

EXECUÇÃO DIGITAL

COM LUANA CAROLINA

CONHECIMENTOS TÉCNICOS

O DESTINO FINAL

*Como vender sem ser chato e sem
cansar a audiência*

Luana Carolina



VOCÊ ESTÁ AQUI

3. O Destino Final: Como vender sem ser chato

✓ Total de aulas (4 de 4)

Promessa
do perfil

Aula 3.1 - A promessa do perfil: criando produtos certos para a audiência certa
✓ Vídeo ★ 5,0

Gerar desejo

Aula 3.2 - Como gerar desejo pelo seu produto ou serviço
✓ Vídeo ★ 5,0

Falta de
experiência

Aula 3.3 - Tornando sua falta de resultado e experiência em vantagem
✓ Vídeo ★ 5,0

Aluno número #1

Aula 3.4 - Seja o seu aluno número #1: o poder do exemplo
✓ Vídeo ★ 5,0

COMO VENDER SEM SER CHATO



O DESTINO FINAL

COMO VENDER SEM SER CHATO E SEM CANSAR A AUDIÊNCIA

CONTEÚDOS

Aula 3.1 - A promessa do perfil: criando produtos certos para a audiência certa

Aula 3.2 - Como gerar desejo pelo seu produto ou serviço

Aula 3.3 - Tornando sua falta de resultado e experiência em vantagem

Aula 3.4 - Seja o seu aluno número #1: o poder do exemplo



Aula 3.1

A PROMESSA DO PERFIL

Criando produtos certos para a audiência certa



Descubra o segredo da conexão: Como criar conteúdo irresistível e transformador para a audiência certa

Esta é uma aula extremamente importante para vocês, pois assim que me ensinaram e compreendi os conceitos que abordaremos, minha vida mudou significativamente. As relações no trabalho e na vida se tornaram muito mais fáceis de serem gerenciadas. Além disso, a habilidade de fazer networking e estabelecer conexões com outras pessoas melhorou consideravelmente.

É natural que, ao começar a criar conteúdo na internet, você recorra a um padrão próprio, baseado em ideias que vêm de dentro de você. Se não tiver referências externas, acabará buscando referências internas para validar sua ideia e mostrar o que funcionou para você.

Eu fazia vídeos sobre assuntos que achava interessantes, coisas que entendia e gostava. Mas, quando comecei a me tornar mais profissional, percebi que o verdadeiro valor não estava no conteúdo que eu gerava, mas sim no conteúdo que minha audiência pedia.



Então, ao atender aos pedidos da nossa audiência, observamos um enorme salto nos números de engajamento e alcance. As pessoas passam a se envolver mais.

Na minha empresa, eu criava conteúdo que, na minha cabeça, as pessoas gostavam. Eu produzia conteúdo baseado no que achava interessante sobre papelaria, colocando meu gosto pessoal acima do que a minha audiência desejava.

O que vou ensinar são modelos de gerenciamento de relações interpessoais que funcionam muito bem, mas você precisa se comprometer para não continuar cometendo erros.

Qual a tendência errônea?

É presumir que temos experiência suficientemente vasta para determinar qual problema nossa audiência deveria resolver e qual transformação acreditamos que ela deveria passar.

Por que isso é errado?

As pessoas têm uma tendência natural a buscar soluções que estejam alinhadas com seus próprios desejos e crenças, em vez de simplesmente seguir o que os outros querem. Essa predisposição é conhecida como viés de confirmação, um termo cunhado pelo psicólogo britânico Peter Wason em 1960. O viés de confirmação é a tendência de procurar e interpretar informações de maneira que confirmem nossas crenças e opiniões preexistentes, enquanto ignoramos ou desconsideramos evidências contrárias.

Reconhecer e superar o viés de confirmação é essencial para o desenvolvimento pessoal e para tomar decisões mais informadas e imparciais. Ao nos desafiarmos a buscar diferentes perspectivas e estar abertos a aprender com os outros, podemos expandir nossos horizontes e nos tornar indivíduos mais sábios e conscientes.



Quote

**O marketing não é mais
sobre as coisas que
você faz, mas as histórias
que você conta.**

Seth Godin



Acreditar que temos experiência suficiente para ditar o problema que nossa audiência deve resolver e qual transformação deveriam passar pode ser inadequado por várias razões:

- 1. Cada indivíduo na audiência possui:** experiências, histórias e contextos únicos. Não podemos assumir que todos enfrentam os mesmos problemas ou necessitam das mesmas soluções.
- 2. Evolução constante:** As pessoas e suas necessidades estão sempre mudando, e o que era relevante e útil para alguém em um momento específico pode não ser mais no futuro.
- 3. Ouvir e compreender:** Ditar soluções sem ouvir e compreender os desafios específicos enfrentados pela audiência pode levar a conselhos mal direcionados e ineficazes. Em vez disso, é importante ouvir atentamente, fazer perguntas e compreender as necessidades individuais antes de oferecer soluções.



