

Na Fase 4, o aluno aprende a **transformar estratégia em narrativa**. Depois de entender objetivos (fase 1), diagnóstico interno (fase 2) e concorrência (fase 3), agora é hora de organizar quais temas vão sustentar a comunicação, como eles se distribuem na jornada de conteúdo e funil de vendas, e quais editorias vão trazer consistência. O resultado final é um conteúdo estratégico, diverso e conectado à persona — e um moodboard que mostra ao cliente a identidade visual desse caminho.