

**EXECUÇÃO DIGITAL**

COM LUANA CAROLINA

CONHECIMENTOS TÉCNICOS  
**A TRAJETÓRIA**

*Desenvolvendo um conteúdo estratégico  
que atrai uma audiência compradora*

Luana Carolina



## VOCÊ ESTÁ AQUI



### 4. A Trajetória: Desenvolvendo um conteúdo estratégico

✓ Total de aulas (4 de 4)

O que postar?	Aula 4.1 - Como saber o que postar: Prepare a sua audiência para a jornada ✓ Vídeo ★ 5,0
Método BDA	Aula 4.2 - Método BDA: O código de um conteúdo assertivo ✓ Vídeo ★ 5,0
Mais inteligente	Aula 4.3 - Tornando-se mais inteligente ✓ Vídeo ★ 5,0
Personalidade interessante	Aula 4.4 - O segredo por trás de uma personalidade interessante ✓ Vídeo ★ 5,0

## DESENVOLVENDO UM CONTEÚDO ESTRATÉGICO



## A TRAJETÓRIA

DESENVOLVENDO UM CONTEÚDO ESTRATÉGICO QUE  
ATTRAI UMA AUDIÊNCIA COMPRADORA

## CONTEÚDOS

Aula 4.1 - Como saber o que postar: Prepare a sua audiência para a jornada

Aula 4.2 - Método BDA: O código de um conteúdo

Aula 4.3 - Tornando-se mais inteligente

Aula 4.4 - O segredo por trás de uma personalidade



Aula 4.1

## **COMO SABER O QUE POSTAR**

Prepare a sua audiência para a  
jornada



## A trajetória perfeita para a sua audiência: Transformando o ouro em uma joia.

Nesta aula, vou sanar algumas dúvidas. Percebi que as maiores dificuldades na hora de criar conteúdo são: 'Não sei o que postar', 'Não sei fazer storytelling', 'Tenho vergonha', 'Não tenho criatividade'. Vou prepará-lo para criar conteúdo como se não houvesse amanhã, ensiná-lo a quebrar objeções e a produzir conteúdo para aqueles que já estão dispostos a comprar de você.

Lembra da trajetória que mencionei anteriormente? Quando você já tem uma audiência, esses seguidores acessam o seu perfil acreditando que você pode ser o guia deles, afinal, você já atingiu o destino final e sabe o caminho para chegar lá. O que eles procuram no seu perfil é um conteúdo que os oriente em direção a esse destino final - um roteiro ou um mapa que possam seguir. Sua tarefa será explicar cada etapa que eles precisarão cumprir para chegar lá. Isso vai além de discutir apenas os aspectos técnicos; envolve também compartilhar o mindset que você adotou para alcançar a posição em que se encontra atualmente.



Sua principal responsabilidade como criador de conteúdo não é apenas acompanhar as tendências do momento, mas sim preparar a sua audiência para ajudá-la a atingir seus objetivos. Faça uma revisão do seu passado, busque em sua memória a trajetória que percorreu. Esse é o tesouro mais precioso, onde todo o seu conteúdo reside. Observe a sua jornada até aqui e identifique o que te ajudou a chegar onde está agora. Quais foram as dificuldades? Em quais momentos você pensou em desistir? Que obstáculos enfrentou? Compartilhe tudo isso com a sua audiência. Eles precisam saber que a jornada pode não ser fácil, mas que você já passou por ela e sabe como superar os desafios. Lembra do triângulo da conexão?

Quando comecei a criar conteúdo, algumas pessoas formaram grupos no Facebook apenas para zombar do que eu estava fazendo, no entanto isso acabou servindo como combustível para me impulsionar ainda mais, apesar da dificuldade eu persisti, o meu desejo de sucesso era maior que qualquer medo. Eu senti raiva, respirei fundo e continuei, sabia que cedo ou tarde alcançaria meus objetivos, essa é uma história real, parte da minha própria trajetória, que acabei transformando em um storytelling. Isso é algo que pretendo ensinar a você.

