



STORIES DE MILHÕES

MÉTODO VALESKA BRUZZI



R E S U M O

RESUMO STORIES DE MILHÕES

Stories de Milhões é a metodologia que eu venho seguindo há muitos anos no Instagram para aumentar views e conduzir a audiência a fazer compras pelos stories, resultando em, pelo menos, 10% dos seguidores presentes nos meus stories, onde utilizo estratégias de narrativas para atrair mais pessoas, visando o engajamento e o uso do algoritmo a meu favor. Sendo assim, é necessário se preocupar com a audiência e também com o algoritmo.



O QUE NÃO DEVE SER FEITO?



1. Abusar de estratégias de engajamento:

Quando você faz apenas esse tipo de conteúdo, você está produzindo somente para o algoritmo.

Use as ferramentas de engajamento, porém não abuse, pois fica chato e mecânico.

2. Sequências longas:

As pessoas não aguentam sequências longas de stories, elas pulam. Elas estão impacientes e cada vez mais viciadas em vídeos curtos, sendo assim, a informação precisa chegar rápido.

O Instagram não é mais lugar de vídeos longos.

3. Sequências longas no mesmo cenário e período do dia:

Faça uma quebra, pois isso entretém e é uma maneira de fazer o seu seguidor ficar focado.

Varie os lugares/cenários e os momentos de postagem dos seus stories também. Não poste tudo de uma vez só. Se for preciso se aprofundar no assunto, quebre-o em ao menos três momentos ao longo do dia.

4. Sequências longas sem legendas:

Antecipe colocando um pequeno texto escrito que gere curiosidade da audiência querer continuar assistindo.

5. Usar textos muito longos:

É preferível que você fracione o texto e o quebre em vários stories do que muito texto em uma página só.



6. Texto ilegível/Fontes misturadas:

Tente manter uma identidade visual e evite usar toda hora uma fonte diferente. Preste atenção no fundo da foto. É preciso ter um contraste para que as pessoas consigam ler. Mude o filtro da foto de fundo, se necessário.

7. Excesso de movimentação:

Isso incomoda e gera uma sensação ruim em quem está assistindo.

8. Vender antes de gerar desejo:

Desperte o desejo antes mostrando o resultado dos seus clientes e o quanto o seu produto/serviço é muito bom.

Não transforme os seus stories apenas num lugar de vendas.

9. Conteúdos impertinentes (filho, pets, homenagens):

Não fique o dia inteiro filmando os seus animais, ou seus filhos, ou algo que você goste e tenha vontade de mostrar o dia inteiro.

Se o foco do seu perfil não for esse, espere as pessoas te pedirem para mostrar. Se isso não está acontecendo é porque você já está mostrando demais.

10. Não acompanhar as suas métricas:

Estabeleça um dia da semana para fazer seus prints e saber se está crescendo ou não. Mantenha esse controle, pois se você não monitorar, não saberá se está crescendo e não terá como investir em novas estratégias.

Entre nos insights e dados da sua conta. Se nada aparece para você, é porque seu perfil está fechado/privado. Se você quer profissionalizar o seu perfil, mantenha-o aberto.

Faça relatórios dos prints e anote quantos views, quantos seguidores, qual a sua média de likes e de comentários. É importante ter essa metrificação.



11. Baixa resolução (agravada com filtros e baixa iluminação):

O que servia há dois anos, hoje em dia já não tem mais tanta qualidade.

As pessoas estão acostumadas a ver imagens em alto nível, com boa resolução. A baixa resolução provoca uma saída muito grande nos stories. As pessoas só querem ver coisas boas.

Evite usar celular de baixa resolução com câmera suja e filtro, pois piora ainda mais a imagem.

12. Desânimo na fala:

Não seja a pessoa que deprime, seja a pessoa que levanta. Esteja presente e conectada com o momento. Passe alegria e motivação sem exageros.

