

**Artigos com
mais
qualidade,
mais
criatividade,
e menos
tempo gasto.**

1ª Edição

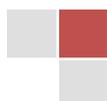


As melhores dicas para não ficar sem idéias para seus artigos, torná-los ainda mais criativos e fáceis de ler, e fazê-los em menos tempo. Tudo isso você encontra dentro dessas 50 páginas,

**Hugo
Costa**

SUMÁRIO

LEI DE PARETO: O REMÉDIO MILAGRE PARA O SEU BLOG?	3
O MÉTODO EM 7 ETAPAS PARA REALIZAR 5 A 10 VEZES MAIS COISAS DO QUE OS OUTROS	5
O PRINCÍPIO DE LABORIT, OU COMO ATINGIR OS SEUS OBJECTIVOS BEM MAIS RAPIDAMENTE	7
COMUNICAR MELHOR: A TÉCNICA DOS 7 “C”s	9
COMO ENCONTRAR EXCELENTES COMPARAÇÕES PARA DAR MAIS IMPACTO AOS SEUS ARTIGOS.....	11
COMO ESCREVER COMPARAÇÕES ORIGINAIS? O MANUAL DE UTILIZAÇÃO	13
“TO BE CONTINUED?” ... A TÉCNICA DE CLIFFHANGER PARA FIDELIZAR MAIS LEITORES	15
A SUA ESCRITA É MUSICAL? UMA TÉCNICA PARA TRANSFORMAR OS SEUS TEXTOS NUMA SINFONIA! .	17
ECONOMIZAR PALAVRAS: O SEGREDO PARA UM TEXTO EFICAZ E RESPEITUOSO	19
UMA TÉCNICA DE ESCRITOR PARA ENCURTAR AS FRASES DEMASIADO LONGAS E SIMPLIFICAR A LEITURA	21
O TIPO DE FRASE QUE UMA CRIANÇA DE 7 ANOS SABE ESCREVER E QUE PODE TRIPLICAR A TAXA DE LEITURA DOS SEUS ARTIGOS	23
5 PASSOS PARA REDIGIR UM ARTIGO DE BLOG EM MENOS DE 40 MINUTOS	25
COMO REDIGIR 8 ARTIGOS NUM ÚNICO DIA PARTINDO DE UMA ÚNICA IDEIA: O SEGREDO!	28
ESCREVER 7 ARTIGOS EM 2 HORAS – ETAPA 1: PREVER, ESCOLHER E CONSTRUIR	31
ESCREVER 7 ARTIGOS EM 2 HORAS – ETAPA 2: ANUNCIAR.....	33
ESCREVER 7 ARTIGOS EM 2 HORAS – ETAPA 3: 1H15 PARA CRIAR UM ARTIGO COMPLETO.....	35
ESCREVER 7 ARTIGOS EM 2 HORAS – ETAPA 4: DIVIDIR O ARTIGO GLOBAL EM 5 PARTES E COLOCAR ÁGUA NA BOCA DOS LEITORES	38
COMO DESENVOLVER A CRIATIVIDADE EM 10 MINUTOS POR DIA COM O TESTE JACKSON.....	40
BRAINBLOOM E FLUXO DE IDEIAS: 2 TÉCNICAS DE MIND MAPPING PARA TER TONELADAS DE IDEIAS	42
CRIATIVIDADE: COMO ESCREVER EXCELENTES TEXTOS ESCOLHENDO PALAVRAS AO ACASO NO DICIONÁRIO	45
ENCONTRAR ATÉ 104 IDEIAS PARA ARTIGOS EM 4 MINUTOS ... USANDO UMA A UMA AS LETRAS DO ALFABETO.....	47



LEI DE PARETO: O REMÉDIO MILAGRE PARA O SEU BLOG?



O princípio do 80/20, ou lei de Pareto (como preferirem chamar) tem na sua essência a seguinte definição: *um número restrito de causas produzem a maioria dos efeitos*. Esta tendência foi observada pelo economista italiano Vilfredo Pareto, e foi readaptada aos tempos modernos por Richard Koch no seu best-seller O Estilo 80/20 (para quem ainda não leu, recomendo vivamente).

A verdade é que nem sempre a proporção é de 80/20, mas mesmo sendo de 90/10 ou 70/30, o essencial é entender que uma pequena parte das actividades, ações ou factores geram a grande maioria dos resultados.

A LEI DE PARETO APLICADA AO SEU BLOG

Assim que conseguimos anexar lei de Pareto à nossa forma de pensar, começamos a ver relações de 80/20 por todo o lado:

- 20% dos artigos do blog recebem 80% do tráfego
- 20% das origens de tráfego geram 80% das visitas do blog
- 20% das formas de monetização geram 80% das receitas
- etc.

A partir desse momento, será nesses 20% de artigos, nesses 20% de origens de tráfego que deverá focar a sua atenção. Daí este tipo de análise assumir uma importância de relevo na estratégia de crescimento e monetização de um blog ou site. Agora o reverso da medalha, 20% dos seus bloqueios, das suas dificuldades ou falhas representam 80% do travão ao crescimento do seu blog.

Exemplos:

- Ainda não tem newsletter
- Não tem conhecimentos de SEO para aumentar o tráfego do seu blog
- Está sem ideias para novos artigos
- Etc

Se concentrar o seu esforço neste factores limitativos, em teoria é o suficiente para o seu blog dar um verdadeiro passo de gigante em direção ao sucesso.

A LEI DO 80/20 NA ESCOLHA DE INFORMAÇÃO E APRENDIZAGEM

A lei de Pareto pode também ser a sua melhor aliada no que a consumo de informação e aprendizagem diz respeito. Não é novidade nenhuma, a única forma de aprender é lendo e “reproduzindo” o que os mestres da área em que nos queremos inserir fazem. Só depois de dominar o que os outros fazem, é que poderemos inovar e criar a diferença, para podermos então dar ao nosso blog um lugar de destaque.



Mas informação é o que mais há na Internet! Não se disperse, escolha os seus mentores, e absorva todos os seus ensinamentos. De nada vale ter um feed de 500 blogs diferentes, se para absorver a informação precisa de 48 horas por dia, quando o dia só tem 24! Escolha um ou dois blogs por área (blogging, SEO, monetização, etc) e “esqueça” o resto. Já um professor meu nos dizia com frequência, o sucesso advém de 1% de inspiração e 99% de trabalho afincado.

OS LIMITES DO 80/20

Muitas vezes fico com a impressão que há quem tenha elevado a Lei de Pareto a solução absoluta para todos os seus problemas. Mas a realidade não é tão simples assim. O princípio dos 80/20 baseia-se em uma análise posterior e não anterior à execução de uma determinada tarefa.

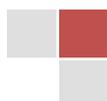
Dando um exemplo prático, você só poderá saber quais os artigos do seu blog que mais tráfego geram, depois de os ter escrito. Não é possível prever se um determinado conteúdo vai ter sucesso antes mesmo de o escrever. Você não pode afirmar que o seu blog vai ter sucesso, se ainda nem escolheu o layout para ele.

Por isso podemos concluir que a Lei de Pareto não é um remédio mágico para o seu blog. É no entanto um forma de pensar e analisar os resultados do seu blog, e a tomar decisões mais acertadas na elaboração da sua estratégia de crescimento para o seu projecto.

Richard Koch no seu best-seller O Estilo 80/20 recomenda que faça uma análise 80/20 ao seu trabalho em intervalos regulares (uma vez por mês por exemplo), para que possa ponderar sobre como melhorar os resultados do seu trabalho.

VOCÊ USA A LEI DE PARETO PARA MELHORAR AS ESTATÍSTICAS DO SEU BLOG?

Deixo aqui um grande desafio a vocês todos. Analisem, com a ajuda do Google Analytics, e descubram quais são os artigos ou paginas do seu blog que geram 80% do seu tráfego. Uma vez feita essa análise, otimizem esses artigos de forma a criar uma estrutura de cross linking eficiente para esse artigos. Espere uns dias, verifique a evolução da taxa de rejeição assim como as visualizações de páginas do seu blog.



O MÉTODO EM 7 ETAPAS PARA REALIZAR 5 A 10 VEZES MAIS COISAS DO QUE OS OUTROS



É sabido que apenas 3% das pessoas escrevem os seus objectivos no papel. Também foi comprovado que esses 3% de pessoas realizam 5 a 10 vezes mais coisas do que os outros.

ETAPA 1: DETERMINE O QUE VOCÊ QUER

Determine as suas metas. Fixe os seus objectivos.

Você dificilmente conseguirá avançar na boa direcção se não souber para onde ir.

Não saber exactamente o que se quer, é correr o risco de se desgastar inutilmente, fazendo coisas que não são verdadeiramente importantes para si.

ETAPA 2: ANOTE OS SEUS OBJECTIVOS!

Uma vez que determinou os seus objectivos, aquilo que realmente você quer atingir: **anote tudo!**

Escrevendo os seus objectivos, você dá-lhes uma forma palpável. Os seus objectivos transformam-se em algo de concreto e não só uma simples ideia.

Aqui fica novamente a frase introdutória deste artigo: “É sabido que apenas 3% das pessoas escrevem os seus objectivos no papel. Também foi comprovado que esses 3% de pessoas realizam 5 a 10 vezes mais coisas do que os outros.”

ETAPA 3: FIXE UMA DATA LIMITE

Dê a si próprio uma data limite para conseguir atingir os seus objectivos.

Por exemplo, se você deve criar um blog, você pode escrever “Eu vou criar o meu novo blog antes do dia 1 de Novembro de 2012”.

O facto de colocar uma data limite vai obrigá-lo a fazê-lo e evitará que seja adiado (o que acontece muitas vezes quando não nos colocamos uma data limite).

ETAPA 4: DIVIDA O SEU OBJECTIVO

Divida o seu objectivo em pequenas etapas fáceis de atingir.

É bem mais simples de realizar 100 pequenas etapas simples que uma única grande acção muito difícil.

Qualquer que seja o objectivo que você se fixar, qualquer que seja a sua dificuldade, você pode recortá-lo em pequenas objectivos. E se alguns desses pequenos objectivos



lhes parecem ainda muito difíceis de atingir, recorte-os eles também, até atingir uma grande lista de pequenos objectivos fáceis de atingir.

ETAPA 5 : PREPARE O SEU PLANO DE ACÇÃO

Uma vez que criou a lista com todos os pequenos objectivos que se propõem atingir para concretizar o objectivo maior, chegou a hora de **preparar o plano de acção**.

Para isso, só precisa de uma coisa: simplesmente ordenar a lista por ordem de execução. Depois, escreva cada uma das acções que precisa efectuar para atingir cada um desses pequenos objectivos da sua lista.