As pessoas se sentem atraídas por histórias, elas podem se identificar com a sua trajetória. No entanto, é importante ter cuidado para não mostrar fraquezas em excesso. Não sangre em um tanque de tubarões. Se você tem uma fraqueza, a questão é: você tem uma solução para ela? Se sim, compartilhe. Qual foi a solução para a minha história? Seu conteúdo precisa estar repleto de soluções; nenhuma ponta deve ser deixada solta.

Neste ponto da minha vida, enfrentei um problema. Relatei esse problema, mas também apresentei a solução.

Você jamais abrirá caixinhas sem propósito, é preciso preencher-las. Dessa forma, você deve levantar uma questão e resolvê-la. É como preparar a bola para o saque no vôlei, além de levantar você deverá sacá-la. Um bom escritor nunca incluirá uma arma num livro se não tiver intenção de usá-la. Você não deve compartilhar informações da sua vida que não agregarão valor para seu seguidor. Todo conteúdo precisa ser intencional, isso tudo demanda tempo. Não jogue seu tempo no lixo.

Conteúdo intencional é aquele do qual sua audiência se beneficiará, algo que se possa extrair valor. Não é meramente para cumprir tabela. Seja intencional.



Faça bem feito.

Se você ainda não chegou ao destino, documente sua jornada até lá. Sua vida está acontecendo cada dia conta, então compartilhe sua história nas suas redes sociais, seu passado pode ter sido na manhã de hoje, na noite de ontem e assim por diante.

Eu poderia dedicar uma live inteira para falar sobre o quanto desanimada eu estava esta manhã e mostrar como superei isso para gravar esta aula. Você precisa mostrar as decisões que tomou e as consequências que essas escolhas geraram para você alcançar a posição em que está agora. Se valeu a pena ou se não valeu a pena, você compartilha.

Você está executando coisas a todo momento. Os grandes players fazem isso o tempo todo. Eles são intencionais em compartilhar a vida deles.

**Documente todo o seu dia, seus erros e acertos.  
Dedique-se a ser um bom contador de histórias,  
mas dessa vez vai ser a história da sua vida.**



É necessário produzir conteúdo para diferentes estágios da sua audiência. Para aqueles que estão chegando agora, o conteúdo deve ser mais básico e superficial - isto é, voltado para o topo do funil. Já para os que te seguem e mantêm uma conexão contigo, é importante criar conteúdo que atenda às necessidades do meio do funil. Por fim, no fundo do funil, quando a audiência já está próxima do destino final e sabe que você é o único que pode ajudá-los a chegar lá, o conteúdo deve ser ainda mais aprofundado e específico.

O objetivo central desta aula é que você perceba que é uma pessoa repleta de potencial, com uma história rica e plena de conhecimentos para compartilhar. Talvez você ainda não tenha notado isso, mas tem muito a dizer e contribuir para os outros.

Transforme o ouro em uma joia.



Quote

**Transforme o ouro  
em uma joia**

*Luana Carolina*



## FAÇA BEM FEITO

A frase "Faça tudo bem feito, o básico bem feito" enfatiza a importância de realizar todas as tarefas com excelência, inclusive as mais básicas. Isso significa que devemos dedicar a mesma atenção e cuidado, independentemente da complexidade ou do grau de importância aparente de cada atividade.

Muitas vezes, tendemos a negligenciar as tarefas consideradas simples ou básicas, subestimando seu impacto no resultado final. No entanto, é fundamental compreender que a qualidade do trabalho como um todo é influenciada pela forma como realizamos até mesmo as tarefas mais elementares.

Ao fazer tudo bem feito, estamos demonstrando um compromisso com a qualidade e a excelência em todas as nossas ações. Isso envolve prestar atenção aos detalhes, seguir procedimentos corretos e buscar aprimorar nossas habilidades constantemente. Ao adotar essa abordagem, construímos uma reputação de confiabilidade e comprometimento com o trabalho bem executado.



Aula 4.2

## MÉTODO BDA

O código de um  
conteúdo assertivo



## O método necessário para produzir conteúdos que engajam e geram mais provas sociais.

Não se esqueça do imenso valor que a sua história de vida e trajetória possuem. Hoje, apresentarei a você um método que costumo utilizar quando desejo explicar algo à minha audiência: o método BDA.

