

**VOCÊS CAÍRAM EM
UMA NARRATIVA.**

(ainda bem)

Narrativa é sobre definir uma intenção e contar **histórias que conduzam** o público, passo a passo, até que eles cheguem à conclusão que você deseja.



COMO VENDER ~~SEM SER CHATO~~

SENTIR É O SEGREDO

As narrativas mais impactantes **não moram nas técnicas de copy**, mas sim no sentimento real que envolve seu público e a sua história.

SEU PÚBLICO

Por que importa?

- Identificação é a palavra da internet.
- A conexão real com as pessoas gera ideias infinitas.

PENSE SOBRE ISSO:

**Não basta fazer perguntas,
você precisa ter empatia. Se
aprofundar, ouvir suas histórias
e sentir como eles se sentem.**

SUA HISTÓRIA

Por que importa?

- Você é o líder. E nesse lugar é ideal que mostre que já passou por coisas parecidas com o seu público.

PENSE SOBRE ISSO:

Não existe narrativa sem autoconhecimento.

- Quais são os problemas e sonhos você tem em comum com o público?
- Quais histórias você viveu que geram conexão?

INTENÇÃO **DE COMANDO**

Intenção de Comando
é o lugar para onde você
deseja **guiar as pessoas.**



Narra
tivas

Inten
ção de
Coma
ndo

PENSE SOBRE ISSO:

**O QUE É O SEU CASTELO DO
MOMENTO?**

- **seu curso**
- **sua mentoria**
- **seu evento presencial**

PENSE SOBRE ISSO:

**QUEM SEU PÚBLICO DE TORNA
AO ENTRAR NO CASTELO?**

A partir do momento que você tem a transformação clara, **tudo na sua comunicação aponta pra essa direção** – através das sementes.

SELECCIONE
AS SEMENTES

Uma boa narrativa entrega pequenas sementes de uma mesma direção que juntas, **aumentam a consciência** e levam o público à ação.

PENSE SOBRE ISSO:

Quais ideias que, se seu público souber, farão com que eles confiem no que você vende?

PENSE SOBRE ISSO:

Como provar que cada um
dos pilares do seu método são
essenciais pra transformação?

PENSE SOBRE ISSO:

Quais ideias do seu produto o público precisa entender para acreditar que a sua solução é a melhor?

PENSE SOBRE ISSO:

Quais crenças o seu público
deve ter para facilitar a
decisão de compra?

PENSE SOBRE ISSO:

Quais histórias provam que seu produto funciona? Que a sua narrativa é real?

PENSE SOBRE ISSO:

Qual parte da sua história faz
com que seu público te veja
como a melhor opção?

PENSE SOBRE ISSO:

Quais histórias de terceiros
fortalecem sua narrativa?
Existem momentos históricos
que provam ela?

PLANTANDO **AS SEMENTES**

(conteúdo)



**VENDER SEM
SER CHATO**

TEMA

A

B

MORAL
DA HISTÓRIA

O **tema** é o assunto interessante que vai atrair o seu público pra o conteúdo.

Temas Universais

- Relacionamento, casamento, traição, ciúmes..
- Morte, envelhecimento, luto...
- Autodesenvolvimento, medo, conquistas...

Temas do Momento

- Furacão Milton
- Boca Rosa – Lançamento de Maquiagem Polêmico
- Pablo Marçal – Eterno Tema do Momento

**Moral da História é a
semente que você
quer plantar.**

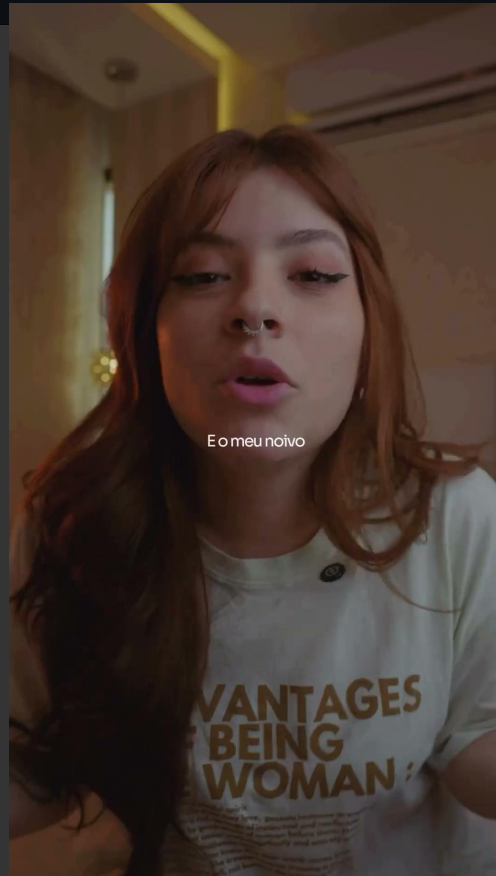
- Crenças que apoiem o seu produto.
- Pilares ou ideias do seu produto.
- O conteúdo que você quer ensinar.
- A reflexão que você quer trazer.

94K

658

14K

9.6K



E o meu noivo

IDENTIFICAÇÃO
HISTÓRIA
CONTEÚDO

IDENTIFICAÇÃO

A primeira frase precisa ser
emocionalmente relevante
para o seu público

“Eu já me senti assim, eu conheço isso, eu já passei por essa situação, isso me lembrou alguém, isso me deixou curioso.”

HISTÓRIA

1. O conflito acontece.
2. O processo de virada.
3. As consequências positivas da transformação.

CONTEÚDO - "MORAL DA HISTÓRIA"

Conteúdo é o conteúdo de fato que **você quer comunicar.**

Ele se encaixa naturalmente como **a moral da história que você acabou de contar.**

▶
176 mil

♥
15 mil

💬
132

📍
3,5 mil

🔖
5,1 mil



**O MUNDO É
PERCEBIDO ATRAVÉS
DO CONTRASTE.**

Frio x Calor

Preto x Branco

**Funciona para
temperatura, cores
e também funciona
para emoções.**

Amor x Ódio
Alegria x Tristeza



617 mil



51 mil



6,4 mil



8,5 mil



7,2 mil



It's time for action.