / interesses a você e ao seu blog. Você irá

verificar que com o tempo haverá um aumento da quantidade de tráfego do seu blog que vem como resultado da suas contribuições para estes fóruns, muitos deles permitem que você adicione o seu link como uma assinatura às suas postagens. Não faça spam nestes fóruns – seja um verdadeiro contribuinte que acrescenta observações úteis e você encontrará muitas pessoas para seus outros projetos.

14. Explorar outros formatos de comunicação – Outra atividade importante é você enviar newsletter com informações exclusivas para seus assinantes.

15. Técnicas Off-line - Pense em como você pode promovê-lo off-line assim você conseguiu atrair novos leitores. Essas técnicas podem incluir colocando seu URL sobre cartões de visita, papel timbrado, por meio de comunicados de imprensa e diversos outros métodos. Estudem sobre QR Codes.

16. Faça virais - Uma das coisas sobre as doenças infecciosas que os torna tão mortal é que eles são muito fáceis de passar de uma pessoa para outra. Há uma série de coisas que você pode querer considerar fazer para ajudar a promover seu blog. Por exemplo, muitos blogueiros acrescentam automaticamente aos seus posts botões para adição do link do post para serviços como BlogBlogs, Dohitt, Rec6, etc. Outros acrescentar a oportunidade do leitor indicar o post a um amigo 'Envie esse artigo a um amigo'. Ainda é possível assinar os feeds dos comentários.

17. Anuncie – Existem muitos sistemas de publicidade como AdWords, Links patrocinados do UOL, HotWords, etc. Esses sistemas são muito interessantes por que atingem um público segmentado, então seu link será inserido em blogs e sites que contenham conteúdo relevante ao seu. Só tome cuidado para administrar bem seus custos, por que sistema como esses expõem seu link a uma quantidade enorme de usuários.

18. Link building - Este é um dos termos que se tornou bastante comum entre os blogueiros e hoje faz parte até mesmo das técnicas de SEO. Na sua essência link building "é algum tipo de comentário com um link comum texto ancora que usuários para o blog ou site.

19. Pegue todos os conselhos como um grão de sal - Seja você mesmo e divirta-se! - A web está repleta de conselhos como os acima - o que estou dizendo não é um milagre da ciência. A blogosfera é um mar e nesse mar existem muitas espécies e ambientes, então existem blogs, redes de blogs, redes de usuários das mais variadas personalidades e especialidades, então aplique essas dicas para diferenciar seu conteúdo e blog e procure inovar por que na blogosfera ser igual é ser AntiSocial.

Algumas coisas que você deve saber

1. Leva tempo para construir o tráfego - Tráfego não surge imediatamente. Você terá que promover seu blog e isso vai exigir muito de você. Se você é novo na blogosfera e pensa que em uma semana ou um mês você conseguirá um tráfego grande para o blog, então lhe digo que você está muito errado em ter uma postura assim. É preciso tempo, paciência e confiança para criar um público-alvo. Não pense em sentar e ficar esperando que o público apareça.

2. É muito mais trabalho do que você pensa – Mesmo você criando um blog pessoal isso irá exigir muito de você a não ser que você queira ter um blog para escrever para si. Você terá que mostrar a cara na blogosfera e promover seu blog de uma maneira que você demonstre conhecimento e experiência no seu nicho. Não é o suficiente para postar e esperar. Seu conteúdo tem que ser otimizado para mecanismos de busca. Você terá que visitar outros blogs e fóruns e promover seu blog sem fazer spam e sem ser desagradável.

3. Ganhar dinheiro leva tempo - Se você nunca fez isso antes e acha que o fluxo de dinheiro será imediatamente; você está sem percepção da realidade da blogosfera. Se não tiver tráfego, você não vai ganhar dinheiro. Mesmo se você tem alguns leitores, ainda assim vai demorar tempo até que esses leitores se tornem fonte de dinheiro.

4. Não refaça conteúdo antigo - Muitos blogueiros são bem-sucedidos com blogs sobre blogs ou blog de como fazer dinheiro online, mas não significa que todos os blogueiros são. Pesquise outros blogs do seu nicho e veja como você pode adicionar uma perspectiva original, em vez de refazer as mesmas ideias velhas.

5. Pense que as concorrências são valiosos membros da sua comunidade. Em vez de evitar, então, ajude-os. Link para seus blogs discuta o seu conteúdo e visite-os para comentar seus artigos. Com o tempo eles irão visitar seu blog e postar comentários e com isso aos poucos o tráfego de leitores deles irá ser direcionado para o seu.

Como Escrever um artigo "Como Fazer" de Sucesso?

Não é nenhum segredo que artigos que utilizam "como" são artigos muito procurados em mecanismos de busca e serviços de compartilhamento de conteúdo. As pessoas querem informação útil, e elas vão te recompensar por disponibilizar essa informação de maneira compartilhada e aberta.

Uma das maiores batalhas está em fazer com que os leitores leiam primeiro o seu "Como Fazer" do que o dos blogs concorrentes. E essa batalha está ganha ou perdida no título. Além do mais, escrever um artigo "como fazer" vai ajudar você a escrever ainda melhor, focando sua atenção na proposta do título.

Devido à movimentada vida louca que levamos que leva-nos a procurar dicas, truques e métodos para tornar as coisas melhores, mais fáceis e, em última instância mais feliz para nós mesmos. Concentrando-se em algo "melhor, mais fácil, e mais feliz" isso é a chave para que títulos "Como Fazer" transformam o conteúdo em sucesso.

Não é que as pessoas não são inteligentes o suficiente para compreender os benefícios da aprendizagem implícita em como fazer alguma coisa. É muito pelo contrário. Só que os benefícios estão em uma ação rápida poupando o tempo do leitor que por fim pode ser ler outro artigo do seu blog.

As pessoas empregam filtros agressivos quando varrem com os olhos os títulos de artigos e com isso você atrai mais leitores se informar no título os benefícios do artigo em vez de demonstrar isso internamente no artigo. E o conteúdo que prossegue o título, se tornam mais envolvente, aumentando a satisfação do leitor ao concluir o artigo.

Vamos dar uma olhada na estrutura de alguns famosos "como fazer", e ver se não podemos descobrir como adaptá-las às nossas situações e conteúdos.

- * Como poupar tempo e Ganhar...
- * Como obter um emprego melhor e ganhar mais dinheiro
- * Como poupar dinheiro e se aposentar fazendo...
- * Como Obter um... Isso poupa-lhe dinheiro

Deixando de fora o "Para"

Quer aumentar o fator de curiosidade do título? Comece com "Como", mas deixe de fora o "a". Você ainda pode deixar uma promessa para o seu leitor, que será cumprida no conteúdo, com isso aumenta a curiosidade do leitor e os seus resultados, talvez ainda melhor.

Vamos analisar estes famosos títulos:

- * Como eu posso Melhorar Minha Memória em uma noite
- * Como eu fiz uma fortuna com uma "Simples Idéia"
- * Como um novo tipo de... Aumentou meu desempenho em 30 Minutos

Esses títulos são bastante interessantes, certo? Do mesmo modo, digamos que você é uma brilhante ProBloggrt que acaba de resolver um problema que afeta milhões de usuários da blogosfera, e você está destinado a viver no topo do BlogBlogs por uma semana.

Então você utiliza um "Como" e obtêm o sucesso merecido

* Como Fazer o WordPress gerar PageRank Sem que eu obtenha novos links externos!

Em Resumo

Quanto mais você focar os benefícios para o leitor em seu título, mais leitores você ira atrair. E, ao tocar nos benefícios, enquanto que o conteúdo é descrito, você terá mais leitores felizes e satisfeitos com a conclusão da leitura do artigo.

E então “como” decorrência você será favoritado no BlogBlogs :)

Como escrever uma página “Sobre” de sucesso?

Utilize uma imagem

Sei que parece estranho, mas se o blog é sobre você, ou um produto específico, por exemplo, o Nintendo Wii, colocar uma imagem pode ajudar você na criação da marca. Isso aumenta a credibilidade do blogueiro, por que ele expõe sua imagem, ou produto, e sendo assim se faz reconhecido e lembrado pelos leitores do blogue.

Propósito

Porque é que o blog existe? O que você espera fazer com o seu blog ou site? Este é o principal motivo da existência da pagina “Sobre”. Assim os leitores ficam com a certeza que o conteúdo do blog não esta sem rumo, sem direção, não focado. Uma boa dica é fazer referencia a pagina “Sobre” em alguns posts que demonstrem suas habilidades em determinado assunto.

Poder

Suas declarações devem ser ousadas e interessantes. Sua página “Sobre” é chave no marketing do seu blog, então dê o devido tempo e respeito que ela merece. Esta é a página que as pessoas irão ler, a fim de descobrir mais sobre você. Talvez você pudesse ganhar um emprego. Talvez você pudesse perder o emprego. Você nunca sabe quem está lendo sobre sua página, por isso é melhor você dar muita atenção a ela.

Personalidade

Passe alguma experiência dentro do seu nicho, e diga o quanto ela modificou você como pessoa. Demonstre sua personalidade de maneira agregada a suas habilidades e experiências.

Promoção

Sua página “Sobre” é um ótimo lugar para você demonstrar quais as suas habilidades e características para criar conteúdo. Quais outros blogs e sites que esteja ou tenha trabalhado. Com isso você demonstra experiência e casos bem sucedidos dentro do seu nicho, assim os leitores começam a ter mais confiança no que você diz a eles em seus posts.

Convertendo seus visitantes em leitores regulares

Criar Conversação

Uma das primeiras coisas que você pode fazer com qualquer leitor novo que pode ter algum interesse no conteúdo do seu post e estimule-o a comentar, ao diálogo, seja por e-mail, seja comentando no blog dele, e chamando a atenção nesse comentário para que ele volte a participar dos comentários do seu blog. Você pode acabar alguns posts com perguntas ou enviar um comentário ao seu próprio post sugerindo aos leitores que comentem postando dúvidas, opiniões, etc.

