

05

## 5- Revisão Final

### Transcrição

[00:00] Chegamos à revisão final. Fico feliz em saber que você chegou até este vídeo e agora nós vamos relembrar os principais aspectos que vimos durante o curso. Nós falamos sobre marketing viral, ou seja, ações que eu posso promover com o objetivo de fazer com que mais pessoas falem sobre o meu negócio, ou seja, melhorar o boca a boca, dar visibilidade para a minha marca, para o meu produto ou para o meu serviço e fazer com que mais pessoas conheçam e, consequentemente, possam comprar também.

[00:28] E vimos alguns elementos que são importantes e que podem nos ajudar a conseguir gerar esse resultado esperado. O primeiro deles foi a moeda social. Ou seja, eu comento algo que me gera status. Lembra-se dos exemplos que eu comentei com você? Se eu gosto de coisas relacionadas à tecnologia, eu posso entrar em uma fanpage, por exemplo, e comento alguma coisa relacionada à tecnologia. As pessoas que vão ver vão falar: "nossa, olha como a Priscila é descolada, antenada" e assim por diante.

[00:57] Então, quando nós falamos de moeda social, temos que pensar em qual status queremos gerar para quem comenta aquilo que nós criamos. Depois falamos sobre os gatilhos. Ou seja, quando lembramos ou pensamos em algo a partir de um estímulo, isso se chama gatilho.

[01:14] Então, lembra-se daquele exemplo que eu comentei com vocês do plim plim? Eu não falei o nome, mas você já deve saber que eu estou me referindo à Globo. Se você passa em um restaurante onde tem as cores vermelho e amarelo e um M amarelo, você vai lembrar de quem? McDonald's.

[01:31] Então, isso pode te lembrar que você está com fome, que você quer comer alguma coisa e você entra no restaurante. Então, gatilhos também é uma coisa importante que nós podemos utilizar nessa estratégia.

[01:43] Falamos também sobre a emoção, ou seja, quem se importa, comenta. Então aqui nós conseguimos ver exemplos de como marcas, de como pessoas criaram conteúdos para envolver o seu público. E a partir dessa emoção nós começamos a engajar o nosso público. Lembra daquele comercial que o Itaú fez quando criou aquela campanha para você parar de receber as suas faturas no papel e acessar através da internet?

[02:10] Então, uma criança sorrindo ali foi uma coisa que nos envolveu. E ao comento a emoção, nós reforçamos a nossa moeda social. Ou seja, as pessoas vão se lembrar que nós temos coisas em comum. E nós começamos também a fortalecer os nossos laços sociais.

[02:28] Falamos sobre o público, que as pessoas tendem a agir de acordo com o que os outros estão falando. É aquela regra de ouro: se você visitou uma região nova e não conhece, não tem nenhuma referência de restaurante, qual restaurante você vai escolher? Provavelmente aquele que tem mais pessoas consumindo os pratos.

[02:47] Então, uma das referências que nós temos é essa. Por isso é importante nós termos muitas pessoas falando, de preferência bem, do nosso negócio, do que nós temos a fazer por elas, porque outra pessoa pode ficar curiosa e de repente tem a necessidade que nós podemos resolver e isso vai acabar gerando interesse nela e ela começar a conhecer o que nós temos.

[03:09] Falamos também sobre o valor prático, ou seja, informações práticas que os outros possam usar. Você pode entrar em um site de receitas ou no Manual do Mundo, um canal do YouTube, por exemplo, e ver como as pessoas estão comendo coisas. São coisas para usarmos no nosso dia a dia. Não precisa ser um conteúdo necessariamente

complexo. As pessoas gostam de coisas úteis. Se aquilo for para ajudar, se tiver um minuto e as pessoas identificarem valor nisso, elas podem compartilhar. E com isso o nosso boca a boca aumenta.

[03:43] Por último, falamos sobre as histórias. Pessoas não guardam informações ou nomes. Elas têm dificuldade para isso. Mas, elas não se esquecem de uma boa história. E isso é importante. Quais são os conceitos que você vai adotar na sua comunicação? Lembre-se: você pode fazer um checklist.

[04:01] O que você vai falar, com quem você quer falar, onde, quando e por que você quer falar. Isso pode te ajudar a pensar em criar conteúdos que estejam alinhados ao seu negócio. Lembrando que, também, nós não precisamos ficar fechados somente nos feriados, natal, carnaval, páscoa, dia das mães, dia dos pais e assim por diante.

[04:23] Veja outras datas comemorativas que estejam relacionadas com a sua área de negócio e comece a usar isso a favor da sua estratégia. Para finalizarmos essa explicação, antes de ficarmos bitolados em criar um conteúdo viral, "olha, eu vou fazer uma ação que tem que viralizar", preocupe-se em criar um conteúdo que seja precioso.

[04:44] A viralização é uma consequência daquele valor que você vai agregar na vida de uma pessoa, que pode falar para outra pessoa e assim por diante. Lembrando que o objetivo é sempre fazer com que a nossa marca, o nosso negócio seja conhecido, reconhecido e escolhido. E o marketing viral pode ser uma importante ferramenta nesse processo. Eu espero que você tenha gostado e nós nos vemos no próximo curso.