

A VOZ DA SUA MARCA

É DEFINIDA POR ESSES 3 ELEMENTOS:

1.

PERSONALIDADE

2.

LINGUAGEM

3.

PROPÓSITO

PERSONALIDADE



INDEPENDENTE SE A SUA MARCA É PESSOAL OU INSTITUCIONAL, VOCÊ PRECISA DEFINIR **COMO** ELA VAI SOAR. QUAL A ESSÊNCIA DA SUA MARCA? PENSE NOS ATRIBUTOS ESPECÍFICOS QUE VOCÊ GOSTARIA QUE A SUA MARCA FOSSE RECONHECIDA:

- AMIGÁVEL
- BRINCALHONA
- ACOLHEDORA
- AUTORITÁRIA
- ARROGANTE
- OBJETIVA
- DETALHISTA
- OTIMISTA
- SERENA
- INSPIRADORA
- SÁBIA
- TÉCNICA
- MALANDRA
- SOBERBA
- SOFISTICADA
- OTIMISTA
- PACIENTE
- DINÂMICA
- ANALÍTICA



#MENTORIAMETAMORFOSEDIGITAL
#GERAÇÃOCAROLCANTELLI

PERSONALIDADE



AS PESSOAS QUEREM SE IDENTIFICAR COM ALGO E SENTIR QUE FAZEM PARTE DE UMA COMUNIDADE.
O TOM DE VOZ DÁ O ESTÍMULO PERFEITO PARA QUE ISSO ACONTEÇA: **A ESCOLHA DAS PALAVRAS CERTAS, JUNTO COM RECURSOS EMOCIONAIS ESPECÍFICOS SÃO ASPECTOS IMPORTANTES PARA GERAR ENCANTAMENTO.**

Poxa Flix, você realmente quer acabar com a vida social das pessoas mesmo, né?! Quer dominar o mundo?

Ontem às 4:16 PM • Curtir • 817 • Responder



Netflix ✓

Eu só coloco as séries lá, quem cancela o rolê com o coleguinha é você. :P

Ontem às 4:40 PM • Descurtir • 6,1 mil • Responder



Pietra Castroviejo
COMO ASSIM VOCÊS VÃO TIRAR HIMYM??????????

Ontem às 11:39 • Curtir • 552 • Responder



Netflix ✓

Eu também não estou nada feliz. Estou ouvindo uma versão acústica triste de "let's go to the mall" e chorando embaixo da mesa.

Ontem às 11:40 • Descurtir • 1 mil • Responder



Nath Blanco
Oi Netflix, tudo bem? Por favor, acabe com uma discussão aqui na baia do escritório, por que vocês falam "A NETFLIX"?