Adeque a sua linguagem, animação e alegria a um ponto acima do seu normal de energia para que a câmera consiga captar.

13. Incentivar as pessoas a saírem dos seus stories:

Toda vez que você usa um link, ou faz um repost/indicação de post de alguém, acaba tirando as pessoas dos seus stories. Quando você coloca a ferramenta de interação muito próxima da lateral direita e a pessoa clica errado, ela pula para o próximo story. Então, use as ferramentas sempre do lado esquerdo, pois se isso acontecer ela vai para o story anterior e isso pontua para você.

Busque não tirar as pessoas dos seus stories. Faça com sabedoria, sem encher de links do início até o final. Se você precisar fazer vendas todos os dias evite colocar link no seu primeiro story, pois sua audiência vai cair. Coloque no terceiro ou quarto.

Analise também se valerá a pena repostar, ou indicar o post de outros perfis o tempo todo, pois isso leva a pessoa a sair dos seus stories para ver o perfil indicado. Tenha estratégia e escolha o momento certo de fazer reposts e indicações de recebidos.



14. Usar palavras proibidas:

Se comunique no Instagram como se sempre estivesse uma criança na sala assistindo. Use alguns símbolos para esconder as palavras, use sinônimos, crie seu próprio vocabulário, observe como outros infoprodutores fazem sem sofrer bloqueios.

Palavras e falas que devem ser evitadas: violência, assassinato, suicídio, morte, roubo, entre outras. Se você usar, naturalmente o algoritmo vai reduzir o seu alcance, pois o Instagram é uma rede social baseada no conceito family-friendly. Se precisar usá-las, descaracterize-a com algum símbolo ou asterisco. Se você manter esse raciocínio não terá problema.

15. Usar nomes de outras redes sociais:

Evite usar os nomes de outras redes sociais, pois diminui o seu alcance.

16. Usar muitos stories com música:

Usar muitas músicas pode dar problema com direitos autorais e seus stories/reels/posts podem ser apagados. Use sem exagero, com equilíbrio.

17. Não ser constante/desaparecer:

Não desapareça. Se acontecer, só volte. Evite sumir, tente manter ao menos 10 stories por dia.

PENSE SEMPRE:

- Como você se sente quando está assistindo?
- Por qual motivo você pula o stories de alguém?
- Faça essa reflexão para não cometer o mesmo erro.
- Anote o que te atrai e o que te repele. Isso te dará muita base para a produção do seu conteúdo.

O QUE FAZER



1. Definição de valores e objetivos:

Defina o que é importante ter.

Tenha intencionalidade em tudo que você faz e mostra.

Qual a sensação que você quer transmitir?

Saiba com quem você quer falar e os seus objetivos para encantar essas pessoas. O que você quer expressar no seu conteúdo? O que cabe e o que não cabe nele? Vai gerar algum valor para você?

Tudo tem que estar conectado com o que a sua marca quer atingir. Não se esqueça de que trabalhamos com o algoritmo e com as pessoas. É importante estabelecer uma conexão, pois pessoas se conectam com pessoas. Sendo assim, não deixe de definir os seus valores.

2. Definições relacionadas ao Primal Branding:

Pense no seu branding como um todo.

- **Como vai chamar sua audiência?**

Você tem uma maneira específica de chamá-los? É um gatilho forte a ser usado para criar um sentimento de pertencimento de comunidade. Veja o que tem a ver com você, com a sua marca e com a sua produção de conteúdo. Precisa ser algo original, inédito? Não. Você pode chamar da mesma maneira que qualquer outra pessoa chama. Achou legal, use.

- **Emoji:**

Você tem algum emoji?

Caso ainda não tenha, pergunte para sua audiência qual o emoji que faz eles lembrarem de você. Ajude a audiência a construir esse significado com você.



- **Hashtags:**

Você tem uma hashtag?