Construa antecipação

Uma maneira de criar antecipação é criar posts em forma de etapas, dividir o conteúdo em vários posts, assim os leitores tendem a retornar ao blog para verificarem se a continuação daquele post já está disponível. Outra dica é linkar dentro do conteúdo do post outros posts que tenham ligação com o conteúdo que você está passando, assim aumenta a interação do usuário com o blog, e ele acaba verificando que o blog possui mais conteúdo relevante a dúvida ou interesse dele e passa a tratar seu blog como um lugar especializado naquele assunto.

Fortaleça relações

Para fortalecer relações você terá que ultrapassar simples conversas. Leva tempo para construir relacionamentos reais e dependendo do nicho pode demorar muitos meses. Mas com o tempo surgem algumas surpreendentes colaborações e parcerias. Você deve criar um espaço onde os leitores podem criar tópicos e interagir uns com os outros. Com o tempo eles irão perceber que seu blog se torna um canal de comunicação onde além de ter conteúdo relevante também é um lugar para adquirir e manter amizades e com isso você aumentará e fidelizará seus leitores. Com uma estratégia como essa você perceberá que com o tempo surgiram evangelizadores do seu blog e isso lhe poupará muito dinheiro em divulgação, claro que com o tempo você deve distribuir alguns brindes, entradas para o cinema para seus evangelizadores, afinal de contas, eles são sua voz, tratar bem suas cordas vocais é garantir que sua voz será escutada por muitos.

Crie uma comunidade no Orkut, um grupo no Yahoo, nomeie alguns leitores que comentam com certa frequência no seu blog para serem moderadores.

Instale um fórum no servidor, existem muitas possibilidades, e com certeza uma se encaixa no perfil do seu blog.

Gerar Mistério e intriga

Essa dica é muito boa por que faz com que os leitores queiram participar da história, querem adivinhar o final. Existem bons exemplos como: O que será da televisão com a chegada da banda larga 3g nos celulares? Será que as pessoas ficaram o pouco tempo que restou quando não estão na frente dos computadores navegando pelo celular? Ou irão continuar vendo televisão? - Esse tipo de chamada causa intriga, e estimula a participação dos leitores, utilize alguns títulos assim para prender a atenção do leitor num primeiro momento. Procure ter um post com um título semelhante a esse nos artigos relacionados a todos os temas que o blog aborda e deixe-o sempre a vista do leitor.

Envolver outros

Convide um leitor assíduo a escrever um post para o blog. Convide outros blogueiros a participarem escrevendo um post também. Você também pode entrar em contato com outros profissionais da área pedindo que lhe passem dicas e que lhe dêem autorização para você comentá-las no blog citando os nomes deles.

Por que você deve sempre escrever primeiro o título?

Comece com o título em primeiro lugar.

Você obviamente terá uma idéia básica para o assunto do seu blog. Em seguida, basta tornar essa idéia básica em um título de sucesso antes de você escrever uma única palavra do conteúdo.

Por quê?

Seu título é uma promessa aos futuros leitores. A sua missão é a de comunicar claramente o benefício que você vai entregar para o leitor em troca de seu valioso tempo.

Criar o conteúdo em torno dessa forma tem a vantagem de obrigar você a cumprir com a promessa do título, que, em última instância, contribui para manter o seu conteúdo limpo e bem-estruturado.

Feeds

Hoje com a web 2.0 o conteúdo surge em quantidades gigantescas num piscar de olhos. Os usuários não ficam mais dependentes de meios de comunicação convencionais para obter informação relevante, a colaboração deu conta de

criar uma nova cultura na web, “compartilhamento” é a palavra chave hoje da nossa web atual. Na web 2.0 se parte da premissa que tudo é compartilhado e as opções de privacidade hoje são disponibilizadas como opção, o caminho da informação inverteu-se e com isso uma onda de serviços e aplicações para surgiram para explorar essa nova maneira de interagir com a internet.

Antes nós tínhamos uma lista de sites e blogs favoritos que achávamos interessante, todos os dias visitávamos um a um na procura de atualizações de conteúdo e isso demandava tempo, que muitas vezes poderia estar sendo utilizado em outras atividades. Esse sistema nos prendia aos sites e blogs, nos obrigando a agir baseado em suposições, era meio que um contra-senso nós num momento tão evoluído em termos tecnológicos utilizar o invento que mais evolui num espaço curto de tempo nos baseando em suposições! Então surgiu o RSS, o Atom... Os Feeds... Os agregadores e puseram fim na nossa perda de tempo.

Os feeds são links que apontam para algum blog ou site. Esse link faz uma leitura no blog procurando por alguma atualização no conteúdo e caso encontre alguma nos mostra essa atualização. Mas ainda assim demandaria tempo e foi por isso que junto aos feeds surgiram os agregadores, são serviços que agrega num único local todos os nossos feeds, é esse agregador que faz a leitura em todos os nossos feeds procurando por atualizações e quando alguma atualização é encontrada nos mostra o conteúdo dentro do próprio agregador nos poupando um tempo enorme. Uma das vantagens dos agregadores é que eles nos mostram somente o conteúdo não carregando a estrutura do template do blog ou site, tornando a navegação muito mais rápida e objetiva!

Ter um feed para um blog ou site é muito fácil, basta escolher um serviço que “queime” um feed. Queimar um feed é o ato de gerar um feed (link) através de um endereço de um blog ou site. O único requisito para que os serviços consigam queimar um feed é que o site ou blog contenha na sua estrutura a tecnologia RSS ou Atom, que são tecnologias baseadas em XML. Implantar o RSS ou Atom é muito simples, a estrutura não é complexa e fácil de implementar, quando o serviço que queima o feed lê o link ele faz um acesso no blog ou site procurando por essa tecnologia, caso encontre ela implementada ele gera o feed e disponibiliza para você, feito isso você pode disponibilizar o feed aos seu leitores.

Existem muitos agregadores na web, como BlogLines, Google Reader, MyYahoo! E muitos outros populares. Eu utilizo o Google Reader, ele é bem simples de utilizar, bem rápido na leitura dos feeds. Utilizo o FeedBurner para gerenciar meu feed, ele é super completo e me da uma quantidade enorme de opções de otimização do feed, eu não utilizo o AdSense mas ele agi em conjunto com o AdSense e me disponibiliza uma quantidade grande de dados para análise. O FeedBurner ainda disponibiliza uma caixa para inscrição por e-mail, assim posso disponibilizar para os leitores do blog uma caixa para que eles coloquem seu e-mail e assinem o feed mantendo-se atualizado sobre novidades no blog pelo seu cliente de e-mail!

(Utilizar imagens de estatísticas do FeedBurner)

Hoje a maioria dos serviços web 2.0 disponibilizam feeds aos usuários para que eles distribuam seus feeds de utilização do serviço para que seus amigos possam saber quando novas atualizações foram feitas por você naquele serviço, é o caso do FlickrR, Dohitt, Blogger, Wordpress, Linkk, Twitter e tantos outros serviços web 2.0 populares. Muitos blogs e sites utilizam esses serviços, mas não planejam a utilização e divulgação desses feeds para seus leitores e usuários, estão perdendo enorme tráfego e compartilhamento de conteúdo. Vejo muitas empresas e profissionais utilizando os serviços web 2.0, mas não vejo, eles explorando a divulgação desse conteúdo de forma inteligente, os feeds acabam sendo esquecidos.

67 Agregadores para você divulgar seu Feed

1. <http://twitterfeed.com/>
2. <http://www.2rss.com/>
3. http://www.begoodbe.com/rss_submit.html
4. <http://www.blogbunch.com/suggest/>
5. <http://www.blogdigger.com/add.jsp>
6. <http://www.blogdigger.com/add.jsp>
7. <http://blogpulse.com/submit.html>
8. <http://blogstreet.com/>
9. http://www.bloogz.com/man_en/add_your_url.php
10. <http://chordata.info/suggest.php>
11. <http://www.daypop.com/info/submit.htm>
12. <http://www.daytimenews.com/submit-rss-feed.aspx>
13. <http://www.feedooyoo.com/ref.htm>
14. <http://www.feed-directory.com/addfeed/>
15. <http://www.feed24.com/?c=add>
16. <http://www.feedbase.net/Add.php>
17. <http://www.feedbomb.com/>
18. <http://www.feedboy.com/addfeed.html?catid=>
19. <http://www.feedcycle.com/about/start.php>
20. <http://www.feeditory.us/directory/submitrss.php>
21. <http://www.feedest.com/feedAdd.cfm>
22. <http://feedfury.com/submit>
23. <http://www.csthota.com/blogmap/submit.aspx>
24. <http://www.feednuts.com/submit.php>
25. <http://www.feedooyoo.com/ref.htm>
26. <http://www.feedplex.com/add-url.php?email=>
27. <http://feeds2read.net/Suggest-A-Feed>
28. <http://www.feeds4all.com/NewFeed.aspx>
29. <http://www.feedsee.com/submit.html>
30. <http://www.feedsfarm.com/a.html>
31. <http://feedshark.brainbliss.com/>
32. <http://www.findory.com/submit-blog/>
33. <http://www.findrss.net/catalogs/rsscatalog.nsf/submit?openForm>