4. Humildade e abertura: Ao assumir que sabemos o que é melhor para nossa audiência, corremos o risco de parecer arrogantes e fechados a novas ideias ou perspectivas. Reconhecer que não temos todas as respostas e estar aberto ao aprendizado é crucial para manter uma conexão genuína com a audiência.

Em vez de impor problemas e transformações específicas à audiência, é mais eficaz oferecer orientação, compartilhar experiências e fornecer informações relevantes que possam ajudá-los a identificar suas próprias necessidades e encontrar soluções que se encaixem em suas vidas e circunstâncias.

As pessoas, em geral, não gostam de ser controladas ou de admitir seus erros. Por isso, é importante que a comunicação com os seguidores esteja alinhada com seus desejos e necessidades, em vez de tentar impor soluções que possam ser contraproducentes. Por exemplo, se seu seguidor deseja emagrecer de uma maneira específica, é essencial oferecer soluções que se encaixem em suas expectativas e preferências.

Ao fazer isso, é importante garantir que a comunicação seja empática, acolhedora e motivadora. Entender as necessidades e os desejos de seus seguidores permitirá que você ofereça orientação e apoio de maneira mais eficaz, incentivando-os a alcançar seus objetivos de maneira saudável e sustentável.

A frase “Se você quer atrair formigas, coloque açúcar no chão” expressa a ideia de que, para atrair alguém ou algo, é necessário oferecer algo atraente ou desejável para essa pessoa ou situação.

É muito mais fácil vender algo para pessoas que já têm interesse em comprar. Essa ideia é semelhante a frase que citei sobre atrair formigas com açúcar: você deve oferecer algo que seja atraente ou desejável para o público-alvo.

Por exemplo, se você está vendendo roupas de academia, será mais fácil atrair clientes que já têm interesse em atividades físicas e buscam melhorar seu desempenho e conforto durante os exercícios. Nesse caso, as formigas são os clientes em potencial que já estão inclinados a investir em roupas esportivas de qualidade.



Outro exemplo pode ser uma loja de produtos naturais e orgânicos. Os consumidores interessados em alimentos saudáveis, sustentáveis e ecologicamente corretos serão mais facilmente atraídos por esses produtos. Nessa situação, as formigas são os clientes preocupados com a saúde e o meio ambiente, que procuram alternativas mais conscientes para suas escolhas alimentares.

Ao identificar seu público-alvo e oferecer soluções e produtos que atendam às suas necessidades e desejos específicos, você aumenta suas chances de sucesso nas vendas e na fidelização de clientes.

Você possui duas opções: pode optar por vender a transformação que sua audiência deseja ou atrair uma audiência que já esteja interessada na transformação que você oferece. Ambas as abordagens são válidas e dependem do seu objetivo e estratégia de comunicação.

No ambiente digital, o melhor caminho não é simplesmente criar conteúdo viral replicando o que outros já estão fazendo. Em vez disso, é crucial ter intencionalidade ao desenvolver seu conteúdo. Sempre se pergunte: “Para qual público-alvo esse ‘açúcar’ é atraente?”. Isso ajudará a garantir que você esteja produzindo conteúdo relevante e atraente para o seu público específico, aumentando assim o engajamento e o impacto de suas mensagens.

Assim que entendi que meu objetivo era atrair pessoas interessadas em empreender e ganhar dinheiro, comecei a me perguntar: o que as atrai? Eles são atraídos por um bom estilo de vida, mas isso não significa que eu precise exagerar nas expectativas, mostrando viagens extravagantes a Dubai ou Maldivas. Em vez disso, busquei equilibrar a narrativa, destacando o trabalho árduo necessário para atingir o sucesso, sem perder de vista o objetivo final: alcançar liberdade financeira e de tempo. Ao criar essa imagem equilibrada e realista, consegui me conectar melhor com meu público-alvo e fornecer um modelo de sucesso que parecia mais tangível e alcançável.

Se você quer atrair formigas, coloque açúcar no chão.