Numere-os!

ETAPA 6: PASSE À ACÇÃO AGORA!

Comece já! Concretize agora a primeira acção da sua lista.

Não adie para mais tarde, porque “mais tarde” muitas vezes significa “nunca”.

O seu plano está pronto. Você deve agir agora!

Faça a primeira acção da sua lista sem esperar. Não adie o momento em que irá começar. Comece agora!

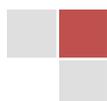
ETAPA 7: UMA ACÇÃO POR DIA

Depois, efectue uma acção da sua lista todos os dias.

Não irá precisar de fazer muito. UMA acção por dia é suficiente. Assim, todos os dias, você dará um pequeno passo em direcção ao seu objectivo.

É a melhor forma de progredir mais e mais.

Use este método em 7 etapas e eu prometo-lhe que concretizará muito mais coisas do que a grande maioria das pessoas.



O PRINCÍPIO DE LABORIT, OU COMO ATINGIR OS SEUS OBJECTIVOS BEM MAIS RAPIDAMENTE



O **princípio de Laborit**, você conhece?

Este princípio retoma o do **prazer** enunciado por Freud: “ Nós temos tendência em nos dirigir de forma espontânea em direção do que é fácil e agradável, e a afastar tudo o que é difícil e desagradável.”

É a lei da natureza.

Veja como contornar esta lei para atingir os seus objectivos mais facilmente. E bem mais depressa.

A EXPERIÊNCIA DA TAREFA SEGUINTE

Esta experiência desenvolveu-se em **3 fases**.

FASE 1:

Controladores **calcularam o tempo** que trabalhadores levavam para realizar uma tarefa.

Chamemos a esta tarefa «**a tarefa de referência**».

FASE 2:

Eles pediram aos mesmo trabalhadores para realizar novamente a **tarefa de referência**, anunciando-lhes o que deveriam fazer depois. A tarefa seguinte...

Era uma tarefa **desagradável e difícil**. Os trabalhadores **não gostavam dela**.

Resultado? Os controladores repararam que os trabalhadores, desta vez, **levaram muito mais tempo** para realizar a **tarefa de referência**, do que da primeira vez.

FASE 3:

Pediram novamente aos trabalhadores para realizar a **tarefa de referência**, anunciando-lhes novamente a tarefa seguinte.

Desta vez, a tarefa seguinte era **fácil e agradável**. Os trabalhadores adoravam-na.

Resultado? **Eles realizaram a tarefa de referência bem mais rapidamente**.

CONCLUSÃO:

Quando a tarefa seguinte é agradável, os trabalhadores realizavam a **tarefa de referência** bem mais rapidamente.

Ao contrário, quando a tarefa seguinte era difícil, eles demoravam mais tempo a realizar a **tarefa de referência**.

COMO USAR O PRINCÍPIO DE LABORIT PARA SER MAIS PRODUTIVO?



É simples.

Apenas tem de **agendar as tarefas difíceis**, aquelas que você menos gosta, **para primeiro lugar**. E as **tarefas simples e agradáveis para depois**.

Porque se você começar pelas tarefas agradáveis, você terá uma tendência natural a demorar mais tempo a fazê-las. Você adiará ao máximo as tarefas difíceis e desagradáveis. Inconscientemente.

Ao contrário, se você começar pelas tarefas difíceis e desagradáveis, você terá tendência a executá-las bem mais rapidamente. Porque você estará impaciente por chegar às tarefas que você mais gosta.

Conclusão: **Coloque sempre em primeiro lugar as tarefas difíceis e desagradáveis na sua lista de tarefas.**

PARA IR MAIS LONGE: ADICIONE UMA TAREFA “RECOMPENSA”

A ideia é a seguinte:

Adicione uma **nova tarefa no final da sua lista**. Uma **tarefa verdadeiramente agradável**. Uma coisa que você adora fazer (uma boa sessão de namoro 😊, sair com os amigos, ver um jogo de futebol, ou aquilo que você quiser)

Quando sabemos que temos algo muito agradável à nossa espera, realizamos **bem mais rapidamente** o que temos para fazer. Como na experiência com os trabalhadores.

Considere esta **tarefa «recompensa»** como fazendo parte do seu trabalho 😊

RESUMINDO

Aqui vai o plano de ação para realizar as suas tarefas:

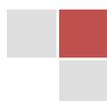
1 – Coloque **em primeiro lugar** da sua lista as **tarefas difíceis e desagradáveis**.

Aquelas que você terá tendência em deixar para depois.

2 – Coloque depois as **tarefas fáceis e agradáveis**.

3 – Adicione uma **tarefa “recompensa”**. Algo que o motive verdadeiramente. E que o leve a agir.

Aplique este plano de ação durante uma semana. Você ficará espantado com os resultados 😊



COMUNICAR MELHOR: A TÉCNICA DOS 7 “C”S



Nós comunicamos diariamente uns com os outros, Seja no trabalho, nos transportes públicos, ao telefone, na rua e claro nos nosso blogs. É algo que não podemos evitar, até Robinson Crusoe, isolado na sua ilha deserta ao longo de anos, comunicava com Sexta-Feira, o seu fiel amigo de quatro patas.

Passamos todo o nosso dia a comunicar, e muitas vezes nem nos apercebemos do tempo que perdemos nessas comunicações se não respeitarmos a regra dos 7 “C”s. Esta regra permite que as suas mensagens fiquem mais compreensíveis e eficazes, permitindo-lhe ganhar tempo, ser mais produtivo e fazendo com que o seu interlocutor o entenda melhor.

7 DICAS PARA MELHORAR A COMUNICAÇÃO ORAL E A COMUNICAÇÃO ESCRITA

1 – CLARO

Quando você pretende passar uma mensagem para alguém, seja falada ou escrita, seja claro naquilo que pretende dizer. Qual é o seu objectivo nessa comunicação?

Para ser claro na sua mensagem minimize o número de ideias por frase, respeita a regra de uma ideia por frase. Faça com que a sua mensagem seja de fácil entendimento para o seu interlocutor. O seu interlocutor ou leitor não tem de ler entre linhas para conseguir perceber o que você tem para dizer.

2 – CONCISO

Quanto mais conciso e objectivo você for na sua mensagem, mais a sua audiência terá uma ideia clara daquilo que você tem para dizer. Use frases curtas e tente passar a sua mensagem num mínimo de palavras. Inspire-se no Twitter.

Há palavras, expressões ou frases que podem ser retiradas do seu texto? Existem ideias repetidas?

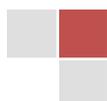
3 – CONCRETO

Mais uma vez, quanto mais concreto você for, mais facilmente a sua mensagem será entendida pela sua audiência. A sua mensagem está detalhada, mas não em excesso?

Repare nas campanhas publicitárias, é possível dizer muito em poucas palavras. Pelo menos o suficiente para criar interesse naquilo que você tem para dar à sua audiência.

4 – CORRETO

O tipo de comunicação escolhido, a linguagem usada, o tom de voz (no caso de comunicação oral), etc. devem ser os adequados, os correctos para a sua audiência. Você deve adaptar o tipo e a forma da sua mensagem olhando ao tipo de audiência que se encontra à sua frente.



A sua audiência espera de si uma linguagem mais ou menos formal?

Você verificou a ortografia e gramática dos seus textos?

5 – COERENTE

Uma mensagem coerente é aquela que mantém um sentido lógico desde o início até ao fim. Em que todos os pontos abordados são interligados e relacionados com o assunto da sua mensagem.

Para se coerente, o conteúdo da sua mensagem deve ser constituído de uma sucessão de frases pertinentes e que não disparam em todos os sentidos. Siga uma linha guia e não se afaste dela.

6 – COMPLETO

A sua mensagem contem toda a informação necessária? Você está a fornecer todos os elementos necessários para que a sua mensagem seja percebida pela sua audiência?

Inclua na sua mensagem todos os elementos necessário para a boa compreensão por parte do seu interlocutor.

7 – CORTÊS

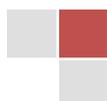
Você deve mostrar-se amigoso, acessível e sincero para com a sua audiência. Crie empatia! Para isso não hesite em colocar-se no lugar da pessoa a quem se dirige a sua mensagem. Trate-a da mesma forma que gostaria de ser tratado.

Nunca se esqueça das normas de educação inerentes à linguagem usada na sua mensagem. Nem que seja um simples “cumprimentos” seguido do seu nome.

VOCÊ APLICA ESTAS REGRAS DE COMUNICAÇÃO?

Tenha sempre presente na sua cabeça estes 7 pontos quando está a comunicar, tanto oralmente como escrevendo. Estas dicas irão favorecer a compreensão daquilo que você tem para dizer, poupando assim o seu tempo e permitindo uma interacção mais rápida e eficaz.

Enquanto blogueiro, estes 7 pontos são fundamentais na elaboração de um artigo. Seguindo esta regra você irá com certeza passar a sua mensagem de forma mais eficaz.



COMO ENCONTRAR EXCELENTE COMPARAÇÕES PARA DAR MAIS IMPACTO AOS SEUS ARTIGOS



Uma das formas mais simples de melhorar substancialmente os seus artigos é escrevendo boas comparações. Ao longo do artigo de hoje vamos ver as vantagens de inserir comparações nos seus textos e como encontrar boas analogias para agarrar mais facilmente os seus leitores.

As vantagens de usar comparações nos seus artigos

Um texto sem comparações é como um prato de esparguete sem molho. Fica enfadonho, não deixa recordações, não tem sabor.

O objectivo principal de uma comparação ou analogia é facilitar a compreensão dos seus conteúdos para os seus leitores. Ajuda-o a transformar ideias abstractas em imagens concretas e de fácil entendimento. Boas comparações irão criar imagens na mente dos seus leitores, imagens essas que irão marcar de forma incrível o imaginário dos internautas e assim aumentar a possibilidade de fidelização ao seu blog.

As comparações e analogia embelezam os seus textos, tornando-os de mais fácil digestão.

Mas como encontrar boas comparações ou analogias para embelezar os artigos? Simples: encontre-as na Internet!

UTILIZE O GOOGLE PARA MELHORAR OS SEUS ARTIGOS

Se eu escrever «cão», você consegue perfeitamente imaginar um cão, criar na sua mente uma imagem fiel de um cão na sua mente.

E se escrever a palavra «inútil», que imagem lhe fica na mente? Nada de concreto, isto porque «inútil» é uma palavra abstracta. Não é tão simples de visualizar. É nestes casos que as comparações entram em acção...

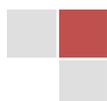
ENTÃO, MAS COMO ENCONTRAR UMA BOA COMPARAÇÃO?