34. <http://www.goldenfeed.com/AddFeed.aspx>
35. <http://www.icerocket.com/c?p=addblog>
36. http://www.jordomedia.com/RSS/l_op=Addrss.html
37. <http://memigo.com/feed>
38. <http://www.millionrss.com/search.php>
39. <http://www.morenews.be/voegbrontoe.php>
40. <http://news.myspace.com/forms/submitfeed>
41. http://www.newgie.com/contact_inquiry.asp?to=2
42. <http://www.newsonfeeds.com/suggest/feed>
43. <http://www.newzalert.com/AuthorCenter/>
44. http://www.octora.com/add_rss.php
45. <http://free-rss.page2go2.com/rss-add.html>
46. <http://www.plazoo.com/en/addrss.asp>
47. http://www.postami.com/rss.finder/submit_feed.php
48. <http://www.pressradar.com/suggest>
49. <http://purerrss.com/addfeed.php?catid=>
50. <http://www.readablog.com/AddFeed.aspx>
51. <http://reader.rocketinfo.com/desktop/AddRSSFeed.jsp>
52. <http://www.rssmad.com/>
53. <http://www.rss-network.com/submitrss.php>
54. http://rss-feeds-submission.com/RSS/l_op=Addrss.html
55. <http://www.rssbuffet.com/submit.php>
56. http://www.rssfeeds.com/suggest_wizzard.php
57. <http://www.rssmicro.com/>
58. http://www.rssmotron.com/feed_submission.php
59. <http://scienceport.org/>
60. <http://www.search4rss.com/?add=default>
61. <http://blogsforsmallbusiness.com/directory/add.html>
62. <http://www.solarwarp.net/submitrss.php>
63. <http://www.strategicboard.com/?s=h:addblog>
64. <http://www.syndic8.com/suggest.php?Mode=data>
65. <http://www.unclefeed.com/rss/addfeed.html>
66. <http://www.weblogalot.com/Ping/>
67. http://publisher.yahoo.com/rss_guide/submit.php

Social Bookmarking – Compartilhando meus Favoritos

Muitas vezes encontramos posts interessantes em blogs então decidimos guardar o link do post em nossos favoritos do navegador. Só acontecia de caso nós quisemos acessar nossos favoritos em outra máquina isso não era possível, então foi que surgiram os serviços de Social Bookmarking que dão a possibilidade de compartilharmos nossos favoritos na web.

Um grande diferencial nesses serviços é que eles promovem os links mais populares, aquele link que tem a maior quantidade de usuários que adicionou ele em seus favoritos. Com um link recebendo grande destaque aumenta a chance de outros usuários do serviço que compartilham links de conteúdo

relacionados ao seu acabam chegando até seu blog através desse compartilhamento.

Existem muitos serviços de compartilhamento, mas vou citar os mais populares no Brasil até por questões de facilidade de uso pela maioria dos usuários.

BlogBlogs

O BlogBlogs é um agregador de blogs em língua portuguesa e o maior site de busca, ranking e indexação de blogs do Brasil. É um serviço gratuito, responsável por reunir uma numerosa comunidade virtual de editores e leitores de blogs.

No BlogBlogs, além de cadastrar e divulgar seus blogs, você terá acesso ao que os outros blogs estão publicando, marcar seus preferidos, demonstrar sua admiração ficando fã de alguém, buscar por assuntos relevantes e muito mais. Com nossas ferramentas gratuitas, fica muito mais fácil criar e manter uma comunidade de leitores em torno de seus blogs, aumentando suas chances de ser lido e divulgado espontaneamente, além de ajudar na sua descoberta pelos mecanismos de busca.

Alguns dos recursos oferecidos pelo BlogBlogs

1. Inúmeras formas de descoberta de blogs e conteúdo gerado por eles: por palavras-chaves (tags); pelo conteúdo dos posts; pelas características dos autores dos blogs; pelos blogs favoritos dos próprios usuários; ou pelos blogs mais referenciados no ranking.
2. Ranking de blogs;
3. Social Bookmarking;
4. Organização de conteúdo por tags;
5. Nuvem de tags, que hierarquiza visualmente o conteúdo do site;
6. Registro de atualização de blogs por feed e ping;
7. Plugins e Widgets de diversas finalidades para blogs;

SoBoo

O SoBoo constitui-se de um botão que facilita o bookmark de sites e o compartilhamento desses pela internet. Por agregar em um único botão diferentes serviços de Social Bookmarking (nacionais e internacionais), ele atua

como um incentivador de difusão de conteúdo além de garantir um design mais agradável para os sites que utilizam o botão.

Alguns dos recursos oferecidos pelo SoBoo

* **Um único botão:** economia de espaço e design mais agradável. Não é mais necessário colocar um botão para cada serviço de Social Bookmarking existente.

* **Difusão de conteúdo:** incentiva o usuário a fazer bookmark e compartilhar o conteúdo do seu site.

* **Estatísticas em tempo real:** fornece dados valiosos sobre como os usuários compartilham o conteúdo da sua página.

* **Mais acessos:** o incentivo ao compartilhamento de conteúdo pelos usuários promove automaticamente um aumento de acessos ao seu site, pois seu conteúdo será visto por um maior número de internautas.

* **Melhores rankings:** com a difusão de conteúdo, seu site obterá um aumento de popularidade através de novos links, acarretando em uma melhora no posicionamento dos mecanismos de busca, como Google, Yahoo e MSN.

* **Fácil de instalar:** escolha seu botão, copie o código gerado e cole em seu site. Pronto! Você já está pronto para usar o botão SoBoo. Além disso, temos plugins para Blogger, Wordpress e TypePad, facilitando ainda mais a sua instalação em blogs.

Lista de serviços disponíveis:

blogblogs, blogblogs-bookmarks, colmeia, delicious, digg, dihatt, domelhor, email, favoritos, facebook, gafanhoto, google, imera, linkatudo, linkloko, linkk, live, linkto, mais, myspace, ocioso, pagestacker, rec6, reddit, sapo, stumbleupon, technorati, reacoes-technorati, twitter, ueba, yahoo, yahoo-myweb.

OPML (Outline Processor Markup Language)

Os feeds abriram uma possibilidade de economia de tempo enorme para o usuário e um meio diferente para compartilhar conteúdo. Os feeds fazem o essa comunicação de site para leitor e quando o leitor quiser compartilhar seus feeds, o que faria? Antes tínhamos como habito colocar um blogroll como parte de nosso sidebar e isso ainda é valido, mas muito mais como um destaque do que pela utilidade em si, hoje fazemos esse compartilhamento com OPML. Com OPML nós compartilhamos uma lista de feeds! E com isso os leitores passaram a redistribuir nosso feed... Perfeito! Nosso feed tende a se perpetuar

de agregador a agregador de leitor a leitor... Na sua essência isso fecha a possibilidade de um feed se tornar um meme.

A criação de um arquivo OPML é fácil, ele utiliza XML como estrutura e algumas tags e atributos padronizados. Esse mesmo arquivo pode ser utilizado para backup dos seus feeds e com isso você pode utilizá-lo para importar sua lista para outro agregador.

Para compartilhá-lo no seu blog ou site basta introduzir uma tag “link” no cabeçalho da página. Exemplo:

```
<link rel="outline" type="text/xml+opml" title="Henrique C Pereira feeds" href="http://antisocial.munbolins.com.br/thiago-blauth-ferreira-favoritos.opml" />
```

Existem duas extensões para FireFox que lêem os arquivos OPML dos cabeçalhos das páginas. O OPML Support que permite a você exportar facilmente seus bookmarkers de feeds e o OPML Reader. O OPML Reader adiciona um ícone azul no canto inferior direito do seu navegador, se um site contiver um arquivo OPML compartilhado ele mostra esse ícone em azul dando a possibilidade a você de ler a lista de feeds compartilhada.

Links úteis:

- <http://www.opml.org/spec> - Especificações OPML
- <https://addons.mozilla.org/firefox/3555/> - OPML Reader
- <https://addons.mozilla.org/firefox/2625/> - Exportar bookmarks
- <http://grazr.com/> - Agregador de OPML
- <http://www.phpied.com/files/opml2html/opml2html.html> - Converte arquivo OPML em html facilitando a navegação pelo bookmark
- <http://opmlicons.com/> - Ícone OPML
- <http://validator.opml.org/> - Validador de arquivo OPML

Twitter

O Twitter é um serviço de microblogging, nele os usuários podem postar somente mensagens de até 140 caracteres. Além disso, o Twitter é uma Rede Social onde os usuários seguem amigos e pessoas que acham interessantes e ambas tem a chance de trocar mensagens. A grande sacada do Twitter é a facilidade de propagar uma mensagem, você pode ser seguidor de 100 pessoas e ser seguido por 1000 e sempre que você enviar alguma atualização

ao Twitter todos os seus seguidores receberão essa mensagem e sempre que as pessoas que você segue enviarem alguma atualização nos seus perfis você receberá essa atualização também.

Mas a maior das sacadas seja a possibilidade de retuitar o micropost para todos seus seguidores. Imagine que você post um link com uma descrição interessante então alguns seguidores seu acha aquilo interessante e decide reenviar essa mensagem para todos os seus seguidores?! Boom uma onda de retuitadas pode surgir e uma onda de acessos ao artigo ou noticia na integra pode ser redirecionado ao seu blog ou site!

O Twitter ainda pode ser atualizado por SMS e MSN dando a possibilidade aos usuários de gerar uma enorme quantidade de informação compartilhada entre você e seus seguidores, para um Chat no MSN isso é o máximo, uma discussão sobre algum tema pode ser atualizado no Twitter no momento que a discussão acontece. Ou quando estivermos viajando ou num local onde não tem PC ao alcance para atualizar podemos utiliza o celular e enviar atualizações via SMS. Fico imaginando ações isoladas disparadas no meio de um saguão de um shopping! Os usuários participando de um Flash Mob aonde aqueles que chegarem ao centro do saguão deveram informar via Twitter qual o símbolo que esta no adesivo colado no meio do saguão!

As possibilidades de utilização do Twitter são muitas por isso ainda acho prematuro definir sua utilização, as ferramentas web 2.0 tendem a se agregar as ações nem imaginadas por seus seguidores então a definição que chega mais perto de um esclarecimento é que o Twitter é “Transformação” tanto pessoal quanto social.

Um exemplo legal para citar a utilização do Twitter é o Restaurante Kogi que tem cerca 25 mil seguidores. O restaurante Kogi fica em Los Angeles é um trailer que fica movendo-se pela cidade e sempre que ele muda de lugar enviar uma mensagem para os cerca de 25 mil seguidores informando onde ele se encontra e assim aqueles seguidores que estiverem por perto acabam indo comer no restaurante móvel Kogi! Ainda existem empresas como a NET que ficam monitorando o Twitter para manter um relacionamento mais próximo dos seus clientes, esse foi o caso do estudante Marcos Paulo Pagano que após uma reclamação de um dos serviços da NET no Twitter acabou recebendo um e-mail da central de relacionamento esclarecendo sua duvidas e reclamações!

