

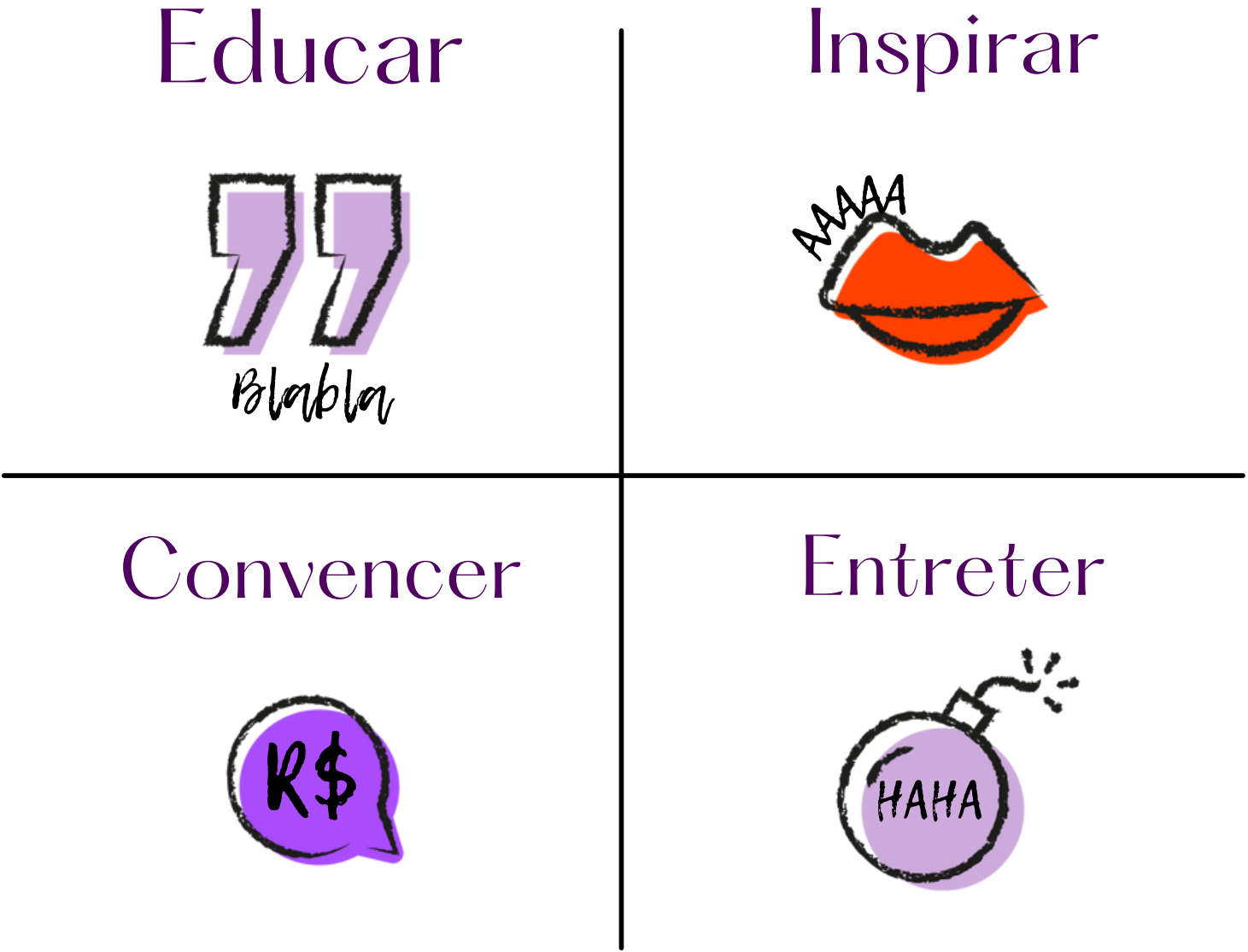
Ebook Stories



MÁQUINA DE CONTEÚDO

Por @brendascalco

Matriz de Conteúdo



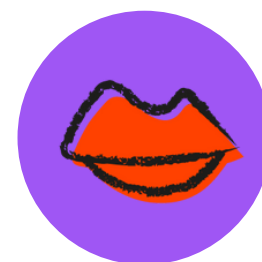
Ideias de Stories



Convencer



Educar



Inspirar



Entreter

1

APRESENTAÇÃO + DESTAQUES

Se apresente: conte quem você é, o que você fala no seu perfil, para quem você fala, porque você faz o que você faz (propósito da marca).

Compartilhe a sua história até chegar a esse perfil: quais são suas raízes (*foto 2*), quais as suas experiências que te dão autoridade e te destacam da concorrência (*foto 3,4,5,6*), onde você quer chegar com esse perfil, qual o seu diferencial...

Aproveite essa apresentação e coloque isso em um **DESTAQUE** para novos seguidores e visitantes do perfil te conhecerem!

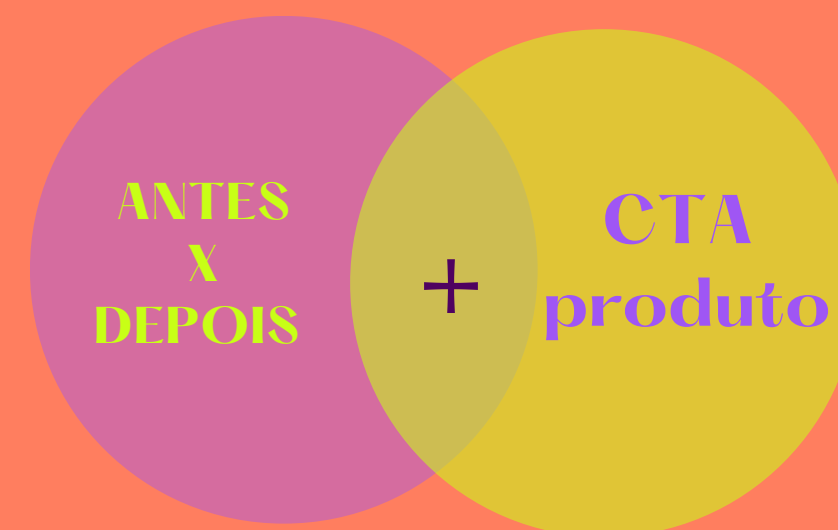


2

ANTES X DEPOIS

Mostre o **ANTES X DEPOIS** do seu cliente, isso pode ser:

- > Um **print** em texto mostrando um relato escrito do seu cliente sobre o que mudou antes x depois do seu produto
- > Uma **foto** mostrando lado a lado o resultado do antes x depois
- > Um **vídeo** do seu cliente antes x um vídeo do seu cliente depois
- > Um **print de resultado/como era** antes x resultado/como ficou depois
- Termine a sequência de stories com uma chamada para ação (**CTA**) com **link para a compra/agendamento** do seu produto/serviço



Convencer

Inspirar

3

TAREFAS DIÁRIAS

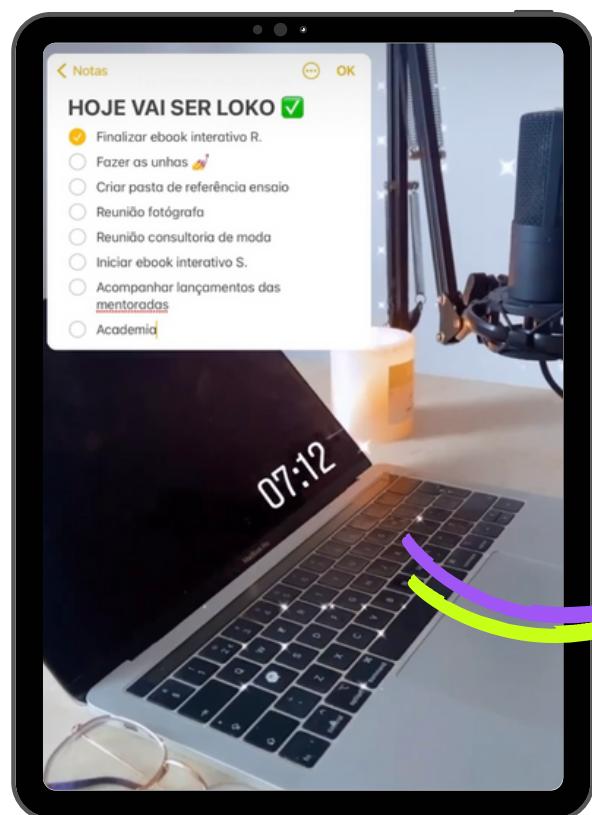
Mostre as **tarefas importantes da empresa que você vai realizar naquele dia** e como você se organiza para fazer acontecer na sua marca!

