

Aula 14/03

O que gera conexão
em um texto?

Carolina Lucchetti

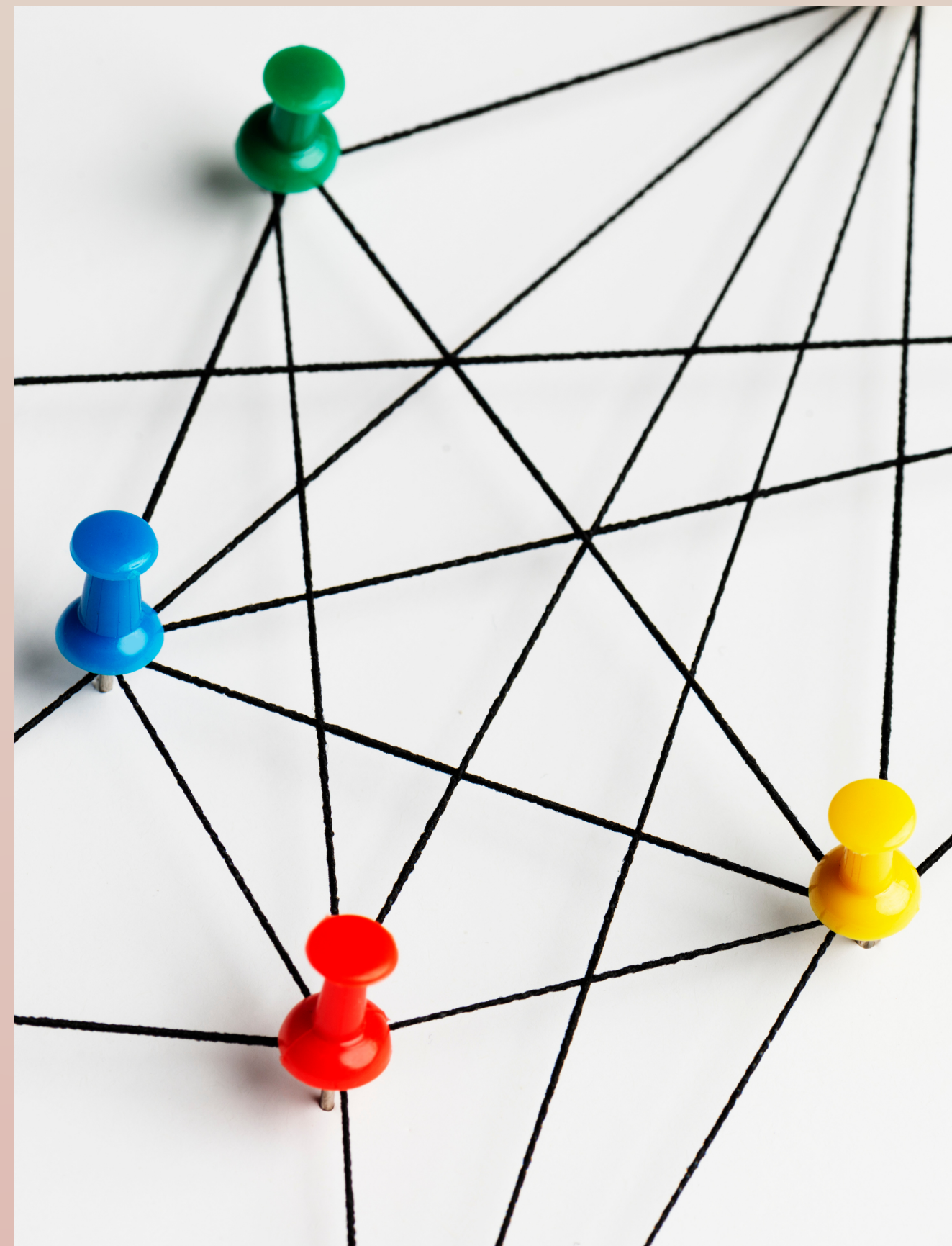


O que é, de fato, conexão?

1. ligação, união, vínculo.
2. relação lógica ou causal; nexos, coerência.
"perceber a c. entre os dois princípios"

Quando pesquisamos nas imagens, o que aparece primeiro são pontinhos ligados.

Entender o que a gente associa à conexão é essencial para criar, de fato, uma conexão no seu texto.



