

EXECUÇÃO DIGITAL

COM LUANA CAROLINA

CONHECIMENTOS TÉCNICOS

O GUIA

Como se tornar o *guia* que as
pessoas querem ouvir

Luana Carolina



VOCÊ ESTÁ AQUI



2. O Guia: Como se tornar um guia que as pessoas vão ouvir

✓ Total de aulas (4 de 4)



Aula 2.1 - O medo da opinião alheia: Como construir um emocional resiliente

✓ Video ★ 5,0



Aula 2.2 - Desbloqueando a sua Identidade Digital: Desenvolva a personalidade de um criador de conteúdo de alta perform

✓ Video ★ 5,0



Aula 2.3 - O segredo para ser percebido como autoridade

✓ Video ★ 5,0



Aula 2.4 - Saindo do amadorismo e se tornando um profissional

✓ Video ★ 5,0

COMO SE TORNAR UM
GUIA QUE AS PESSOAS VÃO OUVIR



O GUIA

COMO SE TORNAR UM GUIA QUE AS PESSOAS
VÃO QUERER OUVIR

CONTEÚDOS

Aula 2.1 - O medo da opinião alheia: Como construir um emocional resiliente

Aula 2.2 - Desbloqueando a sua Identidade Digital: Desenvolva a personalidade de um criador de conteúdo de alta performance

Aula 2.3 - O segredo para ser percebido como autoridade

Aula 2.4 - Saindo do amadorismo e se tornando um profissional



Aula 2.1

O MEDO DA OPINIÃO ALHEIA

Como construir um emocional
resiliente



Superando a vergonha: Desenvolvendo confiança e autenticidade para alcançar o sucesso

Tudo que vou ensinar a partir de agora está relacionado à parte técnica dos conceitos que abordamos nas últimas aulas. No entanto, é provável que você enfrente uma barreira perigosa chamada VERGONHA. Portanto, antes de aprender sobre como gravar vídeos, criar conteúdos ou participar de lives, é essencial que você supere esse medo da opinião alheia e mostre ao mundo o seu valor.

Encare esta aula como um refúgio para lutar contra a insegurança de falar em público. A mudança não acontecerá da noite para o dia, mas quanto mais você treinar a mudança de mentalidade, mais segurança terá para alcançar seus objetivos. A mudança ocorrerá gradualmente e a sabedoria estará presente nesses momentos.

Sempre que se sentir intimidado pelo que ouviu de alguém próximo ou de desconhecidos, retorne a esta aula e renove seus compromissos consigo mesmo e com seus sonhos. Ninguém pode parar uma pessoa determinada, nem mesmo a vergonha ou a opinião alheia.



Antes de começar, reflita sobre esta pergunta: O que é maior - seu sonho ou sua vergonha? Outro pensamento que quero apresentar é do famoso escritor Aldous Huxley, que diz: “Os fatos não deixam de existir só porque são ignorados”. Você não pode pensar que um fato da sua vida deixará de existir só porque você não lhe dá atenção. Se existirem obstáculos no seu caminho e você tentar seguir outra direção apenas para evitá-los, isso não fará com que o obstáculo desapareça. Ele continuará lá, em seu caminho.

A conclusão a que chegamos até aqui é que o principal motivo que faz as pessoas desistirem de criar conteúdo é o medo do que vão pensar. Isso é um obstáculo no caminho. Isso é um fato. Vergonha é vergonha, e ponto final. Os motivos podem ser vários, mas o problema é a vergonha e o peso que você dá à opinião alheia. O problema nunca foi a internet.

O fato de você não criar conteúdo por causa da vergonha não faz com que ela desapareça da sua vida. A vergonha continuará dominando sua vida por muito tempo e pode até prejudicar outros sonhos no futuro.

A exposição digital é um cenário, e uma etapa para enfrentar esse cenário é se expor. Em qualquer situação, como uma reunião de equipe na sua empresa, a exposição estará presente.



Quote

**Os fatos não deixam de
existir só porque são
ignorados**

Aldous Huxley



Erradicando a erva daninha da vergonha: Como lidar com opiniões alheias e prosperar no mundo digital

“Ou você será uma pessoa que será prejudicada por essa vergonha pelo resto da vida ou você superará a vergonha para viver o seu sonho.” A erva daninha é a vergonha, e ela está lá. Não adianta plantar qualquer coisa, pois ela morrerá porque a erva daninha está presente. Todas as pessoas que alcançaram resultados extraordinários lidam muito bem com a opinião alheia e a vergonha.