Você pode criar uma sequência de stories perguntando:

"E por aí o dia está...?"

"E tu, curte um dia..."

"E como andam tuas atividades hoje?"



Educator Inspirar

4

VLOG POR UM DIA

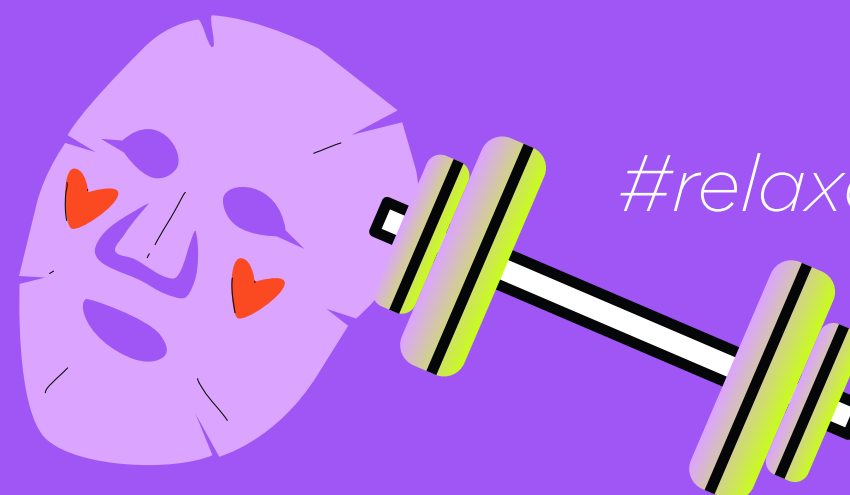
Faça um estilo **#VLOG da sua rotina**, criando o seu próprio "reality", mostrando a hora, o que está acontecendo, os bastidores, como anda o seu dia, como você se sente fazendo cada atividade...

REC ●

5

ALÉM DO TRABALHO

Compartilhe um hobby seu e fale sobre a importância de manter um hobby na rotina de quem empreende: por que fazer? Isso te ajuda como no dia a dia do trabalho? O que mudou depois de você implementar esse hobby na sua vida?



#relaxdaousada

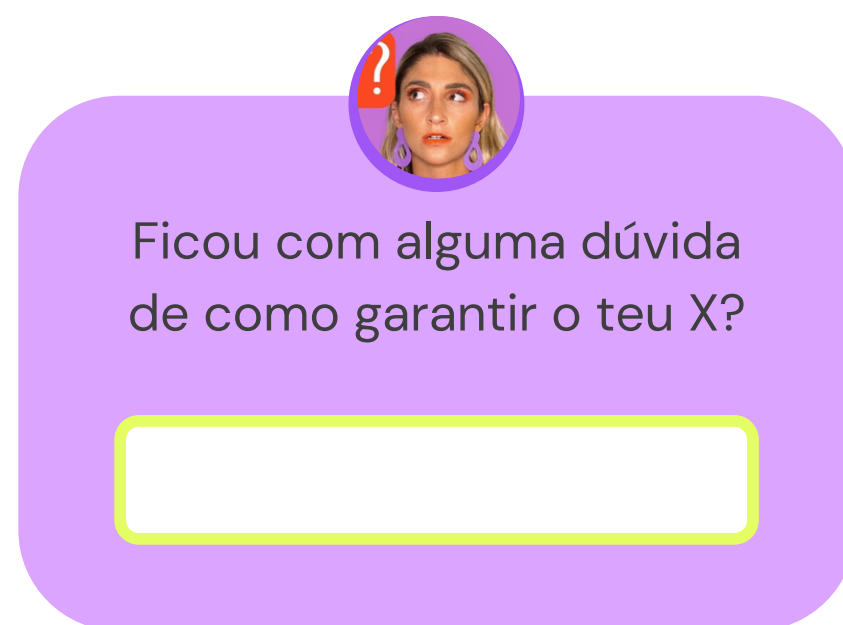


Entreter

6

TELA DO CELULAR

Grave a tela do celular e mostre como o seu seguidor pode comprar o seu produto/serviço **passo a passo:** desde o link na BIO do seu perfil do Instagram até o agendamento/pagamento e confirmação de compra! Finalize a sequência de stories (gravação) com uma caixinha de perguntas:



Exemplo de frases para a caixinha:

"Ficou com alguma dúvida de como reservar teu horário?"
"Ficou com alguma dúvida de como comprar teu serum?"
"Ficou com alguma dúvida de como agendar tua consulta?"
"



Convencer

7

IMAGEM E PERCEPÇÃO

Faça um **stories mostrando visualmente 2 possíveis escolhas e peça para o seu público votar em qual imagem mais transmite um valor X (que você defende como marca ou não)**. Você pode usar para essas imagens: objetos, acessórios, ferramentas, frases, lugares, pessoas, poses, roupas, comidas, símbolos sobre estilo de vida/estética...

Dica: mostre imagens que transmitam os seus valores ou valores opostos à sua marca e, na sequência, explique o porquê aquela imagem transmite tal percepção e como você faz para passar as percepções do seu negócio através da sua identidade visual no Instagram.



Educar

CAIXINHAS PARA CONSTRUIR AUTORIDADE

8



Fale o seu X e te dou 3
ideias para Y

Por que funciona? Esse é o tipo de caixinha que você pergunta algum tipo de dor/problema/dificuldade da audiência e responde 3 ideias de o que fazer/como agir/como melhorar aquela situação. Funciona muito bem, pois a pergunta é direta e pratica (o seguidor sabe que receberá 3 dicas personalizadas suas).

9



Coloca teu @ aqui e vou
analisar X...

Por que funciona? As pessoas querem se sentir especiais, sentir que você olha para elas, a experiência personalizada de entregar um review, uma avaliação, uma análise individual, mesmo que por stories, já desperta o desejo das pessoas quererem interagir.



Educar

CAIXINHAS PARA CONSTRUIR AUTORIDADE

10



CONSULTORIA GRATUITA

Por que funciona? Essa caixinha funciona muito melhor quando você previamente cria um contexto para ela, explicando um conteúdo, mostrando que você tem resultados naquilo que faz, falando sobre o que você ensina...e depois sim, abra a "CONSULTORIA GRATUITA" - a palavra GRATUITA faz as pessoas se interessarem para enviarem suas questões!

11



VERDADE X MENTIRA
sobre Y

Por que funciona? Todas as pessoas que estão se inspirando e aprendendo com você no seu perfil tem dúvidas sobre o seu nicho. Existem muitas "mentiras" que te contam sobre o teu nicho, já outras são verdade e as pessoas não sabem ou desconfiam... então esclareça as VERDADES x MENTIRAS sobre a sua área.