Outro exemplo de sucesso é a venda fechada pela Tecnisa uma empresa de imóveis que vendeu um apartamento de cerca de R\$ 500 mil no Alto da Lapa em São Paulo. A Tecnisa já é uma referencia no Brasil para ações em mídias sociais, grande parte das suas vendas vem por meio do blog oficial e com essa venda ela abri um novo horizonte de expectativas para o Twitter, com isso muitas empresas estão deixando de ver o Twitter apenas como um canal de relacionamento e estão começando a desenvolver ações de prospecção de clientes utilizando o serviço.

19 Links úteis:

- ✓ <http://www.bmgv.com.br/twittertv/>
- ✓ <http://www.twitcast.com.br/>
- ✓ <http://www.twittercentral.com.br/censobr/> - Censo do Twitter no Brasil
- ✓ <http://www.omehordotwitter.com.br/>
- ✓ <http://www.twitterbrasil.org/>
- ✓ <http://www.sysomos.com/insidetwitter/> - Pesquisa sobre o Twitter
- ✓ <http://www.tweetlater.com/> - Agenda mensagens
- ✓ <http://twittearth.com/> - Mostra localização de quem esta twittando
- ✓ <http://tweetstats.com/> - Informações sobre seu twitter em gráficos
- ✓ <http://www.tweetvolume.com/> - Descobrir palavras-chave relevantes.
- ✓ <http://justtweetit.com/> - Diretórios para usuários
- ✓ <http://tweetbeep.com/> - Receber alerta por e-mail de determinadas palavras
- ✓ <http://www.twittercounter.com/> - Mostra a sua popularidade
- ✓ <http://twittercard.com/> - Mostra updates do twitter no blog
- ✓ <http://monitter.com/> - Monitora até três termos
- ✓ <http://www.twitscoop.com/> - Mostra as tags mais utilizadas
- ✓ <http://www.tweetmeme.com/> - Acompanhe a repercussão de memes
- ✓ <http://twitter.alltop.com/> - Mostra os cinco últimos updates de usuários top
- ✓ <http://www.tweepular.com/> - Gerenciador de followers

Dihitt

O Dihitt é um site de compartilhamento de notícias onde os usuários enviam sua notícias e os outros usuários têm a oportunidade de votar qualificando as

noticias. Quando uma noticia atingi uma quantidade de votos grande num intervalo de tempo essa noticia é então promovida para ser exibida na pagina inicial do DiHitt.

Como nós podemos utilizar o DiHITT para ações de Social Media Marketing?

Criando relacionamento com os usuários através do compartilhamento de conteúdo. Muitos usuários apenas utilizam o DiHITT apenas como meio de divulgação do conteúdo, mas quando utilizamos o DiHITT para criar relações com blogueiros populares, estamos a um passo de fazer com que nosso blog ou ação de Social Media Marketing consiga fazer a ligação usuário x produto ou usuário x serviço aconteça com chances maiores de conversão, por que são usuários de maior credibilidade dentro do DiHITT que estão fazendo com que suas ações de Social Media Marketing mantenham-se gerando comentários relevantes e qualificados. Esses comentários e troca de conteúdo, acaba gerando referencia em blogs super populares, com grandes comunidades ativas dentro do segmento objetivo!

Também tem aquele lado Social do DiHITT. O DiHITT tem muitas noticias ligadas a ações Sociais, manifestações Sociais, divulgação de projetos Sociais, além é claro de dar um maior poder de democracia a web. Todas as notícias podem ser votadas e serem qualificadas como populares, mas muitas notícias que não chegam a se tornarem populares podem propagar ações de cidadania de proporções que meios convencionais não conseguem atingir.

Um exemplo: Há algum tempo atrás a querida Dalete uma flor de blogueira do blog <http://amandaedalete.wordpress.com/> postou no DiHITT sua indignação contra um site onde tinham fotos de crianças nuas, o site era de um pedófilo, ela alertava os usuários da blogosfera sobre esse site, manifestando sua indignação com tal atitude e convocando todos a denunciarem o site no endereço <http://www.censura.com.br/> eu fiz minha parte denuncie, e mais, acabei criando uma página fixa no AntiSocial dedicada a “Campanha contra a pedofilia!”. Esse é o DiHITT servindo de canal para ações de cidadania, parabéns ao DiHITT!

Outro exemplo que posso citar é o do André L. Soares com o post “O ESTADO É O MAIS BRUTAL VIOLADOR DOS DIREITOS HUMANOS”, chamando a atenção da falta de atitude do Estado perante os Direitos Humanos! Méritos ao André! Méritos novamente ao DiHITT por ser canal de cidadania!

Um case de sucesso

O case de sucesso sem sombra de duvida é o “Curiosando”, um blog de informação e entretenimento, onde assuntos de revistas, jornais, televisão e internet são comentados. No Curiosando a variedade é talvez o ponto forte, além é claro de posts curtos que é bem contrario ao AntiSocial onde eu busca explorar um assunto de uma maneira mais abrangente. O Curiosando é um blog como exemplo para Social Media Marketing, por que ele atingi assuntos

variados o tempo todo, e com isso se torna um blog para todos! Sem contar que o Curiosando estimula ações integradas com o Orkut com seu “CurioLinks”, onde mensalmente seu criador e mantenedor divulga links que são postados na comunidade do Curiosando dentro Orkut! A integração de ações dentro do DiHITT junto com o blog... Junto com o Orkut é um exemplo de teia a qual eu tanto falo! É eu sei isso ta quase se tornando um saquinho pesado! Hehehe! Mas é isso aí, o Curiosando é um exemplo a ser estudo! E quem sabe explorado para ações de Social Media Marketing!

Um usuário de sucesso

Rodrigo Piva é o usuário de sucesso, ele é o criador do Curiosando! Rodrigo Piva é Designer Gráfico, blogueiro e usuário do DiHITT. O Rodrigo posta diariamente notícias dentro do DiHITT, e comenta muitas notícias e artigos, criando assim um laço forte de influencia com blogueiros e usuários do DiHITT. Bem pessoal o DiHITT é um universo de compartilhamento, e compartilhar é o segredo, compartilhar tanto sua experiência, quanto sua opinião pessoal, quanto uma notícia, quanto um artigo, com fotos, quanto idéias e projetos!

Linkk

1. O que é o Linkk?

O Linkk é um site de notícias colaborativas em que as notícias são enviadas e votadas pelos próprios usuários, como você, aparecendo as mais votadas na página principal do site. Sendo assim, é você quem decide quais notícias devem ganhar destaque no Linkk.

2. Como funciona o Linkk?

Sempre que uma notícia é inserida ela é encaminhada para a seção "Novas Notícias". As notícias mais votadas nesta seção aparecem na página principal do site. Você poderá votar uma vez em cada notícia que considere interessante, para isso, basta clicar no botão localizado ao lado do título de cada notícia. Para adicionar uma notícia é necessário se cadastrar no site e realizar o login. Em seguida clique na opção "Adicionar nova notícia" no menu lateral e siga o passo-a-passo indicado.

DoMelhor

1. O que é o DoMelhor?

DoMelhor apresenta uma seleção de notícias e artigos de várias categorias de interesse. Possui um sistema editorial não-hierárquico: os textos são submetidos para análise e ao invés da aprovação vir de um editor, é feita pelos

próprios leitores que votam nas matérias que merecem ir para a primeira página.

É um website de atualização permanente que apresenta uma seleção de notícias, artigos e outros conteúdos digitais publicados na Internet. O serviço permite a qualquer leitor submeter uma matéria que acha interessante; após submissão, a matéria fica em fila de espera até que reúna os votos suficientes dos leitores para ser promovida à página principal.

Digga

Digga é um sistema de notícias e artigos colaborativo, onde as notícias e artigos são enviados pelo próprio usuário. Essas notícias e artigos enviados podem ser votados por outros usuários da comunidade Digga e ao alcançar uma determinada pontuação, esta notícia/artigo ficará na página principal de nosso sistema, oferecendo mais tráfego aos blogs e sites que enviaram a mesma.

Mexame

Mexame, originalmente denominada menéame em Espanhol, é uma aplicação web que permite a você enviar um artigo que será revisto por todos e será promovida, com base na popularidade, na página principal. Quando um usuário envia uma notícia que será colocada no "inédito" uma área onde permanecerá até que ganhe votos suficientes para ser promovidos para a página principal.

Rec6

1. O que é o Rec6?

O Rec6 é um site em que os próprios usuários enviam os links para as notícias e decidem quais devem aparecer na capa. Depois de enviada, a notícia fica disponível para que outros usuários (editores rec6) votem. Caso consiga um número suficiente de votos, essa notícia é promovida para a capa do site.

Via6

O que é Via6?

Via6 é sistema que conecta profissionais. O principal objetivo de nossos serviços é fazer com que sua vida profissional se aprimore adquirindo novos conhecimentos e informações, bem como aumentando sua rede de relacionamentos. Tais atividades lhe proporcionarão também novos empregos, clientes, fornecedores e parceiros.

Para isso o sistema da Via6 envolve o que há de mais atual em termos de comunidades virtuais e de compartilhamento de conhecimento pela Internet. A Via6 está sempre melhorando seu sistema e aberta a críticas e sugestões.

Surgimento A Via6 surgiu da teoria de que entre as pessoas existem no máximo 6 graus de separação. Essa teoria chama-se mundo pequeno, uma experiência muito interessante feita por Stanley Milgram com 60 pessoas. Elas receberam um pacote que deveria ser entregue a uma pessoa X que nenhum dos candidatos conhecia e a única regra era passar o pacote adiante para uma pessoa que pudesse de alguma forma entrar em contato com a pessoa X ou a alguém que conhecesse essa pessoa. Dessa forma pôde ser visto que a pessoa X foi encontrada por até seis pessoas adiante àquelas do pacote. Portanto, cada pessoa lhe é apresentada em uma corrente social de 6 pessoas, ou seja, existem no máximo 6 pessoas entre você e qualquer pessoa. Por isso, manter contatos com o maior número de pessoas possíveis facilitará o conhecimento de novas experiências e oportunidades.