Pare para analisar: você não tem vergonha de criar conteúdo; você não sabe lidar com a opinião dos outros. Se você tem o sonho de prosperar no mundo digital, é preciso abandonar a erva daninha chamada vergonha.



Vou explicar por que você sente vergonha:

- É um mecanismo de defesa;
- Nossos ancestrais que viviam em grupos em ambientes extremos lidavam muito bem com o trabalho em equipe e sobreviviam, mas se fossem expulsos do grupo, corriam o risco de morrer;
- Anos de evolução moldaram nossa mente para querer “agradar” o grupo, evitando ser “expulso” dele;
- O ser humano é um animal social, e as cadeias de compartilhamento de informações são vitais para a sobrevivência da espécie. Isso está em nosso DNA;
- Esse conhecimento acumulado faz parte do nosso desenvolvimento, e nos leva a querer agradar o grupo para fazer parte do círculo social;
- Naturalmente, temos o desejo de ser boas pessoas, esperando que os outros também sejam recíprocos por natureza. Isso é natural;



- O medo é importante para alertar o corpo e evitar “machucados”, mas o medo desequilibrado pode prejudicar seus resultados;
- Acabamos deixando de fazer coisas, preocupados com o que os outros vão falar: “Vão rir de mim”, “vão falar do meu-trabalho”.

Por exemplo, imagine que você é confeitadeira e quer mostrar como faz seu bolo na internet. Você pode deixar de gravar o vídeo porque “acha que não está muito bom” ou se preocupar com o que vão achar do seu bolo que “está meio feio”. “O que eles vão pensar?” Mas pense: quem são “eles”? Por que nos importamos tanto com “eles”?

Pense nas pessoas do seu passado... onde estão? O que fazem da vida? Sinceramente, eu não me lembro de nada delas; foi passageiro. Pessoas passam. Eu só me lembro que sentia muita vergonha na minha época de escola.



Imagine se eu deixasse de fazer o que queria por me preocupar com a opinião dessas pessoas? 1) Eu não estaria aqui hoje; 2) Eu nem sei mais quem são essas pessoas. Hoje, desfruto do que o longo prazo de constância me trouxe. Quando o tempo passa, as pessoas acabam se tornando irrelevantes, pois naturalmente nos afastamos da maioria delas.

Existem pessoas que sabem quem você é e outras que não sabem. Essas últimas vão esquecer você facilmente, pois têm coisas mais importantes para fazer do que pensar em você.

O “Spotlight Effect” é o nome dado à supervalorização que as pessoas dão ao possível julgamento que outras fazem sobre elas, acreditando que são julgadas com maior frequência ou intensidade do que realmente são. Ninguém está prestando tanta atenção em você. Somos egoístas e, muitas vezes, nos preocupamos mais conosco do que com os outros.

Pode ser duro ouvir isso, mas você não é tão importante para outras pessoas. Você não ocupa tanto espaço na cabeça delas quanto imagina. As pessoas não estão tão obcecadas por você e nem vão ficar pensando em você 24 horas por dia.



EFEITO HOLOFOTE

O "Spotlight Effect" (Efeito Holofote) é um fenômeno psicológico que faz com que as pessoas acreditem que estão sendo observadas e julgadas mais do que realmente estão.

Isso ocorre porque tendemos a superestimar o quanto os outros estão prestando atenção em nós e nossas ações.

Essa percepção exagerada pode levar ao aumento da ansiedade e inibição social, afetando negativamente a autoconfiança e a capacidade de agir naturalmente em diversas situações.



A vergonha é um sinal de imaturidade, e conforme envelhecemos, tendemos a nos preocupar menos com isso. As pessoas esquecem! Elas podem até notar algo, mas vão esquecer eventualmente.

Um story seu gravado no aeroporto é tão irrelevante quanto um grão de areia na praia. Qual foi a última vergonha que você passou? Acha mesmo que as pessoas ainda estão pensando nisso ou conversando sobre isso? Dificilmente quem chegou ao “topo” vai rir de quem “está tentando”. Quem ri é quem não chegou lá.

Considere o exemplo do pianista Ludovico Einaudi: você acha que ele riria de um colega que cometeu um erro na frente dos outros?

Todos têm suas inseguranças: “Ah, eu não sou bom!”, “Eu gaguejo muito”, “Meu cabelo está ruim”. Eu só falo bem porque treinei muito para falar bem! Todo mundo começa sem muita experiência em comunicação. O fato é que você vai passar por momentos de vergonha, mas a forma como lida com isso é o que muda tudo. Ou seja, não importa o que os outros vão pensar! As consequências disso não serão graves!