Educar

CAIXINHAS PARA CONSTRUIR AUTORIDADE

12



O que você sempre quis saber sobre X, mas sempre teve vergonha de perguntar

Por que funciona? Muitas pessoas acham que sua pergunta pode ser "básica demais"... e nós sabemos: nenhuma dúvida é "idiota". Por isso, deixar a pessoa à vontade para perguntar pode estimular mais respostas na caixinha!

13



Um café eu e você: O QUE PERGUNTARIA?

Por que funciona? Quando você cria um contexto, um storytelling, por mínimo que seja, a pessoa já visualiza o momento e pode se inspirar a perguntar para você algo mais elaborado... (contexto/storytelling de exemplo: "Um café, eu e você")... *Dica:* você pode criar um "ambiente" visual - uma imagem ou vídeo de bar/café atrás + música ambientando o story.



Educar

CAIXINHAS PARA CONSTRUIR AUTORIDADE

14



Qual a principal dúvida que vc tem sobre X (dor do nicho) ?

Por que funciona? Faça uma pergunta já direcionada a uma dor específica do seu público (ao invés de deixar a pergunta aberta). *Exemplo: Qual a sua dúvida sobre encontrar uma passagem de avião barata (nicho: turismo/viagens/milhas).* Direcionando a pergunta, as pessoas conseguem se lembrar da dor que têm e elaboram uma questão mais rápido.



Educar

15

CONEXÃO ATRAVÉS DA VULNERABILIDADE

Compartilhe uma vulnerabilidade sua (da vida profissional ou pessoal): mostre uma dificuldade, perrengue, trauma, desafio que você vem passando e diga como você lida com isso...

Dica: *Expor vulnerabilidades não é chorar em frente à câmera, expor partes da sua vida que você não quer, "apelar", se vitimizar... é simplesmente mostrar que sua vida não é perfeita e que, assim como sua audiência, você também tem desafios na vida, no seu negócio...*

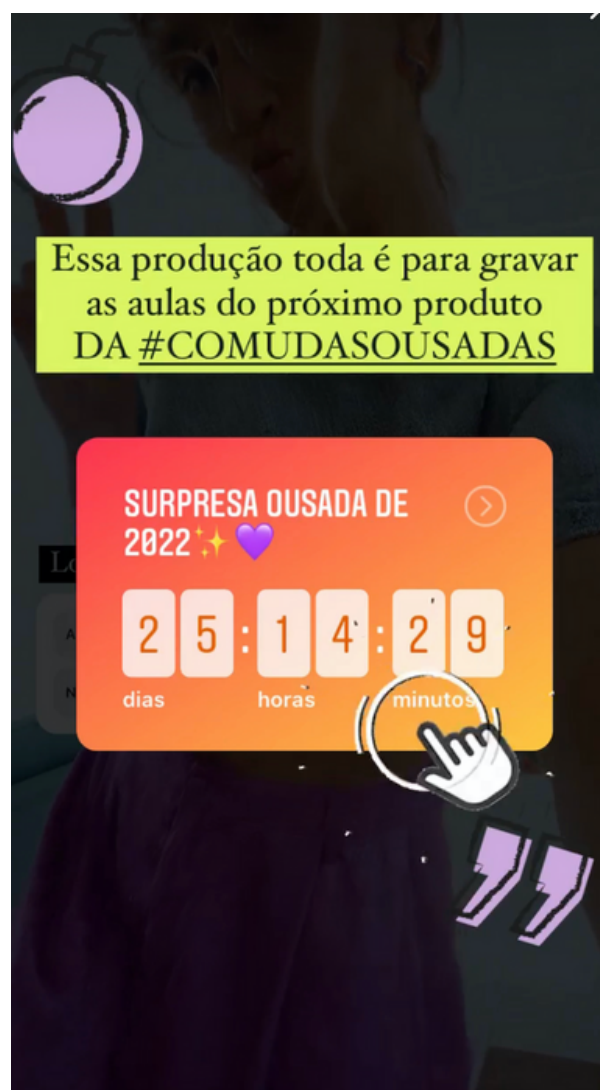


Inspirar

16

SPOILER

Compartilhe um SPOILER do seu próximo produto, o que você está "aprontando", dê pistas, dicas sobre qual será a novidade do seu negócio, a nova linha/coleção, o novo produto, a mudança no serviço...



Dica:

Aproveite e faça um story de contagem regressiva no fim da sequência de spoiler (no estilo "save the date") para o grande dia que você vai lançar a novidade!



Convencer

17

CURIOSIDADES + GAME

Conte **5 curiosidades sobre a sua marca**, coisas inusitadas, que poucas pessoas imaginam que você tenha passado (aprendizados/conquistas), coisas que você já viveu com o seu negócio...

#GAME

Você pode fazer isso no estilo "gamification", criando um jogo para as pessoas tentarem adivinhar qual o cenário/ história/contexto certo e oferecer alguma recompensa para quem acertar tudo!



Inspirar

18

GATILHOS DE VENDA

Mostre o seu produto: o que é, importância, como usa, para quem é...e termine fazendo um CTA (chamada para ação), colocando o link para comprar/agendar/reservar +

Use o gatilho da URGÊNCIA

Explicação:

Gatilho da urgência é quando você coloca uma data limite para a pessoa adquirir o seu produto (depois dessa data não haverá mais produto disponível) ou uma data limite para garantir o produto + bônus especial!

Use o gatilho da ESCASSEZ

Explicação:

Gatilho da escassez é quando você coloca unidades máximas e não vende após aquela quantidade. Exemplo: "apenas 4 vagas restantes". Ou quando você cria um bônus especial para as X primeiras pessoas que comprarem!



Convencer

19

GOSTO PESSOAL

Faça **enquetes visuais perguntando o gosto pessoal** do seu público, **relacionando os stories com o seu nicho**.

Exemplo: Qual estilo de decoração para a sua casa você mais gosta?



Inspirar

20

SEU PROCESSO

Conte para a sua audiência o que você teve que fazer para chegar onde você está hoje dentro do seu nicho... divida seu processo de amadurecimento, sua evolução, suas mudanças, mostrando exemplos...do que você modificou nesse tempo!

Pergunte para sua audiência se ela percebe a diferença da sua versão do "passado" x sua versão "atual"

A DIFERENÇA 🙄

1

Essa tentativa de ser "a mulher de sucesso" era só a capa. No fim do mês, ganhava R\$2.450 reais (último emprego que passei)

2

Mas é essa mulher: autêntica, ousada e criativa que faturou meio milhão sozinha em um ano com o Instagram: de shorts, bolsa roxa, colar verde limão.

Quem sou 1sem

A DIFERENÇA 🙄

E repare: eu não estou condenando a primeira.

Eu condeno a tentativa de se moldar a ser algo que você não é, que você é **MUITO MAIS**, muito **MELHOR**, por medo!

ganhava R\$2.450 reais (último emprego que passei)

PERCEBE A DIFERENÇA ABSURDA?

✓ Sim

99 %

✗ Não

1 %

Mas é essa criativa que faturou meio milhão sozinha em um ano com o Instagram: de shorts, bolsa roxa, colar verde limão.



Inspirar

21

INVESTIMENTOS

Mostre os investimentos que você vem fazendo na sua marca, no seu negócio: novos equipamentos, especializações, local de trabalho, experiência do cliente, novas ferramentas...

