

100 PASSOS  5.0

# AULA 8

---

Resumo

Valeska Brugge  
@valeskabruzzi

## ◆ STORIES [00:29]

Seja estratégica e observe a maneira como você consome stories. Traga para os seus stories uma movimentação, uma comunicação ágil e sem enrolação. O primeiro story do dia é o mais importante. Por isso, peça interação, peça para compartilhar, faça perguntas interessadas, quebre expectativas, mude o cenário, se coloque em movimento, construa micronarrativas. Se você tiver algo para vender já faça a antecipação no primeiro story do dia para gerar curiosidade. Utilize todas as ferramentas novas de stories que o Instagram criar. Só use stickers novos com significado cultural/religioso, se você fizer parte da cultura/religião.

## ◆ FEED [04:27]

Não existe post sem chamada para ação. Tem que perguntar alguma coisa ou dar uma ação para a sua audiência: curtir, salvar, compartilhar. Encaixe a ação com a posição da postagem no seu topo de funil. Por exemplo, se for uma postagem de topo de funil, peça para compartilhar ou marcar alguém nos comentários.

## ◆ REELS [07:01]

Percebeu-se que o cérebro humano gosta de uma enxurrada de dopamina o tempo inteiro e nada melhor do que vídeos curtos que dão essa satisfação. Esse formato que dá prazer para as pessoas é ingrato com os criadores de conteúdo porque não prende e as pessoas pulam para o próximo, ou seja, não demanda uma fidelidade. A quantidade de views não se reverte, necessariamente, no número de seguidores, pois a forma de consumo da ferramenta não leva você a querer seguir o produtor de conteúdo. Como fazer para melhorar? Fazendo Reels. Busque entender a linguagem, aprenda um pouco sobre edição. É preciso chamar a atenção nos três primeiros segundos. Não deixe de pedir para seguir, comentar, curtir, compartilhar. Cada conteúdo que você fizer é um pedido de ação e não todos de uma vez. Escolha a ação que mais combina com o conteúdo postado.

## ◆ HORÁRIO PARA POSTAR NO FEED [11:05]

Tem horário certo para postar? O melhor horário é aquele que a sua audiência está presente e disposta a engajar com seu post. Através da sua conta comercial, é possível saber os horários de pico, ao longo do dia, que a sua audiência está mais presente. Geralmente, são os horários de pico de todo mundo: pela manhã, no almoço e de noite. Teste postar alguns minutos antes dos seus melhores horários para seu conteúdo chegar primeiro que o das outras pessoas. Mais interessante do que você ter um horário que mais tem gente on-line é você ter o seu horário. Se você postar sempre no mesmo horário, a sua audiência vai sendo educada a esperar por você. Crie essa cultura. Qual é o horário que você posta? Não importa qual é o horário que as pessoas estão postando. Pense no horário que a sua audiência está acordada, presente e disponível. Monte sua linha editorial pensando nisso: o que você vai postar em cada dia da semana, qual vai ser o seu horário e o seu momento.

## ◆ BUSQUE INSPIRAÇÕES (14:18)

Observe o mundo de outra maneira. O que te atrai enquanto consumidora e enquanto audiência? Veja em outras redes quais são os títulos dos vídeos que chamam a sua atenção e te deixam curiosa para assistir. O que teve de diferente no vídeo que fez você ir até o perfil da pessoa e por que passou a seguir? O que chamou a sua atenção? O que tinha de diferente que te fez comentar naquele post? Traga isso para o seu aprendizado.

## ◆ CRIE UMA PROGRAMAÇÃO (16:26)

Se organize, crie de fato uma programação e uma agenda editorial. Separe um tempo para levar as ideias para o papel, transformá-las em conteúdo, editar e programar seus posts e, ao mesmo tempo, se programe para manter a sua rotina nos stories. Crie uma programação, de forma a permitir que os seus seguidores saibam o que vão encontrar em determinado dia da semana e em determinado horário. Traga a repetição, pois o cérebro humano gosta disso. A previsibilidade vai te ajudar e sua audiência vai gostar também.