Eu li um livro chamado “Como Fazer Amigos e Influenciar Pessoas”, escrito por Dale Carnegie e em um dos primeiros capítulos, ele destaca que, quando se vai pescar, não se coloca algo que você gosta, como morango com chantilly, no anzol. Em vez disso, você usa uma isca apropriada, como uma minhoca, porque os peixes são atraídos por minhocas. Essa analogia serve para enfatizar a importância de entender as necessidades e desejos de seu público-alvo.

Não adianta promover uma transformação que você acredita ser boa apenas na sua perspectiva. É fundamental considerar o que é realmente desejável e valioso para as pessoas a quem você deseja se conectar. Ao abordar as necessidades e interesses do público de maneira eficaz, você aumenta a probabilidade de sucesso na comunicação e no engajamento.

Como saber o que minha audiência quer?

1 - Para quem tem audiência:

Coloque na sua cabeça que as pessoas precisam ser escutadas, elas querem se sentir ouvidas. Se você dá atenção, ela se abre para ouvir o que você quer falar. O que é escutar? É saber ouvirativamente, saber tirar informações daquele diálogo. Você precisa saber fazer perguntas e precisa saber responder.

Além de escutar, que é algo que vai fazê-la feliz, você passa a entender o que a pessoa realmente quer. Lembra da frase do Zig Ziglar? Você pode ter o que quiser no mundo, você só precisa ajudar a pessoa a ter o que ela quer! Internalize essa frase.

Então, aprenda a ouvir as pessoas e entenda onde elas querem chegar, quando você descobre isso se torna fácil entregar o que a pessoa quer, o conteúdo certo e a transformação certa.

Abrir caixinhas de perguntas, responder comentários e ler mensagens diretas são estratégias importantes para se conectar com o seu público e entender suas necessidades e desejos. Escutar ativamente é fundamental, pois só assim você poderá compreender as expectativas do seu público-alvo e oferecer soluções que atendam às suas necessidades.

Engana-se quem pensa que basta falar para ser ouvido, pois o verdadeiro sucesso está em saber ouvir. Por isso, é fundamental manter um diálogo constante com seus seguidores, ouvir seus feedbacks e estar sempre aberto para novas ideias e sugestões.

Se você faz o que a pessoa quer, ela está disposta a tudo, a ver uma live sua, a curtir e comentar os seus posts. Compreenda o desejo dela e use-o para criar conteúdos que captivem a atenção delas.

2 – Para quem não tem audiência:

Para aqueles que ainda não têm audiência, uma maneira eficaz de entender as necessidades e desejos do público-alvo é observar seus concorrentes. Assista aos vídeos deles, leia os comentários dos vídeos e veja o que as pessoas estão dizendo sobre o conteúdo. Analise suas publicações no Instagram, Youtube, cursos e caixas de perguntas para compreender as preocupações e interesses do público. Ao estudar seus concorrentes e entender o que funciona e o que não funciona para eles, você pode aprender a adaptar sua estratégia e desenvolver conteúdo que atenda às necessidades do público-alvo. Além disso, acompanhe as tendências do setor e esteja sempre atualizado sobre as novas demandas e necessidades dos consumidores. Isso pode ajudá-lo a se destacar da concorrência e criar um público fiel e engajado.

Portanto, reserve um tempo para ouvir ativamente a sua audiência e use essa compreensão para criar conteúdo que cobra e inspira seus seguidores. Com um pouco de esforço e dedicação, você pode criar uma base sólida de seguidores leais que o apoiam e o incentivam em todas as suas iniciativas.



NÃO É SOBRE O QUE VOCÊ GOSTA

1. Entenda seu público-alvo: O exemplo da pesca ilustra a importância de compreender o que atrai seu público. Da mesma forma que os peixes são atraídos por minhocas, não por morangos com chantilly, sua audiência será atraída por conteúdo que atenda às suas necessidades e interesses.

2. Abordar as necessidades e desejos do público: Não basta promover uma transformação baseada apenas na sua própria perspectiva. É necessário considerar o que é realmente valioso e desejável para o público que você está tentando alcançar.

3. Comunicação e engajamento efetivos: Ao atender eficazmente às necessidades e interesses do público, você aumenta as chances de comunicar-se com sucesso e engajar sua audiência.

Não é apenas sobre o que você quer dizer ou promover, mas sobre como você aborda as necessidades e desejos da sua audiência. Isso envolve ouvirativamente, pesquisar seu público e ser flexível para adaptar sua mensagem à medida que você aprende mais sobre o que eles valorizam. Coloque seus seguidores no centro da estratégia de criação de conteúdo.