Segundo Gary Vee, antigamente as hashtags eram utilizadas para agrregar assuntos na plataforma. Entretanto, atualmente também utilizamos como um slogan, um grito de guerra, de forma que o cliente associe a sua marca. Use uma hashtag que tenha tudo a ver com você, com sua marca, com seu produto/serviço. Quando você menos esperar a sua audiência estará usando e vira meio que uma marca registrada sua.

- **Rituais:**

Quais são os seus rituais? Se ainda não tem, crie.

Que ritual você pode criar para fazer sempre ao iniciar o dia? Não necessariamente precisa ser todos os dias, mas crie alguma repetição para a sua audiência.

O primeiro storie do dia é sempre o mais importante. A melhor maneira de começar o primeiro story do dia é iniciando uma conversa e fazendo com que as pessoas te respondam. Use as ferramentas: reação, enquete, localização, horário, etc. A ideia é que elas interajam/reajam nesse primeiro story do dia.

Exemplos de rituais ao iniciar o dia:

- Uma frase;
- Look do dia;
- Meditação;
- Bom dia com café/chá/suplemento.

- **Você (sua marca) é contra o quê?**

Se posicione dentro do seu nicho no que é importante para o posicionamento da sua marca.

O que você é contra? O que não admite? O que não tolera? As pessoas compram o nosso barulho quando elas se identificam, curtem e gostam. Só é possível gostar daquilo que se conhece. Se você esconde o que sua marca verdadeiramente é, não tem como gerar conexão.



- **Autoridade:**

No seu nicho, o que te traz autoridade?

Analise de que maneira você pode se posicionar e demonstrar autoridade. De que maneira você pode mostrar seus resultados?

Mostre resultados com uma identidade visual, isto é, mantendo sempre o mesmo padrão com uma música, cor, gif, imagem, foto, etc. Se você não mostrar, as pessoas não vão descobrir.

Exemplos:

- Depoimentos;
- Cursos;
- Diplomas;
- Experiência na área.

- **Origens/Valores:**

Documente suas origens e valores.

Sempre que tiver novos seguidores, conte sua história. Histórias geram conexão. Conte o que você está passando ou já passou para chegar onde quer. É gostoso ver a trajetória das pessoas.

Lembre-se que o conteúdo não é só sobre você. É sobre você e sua comunidade. Abra oportunidade para as pessoas se manifestarem também. Construa essa narrativa nos stories. Mostre sua evolução.

- **Piadas internas:**

Quais piadas internas você já tem ou pode criar com a sua audiência?

O que mais vai trazer resultados para os seus stories é dar oportunidade para a audiência falar com você. Não apenas responder directs, mas trazer essas respostas para os seus stories, fazendo com que as pessoas sintam, de fato, que estão consumindo conteúdo junto com você.



3. Organizar calendário da semana e do mês:

Quanto mais organização você tiver, mais qualidade você terá na sua produção de conteúdo. Monte um calendário com o foco de cada dia, semana e mês.

4. Definição de quadros semanais:

Crie quadros semanais. Crie brincadeiras e alívios cômicos no meio do seu conteúdo mais denso. A construção de quadros é uma ótima maneira de atrair novas pessoas, além de aumentar a interação, o engajamento e reforçar a sua autoridade.

Mesmo que você esteja começando, interaja como se tivessem muitas pessoas te assistindo. Peça aos amigos e familiares para interagirem. Crie uma conversa em que as ferramentas de engajamento tenham a função de fazer com que elas participem da produção de conteúdo junto com você. O conteúdo não é sobre você, mas sobre você e sua comunidade.

Sempre que você for usar ferramentas de participação da audiência (enquetes, votação, resposta em caixinha), faça de maneira que as pessoas tenham curiosidade no resultado e queiram de fato saber a resposta. Ative essa curiosidade em relação a tudo. Para que as pessoas interajam e você se beneficie disso é necessário que essa interação seja útil para elas também, senão elas param de interagir. Transforme esse momento de interação em um momento legal da sua audiência. Guie a audiência na criação de conhecimento e troca de ideias com você. Pense no que gera identificação e no que gera repulsa também. Criar conteúdo sem ajuda é difícil, criar junto com sua audiência é muito mais fácil.