#VALOR

Quando mostramos o quanto investimos na nossa marca para proporcionar a melhor transformação na vida do nosso cliente, mostramos o quanto confiamos em nós, no que temos a oferecer, criamos valor na construção de percepção da nossa marca! Resultado: seguidores percebem que o VALOR do que faço é MAIOR do que o PREÇO que eu cobro! (percepção: valor > preço)



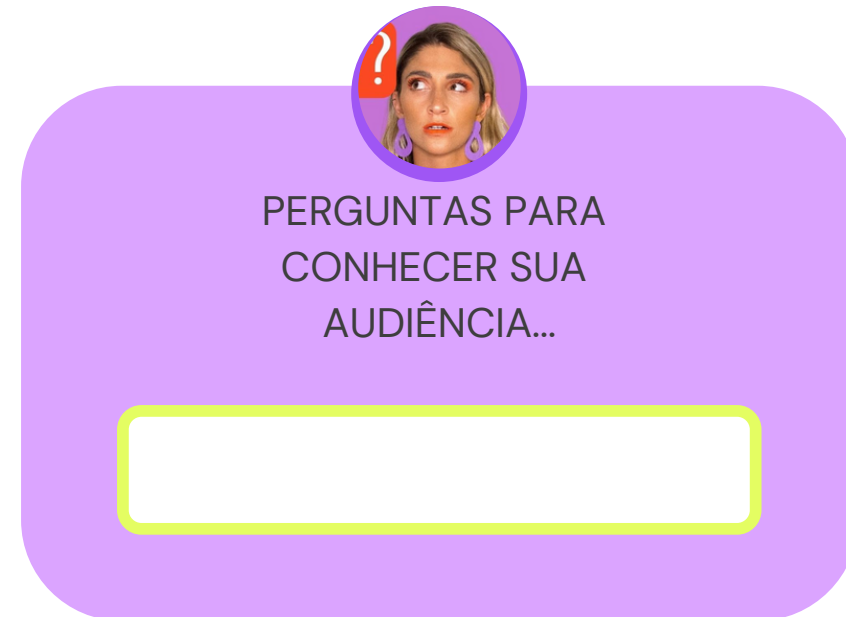
Convencer



Inspirar

CAIXINHAS PARA CONHECER SUA AUDIÊNCIA

22



Por que funciona? Se você não sabe para quem você está falando, provavelmente é porque você não está falando com ninguém. Exemplo: se você descobre que mais de 50% da sua audiência tem entre 35-45 anos, é profissional liberal, mora com seu parceiro(a) e tem filhos... isso já diz sobre seus comportamentos de consumo, dificuldades, desejos, estilo de vida, objetivos profissionais, necessidades na hora de comprar de você...



Inspirar

23 ANALOGIA DO DIA A DIA

Fale sobre algo que aconteceu no seu dia a dia e relacione, crie uma analogia sobre "o que podemos aprender sobre X com isso".

Ps: sendo X os conteúdos que você aborda no seu perfil

Exemplo: consultora de estilo faz uma viagem e percebe que as pessoas naquele lugar usam uma determinada moda. Isso pode virar um conteúdo nos stories sobre a moda usada por aquelas pessoas, o que aquela moda significa, de onde veio, que estilo é esse, porque uma tendência existe em determinados lugares e outros não...



Educar

24 FAQ – DÚVIDA FREQUENTE

Sabe aquela pergunta que todo mundo te pergunta no DM, no teu Whatsapp, no teu site...? Responda essa dúvida nos teus stories, explicando no detalhe possíveis objeções que fazem as pessoas NÃO comprarem por não entenderem o produto!

#FAQ



Convencer

25 VIRADAS DE CHAVE



Fale algum hábito que você teve que mudar para evoluir, desenvolver uma nova habilidade, conquistar um outro "nível de negócio". Conte que hábito foi esse, como implementou e as mudanças que aconteceu na marca depois disso!



Inspirar

26

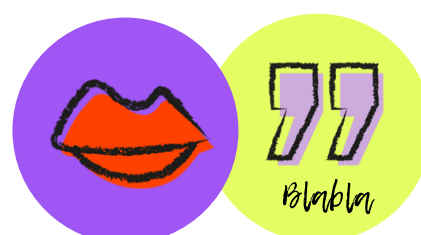
QUADRO SEMANAL

Crie quadros temáticos uma vez por semana, trazendo um formato de "programa de tv" agendado para o seu story.

Como fazer: escolha um assunto comercial, polêmico, que dê "pano para manga" e crie um título para esse "quadro" de conteúdo! Pode ser: informativo, sobre tendências, de entretenimento, lifestyle (gostos e vida pessoal), votações/quizz/testes, seleção dos X (alguma coisa) melhores da semana selecionados pelo perfil, as melhores dicas da semana para fazer/testar...



Dica: faça uma arte/design para fortalecer a ideia de "quadro", reforçar a marca e a ideia desse conteúdo...



Inspirar Educar

27

REFERÊNCIAS

Mostre como funciona o seu processo criativo, de onde você tira suas referências, como você se inspira para fazer um processo da sua marca, seja, idealização de um novo produto, produção de conteúdo, imagem pessoal, experiência de atendimento inovador para o cliente, embalagem diferente...

Para completar, *interaja com a audiência perguntando se ela quer saber mais sobre o assunto, se ela tem dificuldade de ser criativa no nicho X, se ela quer que você envie por DM uma lista de referências que você usa...*

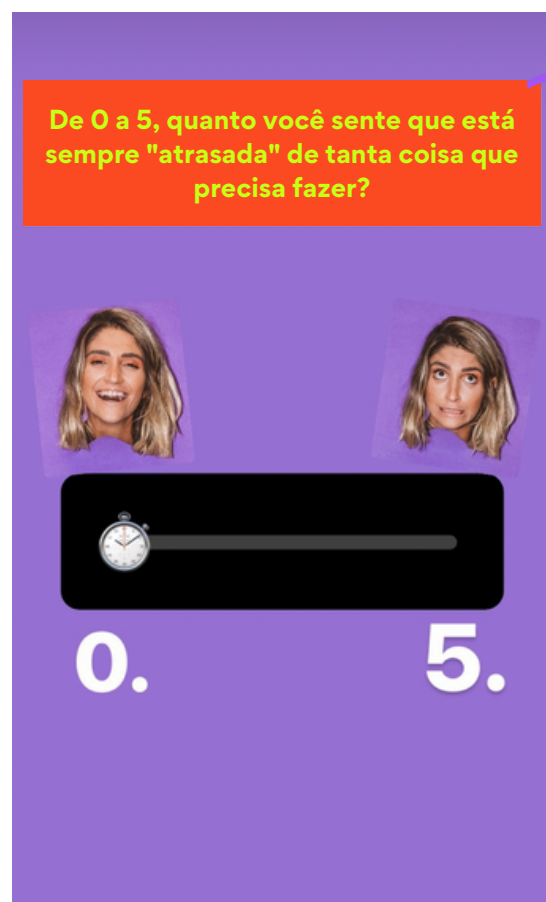


Inspirar

28

TERMÔMETRO DE COMPORTAMENTO

Crie termômetros de comportamento para medir como a sua audiência se sente, o que ela faz, como ela age diante de certos acontecimentos/emoções relacionados ao dia a dia dela. **Importante:** saber exatamente quem é o seu público, vai te ajudar a entender que "termômetros" de dores, desejos, atividades do dia... ele vai se identificar mais para responder!



Dica: esse story poderia ser de uma psicóloga que identifica uma dor comum no seu público. Como sequência do story, o perfil poderia explicar porquê esse sentimento acontece, como prevenir, dicas de o que fazer para evitar a dor...



