

100 PASSOS 3.0



COMO LIDERAR SEU MOVIMENTO NA INTERNET

RESUMO

Os dias do amadorismo estão ficando para trás. Um dos reflexos disso é a maneira como o algoritmo te posiciona. As pessoas que postam e criam conteúdos com mais frequência, tendem a ser privilegiadas pelo algoritmo. E quem consegue postar com mais frequência, é quem tem um padrão de qualidade, quem tem uma linha editorial, quem usa as redes sociais de uma maneira profissional. Cada vez mais temos que avançar no rumo da qualidade, sem perder a naturalidade, pois ser artificial leva a perder a conexão com seu público.

A conexão com nosso público está diretamente ligada à nossa capacidade de liderança junto ao nosso movimento. E o que é criar um movimento?

No livro Tribos, Seth Godin fala sobre como, hoje em dia, mais do que gerar clientes, temos que nos preocupar em gerar fãs da nossa marca. Se você não faz um bom trabalho de branding (gestão de marca), você perde a capacidade de conexão, tração e formação de fãs.

Philip Kotler fala da importância de criar fãs para sua marca porque o ato de consumo não se esgota na transferência de dinheiro, mercadoria ou serviço. Atualmente, a compra começa muito antes da pessoa sacar o dinheiro ou cartão. As pessoas pesquisam na internet seu nome e sua marca, olham no Reclame Aqui, querem saber sua reputação e o que as pessoas estão falando de você, dão um check nas suas redes sociais, te comparam com seus concorrentes e, por fim, resolvem comprar ou não. Esse consumidor pode se sentir satisfeito e, após a compra, nunca mais comprar de você, ou pode ser um consumidor que vai virar fã da sua marca e te divulgar para outras pessoas.

A gente indica profissionais o tempo inteiro. Mas, a gente só indica quando a gente é fã, quando acredita que o profissional, a marca, não vai decepcionar a pessoa a quem estamos indicando. Também pode acontecer de ao invés de fã, a pessoa virar um detrator, uma espécie de hater, que fica insatisfeita, que vai reclamar nas suas postagens e falar mal de você no Reclame Aqui.

Para criar fãs, é preciso ter movimento, ter um sentido. Com a democratização das redes sociais, com o acesso mais massivo à internet, as pessoas vão ficando mais perto de você. Cada vez mais as pessoas se profissionalizam e quem perder esse movimento agora, vai ficar para trás. Muito embora o acesso à informação vá cada vez mais crescer e se democratizar, o espaço para produzir conteúdo vai ficando cada vez mais disputado.

O que é criar um movimento?

Quando buscamos criar um movimento, queremos que as pessoas se identifiquem com a nossa maneira de pensar, de agir, de se posicionar, de falar, com a nossa postura diante da vida, com os valores que a gente acredita. Queremos que as pessoas se aproximem para que não seja mais só sobre a gente e sim sobre as pessoas que nos acompanham, para podermos criar um movimento.

Se você sumir hoje da internet alguém vai sentir a sua falta? Se você desaparecer, o que você deixou, qual o seu legado? O que você cria hoje que está além de você, além da sua pessoa?