Existe uma abordagem para a criação de conteúdo que considero extremamente eficiente. Ela segue três requisitos, expressos pelas iniciais BDA:

- B - Básico,
- D - Didático,
- A - Aplicável.

Vou demonstrar para você que essa abordagem realmente funciona. Ela servirá como sua “prova dos nove”, pois gera grande engajamento, prova social e muita interação.

Eu acreditava que para ser percebida como uma pessoa inteligente e uma autoridade no assunto, eu precisava apresentar as informações de uma forma complexa. Isso, no entanto, é um grande erro. Porque, pense bem, quando explicamos algo, tendemos a pular o básico, mas os princípios básicos são fundamentais - sem eles, não existe complexidade. Se o seu seguidor não entende a base, ele não vai compreender o restante.

É como Albert Einstein uma vez disse: "Se você não pode explicar algo de maneira simples, é porque você não entende bem o suficiente". Seus seguidores precisam conhecer o conceito básico; é inútil supor que eles já possuem o mesmo conhecimento que você. Eles precisam se sentir preparados para entender o seu conteúdo.

Eles até podem assistir e consumir o seu conteúdo, mas não irão compreender se você não explicar de forma simples e didática. É como na matemática: se não dominamos o básico, não conseguiremos resolver uma simples equação de segundo grau.

Imagine que você fale sobre investimentos e, então, eu vejo seus stories com um monte de siglas que não consigo entender. Eu acabo me sentindo confusa e excluída. Um criador de conteúdo pode, sim, abordar assuntos complexos, mas não deve negligenciar a frequência com a qual aborda o básico, especialmente para quem está chegando agora.

Retome os princípios básicos.

Agora, vamos para o segundo critério, a didática. Didática é a maneira como você estrutura a explicação de um assunto. Se eu quero que a pessoa aplique o que estou explicando, ela precisa entender o que estou falando.

Eu transformei meus resultados quando mudei a forma como explicava as coisas. Quero que minha audiência compreenda ao máximo o que estou falando, que absorva tudo que estou transmitindo. Dediquei-me a ser uma melhor explicadora e professora, a construir um bom raciocínio de ideias. Como alcancei isso? Estudando mais, lendo mais, seguindo referências. Hoje, a minha é o Clóvis de Barros. Use elementos para intensificar a explicação, como as analogias que eu fiz no começo desse texto sobre o perfil de investimentos e a matemática.



Comece a dedicar tempo para se tornar um bom professor em todos os aspectos da sua vida, seja pessoal ou profissional. Seja um bom comunicador; as pessoas precisam receber a mensagem da maneira que você deseja que elas entendam.

Se você oferece um produto ou serviço, eduque as pessoas sobre o que você faz, como faz, como usar o seu produto e tudo mais. Esta prática não só transmite conhecimento, mas também estabelece sua autoridade no campo e é didático.

Se eu estou em uma trajetória e alguém explica bem como chegar ao destino final, eu me sinto mais segura em seguir em frente.

**Treine todos os dias a sua capacidade de ensinar, o seu raciocínio e a sua oratória. Uma comunicação assertiva é a chave para o sucesso.**

Finalizando, é essencial que o seu conteúdo seja prático e aplicável. Quando seu público consome e entende seu conteúdo, se for algo que eles possam aplicar em suas vidas, eles o farão. Ao se depararem com uma situação em que possam utilizar o que você ensinou, vão lembrar de você e até possivelmente retornar com feedbacks positivos e provas de que a sua instrução funcionou. Essa interação solidifica a sua posição como uma autoridade para essa pessoa, ativando o gatilho de reciprocidade e dando a você a oportunidade de usar essas interações como prova social. Além disso, esta pessoa pode se tornar um divulgador do seu trabalho, compartilhando o seu conteúdo e indicando-o para outras pessoas.

Depois disso, ela vai engajar com seu conteúdo se ela tiver tido sucesso com o conteúdo aplicável que você ensinou.

O método BDA possui inúmeros benefícios. Como citado por Lev Vygotsky, um conhecido psicólogo e teórico da educação, a aprendizagem é um processo social e cultural, e não apenas um processo cognitivo. Seguindo essa linha, o BDA torna o processo de aprendizado mais compreensível e envolvente, ao dividir a complexidade do conteúdo em partes mais acessíveis.