A sua comparação vai começar por «mais inútil que» seguida de um exemplo forte e facilmente visualizável.

Se a imaginação ou criatividade estiver a falhar, então é muito simples, socorra-se do Google. Basta procurar no Google frases que comecem com «mais inútil que» e o motor de busca irá dar-lhe dezenas de resultados com excelentes comparações.

Para isso basta procurar por “mais inútil que” (entre aspas) e irá encontrar dezenas de resultados em que muitas são comparações excelentes para poder usar nos seus artigos.

AQUI FICAM ALGUMAS COMPARAÇÕES ENCONTRADAS NO GOOGLE:



Efectuei a pesquisa “mais inútil que” e no meio dos resultados propostos pelo Google rapidamente encontrei algumas excelente comparações:

Mais inútil que buzina em avião

Mais inútil que pé esquerdo em carro automático

Mais inútil que para-lama de barco

Mais inútil que um laptop ou celular sem bateria

Você vai conseguir encontrar no Google dezenas de comparações com esta técnica. É rápido, fácil e com resultados garantidos. E ainda pode melhorar as comparações encontradas dando-lhes ainda mais impacto visual. Como por exemplo: mais inútil que buzina em avião de controle remoto.

ADAPTE AS COMPARAÇÕES AO SEU BLOG

Deve sempre tentar adaptar as comparações que encontra, ao que sua audiência procura. Ou seja, conforme o nicho em que se insere o seu blog, deverá encontrar comparações que se insiram no tema. Veja alguns exemplos:

Blog sobre animais: “tão difícil como ensinar um gato a nadar numa piscina cheia de cães”

Blog sobre Futebol: “tão difícil como Neymar se pentear em uma manhã de muito vento”

Blog sobre automóveis: “mais inútil que um airbag numa bicicleta elíptica”

Bem, já deve ter percebido onde eu pretendo chegar. Você pode melhorar os seus artigos, sem grande esforço, tornando-os mais agradáveis e visuais. Para isso basta “perder” alguns minutos a pesquisar por boas ideias de comparações no Google.

E se quer ir ainda mais longe, guarde no seu Evernote as melhores comparações e/ou analogias que vai encontrando. Ou seja construa a sua própria base de dados de comparações, e vá usando à medida das necessidades.

AGORA É A SUA VEZ

Chega de teoria, chegou a hora de passar à acção. Agora é a sua vez. Encontre ou crie boas comparações para “Criar um blog é como” ou “Blogar é como” e deixe um comentário com as melhores comparações que encontrar. Essas comparações serão úteis para todos.



COMO ESCREVER COMPARAÇÕES ORIGINAIS? O MANUAL DE UTILIZAÇÃO



1. A COMPARAÇÃO NÃO PODE SER BANAL

O que eu chamo banal, é uma comparação que não resistiu à utilização ao longo do tempo.

Ela está desgastada de tanto ser usada e aparece um pouco como uma fórmula banal. Ela esvaziou-se e perdeu todo o seu impacto. Um pouco como um ovo do qual foi aspirado o conteúdo.

Alguns exemplos:

Teimoso que nem uma mula

Comer que nem um porco

Azul como o céu

Considere que a partir do momento em que uma comparação é codificada – ou seja, que ela foi adicionada ao dicionário – ela torna-se banal. Você deve então evitá-la.

2. A ORIGEM DAS COISAS COMPARADAS DEVE SER A MAIS AFASTADA POSSÍVEL

Podemos comparar muitas coisas para criar comparações.

Veja algumas comparações possíveis:

Um ser humano com um ser humano

Um animal com um animal

Uma situação com uma situação

Um ser humano com um animal

Um ser humano com uma coisa concreta

Um animal com uma coisa concreta

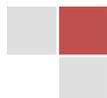
Um ser humano com uma situação

Um ser humano com uma coisa abstrata

etc.

Agora, esteja atento ao que se segue: quanto mais a natureza das coisas que você comparar for afastada, e mais a sua comparação terá impacto e será original.

Enfim, prefira comparar um ser humano com uma ideia abstrata do que um ser humano a um outro.



3. AS SUAS COMPARAÇÕES DEVEM SER PERTINENTES

A pertinência é o objetivo final de uma comparação.

De nada lhe serve ser original se você falha o alvo, se a sua comparação não inspira nada, ou se ela é demasiadamente abstrata.

É aqui que entra em ação a sua criatividade.

A partir de agora, pense em anotar as comparações interessantes e originais que encontrar nas suas leituras.

Assim poderá inspirar-se nelas para escrever as suas próprias comparações originais.



“TO BE CONTINUED?” ... A TÉCNICA DE CLIFFHANGER PARA FIDELIZAR MAIS LEITORES



Visualize a seguinte situação, você está a assistir um filme e na cena final, no ápice da trama, apagam-se as luzes e uma mensagem de “**Continua...**” emerge na tela...

Com certeza você já passou por algo semelhante, não é mesmo?

Este é um recurso de roteiro famoso chamado de **técnica de Cliffhanger**, que em português quer dizer “a beira do precipício” dado a sensação de suspense e ansiedade causada ao telespectador.

O **cliffhanger** é utilizado unicamente para prender a atenção da audiência e, em casos de séries ou seriados, fazê-la retornar ao filme, na expectativa de testemunhar a conclusão dos acontecimentos.

VOCÊ TAMBÉM PODE UTILIZAR A TÉCNICA DO CLIFFHANGER NO SEU BLOG

Você acha que este é um recurso exclusivo do cinema? Não mesmo! Felizmente você também poderá usá-la no seu blog conquistando assim muitos leitores. Como? Eu explico nas próximas linhas!

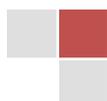
NÃO ESGOTE O ASSUNTO EM UM ÚNICO POST

Assim como os grandes diretores de cinema, não esgote todo o assunto em uma única trama. Deixe os seus leitores curiosos; deixe-os famintos por aquilo que você têm a oferecer; faça com que eles implorem por mais do seu conteúdo!

Se por exemplo você têm em mãos um artigo de 1000 palavras, crie uma série de cinco artigos com 250 palavras cada, termine os o clássico “Continua nos próximos artigos...”

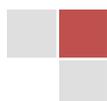
Neste ponto, **ofereça uma opção para subscrever o conteúdo do blog e ficar por dentro das novidades**, facilite a vida do seu leitor com um formulário convidativo, pois neste momento, ele já estará com água na boca para ler os próximos desdobramentos desta saga.

EXPLICAÇÃO PSICOLÓGICA



A psicologia explica que as pessoas tendem a se lembrar melhor de tarefas não concluídas, ou realizadas pela metade. Este fenômeno, recebe o nome de **efeito Zeigarnik**.

Desta forma, se o usuário termina a leitura de um post, o próprio cérebro do leitor, a curto prazo, fará questão de excluir a informação absorvida; se por outro lado, o assunto não foi exaurido, ou seja, a tarefa não foi concluída, é como se o cérebro “guardasse para depois”, e assim, seu blog ficará na mente do leitor por muito, mas por muito mais tempo.



A SUA ESCRITA É MUSICAL? UMA TÉCNICA PARA TRANSFORMAR OS SEUS TEXTOS NUMA SINFONIA!



Nota inicial: se possível, leia este artigo em voz alta ... vai ajudar a perceber o conteúdo 😊

Você quer que os seus artigos sejam agradáveis de ler? Quer que os seus leitores fiquem com as suas palavras gravadas na cabeça, à semelhança das músicas das maiores bandas do mundo?

Então só tem uma forma: transforme os seus escritos em música.

Escrever é criar música. Porque as palavras têm um som. Porque **as frases têm um ritmo**. Uma harmonia.

Aqui ficam 2 técnicas para transformar os seus artigos em verdadeiras sinfonias...

VARIE O COMPRIMENTO DAS FRASES

Uma das melhores formas de dar ritmo aos seus textos é de **variar o comprimento das frases**.

Olhe para um exemplo claramente inspirado na obra “100 ways to improve your writing” de Gary Provost:

Isto é uma frase de sete palavras. Aqui fica outra frase de sete palavras. Escrever em sete palavras é muito simples. Mas repare no que está a acontecer. As frases do mesmo comprimento são aborrecidas. Estas frases podem adormecer-nos rapidamente e facilmente. É preciso variar o ritmo das frases. Agora, ouça o que se vai passar...

Eu vou **mudar o comprimento das frases**, e repare o que eu obtenho. O ritmo muda. E isto cria música. Eu posso **abrandar o ritmo das frases aumentando o seu comprimento**. Ou acelerar.

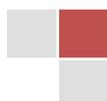
Uso frases curtas. Ou então escrevo frases médias. E por vezes, quando tenho a certeza que o meu leitor não vai largar o texto e parar de ler, permito-me escrever uma frase bem mais comprida, como esta por exemplo.

Misturando frases curtas, frases médias e frases longas, você **muda o ritmo da leitura**.

Não escreva apenas palavras. Escreva música. Escreva sinfonias.

VARIE A CONSTRUÇÃO DAS FRASES

Os nossos professores de português ensinaram-nos que uma frase deve ser composta de um sujeito, um verbo e um complemento: “O lobo come a cabra”, “Eu escrevo um artigo”.



Encontrará também esta dica na grande maioria dos **cursos de copywriting**.

O que eu penso disso? Esqueça esta dica. Esqueça o que o seu professor de português lhe ensinou. Esqueça a gramática 😊

Porque é que digo isso? Porque escrevendo frases incompletas, você pode modificar o ritmo da leitura. E assim criar as músicas que quiser.

Mude a construção das frases. Pare de escrever frases completas. Destrua-as.



ECONOMIZAR PALAVRAS: O SEGREDO PARA UM TEXTO EFICAZ E RESPEITUOSO



VÁ DIRECTO AO ASSUNTO

Obrigar-se a escrever curto é obrigar-se a **ir directo ao assunto**, ao essencial.

Já o disse por diversas vezes: “Ir directo ao assunto é uma das regras base de uma comunicação eficaz.”

Aliás, eu estou convencido que num blog, um texto curto será sempre mais eficaz que um texto longo. **Estou convencido que é possível exprimir mais e melhor, escrevendo menos.** Eu acredito que é possível criar artigos muito melhores e ao mesmo tempo, **economizar palavras.**

Duvida disso?