12 PONTOS SOBRE CRIAÇÃO DE MOVIMENTO:

- 1. Tenha um objetivo comum, um objetivo específico com sua audiência:** Crie mini movimentos, de modo que seu seguidor tenha alguma conquista ao final, mas não se esqueça do seu grande movimento por trás de tudo isso. Não depende do seu nicho.
- 2. Liderança: O movimento precisa de um líder e você tem que liderar o seu movimento.** Lidere pelo exemplo. A liderança acontece muito mais pelo seu exemplo do que pelas suas palavras. Seja líder não só em estimular e dar o direcionamento, mas seja a incorporação da transformação que você quer trazer para o seu seguidor, para seu cliente, para os fãs da sua marca. O líder é aquele que tem a visão no longo prazo. Você precisa ter um planejamento, um plano de ação para a sua audiência. Quais as conquistas que você quer trazer nesse movimento que você vai criar? Como você vai conduzir a sua audiência para que ela chegue aonde você quer chegar?
- 3. Tenha valores claros:** Apresente os valores por trás do movimento que você quer criar.
- 4. Trabalhe a noção de dualidade: Seja objetiva.** Deixe claro como líder aonde você quer que a pessoa chegue e aonde você quer que ela não esteja. Não conte com a paciência do seu seguidor de aceitar e entender tudo o que você oferece.
- 5. Tenha um inimigo em comum:** Você pode ter um inimigo geral ou pequenos inimigos. Deixe claro quem é o inimigo. Entenda quem é o seu inimigo comum: pode ser a crise, a pandemia, a pobreza, a CLT, a depressão, o mal estar, o relacionamento infeliz, etc. É importante que seja um inimigo em que as pessoas se encontrem e sintam o mesmo.
- 6. Tenha um slogan, um nome, uma hashtag para o seu movimento:** Gary Vee fala no livro Nocaute que hashtag, muito embora tenha surgido no Twitter como uma maneira de agrupar assuntos, elas adquiriram outro caráter hoje, que tem mais a ver com juntar pessoas, com criar movimentos. De que maneira você tem trabalhado com a hashtag? Eu uso muito com a função de agregar um movimento. Crie a sua específica ao seu movimento. Cuidado com hashtags banidas.

- 7. Dê voz para as pessoas:** Movimento tem a ver com liderança, mas não é sobre o líder, ele tem a ver com as pessoas. Não seja a protagonista suprema. Dê voz a quem está do outro lado. Deixe claro que as conquistas que você promete não dizem respeito somente para sua vida, mas também para a vida da sua audiência.
- 8. Criação de comunidade:** crie um espaço para reunir as pessoas, para que compartilhem e discutam as suas próprias experiências. Abrir espaço para as pessoas falarem é muito importante. Se você puder e achar que faz sentido, crie esse espaço. Só faça se você conseguir dar conta. Ex: Canal do Telegram.
- 9. Tenha uma identidade visual para o seu movimento:** Um template, uma cor, um adesivo, um material com seu slogan. É o branding em ação. Se você não mostrar sua marca não tem como as pessoas lembrarem de você. Pense também na identidade visual das suas postagens.
- 10. Repetição é necessário:** Tem que repetir, não vai ficar chato. Se você não fizer a repetição incessante, você não fixa na cabeça das pessoas. O desafio é uma estratégia de aderência ao movimento. Conheça sua persona e veja se a palavra desafio vai ser aceita. Tenha repetição nas suas mídias, nos seus stories, no seu discurso. Seu movimento precisa estar presente em toda a sua linguagem. O seu movimento tem que transbordar em tudo que se refere ao seu negócio, até na comunicação com seus funcionários, de modo que seus funcionários incorporem aquilo como parte da cultura da sua empresa. As pessoas querem fazer parte de grupo. Isso já vem no DNA. As pessoas querem fazer parte de coisas que vão além da sua finitude enquanto seres humanos. As pessoas querem fazer parte de um todo para se sentirem mais completas. Quando você deixa essa percepção para as pessoas de que elas são parte, de verdade, de algo que existe, é aí que o movimento nasce. As pessoas funcionam melhor, enquanto ser humano, quando estão no coletivo e por isso a pandemia tem sido tão desafiadora.
- 11. Tenha um bordão:** Crie uma lembrança sonora para que as pessoas lembrem de você. O bordão é sua piada interna com a audiência.
- 12. Tenha constância em liderança de movimentos:** ser líder envolve compromisso. Não suma, pois você deixa as pessoas órfãs. Se você deixar o movimento morrer, você falhou na sua função de líder. O movimento terminou, qual será o próximo? Pode ser entrar no seu curso, comprar o seu produto, contratar o seu serviço ou ir para o

próximo desafio. Deixe claro de onde veio e para onde está indo esse movimento. Tem que ter essa continuidade, essa linearidade, é preciso estar perceptível para o seu seguidor.

- ▶ **Se você quer ser uma profissional que lidera dentro do seu mercado, conduza o seu movimento.** Pense numa pequena conquista que você pode trazer para o seu seguidor e comece.