Inspirar

29

PLAYLIST DA MARCA

A sua marca pode ser fortalecida através do **BRANDSENSE**, que nada mais é, do que o uso dos 5 sentidos para fortalecer o posicionamento do seu negócio através do marketing. No digital, podemos trabalhar com apenas 2 deles: visão e **audição**. Já parou para pensar que músicas representam a *vibe*, os valores, suas bandeiras, a energia da sua marca?



Dica: crie e compartilhe uma playlist da sua marca (via Spotify) nos stories. Pode ser uma playlist que represente sua marca, de maneira geral. Ou ainda uma playlist para contextualizar um lançamento de um produto/serviço.

Exemplo: essa playlist eu fiz para contextualizar um lançamento "temático" que usei uma pegada específica: mais poderosa, agressiva, rebelde... e a playlist me ajudou a transmitir a mensagem!

Ouça a playlist agora!



Entreter

30

PROVA SOCIAL

Prova social: peça para todos os clientes que você atende e/ou vende seu produto, um feedback sobre o produto/serviço depois. Tire print de todos os depoimentos e use isso nos seus stories para reforçar o valor daquilo que você entrega para os seus clientes.



Dica: as pessoas não compram porque você fala que é "fod@" para elas, as pessoas compram de você porque OUTRAS PESSOAS falam que você é f*da.



Mariana Rodrigues - MENTORIA 5 DIGITOS

Brenda e Gui, vocês são excelentes, e são muito "gente real", o que tornou tudo possível para as meninas. Obrigada pelo conhecimento compartilhado

12:00

Após mostrar as provas sociais, faça um CTA para as vendas (com link para o processo de compra) do seu produto. Ou seja, você mostrou que realmente funciona e encoraja outras pessoas a comprar!



Convencer

31

EXPLIQUE O BRANDING

Explique como você construiu e decidiu o branding da sua marca, tudo que compõem a criação do seu universo de marca:



Paleta de cores



Fonte



Estilo estético



Linguagem verbal



Logo



Ícones



Imagem pessoal | fotos | poses



Esses são alguns elementos do seu branding que você pode explicar como e porquê decidiu incluir na sua marca. Que mensagem que você busca transmitir intencionalmente com esses estímulos - afinal, o que sua marca quer representar?



Educar

32

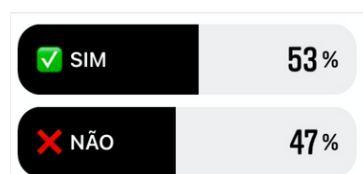
VOCÊ JÁ VIU?

Use algum livro, série, reality ou filme que esteja "em alta" e relacione isso com o seu nicho. O que podemos aprender com isso? *"Que lições sobre X podemos tirar do que aconteceu no reality y?" - exemplo*

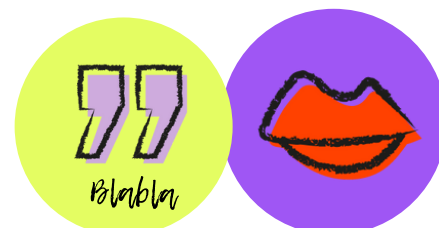
#BBB ↙

Você pode começar a sequência de stories com:

Você já assistiu/assite X?



E depois comece sua reflexão sobre o tema!



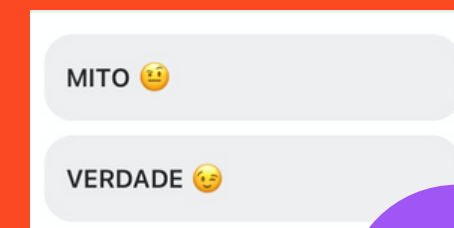
Educar Inspirar

33

5 COISAS SOBRE MIM

Crie uma sequência de stories apresentando 5 coisas sobre você, sendo uma delas mentira...e coloque uma enquete para as pessoas votarem se aquilo é: MITO OU VERDADE.

Essa é uma maneira de se apresentar para o público, se conectar, gerar identificação através da sua história e fazer eles participarem/interagirem com você.



Inspirar

34

PROCESSOS

Compartilhe algum processo/atividade na sua vida empreendedora que você começou a implementar recentemente e está te ajudando a poupar dinheiro, energia ou tempo...



Educar

CAIXINHAS PARA CRIAR CONEXÃO COM A SUA AUDIÊNCIA

35



Me indica um X para o final de semana?

Por que funciona? Esse é o tipo de caixinha que você pede opinião para a sua audiência e traça uma conversa com ela. Isso serve para entender quais as preferências, estilos e gostos pessoais do seu público, além de estimular a conexão para além trabalho entre você e seu seguidor - caixinha perfeita para o final de semana!

36



TUDO MENOS TRABALHO

Por que funciona? Quando você posta muito conteúdo, isso pode cansar a audiência, deixando o seu conteúdo muito "duro", muito "sério". Por isso, abri suas preferências e opiniões da vida pessoal (até onde você se sente à vontade), pode fazer sua audiência se identificar ainda mais com você!



Inspirar

CAIXINHAS PARA CRIAR CONEXÃO COM A SUA AUDIÊNCIA

37



O QUE VOCÊ GOSTARIA
DE SABER SOBRE MIM

Por que funciona? Essa caixinha deixa a sua audiência livre para te perguntar questões não óbvias ou diretamente ligadas ao seu conteúdo profissional. De novo, uma ótima alternativa para o final de semana e para humanizar o seu perfil!

38



Me pergunte algo para eu
responder com
SIM ou NÃO

Por que funciona? Responder com SIM ou NÃO faz com que as pessoas se arrisquem a perguntar questões mais tabus, mais intimistas, além de ter um tom "gamification" - jogo de perguntas com SIM ou NÃO, que aumenta o interesse na participação



Inspirar

39

JOGO DOS 7 ERROS

Faça um jogo de conhecimento com a sua audiência, apresente 7 informações sobre o mercado que você atua, pode ser: dados de mercado, tendências, técnicas, significado de conceitos, explicação sobre importância de se fazer algo no seu nicho...

Brinque com o jogo dos 7 erros, mostrando algumas verdades e outras inverdades, revelando o "gabarito" apenas no final. Você pode ainda premiar quem acertar tudo, oferecendo algo por direct (DM).