Saiba separar o que é realmente um problema. Nem tudo é um problema. Gravar um story não é um problema. As pessoas que zombam de você realmente sabem algo sobre o que você está falando? Quem são elas?

Alguns comentários podem ser ponderados. Pessoas que você admira podem ajudá-lo a melhorar na área em que você atuará. Continue, mesmo com vergonha!

Pare de se preocupar com pessoas que não fizeram nada para serem admiradas por você. Pessoas que você admira nunca diriam algo ruim para desestimular você! Bloqueie essas pessoas da sua vida! Afaste-se delas! Suas redes sociais são seu palco, e isso é intrínseco à sua essência.

Aprenda a ter equilíbrio para lidar com essas pessoas. Tenha uma inteligência emocional resiliente. Se você cair, levante-se imediatamente. Vale a pena deixar a insegurança atraparilhar seus sonhos?

Continue, todos os dias. Assuma seu papel como criador de conteúdo e leve seu trabalho a sério. Lembre-se da história da águia e do urubu. O urubu quer derrubar a águia, mas ela tem foco e voa muito mais alto que o urubu. A águia tem estratégia, atitude e foco.



Dessa forma, encare cada desafio e supere a vergonha para realizar seus sonhos no mundo digital. Aprenda com seus erros, e não permita que a opinião alheia dite seus caminhos.

“O medo é uma reação; a coragem é uma decisão.” - Winston Churchill

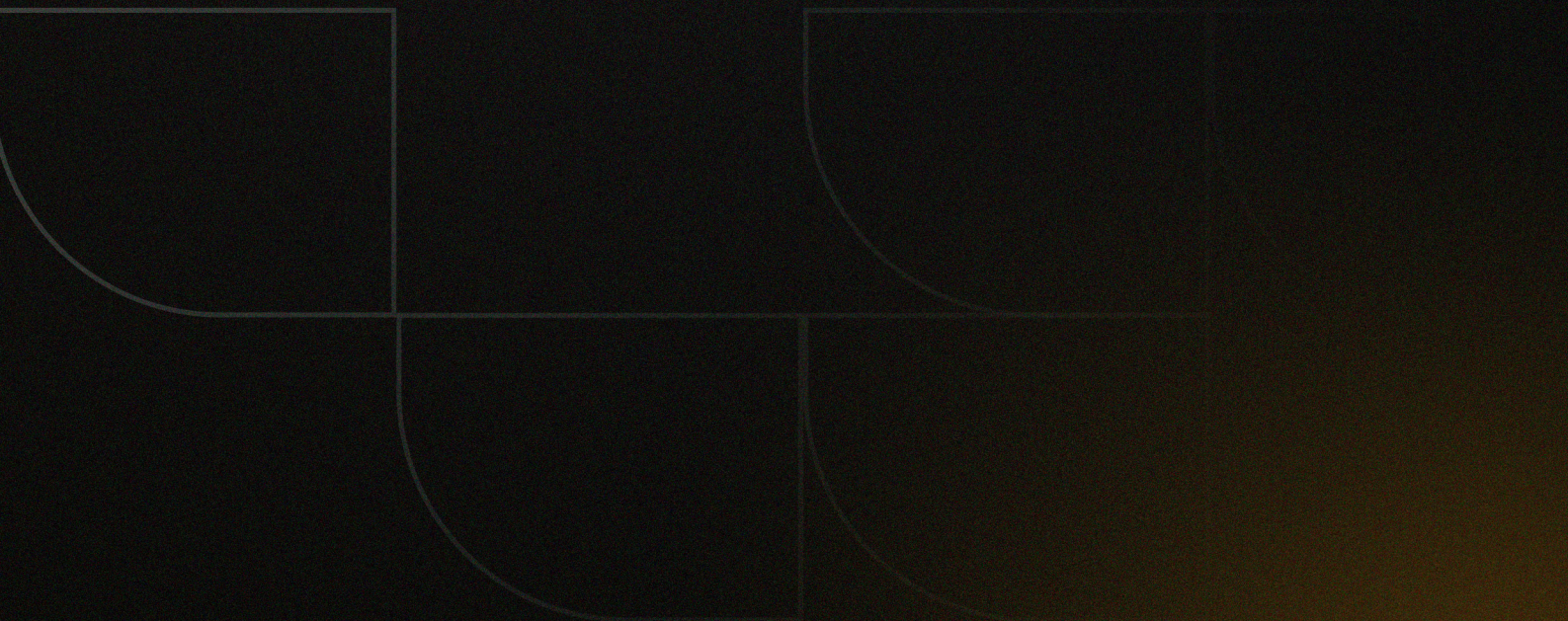
Essa citação do ex-primeiro-ministro britânico nos lembra que é preciso escolher enfrentar nossos medos, como a vergonha de falar em público, e optar pela coragem ao invés de sermos dominados pelo medo.