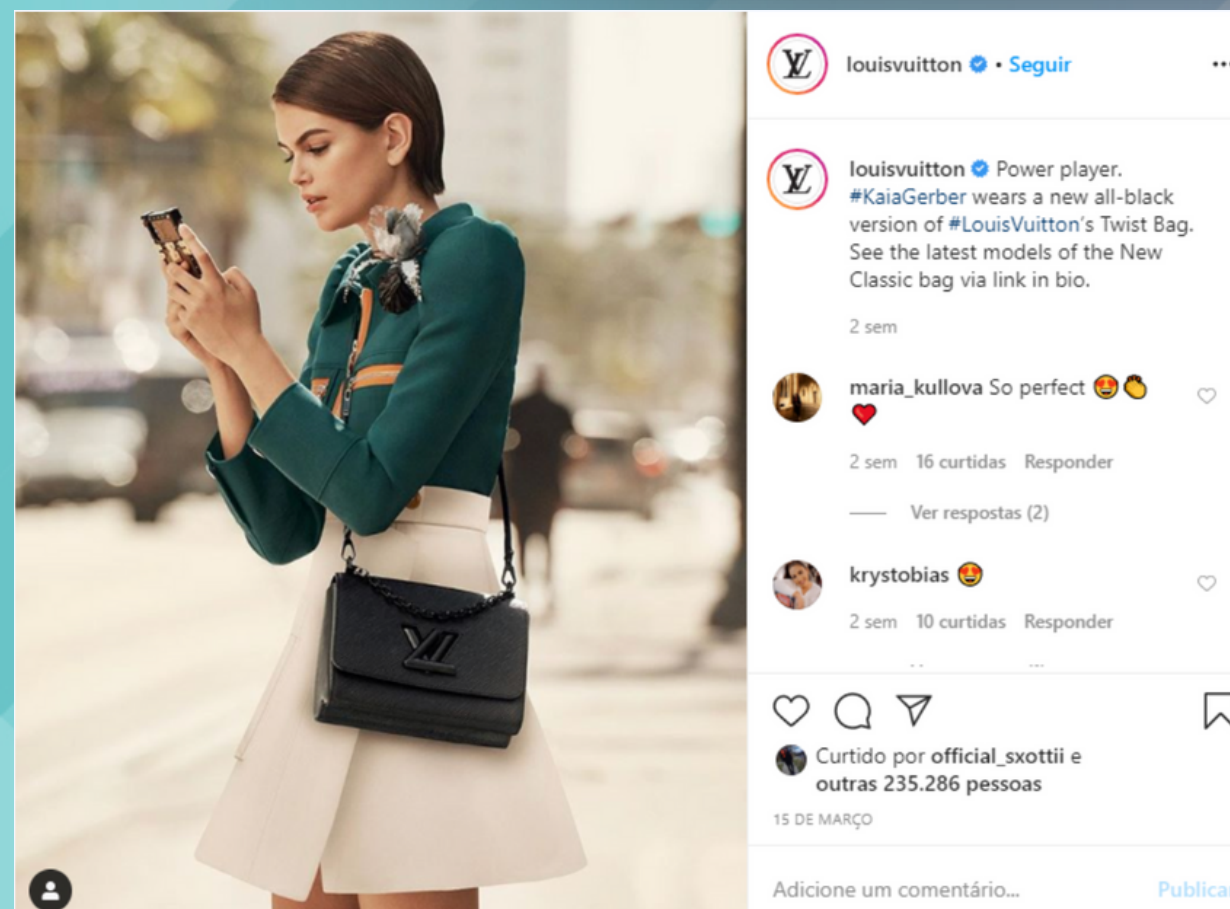
Qui às 16:07 • Curtir • 11 • Responder



Netflix ✓ Porque sou menina.

QUANTO MAIOR FOR A IDENTIFICAÇÃO, MAIOR É O ENGAJAMENTO, QUE POR SUA VEZ É TRANSFORMADO EM VENDAS.

PERSONALIDADE



QUANTO MAIOR FOR A IDENTIFICAÇÃO, MAIOR É O ENGAJAMENTO, QUE POR SUA VEZ É TRANSFORMADO EM VENDAS.

PERSONALIDADE



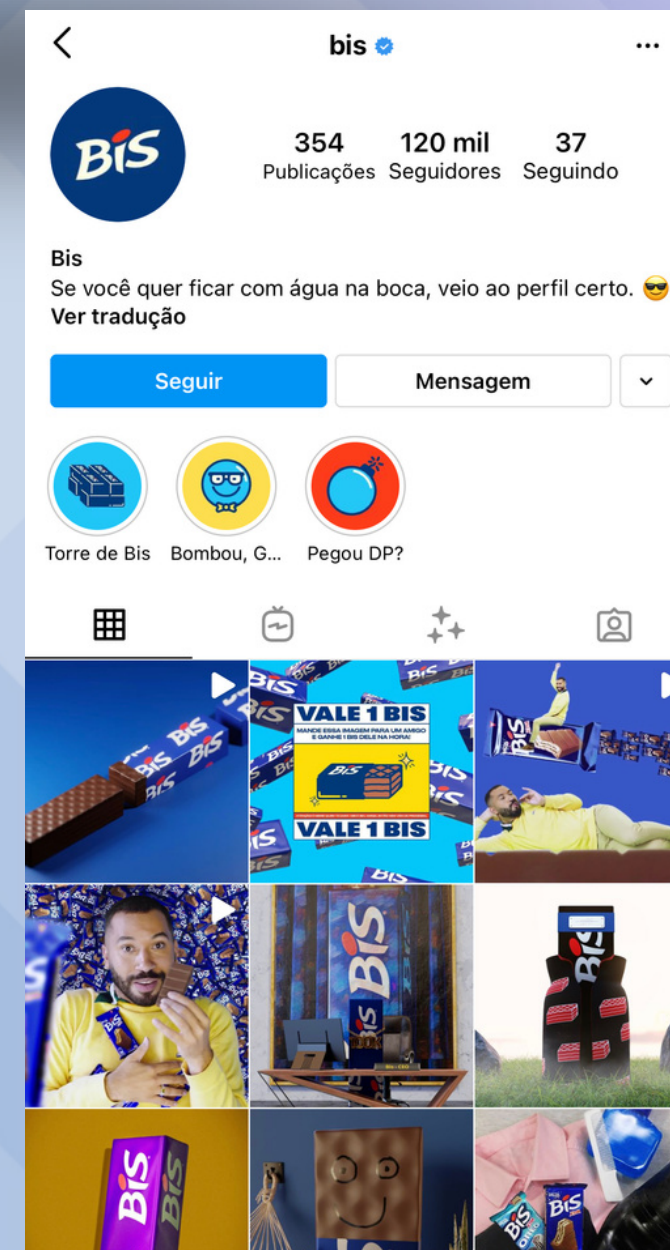
QUANTO MAIOR FOR A IDENTIFICAÇÃO, MAIOR É O ENGAJAMENTO, QUE POR SUA VEZ É TRANSFORMADO EM VENDAS.