#GAME

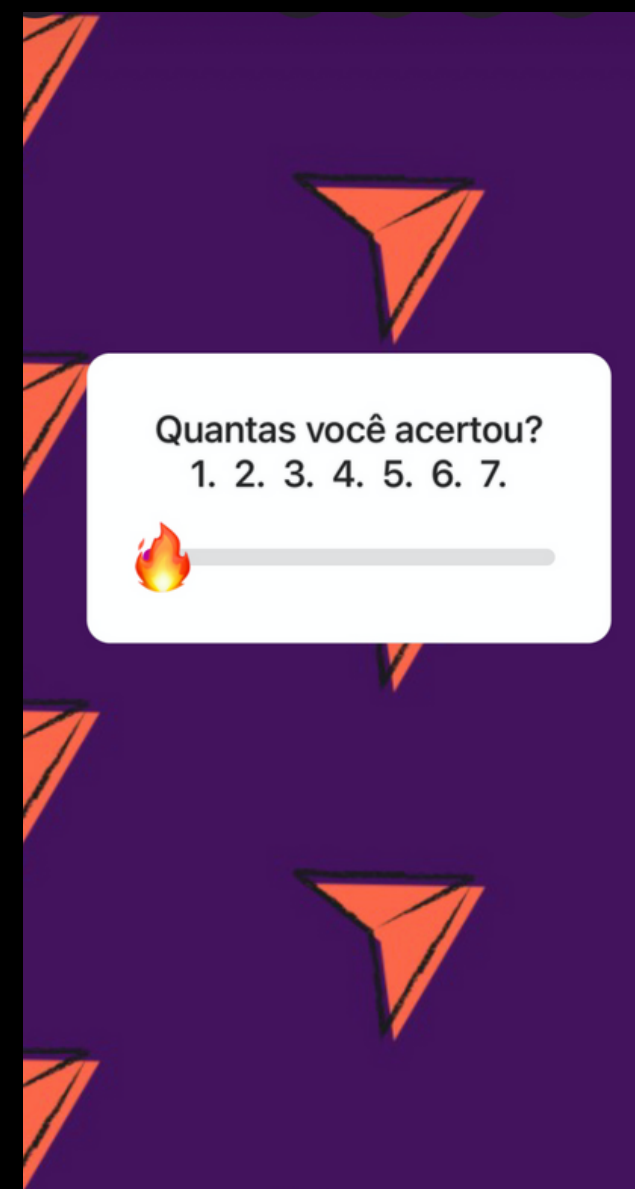


Entreter Educar

40

REFERÊNCIAS

Após terminar a ideia 39, mostre como o seu seguidor pode aprender mais sobre o que você aborda no seu perfil: indique referências de conhecimento (desde os seus posts até artigos, eventos, livros, sites...)

**+ referências**

Inspirar Educar

41

RITUAL DE MARCA

Toda marca realmente forte possui rituais, ou seja, pequenas ações, hábitos, comportamentos que são feitos repetidas vezes para fortificar o universo, o estilo, a personalidade da marca.

Reflita: o que você pode fazer nos stories diariamente ou frequentemente...que mostre o seu estilo, seus valores, o seu jeito de ver o mundo?

Exemplo: acender uma vela



Exemplo: praticar escrita criativa



Exemplo: fazer um café especial



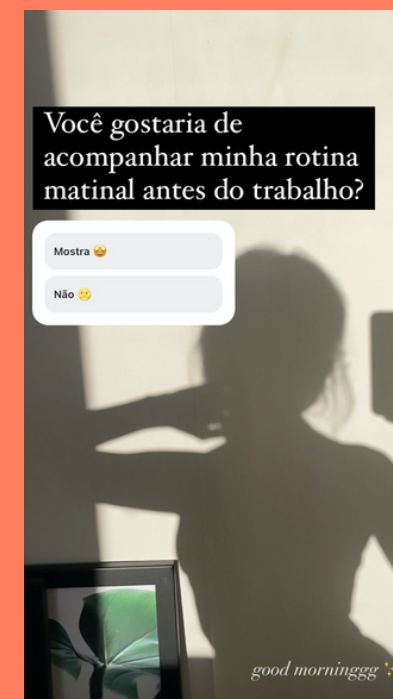
Inspirar

42

ROTINA MATINAL

Seguindo a ideia anterior, **interaja** com a audiência sobre o tema rotina matinal, pergunte se ela gosta de acordar cedo, se ela tem uma rotina matinal, perguntando também se o público gostaria de acompanhar a sua rotina como empreendedora ANTES de começar o trabalho...

Esses momentos de rotina, dia a dia e bastidor fortificam sua relação com a audiência



Inspirar

43

ANÁLISE TENDÊNCIA

Faça uma análise sobre um assunto tendência que está rolando no seu nicho e mostre:

- ✓ O que é essa tendência
- ✓ De onde ela surgiu
- ✓ Quais as consequências disso para o seu público
- ✓ Dê sua opinião: isso é positivo, é negativo...?

O QUE VOCÊ ACHA DA TENDÊNCIA X?

Concordooooo ✓

Discordo total ✗

Não tenho opinião 🤔



Educar

44

LIVRO + LIVE

Compartilhe com as pessoas que livro (sobre o seu nicho) que você acabou de ler e pergunte se o seu público já leu também...

**Dica:**

Você pode no story em sequência: 1) escrever os melhores insights do livro que você quer levar para o seu negócio ou ainda fazer uma contagem regressiva para uma LIVE, onde você vai ensinar ao vivo os melhores insights do livro para o seu público aplicar (que tenha a ver com o que você fala no seu perfil)!



Inspirar

CAIXINHAS PARA CRIAR PRODUTOS E AVALIAR VENDAS

45



Você JÁ COMPROU algum
produto/serviço de X?

X = seu nicho

Por que funciona? É importante saber o nível de conhecimento que o seu público tem sobre o seu nicho, sobre o tema que você aborda e sobre o quanto que ele já investiu/está disposto a investir sobre a sua área de expertise. *Exemplo: se 86% das pessoas nunca compraram um produto vegano para banho e você vende isso, o seu conteúdo precisa ser mais básico para educar sobre o que é, importância, diferenças do produto...*

46



Qual seria o produto perfeito
sobre X para você?

Por que funciona? Faça uma pesquisa de mercado com o seu público para entender o que o seu público está buscando em termos de produto/serviço nesse momento, o que ele estaria disposto a pagar, o que ele entende como "produto perfeito"...



Convencer

CAIXINHAS PARA CRIAR PRODUTOS E AVALIAR VENDAS

47



O que você leva em conta na hora de comprar um produto sobre X?

X = seu nicho

Por que funciona? Aqui você vai ouvir o que o seu público acha que importa na hora da decisão de compra entre opções no mercado de X (nicho específico). Por isso, mapeie quais adjetivos, termos, dores, desejos, características de um produto são importantes para a sua audiência e crie/venda soluções baseadas nesses argumentos e diferenciais!

48



Quais os perfis que também falam de X que você gosta de acompanhar

Por que funciona? Às vezes achamos que nossos concorrentes são pessoas que nosso público nem acompanha. Por isso, vale a pena entender com quem a sua imagem de marca é comparada na hora do seguidor virar possível cliente e avaliar opções de compra. Ahhh, aproveite para investigar que produto essas pessoas vendem!



Convencer

CAIXINHAS PARA CRIAR PRODUTOS E AVALIAR VENDAS

49



Qual o motivo de você ainda não ter comprado o produto X?

X = seu produto

Por que funciona? Importante ouvir aquelas pessoas que cogitaram comprar, mas foram barradas por certas objeções. Estude que objeções são essas: preço caro demais, "não é para mim", medo de não funcionar...

50



Quanto você estaria disposta a pagar por Y?

Y = realizar algum desejo ou acabar com alguma dor

Por que funciona? Importante mapear o poder de compra do seu cliente antes de precificar o seu produto. Além disso, é fundamental também entender se aquela dor ou desejo que você está querendo usar como argumento de vendas realmente tem "valor percebido" para o seu público.



Convencer

51

LISTA ÚTIL



Fale sobre um tema que o seu público tem dificuldade ou interesse e, na sequência, faça um story com uma lista enumerada de indicações (pode ser: de pessoas, perfis, lugares, cursos, marcas, apps...) que possa ajudar o seu público de maneira prática no dia a dia.



