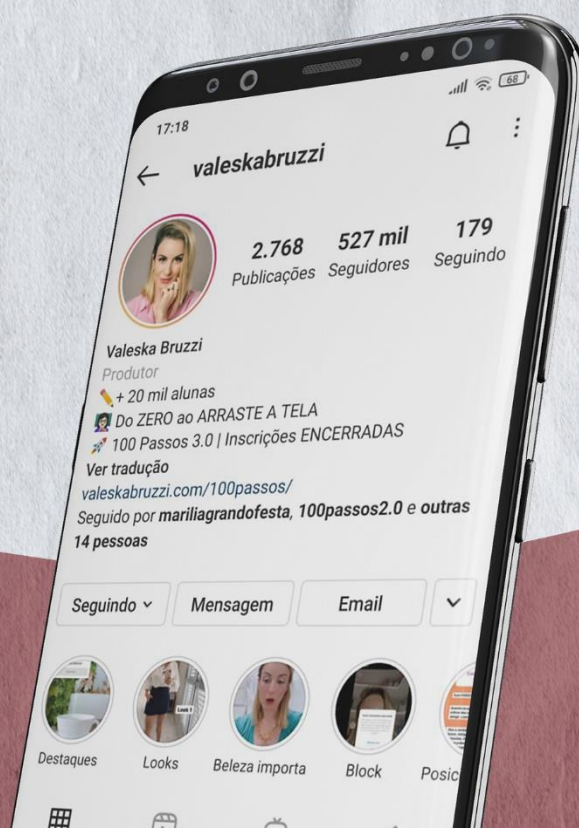


100 PASSOS 3.0

RESUMO

LINHA EDITORIAL: COMO MONTAR A SUA?

@valeskabruzzi



A definição de nicho precede a definição da sua linha editorial.

Sua linha editorial pode ser como uma revista ou um programa de TV, ou seja, são os quadros que estarão sempre presentes dentro do seu conteúdo, dentro do seu perfil.

É preciso ter um nível de coerência e de continuidade que estarão sempre presentes dentro do seu conteúdo.

A metodologia que desenvolvi é baseada em **temão, tema e teminha**.

Temão:

É o seu tema principal, aquele que você vai trabalhar profissionalmente e falar dele todo santo dia, sem falhar, com seriedade, com clareza, pois cliente confuso não compra. É o assunto que estará mais presente na sua bio, no seu feed, nos seus destaques, nos seus stories, de forma que, quando a pessoa chegar no seu perfil, ela identificará o que você faz. Qual o seu tema base e o que você vai vender a partir dele? De que maneira você vai fazer as pessoas se manterem interessadas em você? Busque, pesquise em outras redes sociais, aprenda inglês, use a sua criatividade. O seu tema principal é a sua principal linha editorial. 70% do seu conteúdo você reservará para o seu temão. Você pode falar apenas do seu temão, mas não é o melhor jeito, pois as pessoas cansam. As pessoas querem entretenimento, querem se inspirar, querem se envolver. Falar somente de um tema é pouco interessante. Mas, faça o que te fizer ficar à vontade. Marketing não é ciência exata.

Tema:

É a linha editorial que te ajuda na condução do seu tema principal. O tema auxiliar vai te ajudar a conduzir com mais elegância, envolvimento e propriedade o seu tema principal. É onde você mostra um pouco mais sobre você, sua maneira de pensar, suas referências e preferências. Reserve 20% para o tema. Se você ficar refém da sua audiência, elas vão querer que você fale somente da sua linha auxiliar, não deixe isso acontecer. Você lidera sua audiência. Você que vai dar o ritmo.

Teminha:

Nele você pode falar do que quiser. Separe 10% para o teminha. Você vai falar da sua vida, dos seus interesses e não sobre o que você vende, ou sua profissão. É muito mais interessante quando seguimos um perfil que agrega valor, mas que também mostra que há uma pessoa interessante. Conforme você for esquentando sua relação com sua audiência, você pode ir ampliando esse espaço de liberdade criativa para mostrar coisas que não tem nada a ver com o que você vende, mas que geram muita conexão e proximidade. Porém, lembre-se que tudo precisa ter uma estratégia.

Pode ter mais de 3 temas? Não recomendo. Tem temas que tem relação e você pode agrupar, mas temas desconexos ficam muito difíceis de organizar. Não se baseie na exceção.