PERSONALIDADE

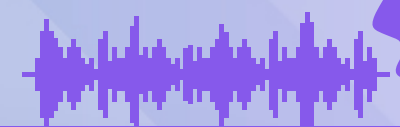


Gil do Vigor, do BBB 21, teria faturado R\$ 2,5 milhões com propaganda do Santander

Segundo o colunista Léo Dias, Gilberto, que ficou em quarto lugar no Big Brother deste ano, já ganhou mais do que o prêmio do programa com um único contrato



LINGUAGEM

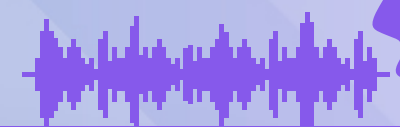


QUE PALAVRAS, GÍRIAS, EXPRESSÕES FAZEM PARTE PERSONALIDADE DA VOZ DA SUA MARCA?
É O DIALETO DA SUA MARCA.

- COMPLEXA
- NEUTRA
- INTELIGENTE
- SIMPLISTA
- LOTADA DE JARGÕES
- SÉRIA



REPETIÇÃO

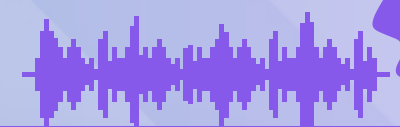


- NA INTRODUÇÃO
- NA LEGENDA
- NUMA RESPOSTA DA CAIXINHA
- NOS ELEMENTOS VISUAIS
- NA COMUNICAÇÃO
- NAS # AUTORAIS
- CRIE UM CONTEXTO



#MENTORIAMETAMORFOSEDIGITAL
#GERAÇÃOCAROLCANTELLI

PROPÓSITO



DIFERENTE DO PROPÓSITO DA SUA MARCA, O **PROPÓSITO DA SUA COMUNICAÇÃO** É ALGO MUITO MAIS FLEXÍVEL. VOCÊ PODE TER UM PROPÓSITO DIFERENTE A CADA PUBLICAÇÃO, POR EXEMPLO. OU TER DIVERSOS CANAIS DE COMUNICAÇÃO, CADA UM COM SEU PROPÓSITO.

- ENTRETER
- ENGAJAR
- PERSUADIR
- VENDER
- ENCANTAR
- EDUCAR
- VIRALIZAR
- EMOCIONAR



#MENTORIAMETAMORFOSEDIGITAL
#GERAÇÃOCAROLCANTELLI

COMUNICAÇÃO



EXEMPLO: TERAPEUTA

- EM QUAL **FORMATO** VOU FAZER O POST?
- **QUEM** QUERO ATINGIR?
- QUAL O **TOM DE VOZ** DEVO USAR NESSE POST?
- QUAL **SENTIMENTO** QUERO GERAR COM ESSE POST?
- QUAIS RECURSOS POSSO USAR PARA **FORTALECER** ESSE SENTIMENTO?
- QUAL **MÚSICA** AGRESCENTAR ?



EXERCÍCIO



- EU QUERO QUE A MINHA BRAND VOICE FAÇA AS PESSOAS SE SENTIREM _____.
- AS TRÊS PALAVRAS QUE DEFINEM A MINHA MARCA SÃO _____, _____ E _____.
- EU NÃO GOSTO DE VOZES QUE SOAM _____.
- QUAIS ATITUDES QUE AFASTARIAM MEU PÚBLICO-ALVO DA MINHA MARCA?