Aula 2.2

DESBLOQUEANDO A SUA IDENTIDADE DIGITAL

Desenvolva a personalidade de um
criador de conteúdo de alta
performance





Despertando o criador de conteúdo: Transforme sua mentalidade e alcance o sucesso

Esta aula pode mudar sua trajetória, assim como todas as seguintes, mas esta pode ser o pontapé inicial. Será quase como uma conversa, pois foi o que funcionou para mim e continua funcionando até hoje. Todas as pessoas que eu admiro se veem como um guia e assumem a identidade de criador de conteúdo, não apenas como produtores de conteúdo simples, mas excelentes criadores. Essa é a profissão deles.

Um dos maiores problemas hoje é que não levamos a sério a ideia de nos enxergar como “criadores de conteúdo”. Parece inofensivo dizer “vou dar uma de blogueira hoje”, mas você está comunicando à sua mente que está apenas fingindo ser um criador de conteúdo. Se você achar que está apenas brincando de ser um criador, não terá todas as habilidades necessárias para ser um verdadeiro criador de conteúdo. É preciso romper com essa ideia de “estou fingindo que estou trabalhando com a internet”. As pessoas bem-sucedidas se enxergam inteiramente como criadores de conteúdo; elas não “estão sendo criadoras de conteúdo”, elas “são criadoras de conteúdo”. Se você não levar sua profissão a sério, quem vai levar?



Quote

**Hábitos são muito fracos
para serem percebidos até
que se tornem muito fortes
para serem desfeitos.**

Samuel Johnson

Adaptação



Para ser um criador de conteúdo de sucesso, você precisa ter habilidades como: comunicação, carisma, entre outras. Quando falo em “desbloquear sua identidade digital”, estou falando de desbloquear os atributos e habilidades que sua profissão possui.

Veja um exemplo: um advogado que se vê profissionalmente como um bom advogado sabe que é bom em oratória, tem traços persuasivos e uma boa comunicação em geral. Quem não se enxerga como um bom advogado não consegue desenvolver todas as habilidades necessárias para ser um.

Se eu quero ter resultados no meu Instagram, preciso gravar vídeos e ser desinibido ao falar com uma câmera. Um médico, a partir do momento que se vê como tal, absorve a identidade de alguém com uma responsabilidade muito grande, pois lida com vidas. Você precisa ser a primeira pessoa a levar-se a sério.

“Ah, Luana, minha família não me leva a sério...”



Levando a sério: Como a mentalidade certa impacta o sucesso em todas as áreas da vida

Normalmente, essas pessoas estão apenas replicando o que você passa para elas. Ou seja, se você não levar a sério, dificilmente as outras pessoas levarão. Você precisa comunicar no seu dia a dia que isso é seu trabalho, alimentando a mente delas com a ideia de que isso é o seu trabalho. Isso ficará óbvio para as pessoas quanto mais você falar.

Aplicar esses conceitos na academia trouxe resultados muito bons para mim, mas não foi fácil no início porque eu não me enxergava como um bom “aluno”: “Ah, mas eu não sou um atleta...”. Eu saía da minha mente e me olhava de fora: “Ah, por que você está tentando tanto? Você nem consegue fazer um exercício direito”.

É aqui que erramos, e foi aí que eu errei. É preciso levar a sério tudo que você faz. Quando comecei a confiar mais em mim, os resultados vieram de forma natural, porque eu levei a sério o que estava fazendo. Ir à academia é apenas um exemplo, mas isso pode ser aplicado a qualquer área da sua vida.



A partir do momento em que, na academia, mesmo sem ter os atributos, comecei a agir como um “bom aluno”, me levei a sério. Agi como se já fosse um bom aluno. Fingi ser um bom aluno até me tornar um. Me enxerguei como tal. Parei de me julgar e voltei à realidade.

Nós somos as primeiras pessoas a apontar o dedo para nós mesmos. Por isso, você precisa se respeitar e não pode achar que está “só” brincando.

Vejamos: “Ah, eu não sou bom o suficiente, Luana, sou uma mentira?” É um sistema lógico. Um bebê não sabe falar, andar, ir atrás da própria comida. Não é por isso que vamos apontar o dedo para ele dizendo que ele não é um ser humano. Os atributos de um ser humano são infinitos; algumas habilidades nós desenvolvemos. Um bebê precisa de tempo para aprender e exercer todo o potencial que terá como ser humano. Você, desde o começo, pode ter sim a identidade de um criador de conteúdo; você só precisa desenvolver esse potencial. Precisa de prática para dar vida a esse potencial. Então, se você não começar, nunca será.