Aula 3.2

COMO GERAR DESEJO PELO SEU PRODUTO OU SERVIÇO



Despertando o desejo do seu cliente

Todo criador de conteúdo sabe que, para que ocorra uma venda, é preciso que haja alguém interessado em comprar. Isso geralmente acontece quando o criador é capaz de construir uma narrativa envolvente sobre seu produto ou serviço, que desperta o desejo de uso ou de vivência na pessoa.

A construção de uma narrativa eficaz requer uma compreensão profunda do público-alvo e de suas necessidades, desejos e aspirações. É preciso criar um senso de conexão emocional com o público, oferecendo soluções relevantes para os problemas que eles enfrentam ou descrevendo experiências desejáveis que eles gostariam de ter.

Ao comunicar de forma clara e persuasiva os benefícios de seu produto ou serviço, você pode criar uma demanda por aquilo que oferece, motivando as pessoas a tomar uma ação. É importante lembrar que o sucesso da venda não está apenas na qualidade do produto ou serviço, mas também na habilidade do criador de conteúdo em criar uma narrativa cativante que ressoe com seu público.

É importante entender que as pessoas não compram produtos ou serviços apenas por sua funcionalidade, mas principalmente pelos benefícios que eles podem proporcionar. Por exemplo, uma pessoa pode comprar um tênis de corrida não apenas para correr, mas para melhorar sua saúde, sua forma física ou sua autoestima.

Da mesma forma, um indivíduo pode comprar um curso de um coach financeiro não apenas para aprender a investir, mas para alcançar a liberdade financeira, reduzir o estresse financeiro ou alcançar metas de longo prazo.

Ao criar conteúdo para promover seus produtos ou serviços, é importante destacar os benefícios que eles podem gerar, em vez de apenas suas características técnicas. Isso pode incluir melhorias na qualidade de vida, na autoestima, na saúde, nas finanças, nas relações pessoais e em muitos outros aspectos.

Ao vender um produto ou serviço, é fundamental que o criador de conteúdo venda o estilo de vida que o consumidor almeja. Isso não significa mostrar apenas bens materiais, mas sim mostrar como o destino final é um lugar bom para se estar, com os resultados positivos que ele traz.

Por exemplo, se um criador de conteúdo vende um programa de exercícios físicos, ele não deve apenas falar sobre os equipamentos de última geração ou as roupas de ginástica mais modernas, mas sim sobre os benefícios que os exercícios físicos podem trazer para a saúde, a autoestima e a qualidade de vida.

Ao criar conteúdo para vender um produto ou serviço, é fundamental que eu mostre aos meus seguidores como é desfrutar do destino final que eles desejam alcançar.

Por exemplo, quando eu criava conteúdo sobre como passar no vestibular, eu mostrava aos meus seguidores os benefícios de chegar ao destino final, como passar em simulados e ir bem nas provas. É importante criar uma narrativa envolvente que desperte o desejo de alcançar o objetivo final, mostrando os benefícios que ele traz.

Qual o destino final e como chegar no destino final? Que transformação seu seguidor quer ter? Que pessoa ela quer se tornar? Que coisas ela quer desfrutar que hoje ela não desfruta?



CRIE DESEJO

A importância da narrativa envolvente: Para que ocorra uma venda, é crucial que o criador de conteúdo construa uma história convincente em torno do seu produto ou serviço que possa despertar o interesse do público.

Compreensão do público-alvo: A construção de uma narrativa eficaz requer um entendimento profundo das necessidades, desejos e aspirações do seu público-alvo.

Conexão emocional: A conexão emocional é um fator-chave para engajar o público. Isso pode ser alcançado oferecendo soluções relevantes para os problemas que eles enfrentam ou descrevendo experiências desejáveis que eles gostariam de ter.

Comunicação clara e persuasiva: Ao comunicar os benefícios do seu produto ou serviço de forma clara e persuasiva, você pode criar uma demanda por aquilo que oferece e motivar as pessoas a agir.

Para ser eficaz na criação de conteúdo para vender um produto ou serviço, é importante não apenas entender o destino final que os seguidores desejam alcançar, mas também saber como guiá-los até lá.

Por exemplo, suponha que um fotógrafo de agência queira seguir uma carreira autônoma e ganhar mais dinheiro com seu trabalho, mas não sabe como fazer isso de outras formas. Como criador de conteúdo na área de fotografia, é meu dever mostrar a ele o caminho para alcançar o destino final desejado, que é a liberdade financeira por meio do trabalho autônomo.

