

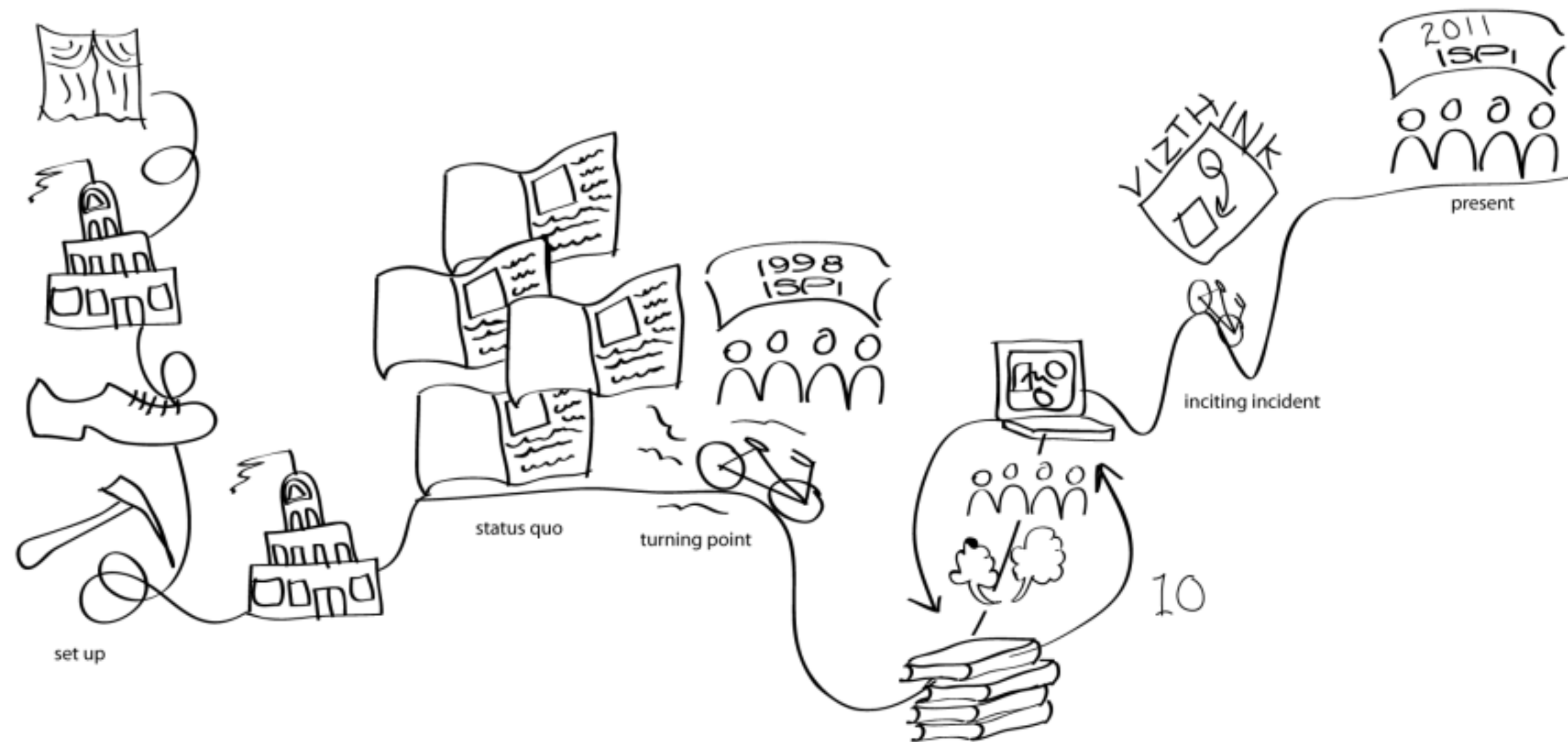
CURSO

- FUNDAMENTOS
- MÍDIA DE ATENÇÃO
- HEADLINES
- STORYTELLING <
- TESTES INFINITOS

HISTÓRIAS QUE FICAM NA MEMÓRIA



Storytelling é a arte de contar,
desenvolver e adaptar histórias utilizando
elementos específicos — personagem,
ambiente, conflito e uma mensagem



Histórias são únicas. Elas levam o prospect para uma jornada de auto-conhecimento... geram **identificação**... seduzem com facilidade... e geram fortes **emoções**!



Lembre-se:

$$\text{Convers\~ao} = \frac{\text{At} \times (\text{Em} + \text{Pr})}{\text{Exponencial}} + \text{Si} + \text{Na}$$



Histórias despertam a atenção, a curiosidade e geram emoções... por isso elas são poderosas nos anúncios!