Você pode até não ter as habilidades que precisa, mas se agir como “se fosse”, vai começar a aprender de forma intrínseca e passará a agir como quem deseja ser. Eu não sou um criador de conteúdo só quando pego o celular.

A identidade é algo que eu tenho por completo, em qualquer lugar, a todo momento.

Um empresário não deixará de ser um empresário fora da empresa dele. Ele vai transbordar as habilidades de um bom empresário em qualquer lugar que vá.

Um leão age como um leão. É intrínseco ao ser humano. Pense em um pintor de telas, como Leonardo da Vinci: na igreja, na praia, no estúdio, em casa, ele continua sendo quem ele é – criativo, genial, inventor. Seus instintos continuarão aguçados.

Seja genial em qualquer momento.

Ser um bom piloto requer habilidades acima da média, habilidades que acabam se tornando parte da natureza da pessoa, como ser precavido.



SEJA GENIAL

Para ser genial em qualquer momento, é fundamental desenvolver a habilidade de pensar de forma criativa e aberta, manter-se curioso e disposto a aprender continuamente, e cultivar a resiliência diante de adversidades.

Além disso, é importante praticar a empatia, a comunicação eficiente e a adaptabilidade às mudanças. Esses elementos combinados irão ajudá-lo a brilhar em diferentes situações e a alcançar o sucesso tanto pessoal quanto profissional.



Habilidades de um bom criador de conteúdo incluem comunicação, entendimento do comportamento humano e carisma. Imagine que você vai ao cinema com seu namorado:

- Um criador de conteúdo não assistirá a um filme apenas como um espectador;
- Ele verá coisas além do filme e fará perguntas.
- Por que tal personagem fala assim? Por que age assim?

O que faz ele chamar atenção?

Começamos a ter um olhar diferente sobre o mundo quando assumimos a identidade de criador de conteúdo. Passamos a nos perguntar como as coisas do mundo são: “Por que essa pessoa se comunica tão bem?” “Como um criador de conteúdo faria isso?”

Na academia: “Como um atleta faria isso?” Eu procuro referências daquela identidade: “Como atletas de alta performance dormem?”, “Como eles se alimentam?”, “Qual é a rotina deles?”

Eu me ancoro ao extremo: “Como minha referência agiria agora?” “Será que um atleta comeria uma pizza de manhã cedo?”



Busque por referências, procure um criador de conteúdo de referência. O que eles fazem? O que eles fariam? Em uma viagem, será que tal pessoa compartilharia isso? É questão de hábito.

“Hábitos são fracos demais para serem percebidos até que se tornem muito fortes para serem desfeitos.”

Eu não percebo que os hábitos estão presentes quando naturalmente já faço o que faço. Isso vale para hábitos bons e ruins.

Pense na sua referência. O que ela faria em um grupo de pessoas? Ela ficaria calada ou falaria? Cativaria as pessoas?

Comece agindo como se você fosse alguém incrível, transparea as habilidades que precisa para ser um bom criador de conteúdo. Normalmente, somos nós que apontamos o dedo para nós mesmos, você não pode se desrespeitar. Você precisa de tempo para aprender e desenvolver o potencial que tem. A identidade é algo que temos por completo, por isso, um bom criador de conteúdo não é apenas um bom comunicador, criativo e carismático quando pega o celular para gravar, ele é assim o tempo todo, e suas habilidades transbordam naturalmente em todos os momentos.



Que dificuldades você vai enfrentar?

Você terá vergonha e achará que isso não é para você!

Transborde suas habilidades, afaste-se de pessoas que te puxam para baixo. Saia desse ambiente, é natural ser um pouco ruim se você começou agora, mas você se tornará BOM, e é o treino que vai fazer você chegar lá. Além disso, acompanhe sua execução, você está fazendo sua parte, buscando o seu objetivo, é só questão de tempo para você chegar lá.



Aula 2.3

O SEGREDO PARA SER PERCEBIDO COMO AUTORIDADE



Quero que você compreenda a ideia geral por trás da autoridade. Não pretendo oferecer “atalhos” para se tornar uma autoridade, mas sim dar a você a capacidade de enxergar todo o contexto geral necessário para ser uma. Se você entender as raízes da autoridade em um negócio digital, saberá aplicar de forma natural tudo o que eu vou explicar. Você não se limitará ao que vou ensinar; será muito mais autêntico.

Lembre-se da aula sobre o método guia, na qual expliquei por que as pessoas escolhem guias. Elas querem reduzir a insegurança e alcançar seus objetivos mais rapidamente (segurança e praticidade).

