



Aula 08/05/2024

Método TACO



O que é o método?

Claro que as fotos são só uma brincadeira kkkkk

O método TACO é uma sigla para:

- Técnico
- Autoridade
- Conexão
- Objeção

Sabendo disso, vamos começar a analisar se o método, de fato, funciona.



Independente do nome

Seja método TACO, método COCA, ou a nova estratégia de conteúdo que eu compartilhei algumas aulas atrás (e que o MM 2.0 tem a planilha atualizada - quem é do 1.0 tem desconto de 50% aliás, enviem lá no grupo de alunas que o suporte te manda o link).

Enfim, independente do nome, toda criação de conteúdo que prioriza o CLIENTE funciona. No caso do método TACO, que foi o pedido da aula, ele prioriza. Então funciona.

Foque na prática

É muito importante estar de olho em tendências e novas formas de criar conteúdo. Apesar do TACO não ser novo, vi que os pedidos de aula mencionavam que esse assunto surgiu no grupo de alunas, né? Então, como eu disse é super válido e necessário estar de olho ao redor.

É quase que controverso, mas eu acho essencial a gente não ficar pulando de método em método, ao mesmo tempo que é válido testar, pois pode ser que um método funcione melhor pra você do que outro.

Mas é exatamente isso: escolha o que funciona pra você. Não fique sempre atrás de outro método achando que é ele que vai fazer milagre. Sempre busque melhorar, mas lembre-se de ter foco.

Pilares do método

Recado dado, vamos falar dos pilares do método então, pra vocês verem como ele é idêntico ao COCA e ao Método Maravilhoso.

- **Técnico:** Conteúdo que ensina, informa ou resolve problemas. É o conteúdo que agrupa valor ao público e o ajuda a atingir seus objetivos.
- **Autoridade:** Conteúdo que demonstra a expertise e a credibilidade do criador de conteúdo. É o conteúdo que mostra que o criador sabe do que está falando e que pode ajudar o público a alcançar o que deseja;
- **Conexão:** Conteúdo que cria um relacionamento com o público. É o conteúdo que é pessoal, autêntico e que desperta emoções no público;
- **Objeção:** Conteúdo que responde às objeções do público. É o conteúdo que aborda os medos, dúvidas e preocupações do público e mostra como o produto ou serviço pode ajudá-los a superá-los.

Exemplo prático

Vamos pegar um mesmo tema e encaixá-lo nos 4 tipos de conteúdo.

Tema: linha editorial.

- **Técnico:** O que eu postaria em um perfil de salão de beleza.
- **Autoridade:** antes x depois do perfil de cliente - falando sobre ser reconhecido por X tema (ter uma linha editorial clara).
- **Conexão:** Falar que você não sabia o que postar antes, que tinha medo de expor muito a sua vida pessoal. Agora que tem uma linha editorial, sabe exatamente o que faz sentido postar.
- **Objeção:** As pessoas vão saber que não sou eu postando? Falar que na linha editorial vão ter posts de vida pessoal justamente pra trazer esse equilíbrio.

Desafio

- Fazer uma sequência de stories no seu perfil explicando como você cria conteúdo para os clientes.
- Fazer um post com o tema: Você não precisa ter uma ideia de post diferente a cada dia.
 - Abordar 4 formas diferentes de falar do mesmo tema.