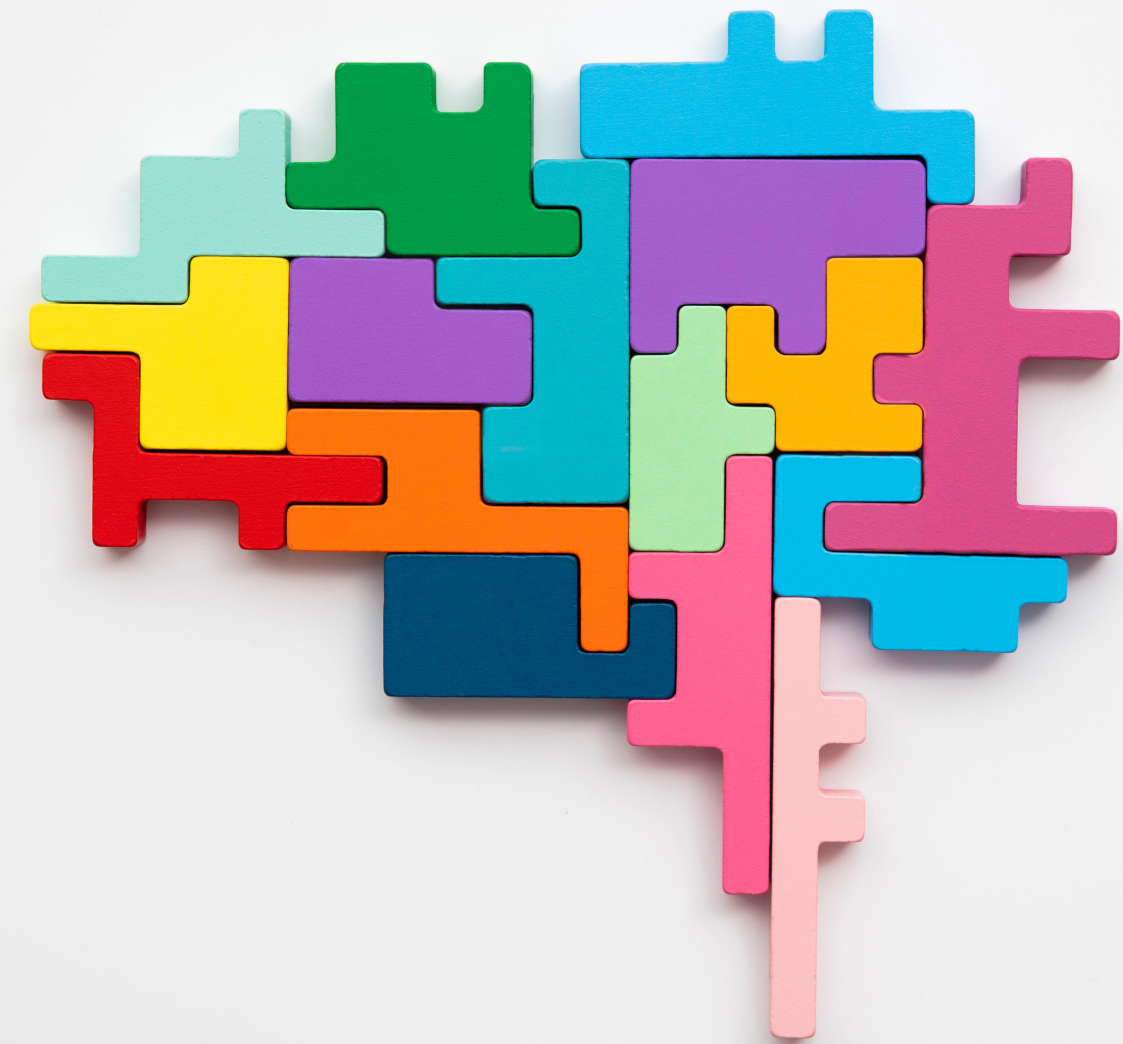
Significado de conexão

Vou começar pelo ponto 2 do significado que o dicionário define, pois ele é mais curtinho.

"Relação lógica ou causal; nexo, coerência."

Para um texto gerar conexão, ele precisa fazer sentido. Se não, a pessoa fica tentando reler (se é que tenta) e desiste porque não está entendendo nada.

CLAREZA é um ótimo sinônimo.



Significado de conexão

Agora, vamos para a parte mais extensa da explicação. O dicionário define conexão também como "ligação, união, vínculo".

Ou seja: o que você está escrevendo tem ligação com o que o leitor está sentindo/vivendo.

Por exemplo: vamos supor que eu tenho um perfil que fala de maternidade e vende consultoria de sono para bebês até 2 anos. Vamos supor também que o Augusto caiu nesse perfil e foi ler um post.

Esse texto não vai gerar NENHUMA conexão com ele, que não tem filhos e nunca vai ser mãe.

Temas que conectam

Usei um exemplo bemmm extremo, mas é pra você entender a importância de criar conteúdo direcionado para o seu cliente.

Se o texto não trata pontos relevantes para o seu cliente, não importa quão bem escrito ele foi, não vai gerar conexão.

Então, antes do texto em si, é preciso analisar muito bem a persona (se o cliente não contratou persona, peça pra ele descrever o máximo possível quem ele atende. Se ele puder fazer uma pesquisa de público nos stories, com enquete mesmo, melhor ainda).

A partir da persona ou do público alvo, começamos a ter um direcionamento para definir os próximos passos.

Os próximos passos

Sabendo quem é o cliente, começamos a pensar em:

- Bio
- Destaques
- Temas do calendário
- Datas e horários dos posts
- Formatos dos posts
- Stories
- Tipo de linguagem
- CTAs



Agora é a vez do texto

Depois de definir tudo isso, vamos para o texto em si que é o tema da nossa aula.

Ah, como essa aula é de copy: vai para o módulo "Princípios básicos de copy".

No texto, eu sigo alguns princípios para não ficar olhando pra tela em branco até surgir uma inspiração kkkkk. Isso acontecia muitooo antes de eu desenvolver esse método, o que me atrasava demais, pois eu demorava horrores pra começar a legenda... Imagina pra concluir?

Então, vamos lá:

4 tipos de conteúdo

Problema
Dúvida
Dificuldade
Desejo

Vamos começar entendendo o objetivo de cada post, assim fica mais claro na hora de escrever o texto.