Nesse caso, debrucemo-nos sobre alguns dos textos e discursos mais influentes da história da humanidade. E vejamos quantas palavras têm:

Os 10 mandamentos: 88 palavras

A declaração do Direitos do Homem e do Cidadão: 793 palavras

O extraordinário discurso de Gettysburg por Abraham Lincoln: 277 palavras

A Declaração de Independência do Estados Unidos: 485 palavras

Todos estes textos têm menos de 800 palavras. **Mesmo assim, possuem uma eficácia incrível.**

Mas há outra razão pelo qual você deve encurtar o seus textos:

ECONOMIZAR PALAVRAS É UMA QUESTÃO DE RESPEITO

Você gosta que lhe façam perder o seu tempo? É óbvio que não!

Sabe uma coisa? Os seus leitores também não!

“Mas eu não os faço perder tempo”, me dirá você.

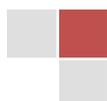
Tem a certeza disso? Sim? No entanto...

Você faz perder tempo aos seus leitores cada vez que usa 4 palavras onde uma única – melhor escolhida – seria suficiente.

Você faz perder tempo aos seus leitores sempre que escreve uma palavra que não é indispensável à compreensão do texto.

Você faz perder tempo aos seus leitores quando escreve uma frase comprida, onde uma simples e curta metáfora seria bem mais eficaz.

Você faz perder tempo aos seus leitores sempre que escreve um artigo de 1300 palavras, quando poderia passar a mesma mensagem em apenas 400.



Escrever curto é mais complicado do que escrever comprido. Isso obriga-nos a pensar em cada uma das palavras que usamos. E não apenas cuspir as ideias como elas chegam.

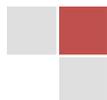
Escrever curto, economizar palavras, é fazer prova de respeito para com os seus leitores.

É mostrar-lhes que se deu ao trabalho de depurar o seu texto. Que se dedicou a extrair o essencial e a eliminar o que é inútil. E assim, oferecer-lhes textos simples, claros e que eles conseguem entender de uma só vez. Rapidamente. Facilmente. Sem ter de perder tempo.

Tome o tempo para escrever curto. Simplifique os seus artigos para *economizar palavras*. Os seus leitores agradecerão.

É pelo menos esse o objectivo que me fixei há algum tempo. E olhando ao tamanho de muitos dos meus artigos, ainda tenho de progredir mais. E ainda bem que assim é 😊

E VOCÊ, ESTÁ PRONTO PARA ECONOMIZAR PALAVRAS?



UMA TÉCNICA DE ESCRITOR PARA ENCURTAR AS FRASES DEMASIADO LONGAS E SIMPLIFICAR A LEITURA

Você sabe disso: quanto mais longa for uma frase, mais ela fica difícil de ler. E o que é que isso provoca? Você **perde leitores** ao longo do seu artigo.

Sabe qual é o problema? O problema é este:

Num blog, ou numa página de venda, perder um leitor significa **perder uma potencial venda**. Daí a importância de simplificar os seus textos ao máximo. O objectivo é **facilitar a leitura**.

Uma técnica que roubei aos escritores para **encurtar as frases demasiado compridas** (e relançar o interesse do leitor ao mesmo tempo).

A PARTIR DE QUANTAS PALAVRAS UMA FRASE É LONGA DEMAIS?

Paula LaRoque, no seu livro *"The Book on Writing"*, diz o seguinte: "Se uma frase se desenvolver além das 20 palavras, o escritor deve pensar em terminá-la".

Ela classifica as frases em 3 grupos:

As **frases curtas**: de 1 a 12 palavras

As **frases de tamanho médio**: de 12 a 18 palavras

As **frases compridas**: mais de 18 palavras

Uma frase deve conter um sujeito, um verbo e um complemento. Nada mais.

Então, como encurtar as frases demasiado compridas? Fácil: divida-a em duas e transforme-a em uma pergunta e em uma resposta. Veja este exemplo:

COMO TRANSFORMAR UMA FRASE LONGA NUMA PERGUNTA/RESPOSTA E SIMPLIFICAR A LEITURA?

Aqui vai uma frase longa:

Você pode simplificar a leitura dos seus textos transformando cada frase muito longa em uma pergunta e na sua resposta.

Ela tem 20 palavras. Não é exagerado, mas pode facilmente ser cortada em dois.

Assim:

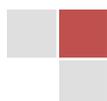
Como simplificar a leitura dos seus textos? Transforme cada frase demasiado longa em uma pergunta e sua resposta.

Obtenho assim uma pergunta com 7 palavras e uma resposta com 11. Duas frases curtas 😊

Sem esquecer que a pergunta é também uma forma de **relançar o interesse do leitor**. Lendo uma pergunta, iremos continuar a ler, porque queremos conhecer a resposta. Já expliquei esse fenómeno no artigo sobre a importância de fazer perguntas.

UMA IDEIA POR FRASE

Para ser facilmente interpretada, uma frase deve **conter apenas uma ideia**. Não mais. Aliás, você reparará que as frases demasiado compridas contêm mais do que uma ideia.



Aqui fica um exemplo um pouco exagerado:

Se o seu cão não lhe obedece e se ele só faz o que lhe apetece, então você pode testar gratuitamente o método “O meu cão adora-me e obedece-me” para o educar da melhor forma, e assim ficar orgulhoso dele.

Esta frase tem 40 palavras e é composta por 6 ideias:

O seu cão não obedece

Ele só faz o que lhe apetece

Teste o método “O meu cão adora-me e obedece-me”

Gratuitamente

Educá-lo da melhor forma

Ficar orgulhoso dele

Levando esta técnica ao extremo, obtemos:

O seu cão não lhe obedece? Ele só faz o que lhe apetece? Você gostaria de o educar da melhor forma? E ficar orgulhoso dele? Veja como: teste gratuitamente o método “o meu cão adora-me e obedece-me”. **É GRATUITO!**

**MESMO SE EU LEVEI ESTE EXEMPLO AO EXTREMO, CONFESSE LÁ: É BEM
MAIS SIMPLES DE LER, NÃO É?**



O TIPO DE FRASE QUE UMA CRIANÇA DE 7 ANOS SABE ESCREVER E QUE PODE TRIPLICAR A TAXA DE LEITURA DOS SEUS ARTIGOS



Gostaria de conhecer uma técnica fácil – e imparável – que pode **triplicar o taxa de leituras dos seus artigos**?

Uma técnica tão simples que uma criança de 7 anos poderia usar?

Está interessado? Sim? Então aqui está ela:

Faça perguntas!

Que tipo de perguntas? Pouco importa. Desde que sejam perguntas. E com que finalidade, me perguntará você?

Eu explico-lhe tudo detalhadamente já a seguir:

O FABULOSO PODER DAS PERGUNTAS

Já reparou que eu faço muitas perguntas no meus artigos? Na sua opinião, porquê todas estas perguntas?

Simplemente porque quando estamos perante uma pergunta, queremos obter a resposta. Então, o que fazemos? Continuamos a ler para conhecer a resposta. Como explicar este fenómeno?

Isto explica-se de forma muito simples: o espírito humano é incapaz de deixar as coisas a meio. Você é capaz de se privar da resposta quando tem uma pergunta na cabeça? É quase impossível, não é verdade?

O espírito humano precisa de “fechar” as coisas. Aliás, sabe como isto se chama? Em PNL (Programação neurolinguística), isto chama-se um **open loop**.

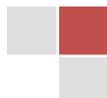
QUER QUE LHE EXPLIQUE?

Por onde comecei este artigo? Por uma série de **4 perguntas** que resumindo, lhe perguntavam se você queria conhecer uma técnica simples – que uma criança de 7 anos poderia usar – para triplicar a taxa de leitura dos seus artigos. E é o seu caso, não é? (Se não fosse, não estria a ler este artigo).

Você terá com certeza respondido **SIM** a esta série de perguntas. E o que aconteceu a seguir?

Isto criou um **open loop** no seu espírito. Ou seja, o simples facto de você ter respondido **SIM**, você continuou a ler para conseguir obter o “**como e o porquê**”. Verdade?

É quase imparável!



COMO COLOCAR ESTA TÉCNICA EM PRÁTICA?

Você pode colocar perguntas em todo o lado. Nos títulos do seus artigos. No corpo do texto. Nos subtítulos do seus artigos. Ponha um máximo. É uma questão de apelar ao interesse do leitor. Mas não é tudo ...

Pode mesmo ir muito mais longe e tornar esta técnica muito mais temível. Está interessado em saber **como FORÇAR os seus leitores a leres o artigo até ao fim?** Sim? Ok! Então eu eplico-le:

Quando um leitor começa a ler um parágrafo, ele lê-o geralmente até ao fim. Principalmente se ele for curto. Você já o sabe: o espírito não gosta de deixar as coisas suspensas. Mas quem lhe diz que ele irá ler o parágrafo seguinte?

NA REALIDADE: NADA! ENTÃO O QUE FAZER?

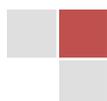
Releia os 2 parágrafos anteriores ... consegue ver as resposta?

Reparou que eu terminei cada um desses parágrafos com uma pergunta? E que a resposta se encontra no parágrafo seguinte? E até “exagerei” um pouco fazendo-o praticamente em todos os parágrafos deste artigo. Você me pergutará: Qual o interesse?

O Interesse? Aqui está ele: o leitor lê o parágrafo. Mas no final deste, ele encontra uma pergunta à qual ele quer obter resposta. E o que é que ele faz? Ele lê o pragrafo seguinte para a obter. E o que é que se passa a seguir? Ele encontra uma nova pergunta e continua a ler.

É uma técnica incrível, que eu adoro e que tento aperfeiçoar sempre que possível. Aliás, não está surpreendido pelo título não ser uma pergunta?

É voluntário. Porquê? Porque quero que você participe ... Na sua opinião, como poderia modificar o título deste artigo para o transformar numa boa pergunta?



5 PASSOS PARA REDIGIR UM ARTIGO DE BLOG EM MENOS DE 40 MINUTOS



Muitos blogueiros têm dezenas de excelentes ideias para novos artigos, mas quando chega a hora de escrever, começam as dificuldades. Muitas vezes, ficam bloqueados perante uma página em branco, sem saber como organizar as ideias.

No final de contas, acabam passando três horas para escrever um artigo, que muitas das vezes nem tem grande qualidade.

Agora que já apresentei o problema, vou revelar-vos o meu truque para escrever um artigo de blog em 45 minutos, ou menos.

Está pronto? Vamos a isso ...

1 – CRIAR UM PLANO DO ARTIGO

Muitos dos blogueiros estão completamente dependentes da inspiração.

Certos dias conseguem escrever um artigo maravilhoso de uma só vez. As palavras e organização de ideias fluem como por magia. Mas há dias em que a folha fica branca durante minutos a fio, sem saber por onde começar.

Quer saber como combater o síndrome da página branca? A resposta é simples: comece por criar o plano do seu artigo. Este plano dará uma direcção ao seu raciocínio. Quando se sabe o que escrever já não lugar há para hesitações.