A autoridade está diretamente relacionada a isso. Se eu escolho respeitar alguém, é porque entendo que essa pessoa sabe algo que eu não sei e que ela pode me ajudar a alcançar meus objetivos de forma segura e rápida. Quando alguém escolhe você como guia, essa pessoa já o vê como autoridade. Autoridades sabem coisas que você não sabe.

Quebre a ideia de que precisa de resultados extraordinários para ser uma autoridade. Sua audiência o verá como autoridade quando souber que pode confiar em você e quando você se tornar o guia dela.



Como alguém escolhe um guia? Pergunte-se o porquê das coisas:

- Imagine um vídeo que você assistiu do início ao fim e que prendeu sua atenção. Não o veja de forma passiva; comece a se perguntar: “Por que esse vídeo me prendeu até o fim?”
 - “Por que eu cliquei nesse assunto?”
 - “Por que escolhi o planner da Studies em vez da Cis, Tilibra?”
 - “Por que acompanho essa pessoa?”
 - “Por que sinto que ela é uma autoridade?”

Comecei a me perguntar por que vejo autoridade nas pessoas que considero autoridades. O caminho natural é perguntar: “Como eu gero autoridade?” Mas precisamos inverter o caminho: “O que leva o outro a me ver como autoridade?” Faça essas perguntas sem esperar que os outros as respondam.

Pergunte-se: “Por que comprei esse curso?”

- “Por quê? Por quê?”
- As pessoas não gostam de tomar decisões sem ter motivos para isso.
- Primeiro, elas decidem que querem tomar uma decisão e, depois, buscam motivos que as validem.



Exemplo: “Quero comprar um carro.”

- Motivos: “Pegar transporte público é muito ruim.”

Digamos que eu queira aprender algo novo e comece a procurar pessoas que me ensinem. Como nossa mente escolhe alguém? Com base em informações. Nossa mente precisa de informações para escolher alguém como guia. Ela processará várias informações antes de decidir quem escolher.

Nossa mente busca pontos de informação nos quais nos agarramos para tomar uma decisão. Precisamos de motivos para tomar decisões. Imagine que existam três criadores de conteúdo que ensinam o que você quer aprender. Como tomamos a decisão, com base nesses pontos de informação, de quem escolher como guia?

São elementos, atitudes e coisas em geral que nos fazem deduzir e criar analogias, levando-nos a pensar que “essa pessoa é melhor que a outra”. Escolhemos quem tem mais autoridade e, para isso, começamos a tirar conclusões.



- Se o perfil X tem 100.000 seguidores e o Y tem 1.000.000, isso é um ponto de informação. Rapidamente, pensamos: “Quem tem mais seguidores significa que mais pessoas escolheram acompanhar”, e isso acontece de forma muito rápida no nosso cérebro. “Com base nas experiências que já tive e nas informações que possuo, o perfil X parece entender mais do assunto que o perfil Y”.
- Imagine um restaurante lotado e outro vazio; você não sabe o motivo de um estar cheio e o outro vazio, MAS isso ainda é um ponto de informação. Se você não tem outro motivo ou outro ponto de informação, pensa: “Se esse restaurante está lotado, é porque ele é melhor, pois nos restaurantes cheios que frequento geralmente são muito bons”.

Outros pontos de informação:

- Quantidade de seguidores
- Foto de perfil
- O que está escrito na bio
- Destaques
- Links
- Quantidade de postagens



Isso por si só não prova nada, mas se eu tiver apenas esses pontos de informação, tomarei decisões com base neles. Alguns pontos de informação têm mais relevância que outros. Por exemplo: preciso fazer uma cirurgia urgente, e há dois médicos disponíveis. Um é novo e se formou em Harvard (formação recente). O outro tem mais de 30 anos de experiência e se formou em uma faculdade comum. Mesmo que o diploma de Harvard seja muito prestigioso, nesse cenário, a experiência vale mais. Meu ponto de informação será a quantidade de cirurgias que cada médico realizou.

O que gera autoridade é relativo; tudo depende do contexto em que os pontos de informação estão inseridos. Com base nas experiências do seu público, eles podem interpretar pontos de informação de maneiras diferentes.

Pergunte-se: o que é importante para meu público? Qual ponto de informação faz com que minha audiência me veja como uma autoridade?

Outras perguntas: minha comunicação e imagem pessoal estão colaborando para convencer minha audiência sobre o que ofereço a eles?