Ao fornecer informações e orientações relevantes sobre como construir uma carreira autônoma bem-sucedida na fotografia, posso ajudar o fotógrafo a entender melhor as etapas necessárias para alcançar seus objetivos. Além disso, ao mostrar exemplos reais de pessoas que já trilharam esse caminho com sucesso, posso inspirar e motivar meu seguidor a seguir em frente. Não é mostrar a câmera mais cara.

Suponha que uma estudante de vestibular queira passar em uma universidade pública renomada, mas esteja lutando para alcançar essa meta. Como criador de conteúdo para vestibulandos, meu dever é mostrar a ela como ela pode chegar no destino final dela, que é a aprovação no vestibular e o ingresso na universidade dos seus sonhos.

Isso pode envolver a criação de conteúdo sobre técnicas de estudo eficazes, estratégias de resolução de problemas de múltipla escolha, dicas para gerenciamento de tempo e muito mais. Também posso fornecer exemplos reais de pessoas que passaram no vestibular depois de enfrentarem desafios semelhantes aos dela.

Não há nada mais poderoso do que compartilhar conhecimento e orientar alguém em sua jornada para o sucesso.

O Triângulo da Conexão é composto por duas etapas essenciais na hora de gerar desejo: a base, onde o seu seguidor está, e o topo, onde o seu criador de conteúdo está, no auge do sucesso. No entanto, para alcançar a conexão ideal, é preciso encontrar um equilíbrio entre as duas partes.

No topo da pirâmide está a imagem do sucesso que o seu seguidor deseja alcançar, e é importante mostrar que isso é possível, que você chegou lá e que seu seguidor também pode chegar. No entanto, também é fundamental mostrar a base da pirâmide, onde seu seguidor está agora, para que ele perceba que você já esteve onde ele está e que entende seus problemas e desafios.

Com esse equilíbrio, é possível criar uma conexão verdadeira e eficaz com seu público, mostrando que você está ali para ajudá-lo a chegar onde deseja. Ao compartilhar sua jornada, seus desafios e sucessos, você se torna uma fonte de inspiração e motivação para seu público, incentivando-o a perseguir seus sonhos e alcançar o sucesso.

Percorra os extremos da pirâmide.

Gerar desejo é mostrar que você tem um conhecimento que ninguém tem que te fez chegar no topo.

O desejo pode ser gerado de diversas formas, como por exemplo, em um canal de autoescola que ensina técnicas para fazer baliza e outros procedimentos de direção. Esse tipo de conteúdo ajuda a solucionar problemas relacionados à segurança ao dirigir, e gera o desejo em seus seguidores de aprender mais e aprimorar suas habilidades na direção. Ao oferecer soluções eficazes e ensinamentos valiosos, o criador de conteúdo se torna uma referência para aqueles que buscam aprimorar suas habilidades na direção e desejam ter mais segurança ao dirigir.

Compreender a arte de gerar desejo é essencial para qualquer criador de conteúdo. Não existe uma fórmula única, cada audiência é diferente e possui suas próprias necessidades e desejos. É importante escutá-la e entender onde ela quer chegar.

A pirâmide da conexão nos mostra que é necessário equilibrar a exposição do auge do nosso sucesso com a realidade da base, onde nossa audiência se encontra atualmente. Mostrar que somos iguais a ela, que já passamos pelas mesmas dificuldades e superamos os mesmos obstáculos, faz com que ela se sinta mais conectada conosco e perceba que também pode chegar onde nós chegamos.

Expor a vida que o seguidor deseja ter é outro fator importante na geração de desejo. Mostrar como é possível alcançar a transformação que ele busca, através do uso de nossos produtos ou serviços, é fundamental para gerar interesse e engajamento.

É nosso papel como criadores de conteúdo mostrar às pessoas o que elas podem ter, o que elas merecem ter. E isso começa com a compreensão do que as pessoas realmente desejam e precisam. Como disse Maya Angelou: 'As pessoas vão esquecer o que você disse, as pessoas vão esquecer o que você fez, mas as pessoas nunca esquecerão como você as fez sentir'. Quando geramos desejo, estamos criando uma conexão emocional com nossa audiência e permitindo que elas se sintam inspiradas e motivadas a alcançar seus sonhos.

