



# Guia para Autores e Produtores de Conteúdo

O objetivo deste manual não é ter guidelines rígidas ou limitar a sua criatividade antes sequer de começar a escrever. O nosso mindset e o nosso lema são muito claros: Estudar, aprender e partilhar conhecimento todos os dias. Acreditamos que só em modo de partilha, podemos ser melhores. Por isso, o seu conteúdo é muito bem-vindo e ficamos felizes por ter decidido colaborar connosco.

Mas para receber visitas, causar boa impressão, fazer com que voltem e sejam lembrados, qualquer “casa” tem que estar mobilada e decorada de forma harmoniosa. As pessoas têm que se sentir bem recebidas. Se o forem, vão voltar. E, tal como você certamente está a fazer no seu blog, site ou empresa, precisamos muito ver o nosso blog organizado, por isso precisamos criar mecanismos para padronizar a produção de conteúdo e levar a melhor mensagem à nossa audiência, elaborada por experts no assunto, como você.

Criámos este guia para que todos os autores tenham uma orientação quando começarem a escrever e preocuparem-se única e exclusivamente em criar e inspirar pessoas. Pouparamos tempo e trabalho. Nosso e seu.

## Porquê escrever para vocês?

Não se trata de escrever para nós. Você estará a escrever para um universo de mais de 1 000 000 de utilizadores junto com outros milhares de visitantes do nosso blog que todos os dias têm contato connosco e consequentemente com o universo da captação de leads e oportunidades de negócio, email marketing, marketing automation, mobile marketing e fidelização. Nós somos o veículo que levará essa informação a quem está à procura dela. É uma grande responsabilidade mas estamos a confiar-lhe essa responsabilidade.

As suas experiências profissionais têm demasiado valor para não serem partilhadas com o mercado. Quantas vezes não estamos à procura de inspiração? Você pode perfeitamente construir a sua autoridade e ser essa fonte de inspiração para milhares de pessoas.

Alguns posts que demonstram bem como são os posts no [blog da E-goi](#),



considerando o estilo e estrutura:

- [Como Criar Campanha de Email Marketing – O Guia Completo](#)
- [O que são Web Push Notifications? \[+ 13 Razões para Utilizar\]](#)
- [Como fazer SMS Marketing: O Guia Definitivo](#)
- [Calendário de Marketing e Redes Sociais! \[para Google, Mac e Outlook\]](#)
- [NPS na prática: Passo a passo para a implementação](#)
- [Como Fazer Lead Scoring na prática + Exemplos](#)

## Eu posso escrever para vocês?

Não se preocupe se não tem muita experiência de escrita. Temos as portas abertas do nosso blog tanto para quem já tem experiência em escrita em blogs e escreve frequentemente como para quem ainda não publicou.

Como é normal há algumas questões importantes a considerar ao preparar um artigo para o Blog.

### **Algumas considerações prévias:**

- Só aceitamos conteúdos 100% originais que nunca foram publicados em outros blogues ou sites. Não permitimos plágio e nem conteúdo duplicado.
- Se usar frases de outros autores ou dados estatísticos de outras fontes não se esqueça de os citar e colocar um link para a fonte original
- Pode republicar o artigo online, desde que, deixe sempre um link para o local onde ele foi originalmente escrito, neste caso, o Blog E-goi.
- Aceitaremos artigos com pelo menos 500 palavras. No entanto, recomendamos conteúdos densos com mais de 1200 palavras porque normalmente têm melhores resultados orgânicos.

Lembre-se: Fazer mais do mesmo não vai distingui-lo entre centenas de profissionais. Além do mais, o Google penaliza conteúdo duplicado e ambos queremos fazer o melhor para que o seu conteúdo esteja no topo das pesquisas. Estas sugestões são meio caminho andado para que isso se torne realidade.



## Tom e Voz

Os nossos conteúdos têm, na sua maioria, carácter educativo embora alguns tenham um carácter mais técnico mas sempre numa perspectiva didática. É como se você durante aqueles minutos de leitura assumisse o papel de professor que está explicando e conversando com o aluno, o leitor.

Normalmente usamos um tom informal, por vezes até em tom de brincadeira. O humor é sempre uma boa forma de tornar a leitura mais leve, sem desvirtuar o conteúdo e a componente didática.

Mas há algumas regras: evite usar temas controversos e sensíveis como política, desporto, religião ou sexo. Acho que você já percebeu.

É comum também usarmos metáforas, analogias ou histórias para ajudar a transmitir a mensagem, principalmente quando se tratam de conteúdos mais técnicos.

Exemplo:

“Antes de começar precisa de uma base de dados. E pode começar por comprar uma, certo? Errado! Deixe-se disso. Só lhe vai dar chatices. É como entrar na casa de alguém e só depois de já lá estar perguntar se podia entrar. Não está já cansado de receber na sua caixa de correio emails de quem nunca sequer ouviu falar?”.

## Temáticas

O blog da E-goi é referência em assuntos relacionados com Email Marketing, Marketing Automation ou Mobile Marketing. Sendo assim, falamos bastante sobre os conceitos e como podemos: captar, relacionar-se, converter, vender e analisar.

Publicamos conteúdo focado em temas como:

- Automação de Marketing
- Email Marketing
- Retalho
- E-commerce
- Estratégias de Marketing Digital
- Geração e nutrição de Leads
- Inbound Sales
- Landing Pages



- Email Marketing para nichos
- Afiliação
- Otimização de conversão
- SMS Marketing
- Notificações Push
- Fidelização

Os nossos leitores têm diferentes níveis de conhecimento, o que exige diferentes tipos de conteúdo. Pode parecer estranho para si sendo um profissional experiente mas poderá ser necessário explicar conceitos e até realizar guias ou tutoriais para iniciantes.