5. Primeiro story do dia: criar repetição + engajamento:

É por meio da repetição que você pode criar significados. Faça repetição das fontes, memes, gifs, cores, fundos, quadros, rotinas, mas não exatamente igual todos os dias, porém crie um padrão.

O primeiro story é o que vai determinar se o seu conteúdo será entregue para muitas pessoas ou se vai ficar escondido. Então, aproveite para fazer com que elas interajam com você de maneira genuína, de forma que queiram participar, encaminhar e curtir os seus stories.



6. Contexto:

Leve sempre em consideração o contexto geral que você está inserido.

As pessoas gostam de participar, se você der oportunidade elas vão falar. Não é deixá-las falarem o que quiserem, conduza para que elas falem aquilo que você quer conversar, criando um contexto.

Lembre-se que você é a líder da sua audiência.

7. Dividir seu dia/rotina (contexto):

Contextualize o seu seguidor ao longo do seu dia e da sua rotina. Ao responder uma caixinha de perguntas, coloque no fundo fotos aleatórias do seu dia. Com isso, a sua audiência sente que de alguma forma está acompanhando o seu dia.

É uma maneira de dividir a sua vida sem entrar muito nos temas pessoais e mostrar que você faz muitas coisas.

8. Roteiro:

Organize as ideias a serem abordadas durante a semana com a criação de um roteiro.

Gere antecipação nos seus stories sobre o que você vende. Deixe as pessoas saberem o que você vende de uma maneira leve.

Sempre que possível coloque o horário, a temperatura, a localização.

9. Cadência da fala e legendas:

Fale rápido, sem enrolar, de maneira animada, com cadência, ritmo e, sempre que puder, coloque algum texto antecipando o assunto. O ideal é legendar, pois é bom para quem tem deficiência auditiva e para quem não pode ativar o som no momento. Fazer isso aumenta muito a sua audiência.

O aplicativo que uso para legendar é o CapCut.



Existem duas maneiras de legendar:

- Escrever o texto inteiro do que você falou;
- Deixar a legenda ir aparecendo junto com a sua fala.

Isso é bom para a pessoa não pular os seus stories, pois no formato anterior, a pessoa segura a tela para ler e depois pula, fazendo a sua entrega diminuir.

O ótimo é inimigo do bom. Faça o que você consegue. Prefira fazer o bom, pois se quiser fazer o ótimo você vai acabar não fazendo. Deixe pelo menos alguma coisa escrita na tela antecipando o assunto, se não conseguir legendar tudo, destaque o que é mais importante. Se tiver muita coisa escrita, destaque algumas palavras com outra cor.

Exemplos do que pode ser destacado:

- Preço;
- Entrega;
- Últimos horários;
- Últimas unidades;
- Frete grátis;
- Última edição;
- Último lote.

Tudo que for gerar gatilho de urgência e escassez, use e destaque.

10. Comunicação próxima:

Nada de falar difícil. Para gerar identificação e as pessoas te entenderem, você terá que falar e, até usar gírias que a sua audiência utiliza.

11. Antecipar assunto:

Sempre antecipe as coisas, pois não são as mesmas pessoas que te acompanham todos os dias. Se tiver algo para vender, não escolha apenas um dia na semana para falar. Fale todos os dias. Todo anúncio que você for fazer, não necessariamente só de vendas, é preciso avisar várias vezes.

Criar hype é importante para tudo. Tudo tem que estar dentro de um contexto de valores que você divide com a sua audiência.



12. Cuidar do visual:

Cuide do visual. As pessoas gostam de ver beleza. Transmitimos mais autoridade quando cuidamos do visual.