Um bom exemplo disso é este artigo. Para o elaborar criei um plano baseado num modelo passo-a-passo.

Passo 1: Para que serve este passo -> Explicar este passo -> Dar um exemplo

Passo 2: Para que serve este passo -> Explicar este passo -> Dar um exemplo

Etc.

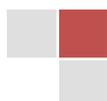
É um modelo de artigo extremamente simples de usar, e muito eficaz para explicar procedimentos.

2 – REDIGIR O ARTIGO DE UMA SÓ VEZ

Muitos blogueiros perdem um tempo considerável na hora de redigir um artigo. Porquê? Simplesmente porque tentam escrever a versão final do artigo logo à primeira vez.

Não cai nesta armadilha!

Inicialmente concentre-se apenas no que pretende dizer, e não na forma como o vai dizer. Escreva o rascunho do seu artigo de uma só vez. Como se estivesse a falar para o seu leitor. Sem nunca parar de escrever. E o mais rapidamente possível!



Escreva o mais rapidamente possível, assim não terá tempo para hesitações. Perderá muito menos tempo assim.

Escrever rápido não é esquecer a qualidade, é esquecer a hesitação!

3 – RELER, ENCURTAR E SUBSTITUIR

Ok, o seu rascunho está terminado. Agora é hora de se convencer de uma coisa: **o seu artigo está cerca de duas vezes maior do que o necessário**. Muita da informação é inútil e deve ser suprimida. Você pode e deve escrever essas passagens de forma mais eficaz e concisa.

Algumas dicas:

- **Elimine o que é desnecessário**. Certamente que o seu rascunho contem palavras ou frases desnecessárias para a compreensão do texto. Elimine-as.

- Substitua a frases demasiadamente compridas por frases mais curtas. Isso facilita a leitura e compreensão.

- Substitua as palavras complexas por sinónimos mais curtos e de mais simples compreensão. Entre dois sinónimos escolha sempre o mais curto.

O seu objectivo principal neste passo é eliminar o superfluo e guardar apenas o essencial.

4 – SUBSTITUIR O ABSTRATO PELO CONCRETO

Independentemente do tema do seu texto, com certeza que você exprimiu nele ideias abstractas. Conceitos menos concretos.

Substitua-os por comparações ou metáforas. Escolha imagens simples, concreta e de simples compreensão. Se você quer se tornar interessante, necessita de ser compreendido.

Veja um dos melhores exemplos que me foi dado a conhecer...

Há décadas que os físicos do nosso planeta se interessam pelo fenómeno do colapso gravitacional do astros. E como deve imaginar, este tipo de fenómenos interessa principalmente físicos de alto nível.

Mas nos anos 60, um físico chamado Kip Thorn deu um novo nome a esse fenómeno. A partir desse dia o mundo inteiro passou a interessar-se por esse fenómeno.

Sabe qual é o nome? **Buraco Negro** 😊

Enfim, se você quer exprimir ideias complexas, simplifique-as com a ajuda de uma metáfora.

5 - CORRIGIR E AREJAR

Uma vez o texto terminado, chegou a hora de corrigir e arejar o artigo. Corrija os erro de escrita, de gramática e ortografia.

Pessoalmente uso o corretor do Word (onde escrevo os meus artigo) e depois, faço mais uma correcção com o corretor do WordPress.

Areje o seu texto.



Como já deve ter constatado, e este texto é um bom exemplo, na maioria dos meus artigos privilegio os parágrafos curtos. Espaço também o texto para facilitar a leitura do artigo.

CONCLUSÃO

Seguindo este plano passo-a-passo, e com um pouco de treino, você irá conseguir escrever um artigo em menos de 45 minutos. Cronometrados!

Estipule um tempo para cada uma das etapas. Cronometre-se e tente sempre bater o seu record. É claro que não irá conseguir bater o record, nem ficar dentro dos 45 minutos, em todos os artigos. Mas o simples facto de tentar irá fazer com que ganhe muito em produtividade e eficácia.

Faça-o, ficará surpreendido com o resultado.



COMO REDIGIR 8 ARTIGOS NUM ÚNICO DIA PARTINDO DE UMA ÚNICA IDEIA: O SEGREDO!



Você costuma ficar sem ideias para redigir novos artigos para o seu blog? Você não actualiza o seu blog porque não sabe sobre o que escrever? Então veja o que eu aprendi com Jeff Herring, e nunca mais ficará um único dia sem publicar no seu blog. Pronto para aprender este “segredo”, este fantástico método que vai aumentar a sua produtividade: o “método dos 7” (como eu gosto de chamar). Este método vai permitir-vos de escrever 8 artigos para o seu blog em um único dia e a partir de uma única ideia inicial. Ficou curioso? Ora veja como é simples.

O QUE É O MÉTODO DOS 7?

O que eu chamo o método dos 7 é uma técnica que se divide em 5 etapas distintas.

- 1 – Encontrar a ideia inicial: o tema
- 2 – Encontrar 7 pontos relacionados com a ideia principal: os sub-temas
- 3 – Escrever um artigo explicando estes 7 pontos
- 4 – Encontre mais 7 ideias artigos: 1 para cada sub-tema
- 5 – Escreva os 7 artigos

Não foi claro para si?

Vou agora demonstrar-vos, com um exemplo prático, como este método é incrível e de fácil utilização. Nunca mais ficará sem publicar um artigo no seu blog por falta de ideias.

1 – VOCÊ ENCONTRA UMA IDEIA INICIAL

A ideia inicial pode ser uma palavra-chave, uma categoria do seu blog, um assunto que viu ser abordado num artigo de algum blog que você segue, etc. Basta apenas puxar um pouco pela sua imaginação.

Imaginemos que um dos temas que você aborda no seu blog é web marketing. A sua ideia inicial poderia ser algo como “ganhar dinheiro com um blog”.

2 – LISTE 7 ASSUNTOS RELACIONADO AO TEMA PRINCIPAL

Este tipo de artigo normalmente apresenta-se em forma de lista. E para quem segue o Sites e Blogs já deve ter reparado que uso muito os [artigos em forma de lista](#). Por isso a abordagem a dar ao artigo e o seu título poderá ser algo do tipo:

- 7 formas de ...
- 7 dicas para ...
- 7 erros a não cometer ...



Voltando ao nosso exemplo, um artigo com o tema “ganhar dinheiro com um blog” poderia ser: 7 dicas para ganhar dinheiro com um blog.

Já deve ter percebido o princípio deste método para escrever artigos de qualidade. Agora apenas tem de listar os 7 assuntos e terá a base para escrever o seu primeiro artigo do dia.

Pessoalmente costumo usar um diagrama como o que apresento na imagem a baixo.



3 – ESCREVA O PRIMEIRO ARTIGO

Com a ajuda do diagrama, já tem a estrutura base do seu artigo, faltando apenas desenvolver o assunto. Escreva uma pequena introdução e explique em algumas frases cada um dos pontos que da sua lista. E assim o seu primeiro artigo do dia está pronto!

Se você conhecer bem o assunto que está a abordar no seu artigo, não deverá demorar muito mais de 45 minutos a escrevê-lo.

4 – ENCONTRE 7 ASSUNTOS PARA ESCREVER BASEADOS NO PRIMEIRO ARTIGO

Aqui está o segredo que o vai ajudar a escrever mais 7 artigos, todos eles baseados no primeiro que acabou de escrever. Você pega em cada um dos 7 pontos que abordou no primeiro artigo, e para cada um deles repete os mesmo passos. Ou seja, para cada um desses pontos, você vai procurar 7 assuntos relacionados e desenvolver um artigo sobre isso.

5 – ESCREVA OS 7 NOVOS ARTIGOS

Agora que já tem os temas para os seus 7 artigos, e os pontos a abordar em cada um deles, resta-lhe apenas o trabalho de escrever os artigos. E para isso basta repetir o ponto nº 3, escrever uma introdução e desenvolver um pouco cada um dos subtemas que você definiu para o seu texto.

Como já referi, use preferencialmente neste tipo de artigo, os artigos em forma de lista porque são sempre muito mais simples e rápidos de escrever. Ou seja, de uma forma simples você combate a falta de inspiração. Além disso, os artigos em forma de



lista são mais fáceis de ler para os seus visitantes e têm tendência a ter melhores resultados na divulgação em redes sociais.

Repare que se você optar por escrever artigos simples e objectivos, conseguirá manter uma qualidade a cima da média, uma frequência de publicação invejável, e a redacção de um artigo deste tipo não deve levar mais do que uma hora.

Resumindo, num dia de trabalho intenso você consegue escrever os seus 8 artigos, o que lhe permite publicar todos os dias da semana e ainda sobra um bonus para os seus leitores.

AINDA PODE IR MAIS LONGE ...

Não é obrigado a limitar-se ao número 7. Você pode perfeitamente usar esta técnica para escrever 8, 10 ou 50 artigos. Não se limite a números pequenos.

Esta técnica é incrível, e permite-vos encontrar dezenas de assuntos para artigos em poucos minutos. Use e abuse do "Método dos 7" e nunca ficará sem inspiração, ao mesmo tempo que verá a sua produtividade aumentar de uma forma incrível.



ESCREVER 7 ARTIGOS EM 2 HORAS – ETAPA 1: PREVER, ESCOLHER E CONSTRUIR



Nos próximos artigos desta série, vamos partir do princípio que você pretende escrever 7 artigos voltados para um assunto específico.

Claro está, se você pretender escrever 10 artigos e não 7, você também o pode fazer. Nada o impede!

Aliás, esta técnica permite escrever o número de artigos que você pretende num curto espaço de tempo.

Vamos ver como fazer.

Ataquemos de imediato a primeira etapa:

ENCONTRAR UM ASSUNTO E CONSTRUIR UM PLANO EM 5 ETAPAS

A primeira das etapas, para a realização de uma tal empreitada, consiste obviamente em encontrar um bom assunto relacionado com o tema do seu blog.

Mas atenção! O seu assunto deve prestar-se à construção de uma lista de **pelo menos 5 pontos a seguir** se você pretende escrever 7 artigos.

Se você apenas pretender escrever 5 artigos, então irá precisar somente de 3 etapas para o seu tema.

Se pretende escrever 10 artigos, você irá precisar de 8 etapas.

Resumindo, se você quer escrever X artigos, então você irá precisar de **X-2 etapas** a seguir.

Porquê este X-2?

Porque há duas etapas que não são verdadeiras etapas no sentido “faça isto desta forma”.

Irá descobrir isso nos restantes artigos desta série.

Por agora, a primeira coisa a fazer é então construir **um plano em 5 etapas para escrever os 7 artigos**.