SE QUISER SER
UM GRANDE LÍDER, EVITE:

FOFOCA

FALAR MAL DE ALGUÉM QUE NÃO ESTÁ PRESENTE NÃO É UM BOM
HÁBITO.

#MENTORIAMETAMORFOSEDIGITAL
#GERAÇÃOCAROLCANTELLI

SE QUISER SER
UM GRANDE LÍDER, EVITE:

JULGAR

NÃO QUEIRA SER O JUÍZ DA VIDA DAS PESSOAS

#MENTORIAMETAMORFOSEDIGITAL
#GERAÇÃOCAROLCANTELLI

SE QUISER SER
UM GRANDE LÍDER, EVITE:

NEGATIVIDADE

É MUITO DIFÍCIL OUVIR PESSOAS NEGATIVAS.

#MENTORIAMETAMORFOSEDIGITAL
#GERAÇÃOCAROLCANTELLI

SE QUISER SER UM GRANDE LÍDER, EVITE:

RECLAMAR

NINGUÉM GOSTA DE GENTE QUE SÓ RECLAMA, OU QUE INCENTIVA VOCE A ESTAR RECLAMANDO. ISSO NAO É ESPALHAR LEVEZA, LUZ, ENEGRECIA BOA PARA AS PESSOAS.

#MENTORIAMETAMORFOSEDIGITAL
#GERAÇÃOCAROLCANTELLI

SE QUISER SER
UM GRANDE LÍDER, EVITE:

DESCULPAS

AS PESSOAS GERALMENTE NÃO DÃO CREDIBILIDADE PARA PESSOAS QUE SEMPRE JOGA A CULPA NO OUTRO.
É DIFÍCIL QUERER OUVIR ALGUÉM QUE ESTA AGINDO DESSA FORMA.

#MENTORIAMETAMORFOSEDIGITAL
#GERAÇÃOCAROLCANTELLI

SE QUISER SER
UM GRANDE LÍDER, EVITE:

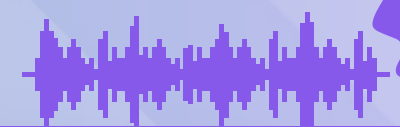
DOGMATISMO

A CONFUSÃO DE FATOS COM OPINIÕES, QUANDO ESSAS DUAS COISAS SE CONFUNDEM VOCÊ ESTÁ OUVINDO NA DIREÇÃO OPOSTA, ALGUÉM ESTÁ BOMBARDEANDO VOCÊ COM SUAS OPINIÕES COMO SE FOSSEM A VERDADE.

#MENTORIAMETAMORFOSEDIGITAL
#GERAÇÃOCAROLCANTELLI

RECURSOS

PODEROSOS



HONESTIDADE

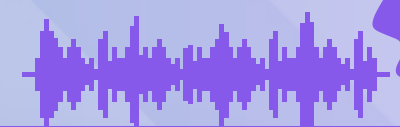
SER VERDADEIRO NO QUE VOCÊ DIZ, SENDO HONESTO E CLARO.



#MENTORIAMETAMORFOSEDIGITAL
#GERAÇÃOCAROLCANTELLI

RECURSOS

PODEROSOS



AUTENTICIDADE

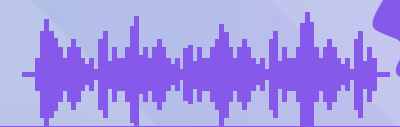
APENAS SENDO VOCÊ MESMO, ESTAR SOBRE SUA PRÓPRIA VERDADE.



#MENTORIAMETAMORFOSEDIGITAL
#GERAÇÃOCAROLCANTELLI

RECURSOS

PODEROSOS



INTEGRIDADE

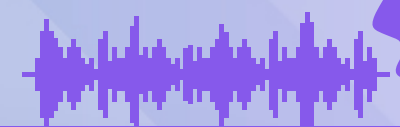
SENDO SUA PALAVRA, FAZER O QUE VOCÊ DIZ E SER ALGUÉM QUE AS PESSOAS PODEM CONFIAR



#MENTORIAMETAMORFOSEDIGITAL
#GERAÇÃOCAROLCANTELLI

RECURSOS

PODEROSOS



CONGRUÊNCIA

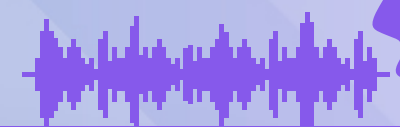
SKIN IN THE GAME, PRATICAR O QUE VOCÊ FALA.