Cuide do que você mostra, pois a aparência importa. Lembre-se que você está diante dos seus clientes. Busque mostrar mais, com intencionalidade, a imagem que você quer que fique fixada na cabeça do seu seguidor. Aposte no que você faz melhor e não no que você faz pior.

13. Ter a coragem de ser odiada (posicionamento):

Tenha coragem de ser odiada. O grande diferencial está em você saber lidar com isso.

A partir do momento que você fizer sucesso as pessoas irão começar a te reconhecer, surgirão as que vão gostar muito de você e virarem seus fãs, mas também as que não vão gostar de você e irão até te odiar. Quando você começar a se posicionar e defender os valores que acredita, certamente isso acontecerá.

Você está pronta para ser odiada, para ter pessoas falando de sua aparência, de seus filhos, seus cachorros?

Não é fácil, porém vale a pena. Quando você entende que promove transformação na vida das pessoas, tudo muda.

14. Criar hotseat:

Apresente um problema e deixe as pessoas darem sua opinião. É possível abrir esse espaço para qualquer área/nicho.

As pessoas adoram palpitar e se meter na vida dos outros. Crie um quadro no seu perfil que dê oportunidade delas se manifestarem com assuntos relacionados ou não ao seu tema para criar um engajamento maior. Printe as histórias que te mandarem e peça o palpite delas utilizando as ferramentas de votação.



15. Criar a cultura do print/comprovação de resultados:

Crie a comprovação dos resultados e dê satisfação do que você entrega como serviço/produto.

Mostre com prints e depoimentos que o que você faz funciona.

Quando você começar a fazer isso, outras pessoas irão mandar depoimentos também, pois elas gostam de aparecer e de participar. Dê palco para seus clientes aparecerem e, ao mesmo tempo, gerar prova social e autoridade para você.

16. Abrir um pouco da sua vida (Instagram de pessoas):

Não precisa abrir muito, porém mostre alguma coisa do seu dia, algo que você está comendo, ou um pouco mais sobre seu filho, ou uma dica de algo que comprou. Para perfis de loja, instituto, clínica, isso não faz muito sentido.

A audiência começará a se sentir mais próxima, ter mais confiança e se sentir sua amiga. Na internet não tem nada mais poderoso do que a pessoa criar esse sentimento por você. Quando a pessoa se sente sua amiga, ela te recomenda.

Crie essa sensação das pessoas se sentirem próximas o suficiente e confiar em você. Compramos de quem confiamos. Gere esse movimento de confiança e proximidade, independente de qual seja a sua profissão.

17. Criar desafios fáceis/projetos com sua audiência (premiar de alguma forma):

Crie desafios curtos com sua audiência. Também pode criar projetos a longo prazo. Se você postar que está fazendo o desafio com repetição, com intenção, com uma hashtag, é natural que as pessoas façam também. Repetição e co-criação é poder.

18. Alívio cômico:

Quando estiver numa sequência muito séria, faça uma brincadeira, ou uma piada interna ou um meme, algo que provoque leveza e uma quebra na emoção. A piada aproxima e gera um poder de influência muito grande para quem está do outro lado. Aproveite os memes que surgem na internet.



19. Mandar voltar o story/criar urgência:

O algoritmo gosta de retenção, o objetivo do Instagram é que as pessoas fiquem o dia inteiro mexendo nele. Então, toda vez que você manda as pessoas para fora do app, ele não gosta.

Quando você faz a pessoa voltar o story significa que ela gostou tanto que quer voltar. Falou ou escreveu algo muito importante? Já avisa que aquele conteúdo é ouro e não vai voltar a falar dele, ou que só vai ficar disponível até determinada hora. Peça para a audiência voltar e segurar a tela para ler, anotar ou printar.

20. Apontar o erro:

Mostre uma situação e peça para a pessoa dizer o que está errado. Aproveite para comentar também e ampliar a conversa. Premie, crie competições, forme um ranking. A audiência pequena te dá oportunidade de fazer isso.