O post do próximo exemplo é um problema que eu enfrentei.



Método ORC: objetivo

- Objetivo: começo o texto falando porquê aquele post está sendo feito. Isso traz personalidade para a escrita, pois todo motivo é pessoal e o texto nunca vai começar da mesma forma. Também é incrível para trazer contexto para o post, gerando a desejada conexão.

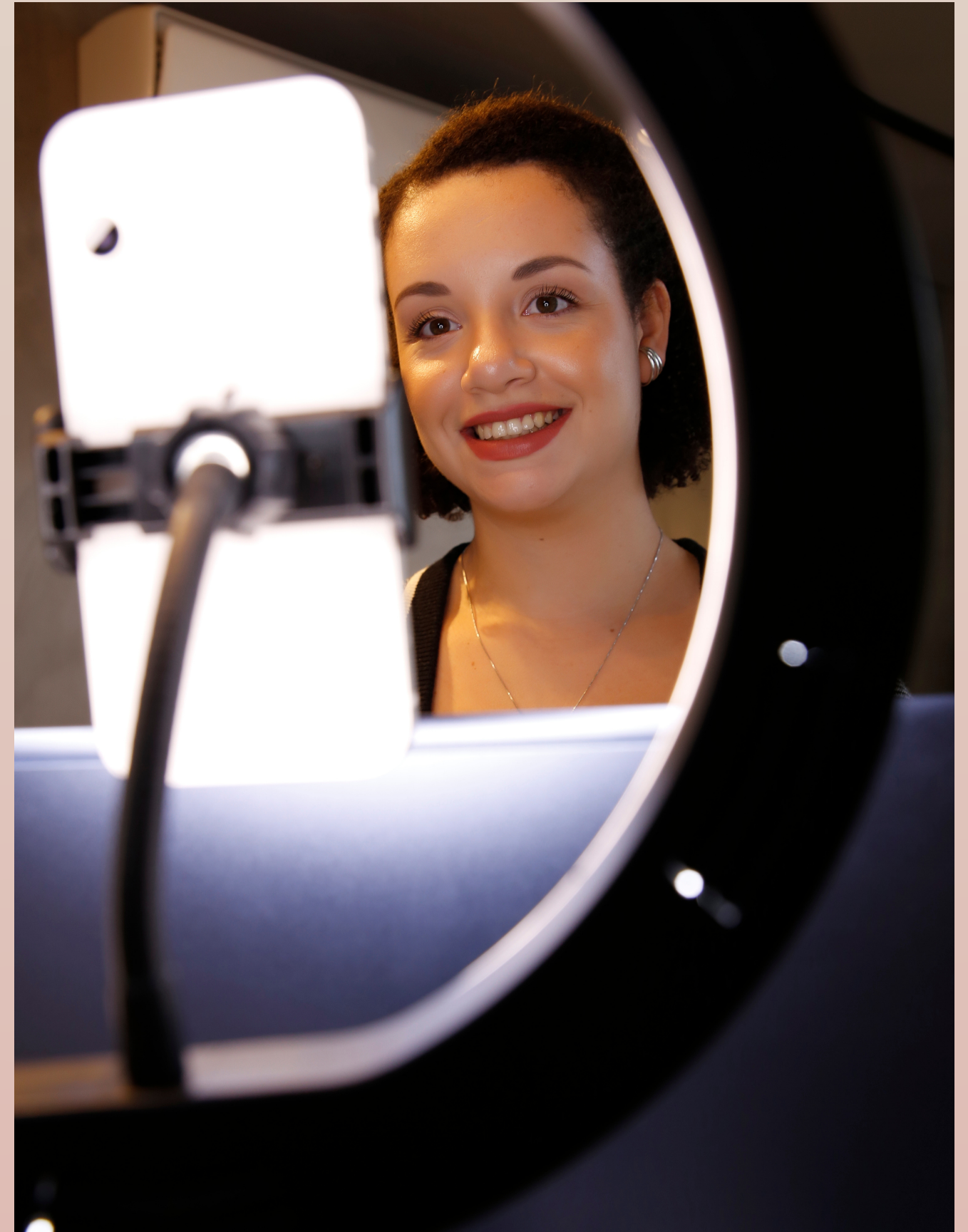
Quando você compartilha a razão de fazer o post, muitas pessoas podem se identificar com aquilo. Vou colocar uma foto no próximo slide pra dar um exemplo de como a legenda poderia começar para gerar conexão.

Legenda: objetivo

"Quando eu comecei na carreira de social media, eu tinha muita vergonha de gravar stories.

Pra mim, era a pior parte do trabalho. Eu postava e fechava o celular na hora, não queria ver as notificações do que estavam falando."

Percebe como fica muito mais interessante e conecta muito mais do que usar tabelinhas de legenda?