Educar

52

CONQUISTA

Compartilhe uma conquista profissional e fale sobre o que isso significa para você, transformando sua vitória individual em uma mensagem motivacional para o seu público (e óbvio, reforçando sua autoridade e conhecimento diante da sua área profissional)



Inspirar

53

MULTIPLICAÇÃO DO FEED

Mapeie todos os teus posts no feed e analise quais tiveram resultados maiores do que a sua média. Use esse post então para criar um **AULÃO NOS STORIES**, reutilizando o conteúdo do feed! *PS: Acredite, passado alguns dias...ninguém vai perceber que aquele conteúdo já foi publicado por você em outro formato.*



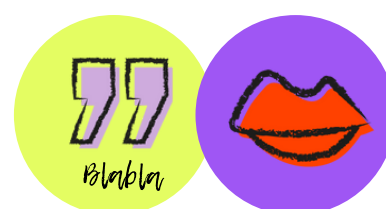
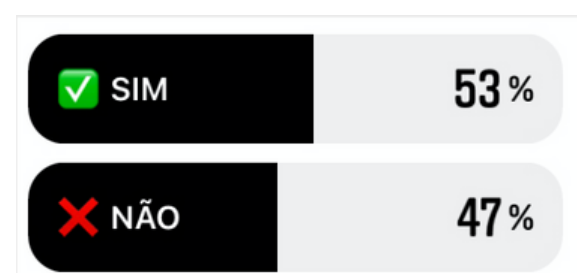
Educar

54

ESTUDOS

Mostre suas **referências e inspirações** para estudos da sua área atualmente e a cada dica que você for mostrando nos stories, pergunte se sua audiência já conhecia tal referência:

Você já conhecia o @X? // Já conhecia a Escola Y?



Educar Inspirar

55

INDICO COMPRAR

Fale sobre o que você vende e explique em que casos você indica uma pessoa a te procurar para consumir o seu produto/serviço. *Exemplo: você pode pontuar possíveis situações que sua persona esteja passando, indicando que para esses momentos o que você vende pode ajudar (e explique como).*

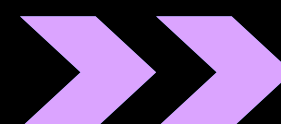


Convencer

56

FERRAMENTA NOVA

Faça um story filmando a tela do seu celular e explique como você está usando a última ferramenta que implementou no seu processo da empresa e como essa vem ajudando você.



Exemplo 1: perfil de dentista mostra como está usando o Google Drive para organizar sua agenda de pacientes.

Exemplo 2: designer mostra como usa o Trello (site/aplicativo) para organizar as demandas de cada cliente.

Essa é uma maneira de você lembrar quem te segue sobre o que você faz, lembrando: "ei, olha como eu estou evoluindo minha marca, meu negócio...você não está precisando de um profissional X agora?"



Educar

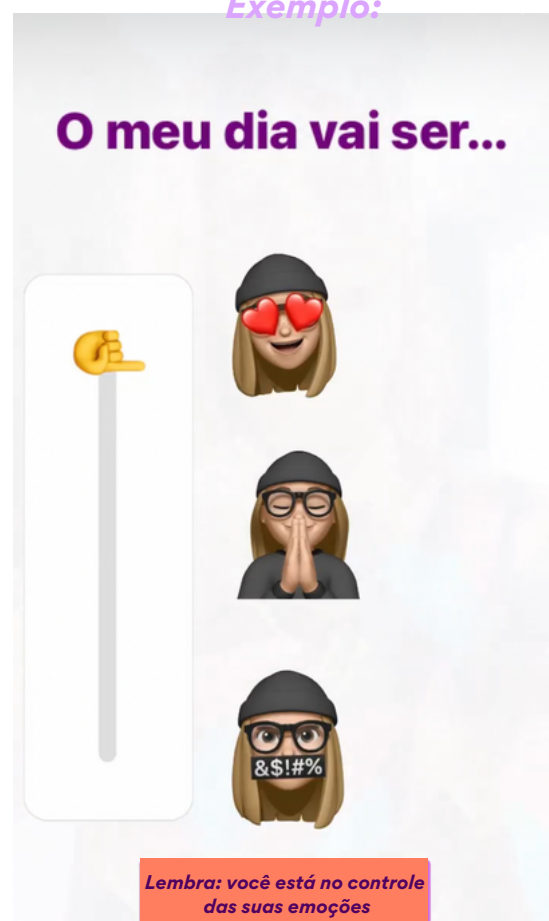
57

MOOD DO DIA

Pense quais os possíveis *moods* do seu público, por acaso ele te busca quando sente/está em algum "estado de espírito" específico?

Faça um termômetro de *mood* sobre como o seu seguidor pode estar e comece com o primeiro story do dia, no estilo: *"O meu dia hoje vai ser..."*// *"Sinto que meu dia hoje vai ser..."*

Exemplo:



Inspirar

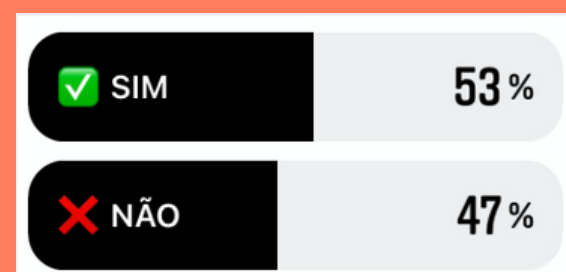
58

COMO EU FAÇO X

Você já parou para pensar sobre como as pessoas te conhecem? Pelo o quê elas te reconhecem? Um adjetivo, uma característica, por fazer muito bem uma atividade, ou por ter um posicionamento muito diferenciado sobre um tema...

Faça uma interação perguntando se sua audiência quer saber como você desenvolveu essa sua habilidade. Em seguida, ensine técnicas, estratégias, dicas para seu público também treinar tal habilidade.

Quer aprender como eu sou tão produtiva?
Quer saber como eu consigo guardar 40% do meu salário para investimentos?
Quer descobrir como eu faço marmitas saudáveis e baratas?
Quer que eu te ensine como criar posts autênticos?



Educar

59

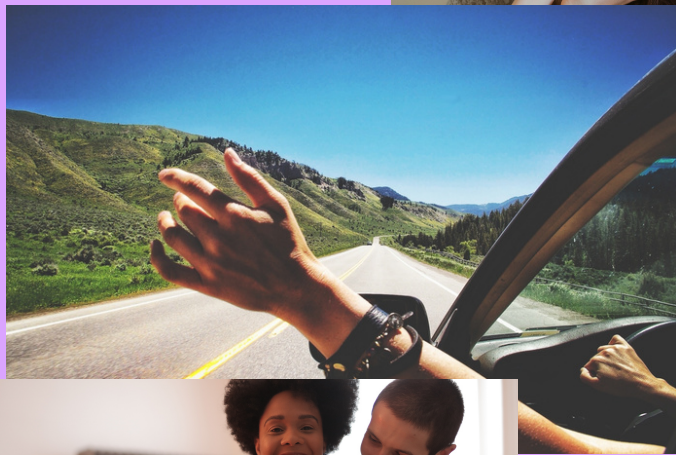
PÓS JOB – PARA HUMANIZAR

Fazer stories 100% do tempo relacionados a conteúdos e vendas faz com que as pessoas achem os seus posts muito cansativos, densos, pesados e trabalhosos de acompanhar... para evitar isso, intercale trabalho com stories de lifestyle, mostre, por exemplo, o que você faz em um momento pós trabalho para relaxar, que tal?

Momento happy hour



Momento com os amigos



Momento quebrando a rotina



Momento com a família



Entreter

60

DESENVOLVA O SEU NETWORKING

Apoie perfis do mesmo nicho, que ensinam a mesma área de conhecimento que você, que vendem produtos da mesma indústria que você... Lembre: as pessoas não compram pelo QUE você fala, mas pelo COMO você fala...

Dica:



Essa é uma ótima maneira de criar e solidificar o seu networking com pessoas/marcas que você já tem relação. Para perfis (pessoas/marcas) maiores que você (que não te seguem), essa é uma oportunidade de argumentar, analisar, avaliar esse perfil de maneira tão única, completa, autêntica ou inteligente a ponto de se fazer notada por esses perfis (e quem sabe começar um networking a partir dali).



