

03

3- Checklist

Transcrição

[00:00] Uma boa maneira de pensarmos no que vamos compartilhar, para termos uma história memorável e fazer com que as pessoas também tenham interesse não só de ler, mas também de compartilhar, é preparamos um checklist, ou seja, algumas perguntas que podem nos ajudar a direcionar melhor as nossas ideias. Então, nós começamos perguntando o quê.

[00:22] O que é que eu vou fazer? Eu vou criar um vídeo para disponibilizar no YouTube? Eu vou fazer uma apresentação em uma palestra? Um post na minha fanpage? Um artigo no meu blog? Um infográfico? Pensa direito sobre o que você vai fazer. Depois, quem. Quem eu quero atingir? Qual é o meu público-alvo?

[00:46] A partir do momento que você começa a definir esse público, você pode pensar em ideias que estejam mais relacionadas a ele. Qual é o tipo de linguagem? Vai ser mais formal? Vai ser mais informal? E você começa a esquematizar a sua ideia.

[01:02] Terceiro item: por que eu vou compartilhar? Eu quero que esse conteúdo seja visto por muitas pessoas, mas por quê? Por que eu quero que essas pessoas recebam essa mensagem? Por que eu quero que as pessoas conheçam o meu trabalho? Por que eu quero que as pessoas conheçam a empresa, falem para os outros, façam o boca a boca positivo para os outros?

[01:23] Depois, nós falamos sobre onde. Onde eu vou disponibilizar este material? Vai ser nas redes sociais? Vai ser em qual rede específica? Qual é o objetivo de eu ter presença nessas redes sociais?

[01:36] Depois, quando. Lembra-se do exemplo que eu mostrei agora há pouco para vocês na aula anterior, do dia dos pais, que nós fizemos essa publicação da Alura? O quando entrou muito bem nesse quesito. Quando? No dia dos pais. Quando eu vou disponibilizar essa ação? No dia das crianças, no dia das mães, no dia do desenvolvedor, por exemplo, no nosso caso. Nós temos algumas datas especiais que podem nos ajudar a pensar melhor nessa estratégia.

[02:06] Qual é o seu segmento? Você trabalha no dentista. Qual é o dia do dentista? Quais são as áreas correlatas? Você trabalha com engenheiros? Qual é o dia do engenheiro?

[02:17] Então, o quando também é muito importante nesse sentido. Não vamos nos limitar a datas festivas, como os feriados, natal, carnaval e assim por diante. Pense em quais áreas estão relacionadas ao seu negócio. E por último vem o como. Como você vai juntar todas essas ideias para preparar o seu material, que pode ser viralizado? Se não ficar viral, lembre-se: o importante é que você criou um conteúdo que vai ser importante para as pessoas.

[02:46] Se ele vai viralizar ou não é questão de tempo. Pode ser que no primeiro dia não tenha a quantidade de visualizações, de likes, enfim, da métrica que você adotou para avaliar se aquela publicação teve um bom engajamento ou não, mas a partir do momento que as pessoas começam a fazer o boca a boca, esses números podem mudar.

[03:06] E aí vem aquela sensação de: "ok, missão cumprida." Nós vimos vários exemplos no decorrer do curso de agências, de grandes marcas que se posicionaram, no ambiente digital principalmente, através da viralidade.

[03:21] E de repente você se pergunta: "ok, achei muito bacana, mas a empresa onde eu trabalho não é tão grande, ainda não tem como contratar uma agência para fazer isso." Tudo bem, nós estamos querendo demonstrar para vocês quais são os principais elementos que essas empresas, que essas agências, usaram para viralizar o conteúdo que elas criaram.

E a partir disso, você começa a replicar no seu trabalho e vai entendendo quais são os aspectos que você vai utilizar mais.

[03:52] "Poxa, eu vou pegar mais na emoção. Ou, por exemplo, eu quero fazer com que as pessoas tenham um status bacana ao consumir, ao comprar, o que eu tenho a oferecer". Então você já sabe que a moeda social é um dos elementos que podem estar presentes na sua publicação, ou na sua ação.

[04:10] Então, não vamos nos limitar. Senão nós ficamos pensando assim: "poxa, eu não tenho orçamento, não tenho um budget muito grande para contratar uma empresa." Calma. Nesse curso, um dos nossos objetivos era fazer com que vocês entendessem quais são os principais elementos que compõem uma ação viral.

[04:25] E a partir disso, de acordo com a sua realidade, você começa a ver o que tem mais a ver com o seu negócio e a partir disso você coloca a sua criatividade, o seu conhecimento, as tendências que o mercado gera e começa a criar algumas ações e vai avaliando se ela está sendo bem consumida pelas pessoas. Então, eu espero que vocês tenham gostado. Na próxima nós vamos fazer uma revisão final dessa aula.