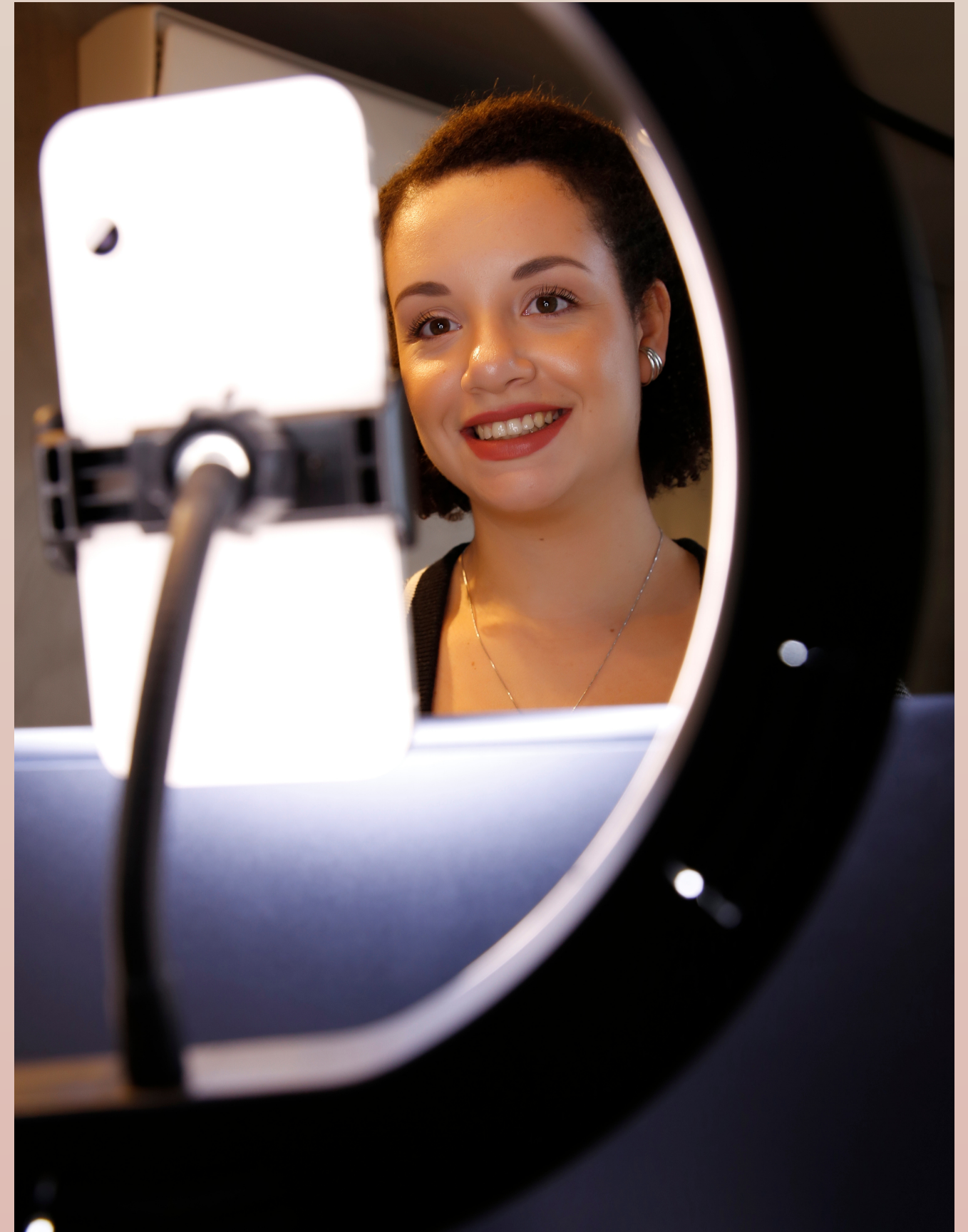
Legenda: objetivo

Se eu começasse falando "Gravar stories não é motivo de vergonha!" seria válido também, não está errado. Inclusive, funciona.

Mas não gera conexão.

Essas chamadas podem ser feitas no título do post (headline) pra chamar atenção, mas na legenda ficam meio blé kkkkkk.

Ficam jogadas, na verdade, falta contexto. Parece que você começou a legenda gritando com a pessoa.

