

EXERCÍCIO PRÁTICO A JORNADA DO HERÓI VOLTADA AO CLIENTE

A JORNADA DO HERÓI VOLTADA AO CLIENTE

INTRODUÇÃO

A jornada do herói é uma estrutura poderosa que conecta emocionalmente o público ao protagonista. Ela pode ser usada para destacar o papel transformador de um cliente, de um expert (você mesmo) ou de ambos na narrativa. Este exercício ajudará você a criar uma história cativante que posiciona o cliente como o herói ou o expert como o guia (ou até mesmo como o herói, contando sua própria trajetória).

ESTRUTURA DO EXERCÍCIO

Parte 1: identificando os elementos da história

- 1 Escolha um tema que você deseja explorar na sua narrativa.
 - Exemplo: superação, transformação pessoal, ou descoberta.
- 2 Defina o protagonista da história:
 - Quem é o personagem principal? Qual é o desejo ou objetivo dele?
- 3 Liste os elementos que serão utilizados:
 - Personagens principais e secundários.
 - Contexto (local e situação em que a história acontece).
 - Acontecimentos extraordinários que impulsionam a trama.

Parte 2: estruturando o Arco Narrativo

- 1 A seguir, veja os 12 estágios da jornada do herói adaptados para destacar tanto o cliente como o protagonista quanto o expert. Essa estrutura cria uma narrativa que conecta o público emocionalmente à transformação vivida. São eles:

Partida (ou Separação)

1. O Mundo Comum

- **Descrição:** o protagonista é apresentado no seu ambiente normal antes da transformação. Tudo parece estável, mas há um problema latente.
- **Cliente como herói:** o cliente vive sua rotina sem perceber que algo precisa mudar.
- **Exemplo:** Joana estava endividada, mas achava normal viver com o cartão de crédito sempre no limite.

- **Expert como herói:** o expert leva uma vida comum antes de encontrar sua vocação ou chamado.
- **Exemplo:** Marcos trabalhava no mundo corporativo e acreditava que o caminho tradicional era a única opção.

2. O Chamado à aventura

- **Descrição:** o protagonista percebe um problema ou oportunidade que exige ação. Algo o motiva a sair da zona de conforto.
- **Cliente como herói:** o cliente percebe que há um problema real que precisa ser resolvido.
- **Exemplo:** Joana percebeu que, se continuasse gastando sem controle, nunca conseguiria comprar sua casa.
- **Expert como herói:** o expert sente um desejo de mudança ou descobre um propósito maior.
- **Exemplo:** Marcos viu um amigo empreendendo e percebeu que poderia criar algo próprio.

3. Recusa do Chamado

- **Descrição:** o protagonista hesita, sente medo ou dúvida, e evita agir.
- **Cliente como herói:** o cliente se sente incapaz de mudar e resiste à transformação.
- **Exemplo:** Joana achava que nunca entenderia finanças e que era tarde demais para mudar seus hábitos.
- **Expert como herói:** o expert teme não estar preparado ou não ter experiência suficiente.
- **Exemplo:** Marcos duvidava de suas habilidades e pensava que empreender era arriscado demais.

4. Encontro com o Mentor

- **Descrição:** um mentor, ferramenta ou guia surge para ajudar o protagonista a seguir adiante.
- **Cliente como herói:** o cliente encontra um curso, mentor ou método que mostra que a transformação é possível.
- **Exemplo:** Joana descobriu um treinamento que prometia ensinar planejamento financeiro de forma simples.
- **Expert como herói:** o expert encontra um modelo de referência ou recebe orientação que o encoraja.
- **Exemplo:** Marcos assistiu a uma palestra de um empreendedor de sucesso e percebeu que poderia aprender e evoluir.

5. Cruzamento do primeiro limiar

- **Descrição:** o protagonista dá o primeiro passo para a mudança e entra no “mundo especial” da jornada.
- **Cliente como herói:** o cliente decide agir e testar uma nova abordagem.
- **Exemplo:** Joana começou a anotar seus gastos e buscar formas de economizar.
- **Expert como herói:** o expert se arrisca fora da sua zona de conforto e inicia sua nova trajetória.
- **Exemplo:** Marcos lançou seu primeiro curso online, mesmo sem experiência em ensinar.

Iniciação (ou Descida, Penetração)

6. Provas, aliados e inimigos

- **Descrição:** o protagonista enfrenta desafios, encontra aliados e aprende as regras do novo mundo.
- **Cliente como herói:** o cliente encontra dificuldades, mas também recebe apoio para continuar.
- **Exemplo:** Joana teve dificuldades em economizar e enfrentou críticas de amigos que não entendiam sua nova mentalidade.
- **Expert como herói:** o expert precisa lidar com obstáculos iniciais, como críticas ou erros no caminho.
- **Exemplo:** Marcos enfrentou dificuldades para vender seu curso e recebeu comentários negativos no início.