NA PRÁTICA, COMO DEVE PROCEDER?

A primeiríssima coisa a fazer é encontrar um problema preciso. Um problema que vai necessitar de várias etapas para ser resolvido.

A partir do momentos em que você já escolheu o assunto, terá que passar em revista todas as soluções possíveis e imagináveis ao problema, para que no final possa definir 5 etapas precisas e concretas para o resolver.

E deve anotá-las da forma mais explícita possível (veremos isso na próxima etapa).



Autor: Hugo Costa | <mailto:geral@siteblogs.com>

Designer: Miguel Alexandre | <mailto:nkrmclmaciel@gmail.com>

Uma vez isso feito, essas 5 etapas serão os títulos de cada uma das partes do seu artigo principal.



ESCREVER 7 ARTIGOS EM 2 HORAS – ETAPA 2: ANUNCIAR



Uma vez que escolheu o tema, e que preparou as 5 etapas, é hora de anunciar ao mundo que você vai fazer uma série de 7 artigos sobre o tema que você escolheu.

O QUE SE DEVE PREVER PARA ESSE ANÚNCIO?

Não é preciso fazer muito.

Um artigo com cerca de 300 palavras chega perfeitamente. O importante, é o efeito de teasing (provocação, criação de expectativa) que vai usar nesse artigo, no sentido de criar a vontade nos seus leitores:

De participar activamente na elaboração dos artigos desta série.

De voltar a cada dia para seguir com atenção os seus escritos.

Aqui está o que você deverá abordar nesse artigo:

1 – O TÍTULO

É o título da série de artigos. Ou seja os seus 7 próximos artigos (no meu caso: escrever 7 artigos em 2 horas).

É necessário ter um cuidado redobrado na escolha, e assim anunciar a cor daquilo que você vai falar.

Seja explícito.

Indique o número total de etapas

E prometa alguma coisa

O seu título vai determinar o número de leitores que vão seguir a sua série de artigos.

2 – A APRESENTAÇÃO DO TEMA

É aqui que você explica sumariamente o porquê do tema escolhido ser interessante. Porque é que os seus leitores deverão ter interesse em acompanhar, e como você pretende fazer para conseguir facilitar a compreensão de toda a informação.

Inclua também uma lista de promessas.

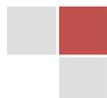
Isso dará vontade aos leitores de saber mais.

Você está ANUNCIANDO um evento, algo de “grandioso”, então aplique algumas frase de teasing para aumentar ainda mais a expectativa.

3 – PEÇA A CONTRIBUIÇÃO DOS LEITORES

Autor: Hugo Costa | <mailto:geral@siteblogs.com>

Designer: Miguel Alexandre | <mailto:nkrmclmaciel0@gmail.com>



Você tem a sorte de ter uma comunidade activa à volta do seu blog. Comunidade que está pronta a ajudá-lo em reconhecimento da informação de qualidade que você tem disponibilizado nos seus artigos.

Poque não lhes dar esse prazer?

A terceira parte desse artigo de apresentação deve contar com um pedido preciso sobre o que os seus leitores fariam se tivessem de escrever sobre esse assunto.

Surpreendente? Eu sei!

Mas não deixa de ser **uma excelente forma para ter ainda mais ideias para tratar**. E quem sabe, algumas dessa ideias são bem melhores do que as suas.

Resumindo, você não pode pensar em tudo!

Assim, terá a oportunidade de substituir algumas ideias dos seus artigos por outras melhores. Ou então, permite-lhe criar artigos suplementares com as ideias recebidas.

“ *Não se esqueça de dizer aos leitores que os que contribuírem, serão mencionados assim como receberão um link para o blog deles (se tiverem um).* ”

Isso encoraja-os a participar, e assim você recolhe um máximo de ideias.

Assim que tiver todas as ideias, chega hora de passar à redacção do seu artigo global.



ESCREVER 7 ARTIGOS EM 2 HORAS – ETAPA 3: 1H15 PARA CRIAR UM ARTIGO COMPLETO

A partir do momento em que identificou as 5 etapas, que você eventualmente modificou, depois das ideias propostas pelos seus leitores, chegou a hora de atacar o artigo em si.

É o que vai levar mais tempo.

E o importante, além do limite de tempo que você se fixou para redigir este artigo, é principalmente de fazer as coisas bem...

A ARTE DE TORNAR UMA LISTA ATRAENTE

Você já tem o plano do seu artigo feito, já que as diferentes etapas já foram listadas. O objectivo é então de explicar com detalhe cada uma das etapas que você listou.

A finalidade é de explicar convenientemente aos seus leitores como eles vão poder fazer isto e aquilo.

Já o disse por diversas vezes (e não sou o único a fazê-lo) que é sempre bom usar as listas quando escrevemos um artigo.

É verdade!

As pessoas gostam do que pode ser enumerado. Isso ajuda a que a informação entre mais facilmente no cérebro, e facilita a compreensão do conjunto.

No entanto, neste tipo de exercício que praticamos aqui (escrever 7 artigos em 2 horas), é preciso ir mais longe do que uma simples lista.

Vai ser **necessário justificar as diferentes etapas das sua lista** e desenvolver as suas ideias.

É então nesta 3ª etapa que você vai enumerar cada um dos pontos da sua lista, e que vai desenvolver cada um deles.

Isso fará com que cada um dos pontos da sua lista se transforme num potencial futuro artigo.

Isto dito (e espero bem percebido), o grande objectivo é ser eficaz em matéria de tempo.

Para o ajudar a conseguir manter-se dentro do tempo, vou mostrar-lhe uma técnica que eu uso há já algum tempo, e que lhe vai permitir cumprir os tempos que se estipular:

A TÉCNICA DOS 5+10 MINUTOS

É um método muito simples que consiste em fraccionar o seu tempo de escrita.

FASE 1 : IDEIAS (5 MINUTOS)

Você vai então consagrar 5 minutos – nem mais um minuto – à escrita “rápida” de cada uma das suas etapas.

Para isso, tenha um cronómetro ao seu lado. Encontrará um no seu telemóvel (quase de certeza).

Dedique exactamente 5 minutos para cada uma das suas etapas.



O objectivo é de escrever o máximo de ideias para cada uma das etapas. É importante que seja feito na sequência com que serão escritas no artigo.

Não escreva frases completas. Apenas palavras. Ideias. À semelhança de um brainstorming.

O objectivo é de fazer trabalhar o cérebro ao instinto. De lhe arrancar um máximo de informação sobre aquilo que você já sabe.

Ou seja, na prática:

Você pega na sua primeira etapa,

Você inicia o cronómetro,

Você escrever o máximo de ideias sobre a etapa em questão,

Quando acabam os 5 minutos, você passa para a etapa seguinte,

Repita o processo até completar a última etapa...

Se fiz bem as contas, todo este processo irá demorar exactamente 25 minutos (tendo em conta que para 7 artigos irá precisar de 5 etapas).

Agora é hora de passar para a fase 2:

FASE 2 : FRASES (10 MINUTOS)

Nesta fase, você vai colocar o cronómetro para 10 minutos.

Agora, você vai retomar cada uma das etapas, e vai transformar as ideias que surgiram na fase 1 e transformá-las em frases compreensíveis.

10 minutos máximo para cada etapa.

Crie frases, encadeie as suas ideias, enfim ... construa o puzzle por forma a escrever um artigo digno desse nome.

Você verá, durante a escrita, tudo é bem mais fácil do que você imagina.

Eu sei perfeitamente, por ter experimentado, que durante a leitura desta técnica você pensou certamente que é uma causa perdida.

No entanto, experimente ...

Verá, é espantoso constatar como na realidade é **fácil** colocar o nosso cérebro em acção para a esta actividade da escrita.

Eu sei que tudo isto pode parecer uma linha de produção de uma fábrica, mas tente.

Pessoalmente gostei tanto desta técnica que já estou a pensar repetir 😊

Aqui vai um pequeno resumo prático desta segunda fase:

Você pega na primeira etapa,

Você lança o cronómetro,

Você coloca as suas ideias em ordem e escreve frases – curtas se possível,

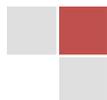
Quando os 10 minutos terminarem, você passa para a etapa seguinte,

Até à última.

MAIS UMA FASE PARA SER AINDA MAIS PROFISSIONAL

Você não irá ter sempre um desafio deste tipo (escrever 7 artigos em 2 horas).

Por isso, eu proponho-lhe de prever mais cinquenta minutos (em vez de 2 horas, passa para 2h50) para tornar o seu artigo mais profissional (mas forçosamente menos natural).



Consiste em adicionar um espécie de fase “zero” (A fase 0: Pesquisa (10 minutos)) que vem antes da fase das ideias.

O princípio é muito similar ao das duas fases outras fases:

Você pega na primeira etapa,

Você lança o cronómetro,

Você vai ao Google (eu uso os metamotores de busca) e escreve o tema da etapa em questão na caixa de pesquisa.

Passa de um resultado de pesquisa a um outro, lendo o mais rapidamente possível toda a informação que encontrar sobre o assunto.

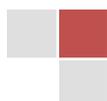
Normalmente, muitos sites têm links para outros, o que enriquece a sua “base” de ideias.

Quando os 10 minutos acabam, passe para a etapa seguinte.

Até à última.

E depois, arranca com a fase 1.

Eu recomendo até que a “fase 0” seja separada da fase 1 de algumas horas, ou até mesmo de um dia completo. Isso permite ao seu cérebro assimilar e fazer a triagem da informação.



ESCREVER 7 ARTIGOS EM 2 HORAS – ETAPA 4: DIVIDIR O ARTIGO GLOBAL EM 5 PARTES E COLOCAR ÁGUA NA BOCA DOS LEITORES



Esta etapa vem logo depois de ter escrito o seu artigo completo.

Consiste então em cortá-lo em 5 partes, que irão representar cada uma um artigo por si só.

Apenas terá de adicionar uma pequena frase introdutória, que pode por exemplo:

Relembrar o nome da série de artigos

Relembrar a etapa precedente

Ou então, apresentar o assunto que vai abordar no artigo em questão,

Nada de muito transcendente.

Agora, onde você deve VERDADEIRAMENTE marcar a diferença, é com aquilo que eu recomendo que coloque no final de cada um dos seus 5 artigos.

Ora veja se consegue descobrir o que é:

À ARTE DE ANUNCIAR O ARTIGO SEGUINTE

Você já o percebeu – ou não – eu quero falar-lhe de um elemento indispensável, que um blogueiro que percebeu tudo à sua profissão, deveria usar sempre (ou pelo menos, sempre que possível).