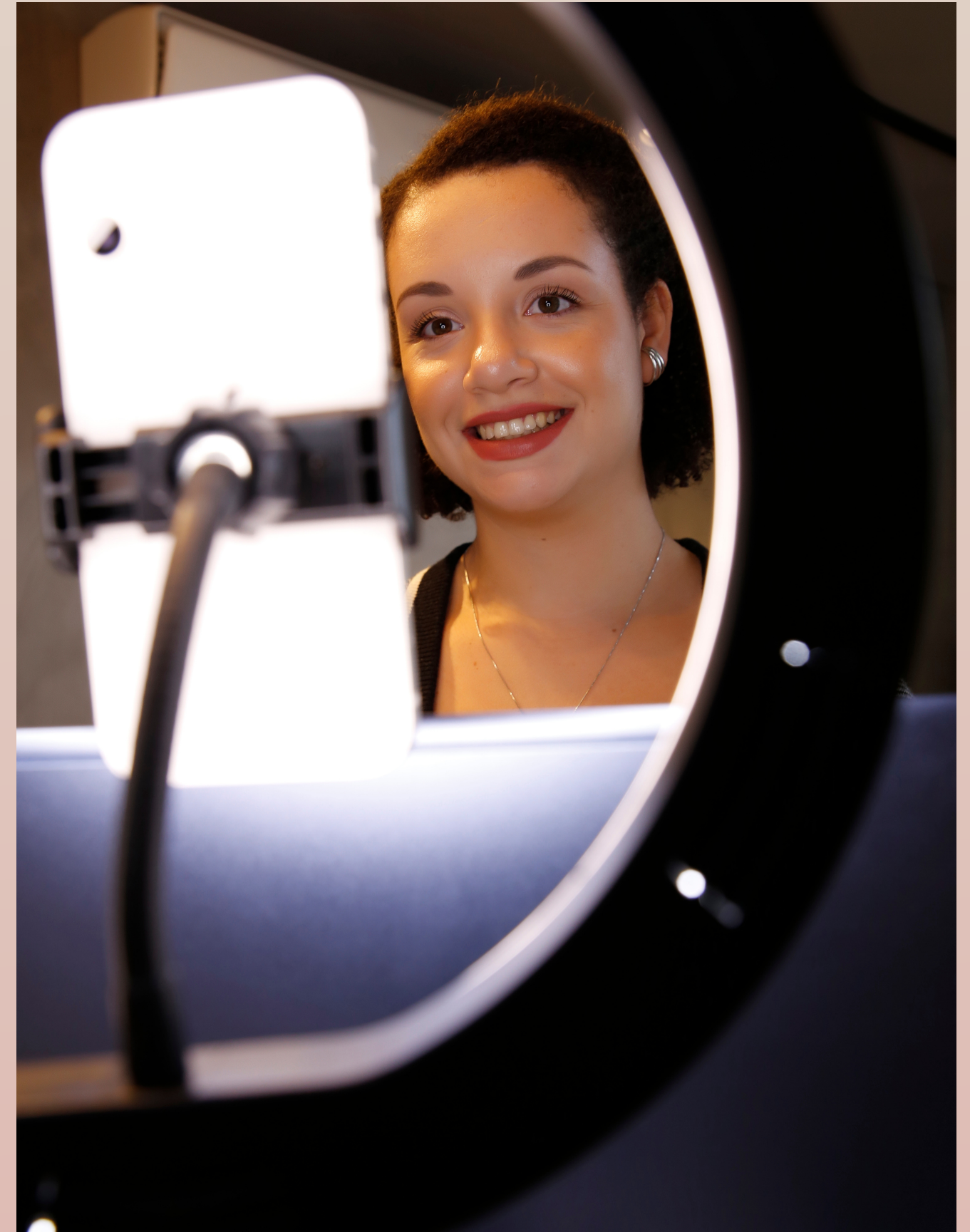


Legenda: objetivo

De novo: não é errado.

Mas não é a forma que eu trabalho, e também não é a forma que eu gosto de consumir conteúdo.

O que nos faz lembrar da persona: ela gosta desse tipo de comunicação? Se sim, em qual momento essa abordagem mais agressiva deve ser usada? Talvez não seja todos os dias... muito provavelmente, não é todo dia.



Método ORC:

resposta

- Resposta: depois de introduzir o post com calma, sem atropelar as coisas, vamos desenvolver o pensamento e trazer a resposta para o cenário apresentado.

Vamos continuar com o exemplo do post sobre vergonha de gravar stories. Qual é a resposta pra isso? É o que vamos escrever no desenvolvimento.

Bora ver o exemplo no próximo slide:

Legenda: resposta

"Mas eu sabia que precisaria enfrentar esse medo. Eu queria que a minha carreira de social media desse certo, e aparecer nos stories era obrigatório.

Então, fui postando todos os dias e descobrindo o que funcionava melhor pra mim.

O que me ajudou:

- Fazer um roteiro antes de gravar
- Definir 1 tema por dia, o mesmo tema do post
- Colocar bastante foto do que estava vivendo, assim não precisava lotar os stories só com vídeo"