Como Ter Sucesso com Networking?

O que é Sucesso?

Sucesso é Conseguir uma boa Colocação / Emprego ou Conseguir um Bom Negócio para sua Empresa.

Quem faz negócios ou dá emprego, são pessoas!

Uma Pessoa...

Contratará você para uma vaga de trabalho,
Comprará os serviços de sua empresa,
Resolverá uma dúvida que você tem pra terminar um projeto,
A Base do sucesso está nas pessoas!
É o relacionamento certo que você mantém com as pessoas certas!

Assim toda a ação de sucesso, sempre estará ligada a se conectar com outra pessoa.

Seja um empregador, cliente, fornecedor, parceiro ou alguém que te ajuda.

Saber manter uma rede de contatos, que pode te indicar e recomendar para oportunidades de trabalho ou negócio além de te ajudar em áreas específicas é o caminho do sucesso.

1) Conseguir Emprego - "Alcançando Oportunidades"

A cada dia que passa, uma vaga no mercado de trabalho se torna cada vez mais distante de muitos profissionais, hoje uma boa formação e uma vasta experiência profissional não garantem um bom emprego.

As organizações buscam acima de tudo profissionais de confiança por meio de indicação de profissionais que já atuem ou já atuaram na empresa. Assim, temos que ter um bom relacionamento e uma ampla lista de contatos para possíveis oportunidades profissionais. Além é claro de se manter atualizado no mercado de trabalho, trocando informação com outros profissionais de diversas áreas.

DICA: Complete seu perfil, assim você estará mais apto a receber possíveis propostas.

1.1 - Empregar & Buscar Profissionais

Na busca por profissionais, as empresas se encontram em situações cada vez mais delicadas por existir uma grande quantidade de profissionais em busca de emprego. A análise e seleção de novos candidatos se tornam cada vez mais difícil gastando-se tempo em várias fases de processos seletivos. Usando sua rede de contatos para ter indicação de profissionais essa tarefa pode se tornar mais fácil e objetiva. Tendo conhecimento do perfil do candidato, além da qualificação profissional e confiança obtida. Com esse recurso você mantém contatos com profissionais qualificados e faz troca de informações necessárias para a empresa.

Um exemplo de como o Networking é usado pelos recrutadores, é a presença maciça desses profissionais nos sites de networking online como o LinkedIn e a Via6, onde nesses é o maior público presente.

2) Conseguir Cliente - "Fazendo Alianças"

Conseguir contatar uma pessoa-chave (que tem poder de decisão) de uma empresa que você quer oferecer seus serviços é cada vez mais difícil, devido ao excesso de concorrência e principalmente à escassez de tempo. Assim, se torna fundamental alguém de sua rede de contatos que te apresente a ele.

2.1 - Fornecedores - "Comprando Bem"

O mercado está cada vez mais concorrido e fica difícil saber qual o melhor fornecedor e de maior qualidade. Ter um fornecedor indicado por alguém, ainda mais se for um contato de confiança seu traz muito mais segurança na contratação. Essa tranquilidade se torna real quando feita através de contatos e troca de informações com outras pessoas e até mesmo com o próprio fornecedor, tirando dúvidas a respeito do que se quer e da qualidade do serviço ou produto.

2.2 - Parceiros / Distribuidores - "A Força da Parceria"

Parceria pode ser considerada a palavra-chave para o sucesso de uma empresa. Assim, criar parcerias para alavancar os negócios se torna um imperativo em épocas de grande competitividade como a que vivemos atualmente. Das milhões de empresas espalhadas por todo Brasil, às vezes, se

torna difícil saber quem poderia ser seu parceiro ideal, ou mesmo contatar o tão sonhado parceiro que você deseja. Para isso use suas rede de contatos.

3) Conhecimento "Estar Atualizado é um Dever"

3.1 - Receber Ajuda - "Uma Consultoria Rápida"

Hoje com excesso de conhecimento e informação se torna impossível dominar por completo todos os conhecimentos de sua área. Assim, o importante não é deter todo conhecimento de sua área, mas sim saber quem possui esse conhecimento e ter um canal aberto com essa pessoa. Em projetos da empresa que você trabalha ou de sua própria empresa, ter uma determinada informação ou conhecimento dado por um especialista pode ser fundamental. A sua rede de contatos, pode e deve ser usada para pedir ajuda, o seu contato gostará tanto pelo instinto natural de ajudar o outro, como por ter conseguido bons pontos com você.

3.2 - Dar ajuda - "Mostre seu Know-How"

Estar disposto a dividir o que sabe com outras pessoas é uma tarefa bem difícil para algumas pessoas, porém quando se tem a consciência de que é ajudando os outros que se tem ajuda, percebe-se a grande importância do ato. Saber como ajudar também é outro problema muitas vezes de difícil solução, pois se tem a vontade e o conhecimento, mas não consegue encontrar como fazer isso. E através de sua rede de contatos, você pode mostrar na prática seus conhecimentos e com certeza será lembrado quando surgir uma oportunidade na sua área, além de que você vai ter o seu contato que o ajudou sempre disponível quando você precisar depois do auxílio que você deu.

DICAS GERAIS:

Apareça, Seja Encontrado pelos Outros!

Para um bom resultado em seu networking e para obter novos contatos você precisa ter seu perfil completo, assim seus contatos serão mais específicos e diretos. Clique em editar perfil e siga as orientações. Após ter completado seu perfil, possíveis contatos aparecerão, ou seja, perfis que mais se encaixam em seu perfil profissional. Você poderá adicioná-los caso seja do seu interesse. Para isso além de ter seu perfil completo (os primeiros resultados de busca são dos usuários com perfil completo), é fundamental preencher a parte de Interesses (como conseguir emprego, ou cliente do seu produto). Com esse campo preenchido as pessoas chegarão a você.

Participe de Comunidades de sua Área!

Entre e participe das comunidades que mais se relacionam com seu perfil profissional e que te interessam, assim você terá ainda mais contatos relacionados ao seu interesse e possíveis negócios. Clique em comunidades e filie-se nas que mais se relacionam com seu perfil e objetivos profissionais.

Expanda sua Rede de Contatos!

Adicione seus contatos, assim sua rede de networking ficará mais completa e você terá mais troca de informações e oportunidades, dependendo do seu interesse. Clique em contatos, caso você já conheça algum contato basta colocar nome e e-mail e adicioná-lo ou buscar contatos por nome, comunidade, profissão, cidade, bairro, etc. Feita a pesquisa clique no contato desejado e em adicionar contato.

Mantenha Contato!

É muito importante sempre manter uma comunicação com seus contatos, para isso mande notícias que são importantes para a área que ele atua. Por exemplo: você tem um contato que tem uma empresa de Tecnologia, e foi lançado um Prêmio para as empresas desse setor. Mande um e-mail avisando, ou se tiver uma discussão numa comunidade relacionada a área da pessoa, ou mesmo uma comunidade que seja de interesse do seu contato. Ele se sentirá feliz por ser lembrado, e levará isso em conta quando você precisar dessa pessoa.

Crie uma Comunidade!

Crie uma comunidade sobre algum assunto de sua área de interesse, e sempre alimente discussões e conteúdo. Você ficará conhecido dentro de sua área, e portas se abrirão.

Não deixe sua rede Furar!

Seja político e paciente, ser mal-visto por um contato seu significa perder todos os contatos dele, ou ter de lidar com constrangimentos.

Etiqueta da Via6

A Via6 é uma comunidade de escopo profissional e, para o benefício de todos os seus usuários, criamos uma lista de recomendações para ganho pessoal e global da Via6.

1. Todas as comunidades e assuntos propagados devem estar ligados ao mundo profissional. Temas sem relação com negócios e trabalho são considerados danosos à comunidade. Lembrando que existe uma infinidade de comunidades na Internet que tem como foco exclusivo o entretenimento.
2. Deve-se evitar palavras chulas ou ofensas pessoais a usuários ou a alguma classe ou etnia.

3. Numa rede profissional o marketing pessoal é a conduta do usuário. Por isso, tentativas de publicidade - como chamar pessoas de outras comunidades, sem ligação com o assunto discutido, para sua comunidade própria - só prejudicam a sua imagem pessoal na Via6.

4. Não criar replicações de tópicos e comunidades. Tópicos repetidos numa mesma comunidade ou comunidades de mesmo assunto só dispersam a qualidade das trocas de informações. Lembrando que na Via6 todos podem se tornar líderes junto ao gerente da comunidade, não sendo necessário criar uma nova comunidade só para se obter poderes adicionais.

5. Controle o ego. É muito comum usuários de Comunidades Virtuais buscarem trazer os holofotes pra si, com isso criam tópicos e comunidades já existentes apenas para serem o criador do tópico. Essa atitude tem que ser evitada ao máximo, pois só atrapalha, criando duplicidades na Comunidade.

6. Publicidade e anúncio indevido e fora de contexto ou spam não são bons para quem vê nem para quem propaga. A Via6 existe para que as pessoas possam divulgar seu negócio e seus serviços, porém de forma apropriado e nos espaços adequados para isso.

7. Seja polido. Qualquer tipo de texto deixa de ser polido quando todo em maiúscula. Às vezes essa boa intenção de chamar a atenção das pessoas gera um efeito de poluição visual, falta de profissionalismo e irritação dos leitores.