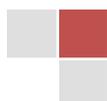
Estou a falar de uma lista de promessas.

Você sabe? Aquela pequena lista que descreve uma vantagem, e que dá vontade de ler o artigo seguinte. Uns usam setas, outros pontinhos, tudo depende do layout do blog. No meu caso são pontinhos.

Para o que nos interessa (criar a vontade nos leitores de ler o artigo seguinte), apenas tem de criar uma pequena lista com 3 promessas, e que anunciam o conteúdo da etapa seguinte.

Neste artigo, eu vou fazer um pequeno condensado de dicas para a realização destas pequenas listas de promessas.

O ORIGEM DA LISTA DE PROMESSAS



Uma lista “promessa”, como o nome indica, promete algo. Algo de atraente. Algo de simpático.

Ele dá corpo a uma espécie de “teasing” para que o leitor tenha vontade de voltar no dia seguinte para ler a continuação da série.

É uma técnica desenvolvida para as páginas de venda, mas que pode perfeitamente ser aplicada nos seus artigos de blog ou nos seus vídeos.

PERCEBER CONVENIENTEMENTE O PRINCÍPIO DA LISTA PROMESSA

Em muitas páginas de venda e blogs, eu vejo listas promessas que não servem a nada. Isto porque elas não preenchem a sua função principal.

Aprendi há uns tempos num blog sobre copywriting (não consigo encontrar o link, mas vou continuar a procurar) um método interessante para saber se o item da lista é bom. No final de cada item, se você pode dizer “E então?”, é que o item não serve.

O que é que isso quer dizer?

Que no final de cada item da lista, devemos ter algo de concreto.

Por exemplo, se lhe disser:

As 6 razões que levam os adolescentes a recorrer à mentira

... em que é que isso lhe interessa?

Que interesse isso pode ter? Para fazer o quê? E dá-lhe vontade de saber mais?

Uma lista promessa realizada dentro das regras deve ser mais específica. E ela deve dar uma vantagem concreta para o leitor. Uma vantagem, não uma técnica.

O facto de saber quais são as razões que levam os adolescentes a mentir não irá criar expectativa nenhuma no seu leitor.

Agora, se explicarmos para o que pode servir saber isso, então o interesse passa a ser mais evidente.

Então, eu poderia reescrever a promessa desta forma:

6 razões que levam os adolescentes a fazer uso da mentira, e como você pode remediar isso.

Ou:

Os adolescentes mentem por 6 razões bem precisas. Descubra como fazer para que eles não o façam mais.

Ou ainda (a melhor das 3, na minha opinião):

As 6 razões que levam os adolescentes a mentir, e as 3 maneiras de você se servir dessa informação para que eles não mintam nunca mais.

Esta última responde a todos os critérios de uma boa promessa:

É específica e numerada (uma informação precisa: 6 razões)

Ela inclui uma acção (3 maneiras de usar a informação)

Ela tem uma solução (eles não lhe mentirão mais)

As suas promessas deveriam todas ser construídas desta forma e conter NA GRANDE MAIORIA DOS CASOS a palavra “para”.

Olhe bem para todas as listas promessas que eu criei para esta série de artigos, elas foram construídas baseadas nisto.



COMO DESENVOLVER A CRIATIVIDADE EM 10 MINUTOS POR DIA COM O TESTE JACKSON



Quando se é um criador de conteúdo, seja para um artigo de blog, para uma página de venda ou um infoproduto (entre muitos outros exemplos), devemos **o mais criativos possíveis**.

Para dizer a verdade, os melhores produtos, os melhores artigos, as melhores ideias, vêm sempre de **pessoas criativas**.

E a boa notícia é que é possível **desenvolver a criatividade**. Da mesma forma que aumenta a sua massa muscular fazendo exercício físico, você pode **melhorar a sua criatividade exercitando-a todos os dias**.

Veja como:

O TESTE DE JACKSON

O **teste de Jackson** é usado em psicologia e consiste no seguinte:

Mostra-se um objecto qualquer e totalmente convencional a um paciente (um prego, um alfinete, um copo, etc).

Depois disso, o paciente deve dar um grande número de utilizações possíveis para o objecto em questão.

Analisando os resultados, os psicólogos tentam avaliar os pensamentos divergente do paciente. E principalmente a capacidade de criar possibilidades múltiplas a partir de uma determinada situação.

PORQUÊ E COMO USAR ESTE TESTE PARA MELHORAR A SUA CRIATIVIDADE?

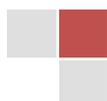
Este teste é muito simples de realizar e permite **desenvolver muito rapidamente a sua criatividade**. Você vai perceber porquê já a seguir.

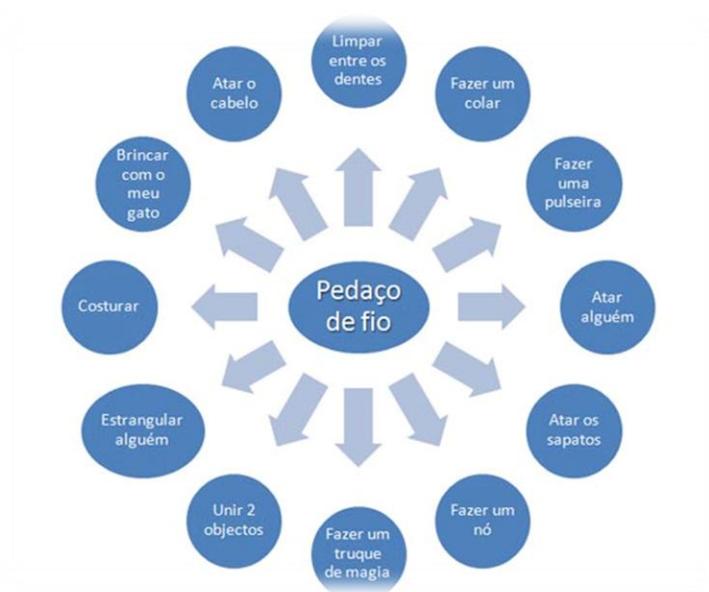
Dedique **10 minutos todos os dias** a fazer este pequeno exercício:

Olhe à sua volta e escolha um objecto do seu quotidiano. No meu exemplo usar **um pedaço de fio**. De seguida escreva o nome do objecto no centro de uma folha (dentro de um círculo).

Agora, escreva à volta desse círculo **até 12 utilizações possíveis para esse objecto**. Você tem 10 minutos para isso. E como verá, não é tão simples como parece.

No meu caso, para o meu exemplo do pedaço de fio, obtenho:



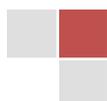


Se você fizer o teste com o mesmo objecto, certamente irá obter um resultado muito diferente do meu.

Faça este exercício todos os dias. Só irá requerer 10 minutos do seu tempo, e fará trabalhar os seu neurónios!

Quanto mais **treinar a sua criatividade**, mais ele se desenvolverá.

Escolha já um objecto, faça o teste e deixe um comentário com os seus resultados.



BRAINBLOOM E FLUXO DE IDEIAS: 2 TÉCNICAS DE MIND MAPPING PARA TER TONELADAS DE IDEIAS



O **BrainBloom** e o **Fluxo de Ideias** são duas técnicas de **Mind Mapping** muito eficazes para encontrar ideias facilmente.

São certamente **duas das técnicas mais úteis em Mind Mapping**. Juntas, elas permitem encontrar ideias ou soluções às quais você não teria pensado se tivesse apenas refletido de forma racional e tradicional.

Se lhe acontece ficar sem ideias, ou não encontra a solução para os seus problemas, então use as técnicas do **Brainbloom** e do **Fluxo de Ideias**.

Veja como:

O BRAINBLOOM

A técnica do **BrainBloom** é igualmente conhecido como a **Flor dos Pensamentos**. Isto porque as ideias são agrupadas à volta de uma ideias central. Como as pétalas em volta do coração de uma flor.

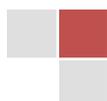
O **BrainBloom** apresenta-se nesta forma:



O objectivo do **BrainBloom** é de desenvolver, o mais rapidamente possível, um máximo de ideias à volta de uma ideia central.

Para fazer simples, você deve escrever tudo o que lhe passa pela cabeça a cerca do tema da ideia central.

Olhemos para um exemplo muito simples. Abra o seu software de Mind Mapping preferido. Crie uma nova carta heurística. E anote a palavra GIRAFA no centro desta.



O objectivo é verdadeiramente escrever um MÁXIMO de palavras o mais rapidamente possível à volta da palavra GIRAFÁ. Escreva tudo o que a palavra GIRAFÁ lhe inspira. Mesmo se lhe parece absurdo.

Em 30 segundos, eu obtenho isto:



Obviamente, se você fizer um **BrainBloom** em volta da palavra GIRAFÁ, você irá obter um resultado relativamente diferente do meu. Isto porque temos, cada um de nós, formas diferentes de pensar.

Além disso, recomendo-lhe vivamente que faça este exercício durante bem mais tempo do que 30 segundos. O objectivo é de verdadeiramente obter um máximo de palavras em volta da ideia central.

Anote tudo o que lhe passa pela cabeça. Mesmo que lhe pareça absurdo.

Passemos agora para o **Fluxo de Ideias**...

O FLUXO DE IDEIAS

O **Fluxo de Ideias** é uma técnica semelhante ao **Brainbloom**. No sentido que permite **obter um máximo de ideias** muito rapidamente.

No entanto, em vez de **encontrar ideias** relacionadas com um tema central, você vai encontrar ideias relacionadas com as ideias anteriores.

Um **Fluxo de Ideias** parece-se com isto:



Nos **fluxos de ideias**, a ideia 1 faz pensar na ideia 2. Esta última faz pensar na ideia 3, que faz pensar na ideia 4. E assim consecutivamente. Cada ideia é assim despotada pela ideia anterior.

Aqui vai um pequeno exemplo de **fluxo de ideias** a partir da palavra GIRAFÁ:



Neste exemplo, a palavra GIRAFÁ fez-me pensar em PESCOÇO, que me fez pensar em PERFUME, que me fez pensar em ROSA, que me fez pensar em COR, que me fez pensar em VERMELHO, que me fez pensar em FERRARI.



Mais uma vez, o objectivo é escrever um máximo de palavras sem pensar. O mais rapidamente possível.

PARA QUE SERVEM O BRAINBLOOM E O FLUXO DE IDEIAS?

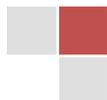
Usado em conjunto, estas duas técnicas permitem associar ideias, a fim de gerar novas que não teríamos encontrado com a ajuda de uma reflexão tradicional.

O nosso cérebro racional tem tendência a “ censurar” algumas da nossa ideias. Um pouco como um bloqueio.