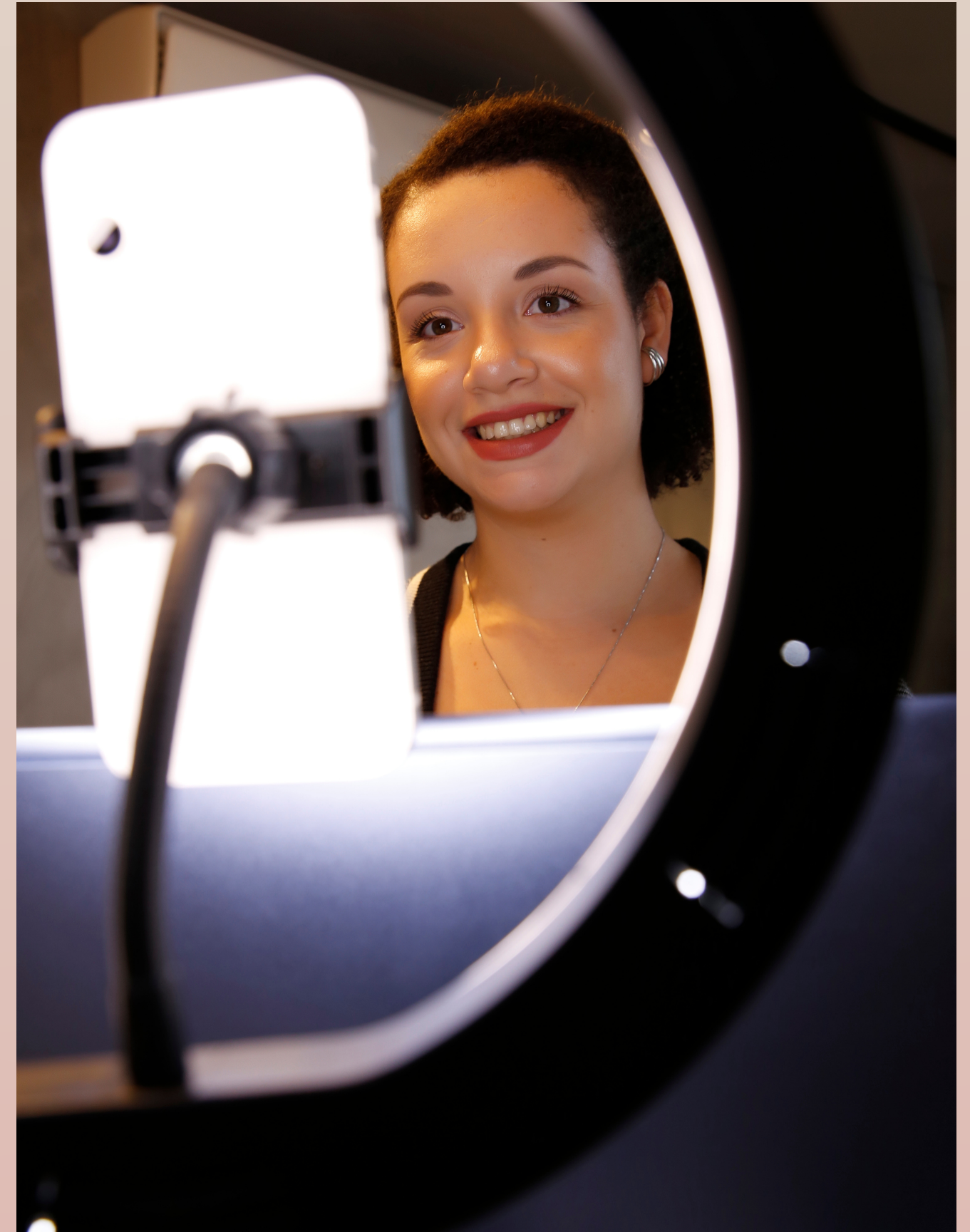


Legenda: resposta

Pronto, aqui eu dei uma resposta para o problema que eu apresentei.

No conteúdo gratuito, é importante que a pessoa consiga aplicar o que aprendeu com o seu post logo depois de ler.

Assim, ela sente um resultado imediato e continua te acompanhando, pois sabe que vai ter posts úteis todos os dias.



Método ORC:

conclusão

- Conclusão: o conteúdo é gratuito e temos limite de caracteres, então depois do desenvolvimento, você já conclui o pensamento. Se não deu pra concluir, pede pra pessoa comentar X emoji que você vai fazer a parte 2.
- Se o raciocínio foi concluído, hora de finalizar o texto.

Mas não faça aqueles cortes DO NADA, pelo amor do pai kkkkkkkk. Parece aquelas novelas que cortam o episódio no meio da briga pra você ser obrigada a ver o do dia seguinte. No Instagram, isso não funciona. O texto tem que ter um final, mesmo que seja chamando pra parte 2.

Método ORC: conclusão

Como terminar um texto?

Dando continuidade ao desenvolvimento. No nosso exemplo, demos 3 respostas para a vergonha de gravar stories. Podemos concluir de algumas formas, dependendo do objetivo (funil) do post:

1. Perguntando se a pessoa tem alguma outra dica;
2. Falando pra pessoa salvar o post e consultar antes de gravar story;
3. Enviar pra uma amiga que está começando a carreira no digital;
4. Falar que vai ter muito mais conteúdo sobre isso no curso que lança dia X.