8. Não promova/divulgue MMN (Marketing Multinível) ou Marketing de Rede. A Via6 não tem absolutamente nada contra as empresas ou pessoas que fazem MMN, porém a sua divulgação ou recrutamento podem atrapalhar o andamento da Via6 (imagine 10 mil pessoas recrutando vendedores para sua rede)... Na Via6 pode-se cadastrar pessoas ligadas a MMN e perfis de empresas desse tipo, porém caso queira divulgar e ampliar sua rede de MMN pode-se usar outras comunidades da Internet que aceitam normalmente isso... Enquanto, na Via6 as pessoas que praticam MMN podem adquirir conhecimentos sobre vendas e o mercado (saúde, alimentação e etc.) em que atuam.

Indica6

O que é o Indica6?

Indica6 é uma ferramenta da Via6 (site de relacionamento profissional) feita para divulgar e pesquisar vagas de emprego, busca de parcerias, fornecedores e qualquer outro serviço que queira ser adquirido por indicação.

O principal objetivo de nosso sistema é facilitar e agilizar a divulgação e o cadastro à boas oportunidades, com a grande vantagem de não só ser possível se candidatar a vaga como também indicar alguém a ela, tornando-se um sistema prático e rápido.

Como o Indica6 é um serviço da Via6, sua utilização está vinculada ao cadastro neste site. Podendo também ser feito diretamente no site www.indica6.com.

Para que o sistema Indica6 se torne ainda melhor ele está aberto a sugestões e críticas.

Monetização

O sistema de monetização mais popular na web é o Google AdSense. São exibidos anúncios relacionados ao conteúdo do seu site ou blog, e a cada clique que os visitantes derem em um anúncio você ganhara dinheiro por isso. O interessante é que o Google AdSense mostra aos visitantes anúncios relevantes e com isso você acaba poupando para os visitantes uma pesquisa possível busca de algum serviço que tenha relação com seu conteúdo.

Existem muitas opções de otimização e a Google disponibiliza muitas dicas para melhorar os anúncios em busca de melhores conversões.

Todos os anúncios veiculados no Google AdSense são provenientes dos anunciantes do Google AdWords. Você ainda pode filtrar anúncios concorrentes, assim você elimina a possibilidade de outro site ou blog concorrente veicular anúncios dentro do seu site ou blog.

O seu ganho vai depender de muitos fatores, incluindo o volume do lance de um anunciante no seu site, assim você recebe parte do valor que o anunciante pagar.

Tráfego – Quanto maior for seu tráfego melhor. E conseguir um grande tráfego nem sempre é fácil, necessita de estratégia, planejamento e uma gestão muito forte. O SEO é a principal base para trabalhar o tráfego e existem muitos pontos a serem observados em SEO e isso demanda tempo para implementação, para blogs o forte é linkbuilding que vai trabalhar em conjunto com técnicas de Seeding, todo o trabalho que comentários e gestão de comentários no seu blog e nos outros blogs que tenham conteúdo relacionado ao seu.

CPC (custo por clique) – Quem determina o custo do clique é o anunciante. Alguns anunciantes podem estar dispostos a pagar mais por clique do que outros, dependendo do que está sendo anunciado, e de fatores como tráfego citado anteriormente.

CTR (taxa de cliques) - Outro fator que influencia os ganhos é a CTR (taxa de cliques). A CTR mede a frequência em que os usuários clicam nos seus anúncios.

eCPM (CPM efetivo) - Os ganhos por mil impressões, ou eCPM, estimam quanto dinheiro você receberia se tivesse mil impressões. É apenas uma estimativa; quanto mais impressões você tiver, mais precisa vai ser a estimativa. O eCPM é uma estatística importante para ajudar você a medir o desempenho do seu site.

Conteúdo – O conteúdo é extremamente importante por que ele vai determinar a influencia que o visitante terá para clicar num anúncio. Com um bom

conteúdo o rastreador do Google AdSense vai fornecer anúncios mais bem segmentados.

10 dicas principais de Otimização de anúncios

1. Posicione visando a eficiência use o mapa de pontos preferenciais para localizar os melhores pontos do seu site.
2. Entenda a importância do primeiro bloco de anúncios.
3. Formatos maiores têm um melhor desempenho, pois são mais agradáveis para o leitor.
4. Personalize as cores do seu anúncio para destacá-lo.
5. Ofereça uma maior variedade de anúncios com anúncios gráficos, aumente o inventário e a concorrência.
6. Ative os anúncios de vídeo e escolha os formatos com melhor desempenho.
7. Aproveite ao máximo os pequenos espaços com os blocos de links.
8. Ofereça o AdSense para pesquisas para que os usuários possam pesquisar do seu site.
9. Indique novos produtos para os usuários de seu site para aumentar sua receita.
10. Crie anúncios para chamar a atenção dos leitores (bem formatados).

O que é o AdSense para feeds?

O Google AdSense ainda dá a possibilidade de veicular anúncios via feeds, isso é ótimo por que uma vez que o visitante assine o feed ele tende a não retornar ao site ou blog e com isso aos poucos vamos perdendo potenciais usuários que aumentariam a rentabilidade do nosso blog. O AdSense para feeds funciona do mesmo modo como o programa AdSense: fornecendo anúncios relevantes para o seu conteúdo e os seus leitores.

Otimize sua caixa de pesquisa

1. Coloque suas caixas de pesquisa em lugares de boa visibilidade
2. Coloque duas caixas de pesquisa em páginas com muito conteúdo
3. Faça com que os resultados apareçam no seu próprio site
4. Coloque uma caixa de pesquisa na página de resultados

5. Personalize o posicionamento dos anúncios

Mas dicas de otimização






1. Os anúncios não devem ser colocados sob um título ou nome de seção de maneira a sugerir que os anúncios são partes do conteúdo
2. Os anúncios não devem poder ser confundidos do conteúdo que estiver em volta
3. Experimente utilizar o AdSense nas páginas de finalização de compra e avalie o impacto do AdSense nas vendas.
4. Ofereça os espaços de publicidade do seu site para os anunciantes
5. Use bem as cores dos anúncios em seu site
6. Abrangência é o caminho - exiba anúncios de imagem
7. Use texto em vez de imagens, sempre que possível. O rastreador não consegue ler o texto contido nas imagens.
8. Se você utilizar imagens, dê títulos adequados a elas e forneça tags ALT descritivas.
9. Descubra mercados não explorados.
10. Leve tráfego qualificado para seu site.
11. Aprofunde seus conhecimentos.
12. Cuidado com alterações em nomes de critérios já existentes.
13. Use o retângulo médio (300x250), com anúncios de texto e gráficos.
14. Participe do Fórum do Google AdSense
15. Siga o Google AdSense no Twitter.
16. Monitore os seus ganhos para ganhar mais
17. Critérios personalizados: quanto mais, melhor!

Utilize o Google Ad Manager










O Google Ad Manager é uma solução de gerenciamento de anúncios hospedada que ajuda você a vender, programar, fornecer e medir todas as suas vendas e seus inventários de venda direta e com base na rede.


Com o Google Ad Manager você tem muitos recursos para utilizar. Gerenciamento de inventário, Otimização do lucro, Segmentação de anúncios que é extremamente interessante para você segmentar anúncios por localidade, dia e hora, largura de banda, navegador, sistema operacional e domínio dos visitantes. Você pode ainda pode gerenciar frequência de exibição dos anúncios, gerenciamento de anúncios e rich mediam, além de completos relatórios para análise.

Cases de Sucesso

-  <http://www.youtube.com/watch?v=SMhalS0s3cw>
-  https://www.google.com/adsense/static/pt_BR/OFuxico.html
-  https://www.google.com/adsense/static/pt_BR/CodigoFonte.html
-  <http://www.youtube.com/watch?v=woo3IkqJkWw>
-  <http://www.youtube.com/watch?v=Fg01uSe72lc>

Lista de vídeos para aperfeiçoamento

-  http://www.youtube.com/watch?v=Uk_Rs9s5pf4 - Google AdSense - Seminário "Otimização de blogs"
-  <http://www.youtube.com/watch?v=rZ3MjosqaGc> - Como transformar critérios em posições de anúncios
-  <http://www.youtube.com/watch?v=Wu7-rh9kCnA> - Criando Critérios Personalizados
-  <http://www.youtube.com/watch?v=PdgkAR1Majs> - Criando critérios de URL
-  <http://www.youtube.com/watch?v=wr23DUe8OPo> - No lugar certo - Posicionando seus anúncios
-  http://www.youtube.com/watch?v=QeJ_E78mx68 - Vestido para o sucesso - Impressionando seu público
-  http://www.youtube.com/watch?v=bekBfx_tH_M - Maior é melhor - para blocos de anúncio do AdSense
-  <http://www.youtube.com/watch?v=e16AXqDkirM> - Dica de otimização -- usando blocos de 160x600
-  <http://www.youtube.com/watch?v=KQgaBKxeS5Y> - AdSense para pesquisas

 <http://www.youtube.com/watch?v=sNEmcCgV95Q> - Usando anúncios de imagem no seu site

Monetização – Rentabilizando o blog

O AdSense para conteúdo indexa automaticamente o conteúdo de suas páginas e exibe anúncios (você pode escolher anúncios gráficos e de texto) relevantes para o seu público e para o conteúdo do seu site. Na verdade, os anúncios são tão adaptados ao contexto que os leitores vão achá-los úteis.

Você pode personalizar a aparência de seus anúncios, escolhendo entre vários formatos e cores disponíveis. Com o AdSense para pesquisas, você também pode personalizar sua caixa de pesquisa e a página de resultados.

Com a ampla base de anunciantes do Google AdWords, possuímos anúncios para praticamente todas as categorias de negócios e para todos os tipos de conteúdo, não importa o quão especializados sejam.

A tecnologia do Google combina os anúncios do AdWords mais relevantes e com melhor desempenho para o seu site. Como o Google fornece os anúncios, você não precisa se preocupar em administrar o contato com os anunciantes. Os anúncios alternativos personalizáveis permitem que, no caso excepcional de o Google não conseguir direcionar anúncios segmentados para sua página, você tenha a opção de exibir um anúncio padrão da sua escolha.

Como vou ser pago?