Aqui na E-goi adoramos cases, dicas e hacks, ou seja, experimentamos primeiro e depois mostramos como fizemos e quais foram os resultados. Para nós só faz sentido assim e é assim que nós próprios aprendemos. Vamos gostar muito das suas dicas e tenho a certeza que os nossos leitores também.

## Gramática

### Tempo verbal

Você que vai começar a escrever para o nosso blog, vai passar a fazer parte da nossa equipa. É nosso parceiro! Então para nós E-goi faz sentido que escreva “nós fizemos” e não “eu fiz”. Trabalha sozinho? Agora já não! :)

### Numeração

Os números devem ser escritos na forma cardinal. Exemplo: “10 erros que vão arruinar as suas campanhas de email marketing”.

Há algumas exceções para números grandes e inteiros como: mil, 10 mil, 1 milhão, 2,7 biliões.

### Maiúsculas, minúsculas e hífen

Vale a pena lembrar que escrevemos de acordo com o novo acordo ortográfico mas somos flexíveis e não vamos obrigá-lo a fazer o mesmo. Tenha em conta a correta utilização das maiúsculas quando inicia as frases, usa nomes de pessoas, cidades, países ou conceitos.



No título costumamos usar maiúsculas em todas as palavras, salvo raras exceções. Apesar de gramaticalmente não ser adequado, acredite, vai chamar mais a atenção do leitor e conseqüentemente ter mais leituras. Ex: Os 10 Maiores Erros que Vão Arruinar o Seu Email Marketing.

## Estilo

### Subtítulos

Todos os posts do blog da E-goi são organizados por subtítulos, quer sejam listas numeradas ou não. Ajuda a compartilhar melhor o conteúdo, tornando-o mais organizado e fácil de ler.

### Links internos

Use links internos para outros posts seus ou escritos por outros autores, desde que complementem o que escreveu. Por exemplo, se escreveu um post sobre como criar um e-book, é lógico que escreva o seguinte sobre como criar uma página de captura, apontando para o artigo anterior.

Podem também usar esse link como call to action para apontar para outros recursos que tenha realizado como webinars ou e-books.

### Links externos

Fazer referências a links externos também é uma boa prática (já aqui falamos de incluir links sempre que cita outras fontes), mas sempre de forma moderada. Deve ter o cuidado de não citar um concorrente direto e de atribuir a tag rel nofollow ([veja aqui como fazer](#)).

### Bullet points

O mesmo princípio que usamos para os subtítulos, deve ser usado com bullet points. Ajudam na experiência de leitura do visitante, nomeadamente para listar ou descrever conceitos.



## Parágrafos

Use parágrafos curtos. Uma ferramenta que usamos e que irá ajudar também a si, o SEO Yost, recomenda que use um máximo de 20 palavras por frase. Não é obrigatório e não é um número rígido. O importante é que o artigo seja legível e que seja coerente. Não use parágrafos com 5 linhas, outro com 2 e outro com 7.

Não deve ter blocos de texto muito longos pois tornará a leitura maçante e é possível que o leitor se afaste por passar uma impressão de um conteúdo cansativo, mesmo que seja um conteúdo de grande qualidade. Já imaginou quantos artigos são produzidos na internet a cada minuto?

## Negritos

Use negrito para reforçar as palavras chave do seu texto ou frases importantes mas com moderação. Demasiados negritos tornarão o texto ilegível.

## Itálicos

Deve ser usado para expressões e palavras de língua estrangeira, ex: *return of investment*.

## Citações

Coloque entre aspas as citações que necessitar usar. Se referir números, coloque o link para a fonte, de forma a comprovar esses mesmos números.

## Estrutura de conteúdo

1. Título
2. Introdução com explicação ou descrição do tema principal.
3. Corpo do post com títulos secundários, listas ou passo-a-passo com conselhos ou dicas, etc.
4. Conclusão final
5. Call to action



## Imagens

Tenha a preocupação de usar imagens com licenças sem restrições para uso comercial. [Siga este guia para a pesquisa](#). Se preferir, use as suas próprias imagens, desde que sejam originalmente criadas por si ou pelo seu designer.

Deve usar uma imagem de capa (640x359px) e pelo menos uma imagem no corpo do post. Sempre que necessário coloque print screens para dar credibilidade aos dados que apresenta.

## Edição de Artigos

Se seguir as nossas recomendações, os seus artigos rapidamente serão publicados. É possível, no entanto, que façamos alterações por questões de SEO, design, estrutura ou política editorial. Depois de realizado e revisto, escolhemos a data na qual será publicado de acordo com o nosso calendário editorial.

Tenha em atenção para não desenvolver um artigo com conteúdos semelhantes aos que já foram publicados.

## Envio dos Conteúdos

Os conteúdos serão publicados diretamente no nosso gestor de conteúdos. Para tal deverá aceder a <https://blog.e-goi.com/wp-admin>. Será criado um acesso de autor para si que deve ser previamente solicitado por e-mail para [marketing@e-goi.com](mailto:marketing@e-goi.com), enviando uma fotografia e a sua biografia.



## Pós-Publicação

Depois de finalizado, o post é publicado também nas redes sociais da E-goi. Recomendamos que também partilhe nos seus perfis sociais.

Depois de publicado e partilhado, pode também acompanhar os comentários. É uma forma de interagir com os leitores, solucionar possíveis dúvidas e colher ideias para novos posts.

## Dúvidas, Perguntas ou Sugestões

Entre em contato com o departamento de Marketing da E-goi – [marketing@e-goi.com](mailto:marketing@e-goi.com)