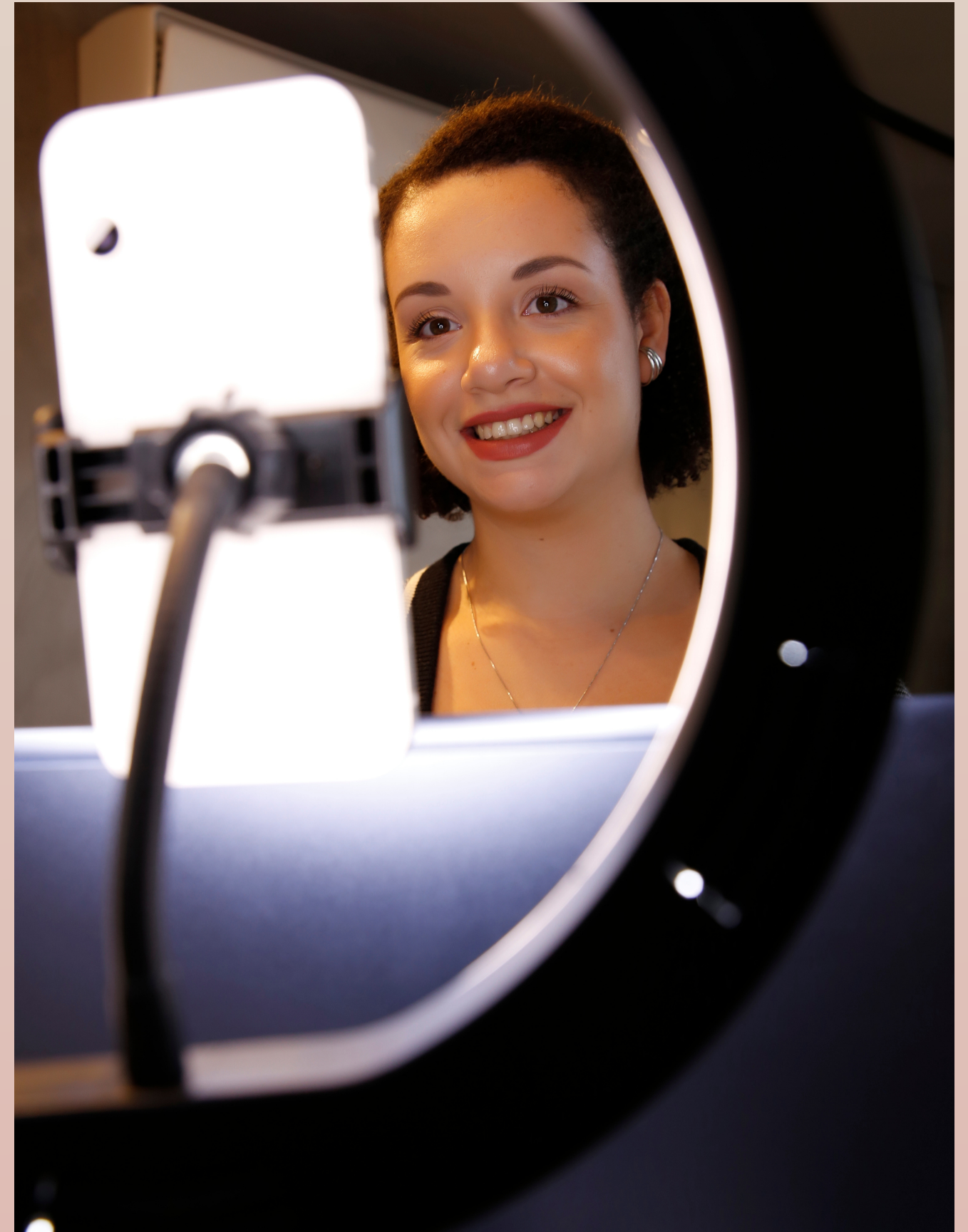
Legenda: conclusão

Escolhi a opção 1:

"Essas técnicas me ajudaram muito no começo da minha carreira, me destravaram mesmo.

E você, tem algum truque pra não ficar com vergonha de gravar stories? Deixa aqui nos comentários pra gente criar uma corrente de ajuda

♥"