Você será pago sempre que alguém clicar em um anúncio do AdSense em seu site. Os anunciantes também podem fazer lances para aparecer no seu site em uma base de custo por 1000 impressões (CPM). Os lances de CPC e CPM concorrem em nosso programa AdWords para garantir que você otimize sua receita de anúncios.

Transferência eletrônica de fundos (EFT)

Temos um sistema de pagamento por EFT disponível para vários países, o que pode lhe ajudar a receber seus rendimentos do AdSense diretamente em sua conta bancária todos os meses, sem esforços adicionais.

Quanto vou receber?

O quanto você receberá depende de vários fatores, incluindo o volume do lance de um anunciante no seu site - você receberá uma parte do valor que o anunciante pagar. A melhor maneira de descobrir quanto você ganhará é se inscrever e começar a exibir os anúncios nas suas páginas.

Teste seu sucesso com critérios

Quer saber se um determinado formato, cor ou posicionamento de anúncio será eficaz em suas páginas? Execute um teste para saber. Experiências com o AdSense podem ajudá-lo a descobrir o que funciona melhor em seu site, e os critérios são a ferramenta perfeita para isso. Sempre que fizer alterações em seu site, use os critérios para avaliar e observar os efeitos. Se você deseja acompanhar um determinado tipo de posicionamento de anúncio ou mesmo um site inteiro, os critérios personalizados e de URL ajudam a determinar a opção mais bem-sucedida.

Os testes também ajudam a tomar decisões inteligentes em relação a seus anúncios. Se está pensando em implementar uma de nossas dicas de otimização, recomendamos que você experimente os critérios. Quanto mais você testa, mais você conhece os efeitos dos anúncios. Quanto melhor você conhece os efeitos dos anúncios, mais rápido você atinge o seu potencial de receita.

Dica para usuários dos critérios: ao criar um critério personalizado, dê a ele um nome detalhado para que você possa identificá-lo com facilidade depois em seus relatórios. Por exemplo, "ArtigoDireitaArranha-CéuLargoArLivre" pode representar o seu bloco de anúncios em formato de arranha-céu largo com a paleta Ar Livre, localizado no lado direito das suas páginas de artigos.

Crie modelos de relatórios e economize tempo

Se você já tiver feito uma experiência, economizará tempo para criar e salvar um modelo de relatório dessa experiência. Os modelos de relatórios permitem que você defina e salve as especificações de um relatório para acessá-las rapidamente no futuro. Assim, você não precisa repetir um longo processo para gerar um mesmo relatório detalhado várias vezes. Você pode salvar suas preferências - como um intervalo de datas, qualquer variação de critérios ou dados agregados - e indicar se quer ver impressões de páginas ou impressões de blocos de anúncios. Para criar um modelo de relatório, basta seguir essas instruções.

Depois de salvar um modelo de relatório, você pode acessá-lo com apenas um clique na página Visão geral, usando a lista suspensa, na sua página de relatórios avançados, ou solicitar que ele seja enviado automaticamente por e-mail quando usar relatórios que podem ser enviados por e-mail.

Configurar a programação para receber um modelo de relatório diretamente por e-mail leva apenas um minuto. Na guia Gerente de relatórios da sua conta, selecione o relatório que deseja receber por e-mail, a frequência com que ele deve ser enviado e o tipo de arquivo de sua preferência. Você também pode seguir as nossas instruções detalhadas.

Que formato de anúncio devo usar?

Como regra geral, os formatos de anúncio mais largos tendem a apresentar melhor desempenho que os mais altos, por serem mais agradáveis para o leitor. Os leitores absorvem as informações em blocos de pensamento (ou seja, várias palavras de cada vez). Um formato mais largo permite ler, de uma só vez e de modo confortável, uma quantidade de texto maior. Não é necessário mudar de linha ou voltar à margem esquerda após algumas palavras, como acontece com os anúncios mais estreitos. O formato de anúncio mais largo também diminui a probabilidade de que os leitores ignorem todo o bloco de anúncios.

Se estiverem bem posicionados, esses formatos de anúncio poderão aumentar os seus ganhos de forma significativa. Constatamos que os formatos mais eficientes são os seguintes: Retângulo grande de 336 x 280, Retângulo médio de 300 x 250 e Arranha-céu largo de 160x600. Normalmente, esses formatos de anúncio têm um bom desempenho, mas você deve usar o formato que melhor complementa suas páginas.

Dica para aproveitar da melhor forma possível um espaço pequeno de anúncio: Tente um dos formatos otimizados de blocos de links, mostrados a seguir. Esses formatos são versáteis o bastante para caber em locais em que os anúncios normais não cabem.

Que paletas de cores são mais eficazes?

Se você quer o maior impacto de receita, pelo menor esforço, recomendamos que otimize sua paleta de cores. A escolha das paletas certas pode significar a diferença entre anúncios que atraem seus usuários (e cliques) e anúncios que são ignorados.

Estas são algumas estratégias criadas para reduzir a invisibilidade do anúncio, ou seja, a tendência que os usuários têm de ignorar qualquer item que não faça parte do conteúdo principal do site. Quando você fizer essas alterações, seus anúncios ficarão mais visíveis para os usuários. O objetivo não é confundir os usuários, fazendo-os pensar que os anúncios fazem parte do conteúdo do site, mas permitir que eles vejam seus anúncios e cliquem naqueles em que se interessarem.

A estratégia de cores usada em seu site varia de acordo com o posicionamento do anúncio e a cor do fundo em que ele está inserido. Analise a tabela abaixo para obter uma referência rápida sobre as estratégias sugeridas que podem ser bem-sucedidas em seu site.

Vamos definir rapidamente três técnicas que podem ser usadas na criação de paletas de cores eficientes para o seu site:

*** Para harmonizar:** use a mesma cor de fundo da página para os planos de fundo e as bordas dos seus anúncios. Se o anúncio está em um plano de fundo

branco, e você não quer perder tempo escolhendo cores de anúncio, recomendamos a utilização de nossa paleta predefinida Ar Livre.

* **Para complementar:** use cores que já existam no site, mas não iguale a cor do plano de fundo com as bordas no lugar exato em que posicionar os anúncios.

* **Para contrastar, escolha cores que se destaquem no plano de fundo do site.** O contraste é recomendado apenas para sites com planos de fundo escuros, por isso sugerimos a utilização de uma paleta com plano de fundo branco, bordas brancas e títulos em azul.

A maioria das nossas técnicas de cor indica que você use, no texto do anúncio e nos links, cores que já existem no site. Por exemplo, se os links do seu site são todos verdes e seu texto é preto, use links verdes e texto preto no seu anúncio também. Como a maioria dos usuários está acostumada a ver links em azul, você também pode tentar usar essa cor.

De forma geral, use o senso comum para escolher sua paleta de cores. Se as principais cores do site forem tons pastéis, não crie anúncios nas cores primárias. Os usuários não clicarão em anúncios agressivos visualmente.

Mesmo se os anúncios forem criados de forma impecável, as técnicas acima podem não funcionar por dois motivos:

* **A maioria das visitas em seu site é repetida?**

Se seus visitantes forem assíduos, com o tempo, eles não perceberão mais as posições dos anúncios, independentemente das cores em que forem exibidos. Tente variar as cores ou mudar de vez em quando a posição dos anúncios na página.

* **O seu site tem muito conteúdo e vários anúncios?**

Se o seu site estiver repleto de anúncios ou apresentar uma quantidade considerável de conteúdo disputando a atenção do usuário, é bem provável que você precise usar cores mais chamativas para que os anúncios sejam percebidos. Se as técnicas acima não estiverem dando resultado, tente usar paletas com mais destaque.

Dica para tornar seu anúncio mais visível: abra a sua página e observe-a rapidamente, colocando-se no lugar de um usuário típico. Os anúncios chamam sua atenção sem agredi-lo visualmente? Você provavelmente iria notá-los, e ler seu conteúdo, ou passaria por eles sem perceber? Tente encontrar um equilíbrio entre os anúncios que ofuscam o conteúdo do site e os anúncios que não são notados pelos usuários. Coloque-se no lugar de um usuário e observe os exemplos abaixo. Você notaria os anúncios nessas implementações?

Dica para testar paletas de cores: aumente a variedade e a vivacidade de seus anúncios alternando as paletas de cores. Para isso, escolha a opção Usar várias paletas ao gerar o código do seu anúncio durante a etapa Escolher formatos e cores de anúncio na configuração do código do anúncio e, em seguida, mantenha pressionada a tecla Control ou Comando e selecione até quatro cores de paleta.

Anúncios gráficos aumentam a variedade e a concorrência

Se decidir exibir anúncios gráficos além dos anúncios de texto, você aumentará a probabilidade de que todos os anunciantes disponíveis façam lances para aparecer em seu site. Anúncios gráficos e de texto concorrerão no mesmo leilão para serem exibidos em suas páginas, e nós mostraremos automaticamente os anúncios que forem mais eficazes para você em seu site. Interessado em testar anúncios gráficos? Ao criar um novo bloco de anúncios, verifique se a sua preferência de tipo de anúncio está definida como anúncios gráficos e de texto. Em seguida, teste a opção de anúncio gráfico em um pequeno subconjunto das suas páginas por pelo menos duas semanas e monitore o progresso usando canais. Isso permitirá que você veja se os anúncios gráficos atendem suas expectativas de eficácia.

Dica para a exibição de anúncios gráficos: assegure-se de estar usando um formato de anúncio compatível com anúncios gráficos, a fim de aproveitar todo o inventário de anúncios para o seu site.

Em que lugar das minhas páginas devo colocar os anúncios do Google?

O melhor local para os anúncios do Google varia de uma página para outra em função do conteúdo. Veja algumas perguntas que você deve fazer ao definir uma posição para seus anúncios:

- * Quais são as intenções dos usuários quando visitam o meu site?
- * O que eles fazem quando visitam uma determinada página?
- * Em que lugar é mais provável que eles foquem a atenção?
- * Como posso integrar os anúncios nessa área sem incomodar os usuários?
- * Como posso manter a página com aspecto limpo, ordenado e atraente?