A começar pelo “B” de Básico, onde o conteúdo é apresentado de forma simples e clara, proporcionando o entendimento fundamental sobre o tema. Em seguida, temos o “D” de Didático, onde o conteúdo é estruturado de forma a facilitar o entendimento, seguindo princípios de ensino eficazes. Isso assegura que o público compreenda não só a informação em si, mas também como ela se relaciona com outros conceitos e com o tema como um todo. Por fim, temos o “A” de Aplicável, que garante que o conteúdo não só seja informativo, mas também útil e relevante para a vida real. O conteúdo aplicável permite que o público veja a utilidade do que aprendeu, incentivando a aplicação prática e solidificando o conhecimento adquirido.

Portanto, ao implementar o método BDA na criação de conteúdo, é possível fornecer uma aprendizagem significativa, impactante e duradoura para o público.

Após percorrer todo o caminho do método BDA, a venda se torna o último gatilho natural. Ao fornecer conteúdo valioso, ensinar, ajudar e transformar a vida da sua audiência, você se estabelece como um excelente guia em sua área de atuação. Esse relacionamento de confiança e autoridade construído ao longo do tempo cria uma conexão genuína com o público.

Quando chega o momento de oferecer um produto ou serviço, essa audiência já reconhece o valor que você oferece e acredita na sua capacidade de ajudá-los a alcançar seus objetivos. Eles veem você como alguém que verdadeiramente se importa com o sucesso deles e confiam na sua expertise.

Assim, a venda se torna uma consequência natural desse relacionamento sólido e baseado na entrega de valor. Sua audiência está mais propensa a adquirir o que você oferece, pois já experimentou os benefícios do seu conteúdo e reconhece que o que você está vendendo é uma oportunidade para levar suas transformações e conquistas ainda mais longe.

Portanto, ao seguir o método BDA e construir uma base sólida de ensinamentos e transformações, você preparará sua audiência para que a venda ocorra de forma natural e orgânica, impulsionada pela confiança, pelo reconhecimento do valor entregue e pelo desejo genuíno de alcançar resultados ainda melhores.



## A SIMPLICIDADE IMPORTA

A habilidade de ensinar conceitos complexos de maneira simples é essencial para o sucesso nas redes sociais. O ambiente online é muito dinâmico e caracterizado por um ritmo acelerado de consumo de informação. Portanto, transmitir suas ideias de maneira clara e concisa não só garante a compreensão do público, mas também mantém a atenção deles em meio a inúmeras outras distrações.

O conteúdo nas redes sociais dependem muito da capacidade de envolver o público e criar conexões significativas. Quando você é capaz de quebrar conceitos complexos em partes mais simples e fáceis de entender, você cria um espaço para um engajamento mais profundo. Seus seguidores são mais propensos a interagir com o seu conteúdo e compartilhá-lo.

Ao apresentar informações de uma maneira que seja acessível e fácil de entender, você está demonstrando um domínio profundo do assunto. Isso pode ajudar a construir confiança e credibilidade com o seu público, o que é vital para qualquer pessoa ou organização que procure ter uma presença forte nas redes sociais.



Aula 4.3

# TORNANDO-SE MAIS INTELIGENTE

## **Torne-se um pouco inteligente a cada dia: Uma reflexão necessária para estar acima da média**

Mesmo que pareça haver muitos profissionais de destaque no mercado, eventualmente eles vão se aposentar, interromper a produção, ou ficar obsoletos devido ao surgimento de coisas mais novas e melhores. É nesse momento que entra o papel de um criador de conteúdo iniciante. Ele é quem irá preencher essas lacunas. O fato de já existirem bons profissionais no campo não impede o surgimento de novos talentos.

Há muitos profissionais médicos e advogados excelentes atualmente. Agora, imagine se os estudantes de medicina pensassem que não há espaço para eles devido à presença desses profissionais experientes? Eles poderiam desistir de se formar na área por acreditar que não há oportunidades. Na realidade, esses profissionais simplesmente têm mais experiência, por terem passado mais tempo no mercado.