PIRÂMIDE DA CONEXÃO

VOCÊ CONHECE A PIRÂMIDE DA CONEXÃO? O TOPO É AQUELA SUA QUALIDADE QUE MAIS SE SOBRESSAI, É QUANDO VOCÊ ESTÁ NA SUA MELHOR VERSÃO. A BASE É ONDE VOCÊ ESTÁ AGORA, É O PONTO DE ENCONTRO DAS SUAS HISTÓRIAS DE VIDA. VOCÊ DEVE OSCILAR NESSAS POSIÇÕES, POIS A PESSOA VERÁ AQUILO QUE VOCÊ TEM DE MELHOR E DESEJARÁ ESTAR NA SUA POSIÇÃO E, AO MESMO TEMPO, ELA SENTIRÁ QUE TEM UMA HISTÓRIA PARECIDA COM A SUA QUANDO VOCÊ ESTIVER NA BASE. AS PESSOAS COMPRAM PELA CONEXÃO.

ORATÓRIA / FALAR EM PÚBLICO

ESSA É A SUA MELHOR QUALIDADE, AQUELA QUE TE DEIXA NO TOPO E É O OBJETO DE DESEJO DA SUA AUDIÊNCIA



TIMIDEZ

TALVEZ ESSE SEJA SEU PONTO DE ENCONTRO COM SEU PÚBLICO. PARTE DA SUA AUDIÊNCIA PODE TER PROBLEMAS COM TIMIDEZ, ASSIM COMO VOCÊ.

SUA HISTÓRIA SE CONECTA SEMPRE NA BASE, O TOPO É ONDE VOCÊ JÁ CHEGOU E É ONDE SEUS SEGUIDORES QUE ESTÃO NA BASE QUEREM CHEGAR.

SEU PAPEL É OSCILAR ENTRE ESSES DOIS EXTREMOS, SEUS SEGUIDORES PERCEBERÃO DE FORMA CONSCIENTE QUE SE VOCÊ CHEGOU ATÉ O TOPO COM AS MESMAS CONDIÇÕES QUE ELES TÊM, ELES TAMBÉM PODEM CHEGAR SEGUINDO O SEU MÉTODO.



Quote

**As pessoas vão esquecer
o que você disse, as pessoas
vão esquecer o que você fez,
mas as pessoas nunca
esquecerão como você as fez
sentir'**

Maya Angelou



Aula 3.3

TORNANDO SUA FALTA DE RESULTADO E EXPERIÊNCIA EM VANTAGEM



Tornando a sua falta de experiência e resultados em vantagem

Se você se encontra em um momento em que duvida de sua capacidade de criar conteúdo e se questiona se é autoridade suficiente em sua área, esta aula é para você. Muitas vezes nos sentimos inseguros por não ter alcançado o sucesso desejado, mas é importante lembrar que cada um tem seu próprio ritmo e caminho a trilhar.

Nesta aula, vamos desmistificar a ideia de que só é possível criar conteúdo quando se alcança o sucesso absoluto. Muitas vezes, é na jornada para alcançar nossos objetivos que surgem as melhores histórias e experiências para compartilhar. Portanto, se você está no caminho para sua transformação, não se preocupe em estar “pronto o suficiente” para criar conteúdo. Aprenda como documentar sua jornada e compartilhar suas descobertas ao longo do caminho.

Esta aula é para você, independentemente do seu nicho ou carreira. Se você é um copywriter, social media ou está em outro campo e sente a necessidade de compartilhar o que está aprendendo e conquistando, pode aprender a encontrar uma vantagem na inexperiência.

Lembra da pirâmide da conexão? É natural questionar por que alguém te acompanharia se você ainda não desfruta do prazer de estar no topo. No entanto, é importante lembrar que a audiência e os clientes das pessoas que estão muito evoluídas nem sempre se conectam com essas pessoas que estão muito acima. É aí que entra a grande oportunidade: esse público remanescente se identifica com aqueles que estão na base, aqueles que estão trilhando o caminho para o sucesso.

Seria uma boa ideia pedir indicações a um amigo que já foi duas vezes a Paris, pois ele poderia compartilhar dicas valiosas e experiências que seriam úteis para aproveitar melhor a viagem.

Documentar sua jornada pode ser uma maneira poderosa de compartilhar suas experiências e aprendizados com outras pessoas que estão em uma posição semelhante. Como disse o autor Austin Kleon, em seu livro “Mostre Seu Trabalho”: “Não importa a natureza do seu trabalho, existe uma arte em fazer o que você faz e existem pessoas interessadas nessa arte, você só precisa apresentá-la da maneira certa”.