Determinados locais tendem a ser melhores que outros. Este "mapa de pontos preferenciais" representa a posição ideal em uma página. As cores vão do laranja escuro (melhor desempenho) ao amarelo claro (pior desempenho). De maneira geral, os anúncios posicionados acima da dobra normalmente têm um desempenho melhor do que aqueles posicionados abaixo da dobra. Os anúncios posicionados próximo a regiões ricas em conteúdo e a elementos de navegação apresentam bom desempenho porque os usuários concentram a atenção nessas áreas da página.

Embora esse mapa de pontos preferenciais seja útil como guia de posicionamento, recomendamos que você pense primeiro em seus usuários ao definir um local para o seu anúncio. Imagine qual vai ser o comportamento dos usuários em páginas diferentes e o que vai ser mais visível e útil para eles. Você vai descobrir que o melhor posicionamento para o anúncio em determinadas páginas nem sempre é o que você espera.

Por exemplo, em páginas onde os usuários normalmente se concentram na leitura de um artigo, os anúncios colocados imediatamente abaixo do conteúdo editorial tendem a apresentar bom desempenho. É como se os usuários terminassem de ler e perguntassem: "E agora? O que eu faço?". Um anúncio bem segmentado pode responder a essa pergunta.

Maximize o espaço de publicidade com vários blocos de anúncios

Utilizando vários blocos de anúncios, você pode otimizar o desempenho do AdSense em suas páginas, aproveitando nosso grande inventário de anúncios. É possível colocar até três blocos de anúncios em cada página (além de três blocos de links e três unidades de referência). Lembre-se de que a melhor forma de avaliar o efeito da utilização de vários blocos de anúncios é examinar seu impacto sobre os ganhos totais. A utilização de vários blocos de anúncios pode ser bem-sucedida especialmente em:

- * Páginas com grande quantidade de texto, em que os usuários precisam rolar até a parte inferior da página.

- * Páginas de fóruns ou de troca de mensagens, especialmente dentro de tópicos que se desenvolvem com vários usuários.

- * Páginas em que cabem somente formatos de anúncios menores (por exemplo, botão 125 x 125).

Dica para maximizar a utilização de vários blocos de anúncios: assegure-se de que o bloco de anúncio com a melhor posição na página seja aquele que aparece primeiro em seu código HTML. Com isso, você poderá garantir que seu espaço publicitário principal seja ocupado pelos anúncios que obtêm posições mais altas nos leilões e que gerarão mais receita para você.

Blogtimize - Otimize os anúncios em seu blog.

O trabalho com blogs apresenta desafios interessantes implementação de anúncios, como formatos de página predefinidos, conteúdos altamente segmentados e visitantes regulares. Estas são algumas sugestões para potencializar a leitura e o conteúdo do seu site:

Harmonize os anúncios com o blog

Para aumentar a probabilidade de visualização de seus anúncios, combine os blocos de anúncios com o plano de fundo do blog. Escolha uma cor em negrito para o título do anúncio a fim de chamar a atenção para seus anúncios. Em seguida, certifique-se de que o plano de fundo e as bordas dos anúncios tenham a mesma cor que o fundo da área em que o anúncio será posicionado.

Experimente diversos posicionamentos e formatos de anúncio

Em geral, formatos de anúncio mais largos costumam ser mais agradáveis para o leitor. Posicionar um bloco de anúncios depois do primeiro post tem grande chance de atrair a atenção dos leitores. Veja nossos exemplos de implementação para ter algumas idéias. Considere também inserir um arranha-céu (120x600) ou um bloco de links vertical no lado direito do seu blog. Se estiver usando o Blogger, você encontrará instruções quando colocar o código do AdSense na barra lateral do seu blog.

Ofereça mais opções aos leitores com pesquisas e referências

Para ter certeza que você está obtendo o máximo possível de receita com o AdSense, além dos anúncios, use o AdSense para pesquisas e as referências. Você pode aumentar seus ganhos, oferecer informações valiosas aos leitores e aproveitar as vantagens dos formatos flexíveis.

Aprimore a segmentação de anúncios

Com a segmentação por seção, é possível direcionar um bloco de anúncios para o conteúdo de uma seção específica do blog, bem como bloquear seções irrelevantes, como links de navegação. Recomendamos que somente as pessoas familiarizadas com HTML tentassem implementar a segmentação por seção.

Dica para aumentar o tráfego para o seu blog: Se você for um usuário do Blogger, ative essa configuração para avisar o Weblogs.com (serviço que informa sobre atualização de blogs), sempre que você atualizar o seu blog. Isso significa que o seu blog será incluído em várias listas da Internet que mostram blogs "atualizados recentemente", e em outros serviços relacionados a blogs.

Os blocos de links o ajudam a aproveitar ao máximo o espaço limitado.

Se você quer blocos de anúncios que se adaptem ao seu site e aos interesses dos visitantes, experimente os blocos de links. Cada bloco de links exibe uma lista de tópicos relevantes para o conteúdo do seu site. Quando os usuários clicam em um desses tópicos, aparece uma página de anúncios do AdWords relacionados a esse tópico. Observe, no entanto, que você não será pago pelos cliques nos tópicos, e sim pelos cliques de usuários nos anúncios do AdWords na página exibida.

Blocos de links são particularmente eficazes para conteúdos mais focalizados, onde os visitantes estarão buscando informações específicas. Os formatos variados também otimizam o espaço, por isso recomendamos que você incorpore blocos de links em locais novos ou incomuns do site. Lembre-se de que você pode colocar três blocos de links em cada página, além dos três blocos de anúncios padrão do AdSense existentes na mesma página.

Obtenha mais receita enquanto os usuários descobrem a Web

Ao colocar um caixa do AdSense para pesquisas no seu site, você aperfeiçoa a experiência on-line de seus usuários, gera um novo fluxo de receita e entende melhor as necessidades de seus visitantes. Tudo ao mesmo tempo.

Os usuários gostarão de pesquisar na Web a partir de seu site, e você ficará satisfeito com a oportunidade de monetizar essas pesquisas por meio de cliques em anúncios nas páginas de resultados. As páginas de resultados de pesquisa podem ser personalizadas para se adequar ao tema do seu site e você receberá por cada clique válido nos anúncios exibidos.

Dica para entender melhor seus visitantes: aproveite o relatório de consultas principais do AdSense para pesquisas. O relatório de consultas principais fornece uma lista das 25 pesquisas mais comuns feitas por meio da caixa do AdSense para pesquisas. Use-o para determinar os tópicos mais procurados em seu site ou investigar o que os usuários não conseguem encontrar em suas páginas. De qualquer forma, o relatório de consultas principais pode ser uma ferramenta eficiente para analisar e aprimorar o seu site.

Mantenha sua lista de filtros pequena

A lista de filtros da sua conta está funcionando bem até demais? Verifique a possibilidade de reduzir o número de anúncios filtrados. Embora a filtragem seja uma maneira fácil e rápida de evitar a exibição de anúncios indesejados, lembre-se de que a filtragem reduz o número de anúncios que podem ser exibidos, o que também reduz o seu potencial de ganhos. Para aumentar a variedade de anúncios exibidos nas suas páginas e para tirar o melhor proveito de cada oportunidade de rendimentos extra, experimente remover URLs da sua lista de filtros. Além disso, em vez de filtrar o domínio superior de um determinado anúncio (o que impedirá a exibição de outros anúncios desse domínio), filtre apenas o URL de destino específico.

Destaque conteúdos importantes do site usando a segmentação por seção

Os anúncios do Google AdSense são automaticamente direcionados ao conteúdo da sua página da Web, mas talvez você queira enfatizar ou deixar em segundo plano determinadas seções da página. Por exemplo, você pode querer enfatizar o primeiro parágrafo do seu artigo ou ignorar o menu. Com a segmentação por seção, você nos ajuda a determinar que partes do conteúdo sejam importantes para que o seu site exiba anúncios mais direcionados.

Nossos indexadores continuarão observando todo o seu site, mas suas sugestões nos ajudarão a aprimorar a sua segmentação de anúncios.

A segmentação por seção pode ser uma escolha adequada para o seu site, se:

1. Você está familiarizado com HTML e não tem problemas para adicionar tags HTML ao seu código-fonte.
2. Você deseja orientar os indexadores para seções específicas da sua página.
3. As seções que deseja segmentar contêm uma considerável quantidade de texto (uma porcentagem alta o suficiente do conteúdo geral para ajudar a instruir os nossos indexadores).

Você pode usar a segmentação por seção para fazer sugestões sobre quantas seções de página deseja. No entanto, pode levar de uma a duas semanas para que você comece a perceber as alterações em sua segmentação de anúncios. Queremos ter certeza de que os seus anúncios são o mais eficiente possível. A nossa tecnologia detecta se a segmentação por seção vai mesmo melhorar seus resultados. E implementará essa segmentação automaticamente apenas se for aumentar sua receita.

Dica para uma implementação adequada: Inclua uma quantidade significativa de conteúdo dentro das tags de segmentação por seção. Se você não incluir conteúdo suficiente, anúncios menos relevantes ou anúncios de serviços públicos podem ser exibidos. Certifique-se de que enfatizou apenas as seções importantes do conteúdo relevante em seu site. É contra os regulamentos do programa, manipular a segmentação de anúncios para obter anúncios que não correspondem ao conteúdo de suas páginas.

OBS: Essas dicas foram tiradas do blog oficial do AdSense, então são dicas dadas pelo Google. A Sugestão é procurar utiliza-las da melhor maneira possível, veja bem, não estou dizendo que você não possa buscar informações não oficiais do Google em outros blogs e sites e até mesmo com outros especialistas, apenas saliento que acho muito mais válido utilizar as dicas do Google.

Fonte para mais informações: <http://adsense-pt.blogspot.com/>

Fonte para mais informações:

https://www.google.com/adsense/support/?sourceid=aso&subid=ww-ww-et-homepage_footer&medium=link

Cases de Sucesso:

https://www.google.com/adsense/static/pt_BR/Success.html