Não faz sentido desistir de um sonho apenas porque existem pessoas melhores que você naquela área, eventualmente essas pessoas irão envelhecer e alguém precisará ocupar o lugar delas. Existe um conceito chamado autoestima intelectual imagine que você está em uma mesa com pessoas que são mais inteligentes que você. Você tem duas opções: usar essa situação de forma negativa, prejudicando a sua autoestima e se sentindo inferior, ou utilizá-la como uma motivação para buscar mais conhecimento, almejando o crescimento e o aprimoramento da sua inteligência.

É necessário estar sempre na fronteira do seu conhecimento, com a constante intenção de expandir a sua área de entendimento, visando aumentar sua acumulação de sabedoria. Em termos matemáticos, imagine aumentar o raio da circunferência do seu conhecimento. Considere que tudo o que você sabe está contido dentro desse círculo. Portanto, o seu objetivo é expandir esse círculo, permitindo a entrada de novas ideias que passarão a fazer parte do seu repertório.

**A medida da inteligência é a capacidade de mudar. - Albert Einstein**

Ninguém possui mais neurônios do que você. O que distingue você de uma pessoa que você considera inteligente são os hábitos e as ações diárias dessa pessoa, ou o que ela já fez. Isso pode incluir a leitura de mais livros, o consumo de conteúdo que agrupa valor, a busca por boas referências, entre outras coisas.

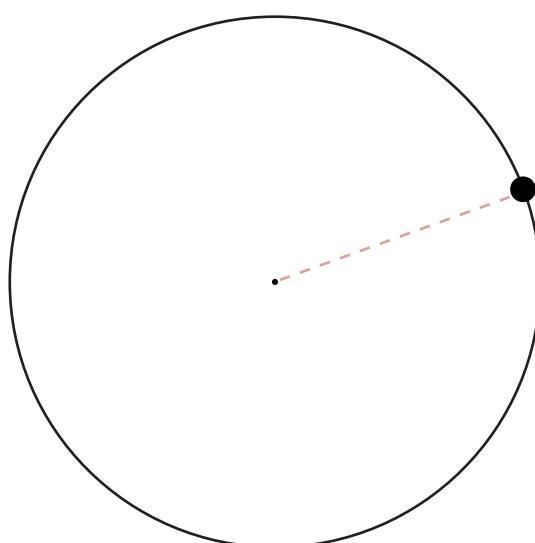
As pessoas que se destacam geralmente estão em ambientes diferentes, convivem com outras pessoas que também se destacam e sabem aproveitar as informações ao seu redor. Elas são pessoas normais, mas, ao invés de pensar ‘eu sou burro’, buscam ampliar seus conhecimentos sobre os temas dos quais ainda não entendem. Assim, qualquer constrangimento por desconhecer um assunto é sentido apenas uma vez, pois na próxima ocasião, elas já terão adquirido o conhecimento necessário.

O conhecimento que mais importa é aquele que você executa.

Bom você se torna. Ser bom é resultado de muito esforço voltado para a direção correta.

É essencial sentir insatisfação por não saber algo, almejando tornar-se um criador de conteúdo de alta qualidade. Você precisa buscar um conhecimento valioso que tenha aplicabilidade prática, e não apenas informações desconexas. A verdadeira sabedoria reside em saber como utilizar todo o seu conhecimento a seu favor. Não basta apenas adquirir conhecimento, é preciso saber como aplicá-lo. Evite a sobrecarga de informação, filtrando apenas as informações importantes que são relevantes para a sua realidade atual.

## CÍRCULO DO CONHECIMENTO



**Esteja sempre  
na borda**



## BOM VOCÊ SE TORNA

"Ser bom é resultado de muito esforço voltado para a direção correta" acrescenta à ideia de que não é suficiente apenas trabalhar duro; esse trabalho duro precisa ser aplicado de maneira eficaz e eficiente. A "direção correta" pode variar dependendo do contexto, mas geralmente se refere a seguir orientações ou estratégias que são comprovadamente bem-sucedidas ou benéficas em uma determinada área. Isso envolve uma combinação de aprender com os outros, refletir sobre o próprio desempenho e adaptar as próprias abordagens conforme necessário.

