

Metodologia Para Escrever White Papers

Tipicamente as empresas usam White Papers para atingir um destes 3 objectivos:

Geração de Leads: Este tipo de White Paper é usado na fase inicial do ciclo de vendas, e deve estar centrado nos desafios e nos benefícios empresariais
Ajudar a "Fechar" a Venda: Este tipo de White Paper é usado na fase final do ciclo de vendas, e deve estar centrado nos aspectos técnicos e processos operacionais
Conquista/Reforço de Liderança: Este tipo de White Paper é usado quando existe uma solução nova no mercado, e a empresa quer ganhar/reforçar a sua liderança aos "olhos" do leitor, como sendo a primeira empresa a publicar um White Paper que explica/apresenta essa nova solução o que tem como resultado

E este é o sistema que uso para escrever um White Paper:

Reunião com os principais decisores (da equipa do cliente do White Paper) Identificação clara do tema Identificação detalhada do leitor ideal (ex: CIO) Identificação do leitor secundário (ex: CxO) Determinação do objectivo do White Paper Criar o outline do White Paper Identificar os especialistas que dominam o tema do White Paper, e outras fontes de informação Agendar entrevistas com os especialistas Determinar a data de entrega Obter a aprovação dos principais decisores, sobre o tema, o leitor ideal, os objectivos e o outline do White Paper Estruturar a informação proveniente das entrevistas com os especialistas e das restantes fontes de informação Escrever o White Paper Submeter o White Paper para revisão e aprovação, e efectuar as alterações necessárias até que seja aprovado Apoiar o cliente na promoção e divulgação do White Paper Nota: Ver também [Processo de Recolha de Informação para Projectos B2B Copywriting](#)

 Perguntas a Fazer Sobre o Leitor Ideal: Qual é o título profissional e as responsabilidades profissionais? Em que indústria trabalha Em que tipo de empresa trabalha? Qual o nível de conhecimento sobre o tema

Guia Simples, Mas Eficaz, de Como Entrevistar os Especialistas:

 Perguntar "Porquê?"; Pedir exemplos e razões Perguntar sobre as implicações Pedir ao entrevistado para responder como se estivesse a explicar o tema a uma pessoa que não sabe nada sobre esse tema?

Elementos que Podem Ser Incorporados no Outline do White Paper: Principal Problema ou Necessidade: Abordagem dos desafios do leitor ideal de modo a criar afinidade Tendências de Mercado: Apresentação das principais tendências de mercado com o objectivo de mostrar a mudança e persuadir o leitor Visão Histórica: Apresentação da evolução do mercado e a transição para a adopção da categoria de soluções (sem fazer referência à solução, empresa, marca) onde a solução a apresentar se enquadra Solução Genérica: Apresentação de uma categoria genérica de soluções (sem fazer referência à solução, empresa, marca) onde a solução a apresentar se enquadra Benefícios: Análise dos benefícios da solução de acordo com o perfil do leitor ideal Lista de "A ter em consideração": Apresentação das principais considerações a ter em conta no processo de avaliação de soluções Como Funciona: Descrição dos passos e processos do funcionamento da solução Exemplos: Apresentação de exemplos Vantagens da Solução Específica: Descrição precisa e explícita da solução e das suas vantagens "Call to Action": Fornece uma razão forte para que o leitor execute a acção pretendida?

Deixo aqui 2 exemplos de White Papers que escrevi:

About the Author

Maria Spínola

B2B Marcom Copywriter

(+351) 91 293 05 19

<http://www.mariaspinola.com/>

Source: <http://www.centralartigos.com>