Você não tem tempo ilimitado para provar às pessoas que é bom em algo. Devemos observar os pontos de informação que exibimos para as pessoas ao nosso redor. A comunicação não verbal é muito importante; a mente das pessoas faz analogias e conclusões rapidamente.

Você deve dar a chance para as pessoas saberem, em milésimos de segundo, quem você é; seus pontos de informação precisam estar muito claros. A imagem precisa ser harmônica e coerente; antes de ouvirmos alguém, nós vemos.

A primeira impressão influenciará tudo o mais e mudará todo o julgamento alheio. Existem pessoas que exalam autoridade sem abrir a boca; os pontos de informação delas ficam evidentes. Por exemplo:

- Quem segue essa pessoa;
- O que falam dela;
- Com quem ela anda.

Gerar autoridade:

- Anote quais pontos de informação precisa entregar:
- Como se veste, como se comporta, o jeito que olha (firmeza no olhar), como se comunica, como fala, etc.



- É natural julgar e tomar decisões precipitadas apenas com base na primeira impressão. Esse é o *modus operandi* das pessoas.
- Seus resultados precisam se tornar pontos de informação que cheguem rapidamente às pessoas (Bio, foto, etc). A foto de perfil gera autoridade.
- A primeira impressão é a que fica. Ela influenciará todo o resto do julgamento alheio. É preciso gerar coerência; a coerência e a harmonia proporcionam segurança. Se algo está incoerente, você não confia 100%. Por exemplo: em minha mente, já tenho um exemplo de como “deveria” ser um bom advogado. Se aparece um advogado de moletom, já posso achar aquilo incoerente.

O discurso precisa estar alinhado com tudo que você é. Além de ter resultados, você precisa expor o resultado, transmitir segurança e mostrar o máximo de pontos de informação. Quanto mais informações você proporcionar à sua audiência, mais ela o verá como uma autoridade e terá chances de escolher você como guia.



São infinitas possibilidades de gerar esses pontos de informação que validarão como sua audiência o vê.

Percebendo essas coisas, você gera autoridade. Pergunte-se:

- Como estou me vestindo?
- Como estou agindo?
- Com quem ando?
- Meu perfil está harmônico e coerente com tudo que falo?
- Alinhe sua comunicação com os pontos de informação que seu perfil exhibe para quem verá seu trabalho.
- A harmonia dos fatos gera segurança.
- Não siga um padrão. Analise a audiência que deseja atingir e o que ela valida como ponto de informação.

Pontos de informação importantes: como falo, como me visto, como me comporto, como estão os ombros, a firmeza no olhar, com quem ando. A coerência gera segurança e segurança é preciso ser criada no primeiro instante.



CONSTRUA SUA AUTORIDADE NO DIGITAL

Em suma, construir autoridade no mundo digital é um processo que envolve compreender a importância dos pontos de informação e como eles impactam na percepção da sua audiência. A chave para o sucesso é garantir que a comunicação, a imagem pessoal e os resultados estejam alinhados e harmoniosos, proporcionando segurança e confiabilidade àqueles que buscam um guia.

Não se limite a seguir um padrão estabelecido. Adapte-se à audiência que deseja atingir e identifique os pontos de informação que são relevantes para ela. Ao fazer isso, você estará criando uma base sólida para se estabelecer como uma autoridade no seu nicho e, conseqüentemente, atrair e reter seguidores leais.

Lembre-se sempre de que o caminho para se tornar uma autoridade começa com uma autoanálise sincera e a busca contínua pelo aperfeiçoamento. Com dedicação, empatia e conhecimento, você estará pronto para guiar outros em suas jornadas e alcançar o sucesso que tanto almeja.



Aula 2.4

SAINDO DO AMADORISMO E SE TORNANDO UM PROFISSIONAL





Transformação e dedicação: A jornada do amadorismo à maestria na era digital

“A maneira como você faz uma coisa, é a maneira como você faz todas as coisas”

Todas as aulas até agora focaram em você, para realizar ajustes, superar a timidez, e desbloquear sua identidade digital. Há uma diferença significativa entre o amador e o profissional: o amador não é visto como autoridade nem referência e não consegue prosperar financeiramente como um profissional.

Tomemos como exemplo o nicho da música: há o cantor que leva a carreira a sério e o que canta apenas ocasionalmente. O primeiro encara sua profissão seriamente e gera renda com isso. Portanto, quanto mais ele aprimora seu talento, mais dinheiro vai gerar com o fruto de seu trabalho.

No início, eu era muito amadora, sem consistência e agindo como tal. Porém, comecei a perceber que meu futuro e minha renda viriam do meu trabalho na internet, e não apenas do Instagram, mas da internet em geral. Assim, tornei-me mais profissional e os resultados dessa mudança começaram a aparecer.