Ao documentar sua jornada, você pode se conectar com seu público de uma forma autêntica e criar uma comunidade que valoriza a sua perspectiva. Lembre-se de que mesmo que você ainda esteja no processo de aprendizado e crescimento, você pode ser uma fonte de inspiração e guia para outras pessoas que estão seguindo seus passos.

Eu mesma comecei a criar conteúdo há muito tempo atrás, em 2015, sem um nicho definido. No ensino médio, fiz um vídeo sobre tabelinha de estudos para prova que alcançou 100 mil visualizações. Percebi quão fértil era esse mercado e decidi dar uma chance a esse negócio. Não era a mais inteligente da sala, não me destacava nos vestibulares e não possuía as melhores câmeras, mas eu estava progredindo e tentando chegar a algum lugar. Estava no processo de construção e ainda não tinha chegado ao meu destino final.

Quando sua audiência te vê tentando, eles se identificam com você e percebem que você é uma pessoa real e não apenas um influenciador perfeito e inalcançável. Isso gera empatia e confiança, pois as pessoas se conectam mais facilmente com alguém que passa pelos mesmos desafios que elas.

Além disso, ao ver sua jornada em busca de um objetivo, sua audiência pode se inspirar e motivar a também correr atrás dos próprios sonhos e objetivos. Eles ficam curiosos sobre o que vai acontecer e se tornam parte da sua história, criando assim uma comunidade em torno do seu conteúdo.

Durante o período em que me preparei para o vestibular, infelizmente não alcancei o meu objetivo. Eu não chegou no destino final. No entanto, essa adversidade não destruiu minha presença no Instagram, pelo contrário, eu pude fortalecer ainda mais a conexão com minha audiência.

Existe um caminho a ser percorrido até chegar ao topo e esse caminho é marcado por desafios e dificuldades. Porém, é importante lembrar que todos aqueles que alcançaram o sucesso também passaram por essas dificuldades quando começaram. É através da perseverança e da superação desses obstáculos que é possível chegar ao topo.

Quanto mais difícil for sua jornada até o sucesso, mais você irá gerar conexão com pessoas que buscam solucionar problemas menores, uma vez que você não desistiu no caminho.

Eu não desisti em nenhum momento. Acordava todos os dias e pensava em como melhorar a partir dos meus erros. Buscava formas de acertar. E eu percebi que não devemos sentir medo de mostrar nossa jornada, mesmo com os erros. Final, quanto mais autênticos e humanos formos, mais conexão criamos com nossa audiência.

Em suma, demonstre seu compromisso inabalável na busca pelo seu objetivo final. Como afirmou Winston Churchill, “a coragem é a primeira das qualidades humanas, porque é a qualidade que garante todas as outras.” Revelar-se maior do que seus erros e destacar como você os superou é crucial para o seu crescimento pessoal e profissional. Lembre-se das sábias palavras de Nelson Mandela: “Não me julgue pelos meus sucessos, julgue-me pelas vezes que cai e me levantei de novo.”

Evite exibir uma atmosfera sombria em suas redes sociais e não se queixe constantemente. É fundamental apresentar uma visão equilibrada da vida, destacando tanto os aspectos positivos quanto os negativos. Como Rumi, um grande poeta e filósofo persa, uma vez escreveu: “A ferida é o lugar por onde a luz entra em você.” Assim, procure também as oportunidades de aprendizado e crescimento que surgem em meio aos erros e fracassos.

Estar próximo da base, mas já vivendo ou aplicando os conteúdos que quer transmitir, pode ser um diferencial;

Quem está um passo à frente já passou por obstáculos que o seguidor ainda não percorreu;

Os criadores de conteúdo que estão muito no topo nem sempre geram tanta conexão quanto aqueles que estão mais próximos da base;

Compartilhar tentativas, dedicação e fracassos gera mais conexão com a audiência;

Superar momentos difíceis e transformá-los em escudo inspira a audiência;

Documentar a jornada ajuda o criador de conteúdo a realmente chegar lá;

Mostrar os testes que está fazendo para contornar obstáculos pode ajudar a audiência a não cometer os mesmos erros;

Mostrar que não existe plano B pode fazer com que a audiência veja o criador de conteúdo como alguém focado e persistente.



Aula 3.4

SEJA O ALUNO NÚMERO #1

O poder do exemplo

Se quiser ter resultados no digital, torne-se o aluno número #1

O propósito desta aula é elucidar a importância de sermos o principal exemplo do que ensinamos e praticamos, pois, como Mahatma Gandhi afirmou: “Seja a mudança que você deseja ver no mundo”. Eu me esforço para ser meu próprio aluno número 1 e tenho presenciado resultados excepcionais como consequência dessa abordagem.