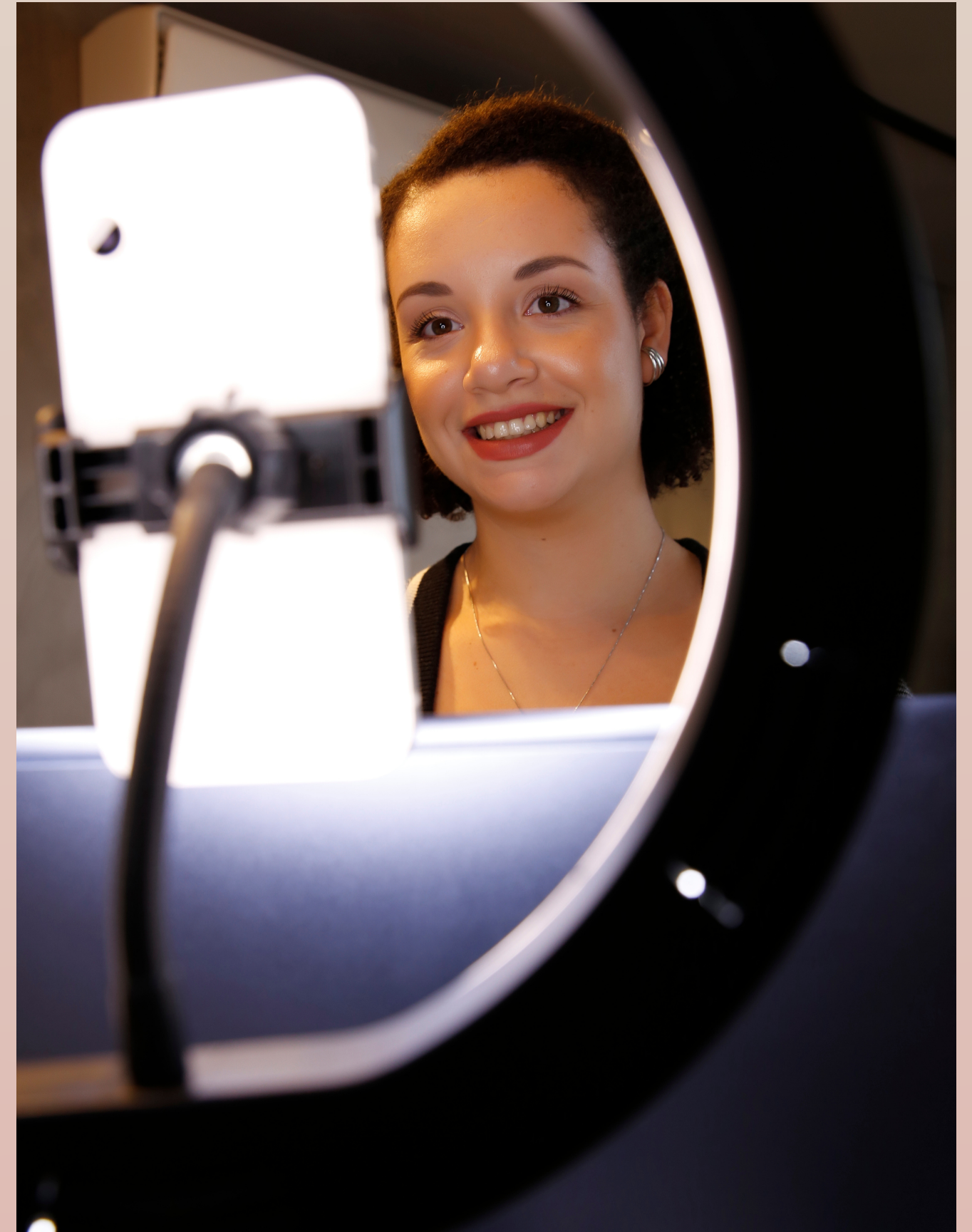


Legenda: conclusão

Percebe como a CTA (chamada para ação) não fica forçada? Eu, como cliente, não gosto de ler um texto que do nada pede pra eu compartilhar.

Tipo, foi do tema pra um pedido. Parece que ali ele deixou de me ajudar, me sinto quase que enganada.

Se a CTA é feita de forma abrupta, ela pode causar esse sentimento no leitor. Por isso, precisamos tomar cuidado com a transição, fazer de uma forma bem sutil.



A legenda ORC completa:

"Quando eu comecei na carreira de social media, eu tinha muita vergonha de gravar stories.

Pra mim, era a pior parte do trabalho. Eu postava e fechava o celular na hora, não queria ver as notificações do que estavam falando.

Mas eu sabia que precisaria enfrentar esse medo. Eu queria que a minha carreira de social media desse certo, e aparecer nos stories era obrigatório.

Então, fui postando todos os dias e descobrindo o que funcionava melhor pra mim.

O que me ajudou:

- Fazer um roteiro antes de gravar;
- Definir 1 tema por dia, o mesmo tema do post;
- Colocar bastante foto do que estava vivendo, assim não precisava lotar os stories só com vídeo.

Essas técnicas me ajudaram muito no começo da minha carreira, me destravaram mesmo.

E você, tem algum truque pra não ficar com vergonha de gravar stories? Deixa aqui nos comentários pra gente criar uma corrente de ajuda ♥"

Toda legenda tem resposta?

Recapitulando os 4 tipos de conteúdo: problemas, dúvidas, desejos e dificuldades.
Nosso querido P3D resume isso.

Na construção de legendas, eu chamo o desenvolvimento de resposta. Mas e se o post não trazer uma dúvida? Mesmo assim, ele vai abordar uma resposta no desenvolvimento.

Vamos ver alguns exemplos:

Resposta para a escolha das homenageadas:

Instagram

Home Search Explore Reels Messages Notifications Create Profile

MULHERES MARAVILHOSAS

feliz dia!

carolina.lucchetti

carolina.lucchetti 4 mulheres extremamente diferentes e igualmente inspiradoras!

Decidi trazer essa homenagem de dia das mulheres com a imagem de 4 que me inspiram muito!

💙 @tatianadejavite é uma das minhas primeiras clientes. Ela é uma empreendedora incrível e confia o perfil dela e de alguns clientes à Maravilhosa Ltda. Quero ser como a Tati quando crescer: inspiradora, com entregas incríveis, cheia de conexões e que preza a qualidade de vida.

💖 @gabinobregaa consultora de imagem maravilhosa, extremamente profissional e madura apesar da idade. Eu era uma criança na idade dela, isso me chama muita atenção na Gabi: ela já é super independente e decidida. Além de ter looks perfeitos que eu dou print em todos 🌈

💗 @kissilatelles.mkt como eu sempre brinco: "mãe de 3 filhos" é o sobrenome dela pra mim. Ela faz parte da equipe maravilhosa e trabalha bem mais que eu. É inspirador ver a Ki sendo uma profissional incrível, conciliando 1 milhão de tarefas.

View insights Boost post

Liked by prioguma and 111 others

2 DAYS AGO

Add a comment... Post

Resposta pra dificuldade de posts para restaurantes



Resposta: quem eu estou agradecendo



ORC não é o único

Essencial frisar que essa NÃO é a única forma de criar legendas. O método ORC é o que mais funciona comigo e com meus clientes, mas a gente pode brincar com os formatos, sim!

Inclusive, se vocês forem fuçar no meu insta, vão ver legendas com outros formatos também. Mas o bom de ter um método é o que eu falei no começo: não ficar encarando a folha branca até ter uma ideia. Além desse método ajudar na personalização das legendas também!

A legenda ORC também ajuda demais quem deseja ter mais engajamento, pois como diz o tema da nossa aula: é um texto que conecta.

Desafio da semana

- Criar 1 legenda para cada tipo de post (1 problema, 1 desejo, 1 dificuldade, 1 dúvida - rever a aula de P3D: clique aqui)
- E me mandar parabéns amanhã!!! (15/03 pra quem viu gravada). Tô de olho em quem esquecer kkkkkkkkkk