Usando o **BrainBloom** e o **Fluxo de Ideias**, você cria um ponto de saturação do vosso espírito consciente e impede-o de funcionar. Colocando-se assim em “módo instintivo”.

Uma vez que terminou o seus **BrainBloom e Fluxos de Ideias**, resta-lhe apenas a analisar as suas **cartas heurísticas** – de forma reflectida – a fim de classificar, eliminar, escolher e comentar as suas ideias.

Como eu afirmei neste artigo, eu uso as **cartas heurísticas** para quase TUDO. Ajudam-me a ser mais eficaz em todos os domínios da minha vida.



CRIATIVIDADE: COMO ESCREVER EXCELENTES TEXTOS ESCOLHENDO PALAVRAS AO ACASO NO DICIONÁRIO



Para si que é blogueiro, aspirante a copywriter, cronista ou simplesmente se gosta de escrever, vou revelar-vos uma técnica, insólita, criativa e terrivelmente eficaz que uso com alguma frequência.

Esta técnica ajuda a conseguir ideias, principalmente para escrever artigos e/ou emails, cujo o objectivo principal seja **promover um produto**.

Quando você decide promover um produto no seu blog, você usa sempre a mesma técnica (eu também usava). Você escreve uma descrição “chata e enfadonha” que apresenta as “características técnicas” do produto.

Bem, não se esqueçam que essa descrição **já se encontra na página de venda** para onde vai enviar o leitor. E você, que deveria ser amigo do seu leitor, obriga-o a ler duas vezes o mesmo conteúdo? Imperdoável 😊

A técnica que lhe vou revelar agora, eu uso-a principalmente para escrever emails de promoção na minha newsletter, mas **também funciona perfeitamente para artigos de blog** (já escrevi alguns assim).

Esta técnica consiste em escolher palavras à sorte no dicionário...

Acha uma ideia tresloucada? Louca? Então leia o que segue...

A TÉCNICA DA PALAVRA ALEATÓRIA

É uma **técnica de criatividade** que eu gosto particularmente. Segundo consegui apurar, ela foi criada por Edward de Bono em 1968. Eu uso-a muito regularmente para escrever artigos e principalmente **emails de promoção de produtos** para as minhas listas de subscritores.

Esta técnica consiste em pegar no tema para o qual queremos escrever, e associar a esse tema, uma palavra escolhida à sorte no dicionário. Essa palavra não tem, à partida, nenhuma relação com o tema inicial.

Depois, apenas tem de **desenvolver as ideias** a partir desta associação.

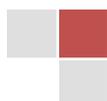
É uma técnica que obriga à reflexão. E que dá (muitas vezes) **resultados originais e incríveis**. Porquê?

Simplemente porque o cérebro humano tem uma capacidade incrível de estabelecer ligações. Ele não tem dificuldade em ligar dois assuntos que inicialmente não teriam nada a ver um com o outro.

USAR UMA PALAVRA ALEATÓRIA PARA ESCREVER UM ARTIGO

Autor: Hugo Costa | <mailto:geral@siteblogs.com>

Designer: Miguel Alexandre | <mailto:nkmmclmaciel@gmail.com>



O plano de acção:

- 1 – **Escolha mentalmente uma página ao acaso.** Por exemplo a 211.
- 2 – **Escolha a posição da palavra que vai seleccionar.** Por exemplo a 6ª palavra a contar do fundo da página.
- 3 – **Abra o dicionário** e procure a palavra em questão.
- 4 – **Se não for um nome comum,** comece de novo o processo de escolha.
- 5 – Uma vez encontrada o nome comum, **faça a ligação ao tema do seu artigo ou email,** e deixe jorrar as ideias.

É uma **técnica de criatividade básica.** Quanto mais a usar, mais simples será para si, e melhor serão os resultados.

UM EXEMPLO DE SUCESSO

Não há como um bom exemplo para você perceber melhor como esta técnica funciona. Como referi no início deste artigo, eu uso esta técnica principalmente para escrever emails para os subscritores das minhas listas. E com esta técnica, há uns tempos escrevi um email que obteve resultados incríveis.

O email em questão tem a extraordinária **taxa de cliques de 100%!!!!**

Sim, todos os que abriram (e continuam a abrir) o email clicaram (e continuam a clicar) no link que se encontra no final do texto.

Como é óbvio, nem todos os subscritores abriram o mail. Mas quem abriu fez aquilo que eu pretendia: **clicou no link!**



ENCONTRAR ATÉ 104 IDEIAS PARA ARTIGOS EM 4 MINUTOS ... USANDO UMA A UMA AS LETRAS DO ALFABETO



Anda sempre à procura de novas ideias para escrever artigos para o seu blog?

Hoje vou revelar-lhe uma técnica que uma criança de 8 anos poderia usar. E com esta dica, você vai encontrar **104 ideias de artigos em apenas 4 minutos!**

Como? Simplesmente percorrendo as letras do alfabeto, uma a uma!

Eu mostro-lhe como:

ATÉ 104 IDEIAS DE ARTIGOS PARA O SEU BLOG

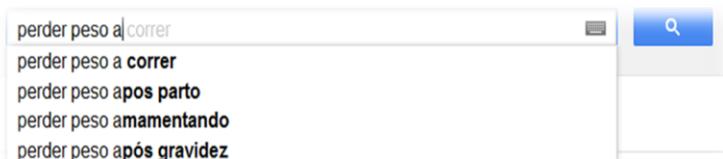
Não vou andar à voltas. Aqui está a dica:

Ela consiste em usar o **Google Suggest** de uma “determinada” forma. Um exemplo:

Imagine que você tem um blog sobre **perder peso**. Você procura ideias para artigos, para poder continuar a alimentar o seu blog com novos conteúdos que vão de encontro ao que as pessoas procuram.

Aqui vai a forma que lhe vai permitir encontrar até **104 ideias de artigos** sobre **perder peso**:

- 1 – Entre no Google (para Portugal em .pt para o Brasil em .com.br)
- 2 – Escreva os termos de pesquisa (para o exemplo será “**perder peso**”)
- 3 – No campo de pesquisa adicione um espaço e carregue na tecla da primeira letra do alfabeto.



Como pode ver na imagem aqui por cima, o Google dá-lhe 4 sugestões: perder peso a correr, perder peso apos parto, perder peso a amamentar, perder peso a noite.

Estas 4 sugestões dão cada uma, uma ideia fantástica para artigo. Ora veja:

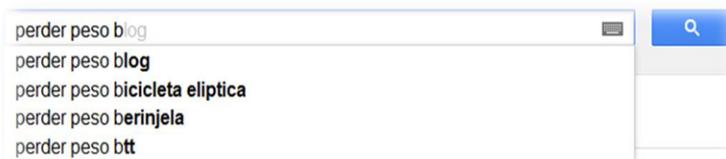
- Correr ajuda a perder peso
- 10 dicas para perder peso apos o parto
- Amamentar ajuda a perder peso?
- que comer à noite se quer mesmo perder peso

Fácil não?

4 – Faça o mesmo com a segunda letra do alfabeto 😊

Vejamos o que o Google sugere para o nosso exemplo:





Obtemos: **perder peso blog, perder peso bicicleta eliptica, perder peso berinjela e perder peso btt**

A exceção da primeira opção, que lista uma quantidade infinita de blogs que partilham dicas para perder peso, as outras 3 opções dão mais umas ideias interessantes para novos artigos:

- 10 exercícios para praticar na bicicleta eliptica e perder peso
- 5 receitas de berinjela para perder peso rapidamente
- Praticar BTT faz bem à saúde e faz perder peso

Voltando um pouco à primeira opção que apareceu (perder peso blog), é uma boa oportunidade para procurar blogs onde publicar uns guest-posts. 😊

5 – Repita esta operação para cada uma das letras do alfabeto.

O Google Suggest dá a cada vez até 4 sugestões. Usando esta técnica para cada uma das 26 letras do alfabeto, você terá até 104 ideias de artigos.

Eu fiz esse exercício em menos de 4 minutos antes mesmos de redigir este artigo.

PARA IR AINDA MAIS LONGE...

Na realidade, você pode encontrar bem mais do que 104 ideias para artigos. Veja bem:

Pegue em duas palavras-chave sugeridas e junte-as. Aqui ficam uns exemplos:

2 receitas com berinjela que ajudam a perder peso apos o parto

Perder peso apos o parto é prejudicial para a amamentação?

....

Está a ver? Associando duas palavras-chave sugeridas, e adoptando um ponto de vista diferente, facilmente encontrará centenas de ideias para artigos. Artigos esses que, mais uma vez, vão ao encontro daquilo que as pessoas procuram no Google.

Agora que lhe mostrei como você pode **encontrar 104 ideias de artigos em poucos minutos**, vou ainda mais longe:

ENCONTRE MILHARES DE IDEIAS PARA ARTIGOS EM MENOS DE 3 MINUTOS

O desafio era difícil, mas não impossível! Eu eu fui à procura de uma forma de o conseguir!

Se você gostou da ideia que expliquei até aqui, então **estou convencido que a surpresa que lhe reservo será muito valiosa.**

É possível obter **milhares de ideias para artigos e palavras-chaves** para o seu blog em menos de 2 minutos.



Autor: Hugo Costa | <mailto:geral@siteblogs.com>
Designer: Miguel Alexandre | <mailto:nkmmclmaciel@gmail.com>

Como? Leia o que se segue:

Com o ubersuggest.org todo este processo é automatizado. Assim, em poucos segundos, você pode retirar todas as sugestões para uma pesquisa, e partir para outra. E em menos de 2 minutos, terá milhares de ideias par artigos.

Ora veja:

- + perder peso rapidamente
- + perder peso em 1 semana
- + perder peso caminhando
- + perder peso em 3 dias
- + perder peso em 5 dias
- + perder peso em 7 dias

↑ perder peso +

- + perder peso rapido
- + perder peso com saude
- + perder peso depois da gravidez
- + perder peso rapidamente
- + perder peso em 1 semana
- + perder peso caminhando
- + perder peso em 3 dias
- + perder peso em 5 dias
- + perder peso em 7 dias
- + perder peso em 2 dias

↑ perder peso + a

- + perder peso amamentando
- + perder peso apos parto
- + perder peso antes da luta
- + perder peso após gravidez
- + perder peso academia
- + perder peso apos os 40 anos
- + perder peso android
- + perder peso apos gestação
- + perder peso a noite
- + perder peso aos 50 anos

PENSE NISTO DA PRÓXIMA VEZ QUE ESTIVER SEM IDEIAS!

Vá ... não “perca tempo” a comentar e vá procurar ideias para os seus próximos artigos 😊