Em resumo, a frase sugere que a excelência é alcançada não apenas através do esforço, mas também através da aplicação inteligente desse esforço.

Sempre que estiver aprendendo algo novo, faça anotações ou identifique a grande ideia que pretende implementar, seja assistindo a um vídeo, participando de uma aula, de um mastermind ou de um curso inteiro. É fundamental ter a confiança de que você já tem conhecimento suficiente para ensinar outra pessoa, mas também compreender que sempre há mais a aprender. Ou seja, busque sempre o aperfeiçoamento, aprenda cada vez mais e nunca pare de estudar. No entanto, não permita que esse contínuo aprendizado seja um empecilho para ensinar alguém. Por exemplo, quando eu destaco um trecho em um livro, eu pego essa ideia e a desdobre em vários outros conteúdos, como stories, reels, vídeos, posts, aulas e muito mais. Isso não só fixa o conteúdo na minha mente, como também me fornece um repertório mais amplo para discutir o assunto.

Todos os dias suba um pouquinho de nível.



*Quote*

**Se você está no topo,  
crie novos topos. Saia  
da zona de conforto.**

*Luana Carolina*

Crie assimilações com o repertório que você já possui e busque mais conhecimento, enriquecendo sua compreensão e perspectiva. A cada nova informação adquirida, procure conexões com o que você já sabe, criando uma rede interligada de conhecimentos. Essa abordagem não apenas solidifica o que você aprendeu, mas também facilita a absorção de novas ideias. Nunca pare de aprender, pois o mundo está em constante mudança e há sempre algo novo para descobrir.

Esforce-se sempre para entregar o melhor trabalho possível, dedicando tempo para se aprimorar no serviço que você presta. A busca pela excelência deve ser constante, pois é assim que você se destaca e traz valor ao que faz.

Saia da zona de conforto, se você está no topo, crie novos topos.



Aula 4.4

# O SEGREDO POR TRÁS DE UMA PERSONALIDADE INTERESSANTE



## **Ser interessante é subjetivo, aprenda a ser interessante para as pessoas certas.**

Devido a uma comparação inadequada, você pode, infelizmente, se julgar como desinteressante e interromper a criação de conteúdo. Contudo, quais são os parâmetros para se definir como interessante? O interesse é subjetivo, você pode ser interessante para alguém e ao mesmo tempo ser desinteressante para outra pessoa.

Não é necessário ser alguém que viaja frequentemente ou que leva uma vida extraordinária repleta de eventos interessantes. A comparação com outras pessoas que você acha interessantes também não é produtiva. Lembre-se, cada um tem seu próprio valor e sua própria jornada única a compartilhar.

Eu, Luana, não tenho interesse em festas ou baladas. Portanto, se deparar com conteúdo sobre como me preparar para tais eventos não despertará nenhum interesse em mim, pois não sou uma pessoa particularmente sociável. No entanto, existem pessoas que apreciam esse tipo de conteúdo, consomem essas informações e as utilizam para se preparar para frequentar tais ambientes. O valor de algo depende do contexto em que está inserido. Para mim, um conteúdo sobre festas não tem valor, assim como a água em um mercado custa R\$1,50, mas no aeroporto custa R\$10. Você percebeu a diferença?

A relevância de qualquer produto é determinada pelo contexto no qual está situado. Por exemplo, se você aprecia discutir filosofia e se encontra em um grupo onde esse tópico não é apreciado, você pode não parecer interessante. Contudo, se abordar esse assunto com alguém que compartilha do mesmo interesse, você será considerado a pessoa mais interessante do grupo por essa pessoa. O interesse, nesse sentido, é bastante subjetivo e dependente do ambiente e dos interesses individuais.

É crucial que eu me posicione para um público que me considerará interessante. Preciso estar em ambientes onde isso seja possível, onde tenha a oportunidade de expressar todas as minhas ideias de forma autêntica e significativa. É nesses contextos que meu valor e conhecimento serão realmente valorizados.

É imprescindível que eu comprehenda os interesses do meu grupo. Preciso identificar quem compõe minha audiência e o que posso oferecer a ela, levando em consideração seus interesses e necessidades. Esta compreensão me permitirá criar e oferecer conteúdo de maior valor e relevância.