COMO

CONTAR

UMA BOA HISTÓRIA



Toda história-viral tem pontos em comum.
Ela tem **5 elementos** que a tornam
inesquecível... que provoca no prospect
emoções profundas



STORYTELLING

**mensagem
central
(a moral)**



**final
feliz**



**problema
difícil de
resolver**



**solução
mágica**



personagem



Esses 5 elementos devem ser organizados para **reter o prospect até o final**... assim, a retenção na leitura do texto será alta...

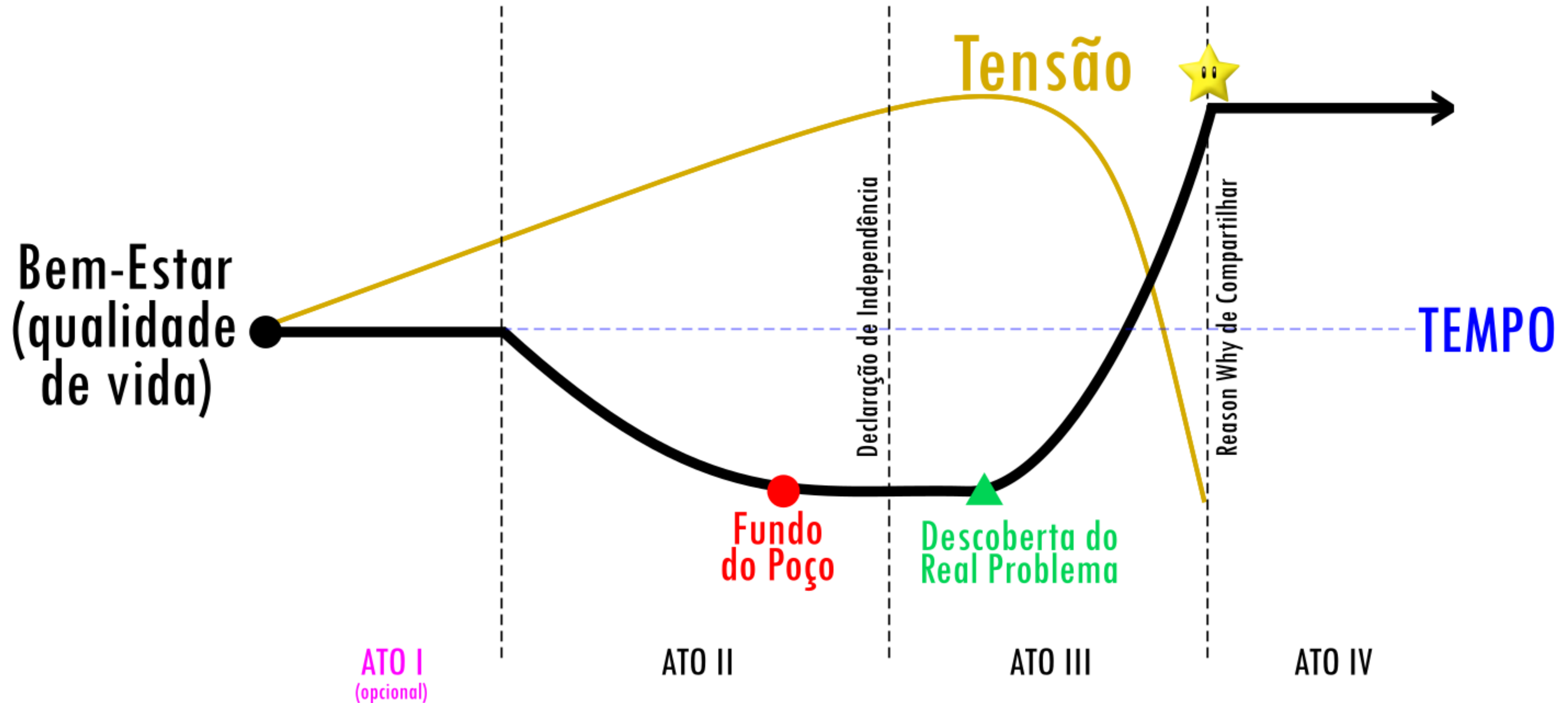
No próximo slide vamos estudar **como você deve escrever** a história...





4 ATOS DE OURO

Método Storytelling de 4-Atos by Fellipe Ferini



A história será **contextualizada** no ambiente do anúncio. Chamaremos a atenção – filtrando o público –, depois contaremos a história. Por fim, ativamos o prospect para fazer algo...

Atenção > Storytelling > Reason Why > CTA



Atenção > Storytelling > Reason Why > CTA

(1) Descobriu o vídeo

(2) Criou o vídeo

Gera mais credibilidade para o leitor, pois a lógica é o anunciante ser o dono do produto

Gera credibilidade se a fan-page tem o nome do personagem



veja...