7. Aproximação

- Descrição: o protagonista se prepara para um grande teste e fortalece suas habilidades.
- Cliente como herói: o cliente começa a se sentir mais confiante, mas ainda há desafios a superar.
- Exemplo: Joana conseguiu economizar nos primeiros meses e começou a investir em educação financeira.
- Expert como herói: o expert ajusta sua estratégia e ganha mais clareza sobre seu propósito.
- Exemplo: Marcos percebeu que precisava melhorar sua comunicação e começou a estudar marketing digital.

8. Provação central

- Descrição: O maior desafio até agora, onde o protagonista enfrenta seu medo ou crise mais difícil.
- Cliente como herói: o cliente precisa enfrentar um grande desafio que pode fazê-lo desistir.
- Exemplo: Joana teve uma emergência financeira inesperada e quase voltou aos velhos hábitos.
- Expert como herói: o expert enfrenta um grande fracasso ou obstáculo que testa sua resiliência.
- Exemplo: Marcos lançou um novo produto, mas ele fracassou, e ele pensou em desistir.

9. A Recompensa (A Tomada do Elixir)

- Descrição: o protagonista supera o desafio e recebe sua grande conquista.
- Cliente como herói: o cliente vê os primeiros grandes resultados e se sente transformado.
- Exemplo: Joana finalmente pagou todas as suas dívidas e começou a poupar para sua casa própria.
- Expert como herói: o expert supera os desafios e atinge um marco importante.
- Exemplo: Marcos fez um novo lançamento e teve um faturamento recorde.

Retorno

10. O Caminho de volta

- Descrição: o protagonista decide voltar ao mundo comum, mas agora com uma nova perspectiva.
- Cliente como herói: o cliente percebe que sua mentalidade mudou completamente.
- Exemplo: Joana começou a ensinar amigos a organizarem suas finanças.
- Expert como herói: o expert percebe que pode ajudar outras pessoas a seguirem seu caminho.
- Exemplo: Marcos decidiu criar uma comunidade para ensinar empreendedores iniciantes.

11. Ressurreição do Herói

- Descrição: um último teste desafia o protagonista a comprovar sua transformação.
- Cliente como herói: o cliente enfrenta um novo desafio, mas agora está preparado.
- Exemplo: Joana resistiu à tentação de gastar impulsivamente após receber um bônus no trabalho.
- Expert como herói: o expert precisa manter sua posição e continuar inovando.
- Exemplo: Marcos enfrentou uma concorrência forte, mas se diferenciou com sua autenticidade.

12. Retorno com o elixir

- Descrição: O protagonista volta para casa trazendo consigo o conhecimento e impacto para os outros.
- Cliente como herói: O cliente sente orgulho de sua jornada e vive uma nova realidade.
- Exemplo: Joana finalmente comprou sua casa e agora ensina sua família sobre educação financeira.

- Expert como herói: O expert se torna uma referência no mercado e continua ajudando outras pessoas.
- Exemplo: Marcos se tornou um mentor para novos empreendedores e continua expandindo seu impacto.

Dicas:

1. Escolha o narrador:
 - Personagem: um cliente ou alguém que vive a história.
 - Narrador externo: alguém neutro, contando os eventos.
 - Você mesmo: narre diretamente para o público.
2. Defina a perspectiva:
 - Primeira pessoa: conexão íntima e pessoal.
 - Terceira pessoa: visão ampla e objetiva.
 - Segunda pessoa: envolva o público diretamente.
3. Teste a abordagem:
 - Escreva um trecho usando diferentes narradores.
 - Leia e avalie qual soa mais envolvente.
4. Combine narradores, se necessário:
 - Comece com um narrador externo e depois use a perspectiva do cliente.

Exemplo:

- **Personagem:** “Joana acreditava que nunca controlaria suas finanças, até conhecer o método XYZ.”
- **Narrador externo:** “Joana superou desafios financeiros ao usar o método XYZ.”
- **Você mesmo:** “Vou contar como Joana transformou suas finanças com o método XYZ.”

Parte 3: Refinando a narrativa

- 1** Escreva a primeira versão da sua história.
- 2** Revise a narrativa com foco na clareza, emoção e coesão dos elementos.
- 3** Pratique contar a história em voz alta ou grave um áudio para identificar ajustes necessários.

RESULTADO DO EXERCÍCIO

1. Uma história completa e estruturada com início, meio e fim.
2. Identificação clara do protagonista, seu desejo e a transformação final.
3. Uma narrativa prática e refinada, pronta para ser utilizada em diferentes formatos (texto, vídeo ou apresentação).

CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO

1. Clareza: os elementos da história estão bem definidos e conectados.
2. Engajamento: a narrativa desperta emoção e curiosidade.
3. Originalidade: a história é única e reflete a identidade do narrador.
4. Causalidade: os acontecimentos têm uma relação lógica, sem elementos soltos.
5. Impacto: a história deixa uma mensagem clara e marcante para o público.

DICAS

1. Escolha um protagonista com quem o público possa se identificar.
2. Use detalhes visuais e emocionais para criar uma conexão forte.
3. Evite começar com excesso de informações técnicas, comece com algo humano e envolvente.
4. Adicione reviravoltas para manter o interesse ao longo da história.
5. Peça feedback sobre sua narrativa para identificar pontos de melhoria.