Muitos influenciadores, infelizmente, não alcançam o mesmo êxito, pois não vivem de acordo com os princípios que pregam. Ao longo desta aula, exploraremos como podemos nos tornar modelos exemplares para os outros, colocando em prática o que ensinamos e aprendendo continuamente através de nossas próprias experiências e jornadas de auto-aperfeiçoamento.

Se você está falando sobre nutrição, é super importante mostrar sua própria rotina de alimentação e hábitos saudáveis. Se você não faz isso, as pessoas vão notar que você não tá seguindo o que ensina. Se você não for um exemplo, pode acabar perdendo credibilidade e confiança, e isso não é legal pra sua imagem como especialista no assunto. Então, é bom ficar ligado nisso!

Esse erro pode ser fatal porque as pessoas aprendem muito mais observando o exemplo dos outros do que só ouvindo o que dizem. Quando um bebê nasce, ele aprende a se comportar e a agir observando as ações dos pais e das pessoas ao seu redor, e isso é muito mais poderoso do que apenas ouvir palavras.

A mesma coisa acontece em outras áreas da vida, como na autoescola. Os instrutores não se limitam a ensinar a teoria, eles mostram na prática como dirigir. Isso é bem mais eficiente porque, quando você vê alguém fazendo algo, fica mais fácil de entender e aprender.

Então, se você quer ser um bom exemplo e ensinar outras pessoas, mostre como você age e pratica aquilo que fala. Assim, você terá mais sucesso e credibilidade no que faz.

Se você ensina uma técnica, é fundamental ser o primeiro a colocá-la em prática. Isso mostra que você acredita no que ensina e tem experiência real com o método. Filmar e compartilhar isso quase diariamente é uma ótima ideia, porque permite que as pessoas vejam que você realmente aproveita e se beneficia do que ensina.

Além disso, compartilhar aos poucos e ser incansável no seu compromisso em ensinar e praticar mostra dedicação e paixão pelo que faz. Isso ajuda a construir sua autoridade e inspira as pessoas a seguir seu exemplo, aumentando a probabilidade de sucesso tanto para você quanto para aqueles que aprendem com você.

A prática tem muito mais impacto do que a teoria. Desde os primórdios, nós, seres humanos, aprendemos a imitar o que vemos e percebemos antes mesmo de começar a pensar e raciocinar. É natural querer ver algo acontecendo antes de tentar fazer por si mesmo.

No Instagram, realmente, algumas pessoas podem sentir vergonha de mostrar suas ações. Mas é super importante vencer essa barreira para compartilhar sua experiência e inspirar os outros.

Então, para passar a mensagem que você quer transmitir, é fundamental usar todos os recursos disponíveis, como comunicação, didática e, principalmente, agir pelo exemplo.

Se eu digo que a segunda-feira começa no domingo, mostro minha rotina sendo planejada no domingo para provar que vivo o que ensino. Isso faz toda a diferença e mostra que pratico o que ensino nos meus cursos.

A excelência tem início em nós mesmos. Seja um modelo inspirador e pratique aquilo que prega, ensinando com integridade e paixão. Eu registro tanto o meu dia, compartilho minha rotina e uso meu planner de tal forma que, quando alguém os utiliza, já se lembram de mim imediatamente.

Para encerrar, gostaria de compartilhar uma citação inspiradora de Austin Kleon, autor de “Roube Como um Artista”: “Você não precisa ser um gênio. Você só precisa ser você mesmo. Faça o melhor trabalho possível dentro de suas limitações, compartilhe seu trabalho e, acima de tudo, mostre seu trabalho.” Essa citação nos lembra da importância de ser autêntico, dedicado e sempre disposto a compartilhar nossas experiências e conhecimentos com os outros.



Atividade 1: Refletindo sobre a sua prática

- 1) Faça uma lista dos principais temas ou habilidades que você ensina ou compartilha em sua área de especialização.
- 2) Para cada tema ou habilidade, descreva como você os pratica em sua própria vida.

Atividade 2: Compartilhando sua rotina

Crie um plano para documentar e compartilhar sua rotina diária ou semanal relacionada à sua área de especialização no Instagram ou outra plataforma de mídia social.

Pense em maneiras criativas e envolventes de mostrar como você pratica o que ensina.

Considere como você pode abordar a vergonha ou a hesitação de compartilhar sua rotina e suas ações. Liste estratégias para superar essas barreiras.

EXECUÇÃO DIGITAL

COM LUANA CAROLINA