## ◆ TEMÃO, TEMA E TEMINHA (19:17)

Sobre o que você fala hoje no seu perfil ou sobre o que você quer falar? Falar somente de uma coisa o tempo todo fica parecendo propaganda, fica chato. Toda revista tem a linha editorial principal e as linhas editoriais auxiliares, pois são necessários temas auxiliares que ajudem a sustentar o tema principal. As três linhas editoriais que eu acho bacana você ter no seu perfil são: temão, tema e teminha. Pense de que forma você vai trabalhar essas três linhas, sempre casando com o seu momento no negócio.

- *Tema principal/temão*: é o seu grande tema, o tema do seu nicho, aquele que estará presente todos os dias. É preciso ter uma definição clara do seu tema principal. Precisa estar presente em 50% a 70% do seu conteúdo.
- *Tema auxiliar/secundário/tema*: é o tema que te ajuda a sustentar o tema principal para não ficar cansativo. Te ajuda na narrativa do seu tema principal e a se aproximar da audiência. Guarde, pelo menos, 20% do seu conteúdo para o tema auxiliar.
- *Teminha*: é o momento de trazer um pouco da sua vida pessoal. É no teminha que você captura a atenção das pessoas, conecta, se diferencia, humaniza e deixa a audiência mais próxima. Reserve, no máximo, 10% do seu conteúdo para o teminha.

## ◆ HYPE (25:22)

O que você mostra precisa ter uma narrativa interessante. Desperte o interesse e a atenção, cause um burburinho, mantenha o magnetismo, faça um mistério. Você pode criar pequenas narrativas para uma série de coisas na sua vida, tudo isso para que as pessoas se mantenham curiosas, conectadas e torcendo por você. Se coloque na posição do herói.

## ◆ STORYTELLING [29:19]

Faça um bom storytelling, crie histórias com ápice, peça opinião, mostre o processo. É preciso criar uma emoção ao contar uma história. Se você é lojista ou dona de uma clínica, aplique o storytelling e crie toda sua narrativa no perfil pessoal, sendo blogueira de si mesma, sendo influencer dos seus produtos, dos seus serviços, da sua clínica, do seu escritório, da sua loja. Busque fazer uma transferência de audiência de um perfil para o outro, pois não tem sentido mostrar sua vida privada no seu perfil profissional.

## ◆ ORQUESTRE A SUA AUDIÊNCIA [31:55]

A nossa audiência precisa ser orquestrada. Ao criar conteúdo faça o papel de maestro e diga o que você espera das pessoas. Peça para curtir, compartilhar, comentar, se inscrever, clicar no link da Bio, etc. Reforce também quais são os valores da sua tribo. Busque ter uma audiência fiel. Seja o líder da sua audiência, comande, diga o que você espera e o que está disposta a oferecer e o que não está. Estabeleça limites, mostre qual é o momento de brincar e de falar sério. Se posicione nos assuntos do seu nicho, se coloque. Isso vai dar uma filtrada nos seus seguidores e só ficará quem realmente tem interesse no seu conteúdo.



# 100 PASSOS 5.0



# 100 PASSOS 5.0

## Resumo Aula 8

### MATERIAL DE APOIO

Caderno de Exercícios  
Parte 07.

### PERFIS CITADOS

@victoroliveira

### AMPLIE SEU CONHECIMENTO

Aulão Stories de Milhões  
Aulão Lançamento nos Stories  
Imersão Storytelling

### DOCUMENTÁRIO

O Dilema das Redes,  
na Netflix.

### BOAS-VINDAS

Calendário de Postagens.  
Planilha de Derivação de Conteúdo.

### AULAS COMPLEMENTARES

#### Módulo Avançado

- #Aula 24 - Como liderar seu movimento.
- #Aula 29 - Como montar desafios para engajar sua audiência.

Valeska Brugge  
@valeskabruzzi