Ser interessante é cativar a sua audiência. As pessoas precisam entender claramente quem você é para poderem diferenciá-lo dos demais. Quando você se define para a sua audiência, fica mais fácil para ela distinguir você das demais pessoas. O que o diferencia é a forma como a sua audiência percebe as suas características únicas, ela precisa de pontos de informação para identificar você. Pode ser pelo modo como se veste, pela maneira como se expressa, ou qualquer outra característica que destaque seus diferenciais. Cada pessoa tem sua própria maneira de marcar sua singularidade.

Outro aspecto que ajuda a diferenciar-se dos outros é o seu núcleo fundamental, que engloba suas crenças, conhecimentos, hábitos e histórico pessoal. Esses elementos podem ser os elementos distintivos que o destacam. É como a famosa analogia da vaca roxa no marketing, onde a ideia é se tornar uma vaca roxa em um mercado de vacas comuns. Ser uma vaca roxa significa ser notável, único e se destacar dos demais concorrentes. Da mesma forma, ao abraçar seu núcleo fundamental e se expressar de maneira autêntica, você pode se diferenciar dos outros e conquistar a atenção e o interesse da sua audiência.

Uma excelente maneira de despertar interesse é apresentar um método inovador, um conhecimento novo ou uma abordagem única. Ao trazer algo novo e diferenciado para o público, você captura a atenção e desperta o interesse. Isso pode envolver a introdução de um conceito revolucionário, a divulgação de pesquisas recentes, a oferta de soluções criativas para problemas comuns ou a demonstração de uma abordagem inovadora para lidar com determinada situação. Ao fornecer algo fresco e impactante, você pode gerar curiosidade e envolvimento da sua audiência.



**SEJA COMO UMA VACA ROXA**



De fato, a falta de uma definição clara e consistente pode levar a falhas na comunicação, o que pode resultar em seguidores se desinteressando ou deixando de se identificar com você. Quando há uma expectativa em relação ao seu posicionamento e você vai contra essa expectativa, pode ocorrer um desalinhamento que pode afetar negativamente a relação com seus seguidores. Portanto, é essencial estabelecer uma identidade definida e coerente, para que sua audiência possa entender o que esperar de você e se conectar de forma mais consistente com seus valores e mensagens.

Pequenos detalhes como as linhas brancas no planner da Studies e a inclusão de um habit tracker já são características distintivas que diferenciam o planner da Studies de outros no mercado. Essas características únicas podem atrair a atenção e despertar o interesse dos consumidores em busca de algo novo e diferenciado.

Além disso, a capacidade de gerar reflexões na sua audiência é uma excelente forma de se tornar interessante para seus seguidores. As pessoas estão sempre em busca de novas perspectivas, insights e oportunidades para o crescimento pessoal. Ao fornecer conteúdo que provoque reflexões e estimule a evolução, você estabelece um vínculo significativo com sua audiência, tornando-se uma fonte de valor e inspiração.

A busca pelo novo e o fornecimento de reflexões relevantes são elementos fundamentais para se manter interessante e envolvente para seus seguidores.

A expressão “vaca roxa” foi popularizada pelo autor e palestrante Seth Godin. Ele utiliza essa metáfora para transmitir a importância de se destacar da concorrência, de ser notável e único em um mercado saturado. A vaca roxa representa algo surpreendente, fora do comum, que chama a atenção das pessoas e as faz lembrar de forma memorável. Segundo Godin, ser uma vaca roxa é essencial para se destacar e obter sucesso em um mundo repleto de opções e distrações. A ideia é oferecer algo tão notável e diferente que as pessoas se sintam atraídas e interessadas em conhecê-lo.

É fundamental ser autêntico e ter pontos de diferenciação para se destacar. Ser autêntico significa ser verdadeiro consigo mesmo, expressando sua individualidade e personalidade única. Isso permite que você se conecte de forma genuína com sua audiência, criando uma base sólida de confiança e fidelidade.

Seja autêntico. Be like a purple cow.

# **EXECUÇÃO DIGITAL**

COM LUANA CAROLINA