Crie estudos de caso. Com isso, você mostra sua autoridade já que está se colocando na posição de professor e cria um envolvimento em que as pessoas vão ficar voltando, participando e começarão a divulgar. Com a criação dessa dinâmica, vai chegar uma hora que as pessoas participarão tanto que você não precisará mais se preocupar em fazer isso.

21. Criar Metas:

Peça para as pessoas reagirem para que você possa liberar um determinado conteúdo, ou falar de algum tema, ou responder algo. Para não depender de criar sempre essas estratégias e ficar usando as ferramentas de engajamento o tempo todo, você precisará criar uma cultura de participação. Organize os assuntos e as ideias.

Crie 3 meses de quadro, de participação, de engajamento, monte um calendário com o foco e as metas de cada dia. Quando você aprende, de fato, a fazer as pessoas interagirem com você, não importa mais se o Instagram criar uma nova atualização ou acabar, pois as pessoas irão aonde você estiver. Se você se comportar como líder da sua comunidade, a audiência vai permitir ser liderada. Não é sobre você, mas sobre os valores, o carisma, comunidade e o sentimento que você gera.



22. Fazer desabafos:

De vez em quando, é possível fazer uns desabafos, sempre conduzindo as pessoas a compartilharem e se abrirem também.

23. Repetição de memes, figurinhas, emojis, músicas:

Seja intencional nas suas repetições. Organize os memes, figurinhas, emojis e músicas que você sempre vai utilizar.

24. Textos:

Em um texto grande, destaque as palavras mais importantes.

Simplifique e, no máximo, dê um comando por story.

25. Interações:

O que a pessoa ganha reagindo?

Sempre que você pedir para alguém reagir tem que ficar claro o que a pessoa ganha quando reage. Em geral, a intenção do método é gerar conversa com a sua audiência. Então, faça com que as pessoas participem do seu conteúdo deixando claro que elas ganharão algo com aquilo.

Se coloque no lugar de quem está assistindo e pense se você teria vontade de reagir/ responder. Está despertando curiosidade de ver o resultado?

Se não, está ruim. Grave novamente até despertar a curiosidade.

Como pedir para as pessoas reagirem?

Pode ser reagindo no direct, clicando no emoji no story, enviar um determinado emoji, ou mandar uma frase por direct.

Saiba conduzir as mensagens que você receber no direct para puxar uma conversa com a pessoa e posteriormente fazer um processo mais ativo de vendas.



Monte um funil de vendas nos seus stories e não apenas o funil de conteúdo. Quando a pessoa engaja e sai da inércia ela está muito mais disposta a comprar de você, pois ela já provou que você fez diferença na vida dela. Primeiro ajude, gere relacionamento, confiança, gatilho da reciprocidade para depois vender. Não adianta fazer tudo isso para gerar engajamento se não fizer a venda no final.

Para atrair clientes é preciso, cada vez mais, usar a criatividade. Saia da caixinha e consuma conteúdos de outros perfis. As minhas melhores ideias surgiram de outros nichos completamente diferentes. Teste, adapte, de acordo com a sua maneira, seu arquétipo, seu estilo, sua narrativa, seu storytelling.

Pense no longo prazo em tudo que você se propor a aprender e ensinar. Independente de qual rede social ou contexto que você esteja, tem que ter narrativa e storytelling.

Você está no domínio da sua narrativa? Está sendo a autora, diretora e roteirista da sua narrativa?

Se você não está conseguindo vender, significa que não está dando pistas na sua narrativa de como as pessoas podem te contratar.
Não perca a oportunidade de vender.

Se o que você tem para vender é bom e ajuda as pessoas, para seu cliente vai ser muito melhor que para você.

Perfis do Instagram citados na aula:

- @laranesteruk
- @catiadamasceno
- @ricademarre
- @fernandadiazer
- @virginia