Quote

**A maneira como você faz
uma coisa, é a maneira
como você faz todas as
coisas**

T. Harv Eker



A chave do sucesso digital: Adotando o profissionalismo e a disciplina na jornada empreendedora

O profissionalismo exige organização, seriedade, rigidez e constância. Portanto, a primeira e mais importante regra é: se você quer ganhar dinheiro com o digital, precisa agir como um profissional.

Observe seu trabalho e diga a si mesmo: “Quero enriquecer com isso, com meu Instagram, com meu canal no YouTube”. Pergunte-se, “O que um diretor de uma multinacional faria?” Ao pensar em alguém nessa posição, imaginamos um escritório, uma secretária e um ambiente sério. Há várias formas de ganhar dinheiro que não envolvem essa estética, mas vamos usar esse exemplo. Pense na Volvo e pergunte-se: “O que o diretor da Volvo faria?” Ele acorda cedo?

Quando começar a ganhar dinheiro com seu trabalho, isso será seu negócio digital, e você será seu próprio chefe. Porém, isso não significa que poderá fazer o que quiser. Resultados excelentes exigem uma vida de excelência. Você não terá horário de almoço nem de descanso fixos. Precisa criar uma rotina que funcione para você e entender que a super liberdade não existe.



Pessoas bem-sucedidas seguem um padrão de como fazer e o que fazer, tendo compromisso e rigidez com seu trabalho. Para criar um negócio online, é necessário ter rotina e organização. Como você se veste para trabalhar em seu negócio? Fica de pijama o dia inteiro? É assim que trata seu trabalho?

Cumpra os prazos que estabelece para seus projetos e comprometa-se com sua agenda. Uma tarefa se estende ao prazo que você define para ela; portanto, se colocar dois meses para fazer algo, levará dois meses. Se colocar duas horas, fará em duas horas. É preciso ter disciplina e resiliência.

Respeite-se mais do que respeitaria um chefe importante. Desassocie tudo que remete ao lazer quando estiver no momento de trabalho. Outra coisa que separa o amador do profissional é o comprometimento. O amador faz algo apenas por amor, mas o amor e a paixão acabam. Seja movido pelo compromisso, ame seu negócio, mas acima de tudo, tenha comprometimento.

Você precisa construir um estilo de vida que sustente o compromisso com seu trabalho. Não adie seus sonhos criando barreiras ou problemas que atrapalhem as tarefas que o levarão até eles.



É fundamental começar e terminar, não deixe para depois. A construção do seu negócio digital é um processo que exige várias etapas e tarefas que o levarão ao sucesso. Entretanto, se desistir no meio do caminho, jamais poderá desfrutar do sabor de uma vida constante e das vitórias que o fruto do seu trabalho pode trazer, se você se comprometer a fazer o que DISSE que ia fazer. Você precisa terminar o caminho para conhecer todo o caminho. Não pode desistir no meio.

Pense na CEO do Boticário: ela não deixaria de ir trabalhar só porque acordou com olheiras no dia seguinte. Assim como você não pode deixar de fazer algo só porque acha que não está legal ou que não está pronto.

Você gostaria de associar a sua imagem pessoal com a de uma pessoa com a qual não gostaria de ser relacionada? Isso vale para amizades. Você manteria uma amizade com alguém que prejudica a sua imagem pessoal? É o seu trabalho e sua imagem que estão em jogo.



Um livro que exemplifica e aprofunda os conceitos discutidos acima é “A Guerra da Arte”, de Steven Pressfield. Nesta obra, o autor explora a batalha interna que todos enfrentamos ao tentar alcançar nossos objetivos e superar a resistência à criação e realização de nosso trabalho. Pressfield destaca a importância de encarar nossos projetos com seriedade, comprometimento e abordagem profissional, assim como mencionado anteriormente. Ao enfrentar a “guerra” diária contra a procrastinação, a dúvida e o medo, podemos vencer a resistência e trilhar o caminho do sucesso em nossos empreendimentos. A leitura deste livro pode ser uma ferramenta valiosa para quem busca inspiração e orientação no desenvolvimento de uma postura profissional e comprometida em seus projetos e negócios digitais.

Em resumo, para alcançar o sucesso no mundo digital, é crucial agir como um profissional, ter comprometimento, organização e disciplina. Crie uma rotina que funcione para você e entenda que a super liberdade não existe. Trabalhe com paixão, mas, acima de tudo, mantenha-se comprometido com seu negócio e seus objetivos.

EXECUÇÃO DIGITAL

COM LUANA CAROLINA