#MENTORIAMETAMORFOSEDIGITAL
#GERAÇÃOCAROLCANTELLI

RECURSOS

PODEROSOS



AMOR

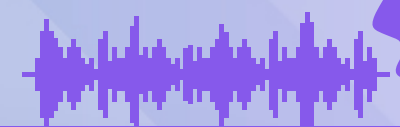
NÃO O AMOR ROMÂNTICO, MAS O AMOR QUE DESEJA O BEM AS PESSOAS, POR DUAS RAZÕES, PRIMEIRO A HONESTIDADE ABSOLUTA NÃO PODE SER OFENSIVA. SER SINCERO COM AMOR.
VOCÊ É O QUE VOCÊ DIZ E COMO VOCÊ DIZ.



#MENTORIAMETAMORFOSEDIGITAL
#GERAÇÃOCAROLCANTELLI

RECURSOS

PODEROSOS

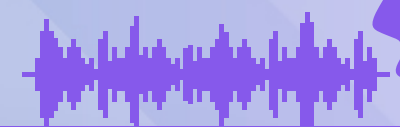


**NÃO É SOMENTE O QUE VOCÊ DIZ,
MAS COMO VOCÊ DIZ.**



RECURSOS

PODEROSOS



**VOCÊ PODE COLOCAR A SUA VOZ
NO TOM QUE VOCÊ QUISER.**



#MENTORIAMETAMORFOSEDIGITAL
#GERAÇÃOCAROLCANTELLI

RECURSOS

PODEROSOS



TIMBRE:

É A FORMA COM QUE A SUA VOZ É SENTIDA

- O TOM DE VOZ GRAVE SUGERE MATURIDADE E GERA CONFIANÇA NOS DEMAIS.
ELE É O MAIS UTILIZADO NOS ANÚNCIOS PUBLICITÁRIOS
- SE O TOM DE VOZ É EXTREMAMENTE GRAVE, REMETE A SENSações SOMBRIAS;
- UMA VOZ FIRME E SEGURA NOS FAZ PENSAR QUE QUEM FALA É DISTINTO E IMPORTANTE
- FALAR EM UM TOM DE VOZ BAIXO SUGERE QUE A PESSOA TEM GRANDES FRAQUEZAS OU QUE É MUITO TÍMIDA.

#MENTORIAMETAMORFOSEDIGITAL
#GERAÇÃOCAROLCANTELLI

RECURSOS

PODEROSOS



ENTONAÇÃO

- AS PESSOAS QUE FALAM TUDO NUMA NOTA SÓ SÃO REALMENTE MUITO DIFÍCEIS DE OUVIR.
- SE TORNA MONÓTONO, MONO-TOM. É CHATO AS PESSOAS NAO CONSEGUEM OUVIR POR MUITO TEMPO.
- SE ATENTE A ISSO.

EVITAR



ENTONAÇÃO REPETITIVA

- QUANDO CADA FRASE TERMINA COMO SE FOSSE UMA PERGUNTA?
- QUANDO NA VERDADE NAO ERA UMA PERGUNTA, ERA UMA AFIRMAÇÃO.

RECURSOS

PODEROSOS



TONALIDADE

- MUITAS VEZES VAI JUNTO COM O RITMO PARA INDICAR EXCITAÇÃO MAS VOCÊ PODE FAZER APENAS COM A TONALIDADE.
- "ONDE ESTÁ MEU CELULAR?"
(SIGNIFICADOS **DIFERENTES** NESSAS DUAS FORMAS)

RECURSOS

PODEROSOS



VOLUME

- EU POSSO FICAR MUITOOO ANIMADO USANDO O VOLUME.
- EU POSSO FAZER VOCÊS REALMENTE PRESTAREM ATENÇÃO FICANDO BEM QUIETO.
- TENHA CAUTELA. ALGUMAS PESSOAS IRRADIAM O TEMPO TODO. TENDE NÃO FAZER ASSIM, OU SE TORNARÁ CANSATIVO.

RECURSOS

PODEROSOS



LINGUAGEM CORPORAL

REFLEXO DA MENSAGEM QUE VOCÊ QUER PASSAR.

#MENTORIAMETAMORFOSEDIGITAL
#GERAÇÃOCAROLCANTELLI