Inspirar

CAIXINHAS PARA DESCOBRIR O SEU DIFERENCIAL

61



Quando você ouve meu nome, qual a primeira PALAVRA que te vem à mente?

Por que funciona? A melhor maneira de se entender como diferente da concorrência é esclarecer como sua IMAGEM DE MERCA (posicionamento/diferencial) está sendo percebida sob o olhar de quem mais importa: seu público. *Exemplo: se as pessoas te relacionam com a palavra "inovadora", mas você tenta passar uma imagem de elegante e tradicional como palavras chaves da sua marca, existe um ruído entre O QUE VOCÊ É X COMO TE PERCEBEM X COMO VOCÊ GOSTARIA DE SER*

62



O que você gostaria de ver MAIS NO MEU PERFIL?

Por que funciona? Essa caixinha vai ao encontro da anterior, pois te dá outras pistas para perceber o que as pessoas que te seguem esperam do seu conteúdo. Essa caixinha revela, principalmente, o tipo de conteúdo que o seu público acredita ser MAIS IMPORTANTE E ÚTIL PARA ELE (sobre o nicho que você aborda).



Inspirar

CAIXINHAS PARA DESCOBRIR O SEU DIFERENCIAL

63



Por que você me segue?

Por que funciona? Essa pergunta revela o seu diferencial em outras palavras (mesmo objetivo da pergunta 61), mas a pequena mudança do jeito que se pergunta pode variar os resultados. Por isso, é importante fazer as 2 caixinhas para entender à fundo o porquê as pessoas te acompanham e o que elas veem em você como diferente ou melhor comparado à concorrência.



Inspirar

64

LOCAL DE TRABALHO



Mostre o seu local de trabalho, sua mesa de trabalho, como você organiza o seu ambiente, como deixa ele o mais "a sua cara possível".

Mostre o espaço, no estilo "bastidores", "é aqui que a mágica acontece"...



Inspirar

65

MOMENTO EUREKA



Conte para o seu público como você teve o seu momento "Eureka", ou seja, de onde veio a ideia de vender o produto/serviço que você vende hoje?

Você fez um brainstorm, surgiu "do nada", você se inspirou em alguma coisa/alguém? Quanto tempo demorou para definir o "conceito do produto"?...



Inspirar

66

SITE DA MARCA

Explique o seu produto e, em seguida, grave a tela do computador e mostre o caminho para entrar no seu site, entrar em contato com você, ver seus materiais de apresentação da marca, comprar no seu e-commerce: ou seja, mostre o processo de venda para o seu seguidor no passo a passo!

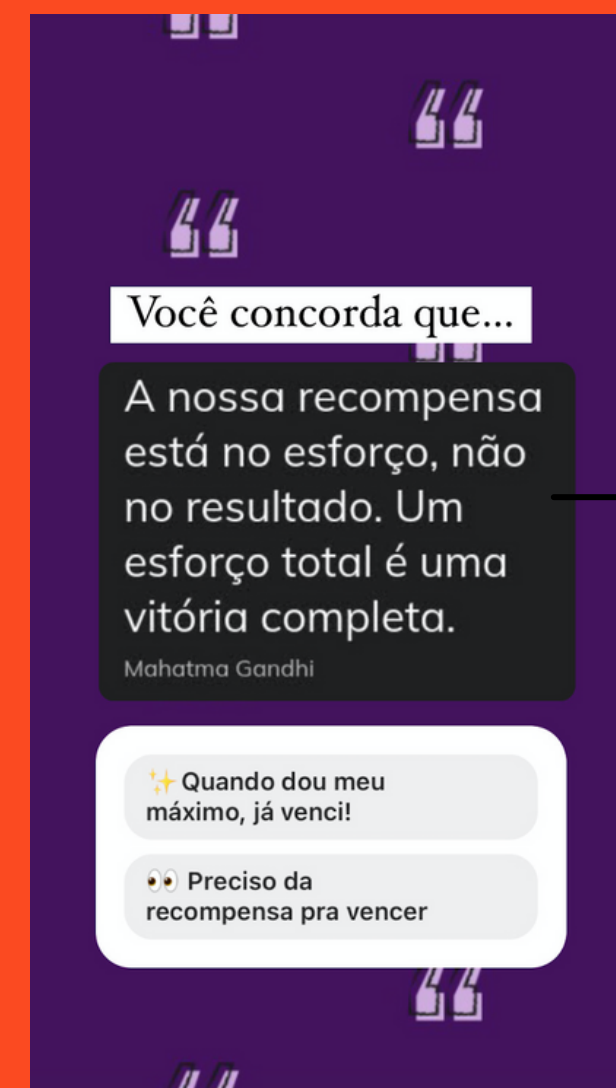


Convencer

67

FRASES DE VALOR

Compartilhe "mantras" que revelam seus valores de marca, seus posicionamentos e bandeiras... abaixo de cada frase (seja escrita ou print da imagem/frase), faça uma interação com a sua audiência para entender se ela concorda ou não com cada frase!



Dica: você pode criar uma sequência de frases e fazer votações, isso torna os stories interativos, diferentes e, de quebra, você avalia crenças do seu público!



Inspirar

68 OMNICHANNEL

Ominichannel é a estratégia de estar presente em mais de um canal de comunicação e "cruzar" esses canais de comunicação para transferir audiência, autoridade e vendas de um para o outro.

Exemplo: Você tem 2.000 seguidores no Instagram e começou um canal no Youtube agora. Você pode divulgar o seu canal do Youtube nos stories, colocando o link para seguidores do Instagram acessarem o novo vídeo que você postou lá...

Ou seja, use do Instagram para promover seus outros canais, pois lembre: "é arriscado colocar todos os seus ovos na mesma cesta" - analogia para quem só tem um "negócio" no Instagram.



Canal no Telegram



Canal no Youtube



Perfil no Tik Tok



Newsletter



Podcast



Inspirar Convencer

69 GOSTARIA DE TER OUVIDO

Compartilhe algo que você gostaria de ter ouvido quando começou e teve que aprender "na marra" (sofrendo, errando, gastando tempo, dinheiro, energia...) E interaja com o seu público perguntando se ele também já viveu isso!

VOCÊ JÁ SE SENTIU REJEITADA
PROFISSIONALMENTE?



Inspirar

70 PLANOS PARA O FUTURO

Revele os planos futuros da sua marca para os próximos meses/ano. Divida seus sonhos como marca com a sua audiência, explique o porquê aquilo tem significado para você, existe um propósito de querer chegar nesse lugar?

PS: quando nos comprometemos publicamente com outras pessoas sobre nossas metas, objetivos e sonhos, temos mais chances de realizar tais ações. Bora experimentar?



Inspirar

71

CONTAGEM REGRESSIVA – LIVE SHOP

Faça a antecipação durante 48 horas com contagem regressiva para uma *Live Shop* com bônus especial (durante a live você vai dar um bônus para quem comprar de você, enquanto você fala do seu produto!).

"Me explica melhor, Brenda?"

A Live Shop pode ser para produtos físicos ou serviços, basicamente você vai fazer uma live de vendas e:

- ✓ *Falar do seu produto*
- ✓ *Explicar a importância do seu nicho/subnicho*
- ✓ *Falar sobre a transformação que você gera na vida das pessoas que atende/vende*
- ✓ *Explicar para quem é o produto*
- ✓ *Fazer o seu PITCH de vendas*

Ou seja, abrir as vagas do seu serviço, o estoque do seu produto, e instruir como comprar!

Atte: Brenda Soares de Almeida - @brenda.almeida - CPF: 169.578.924-50

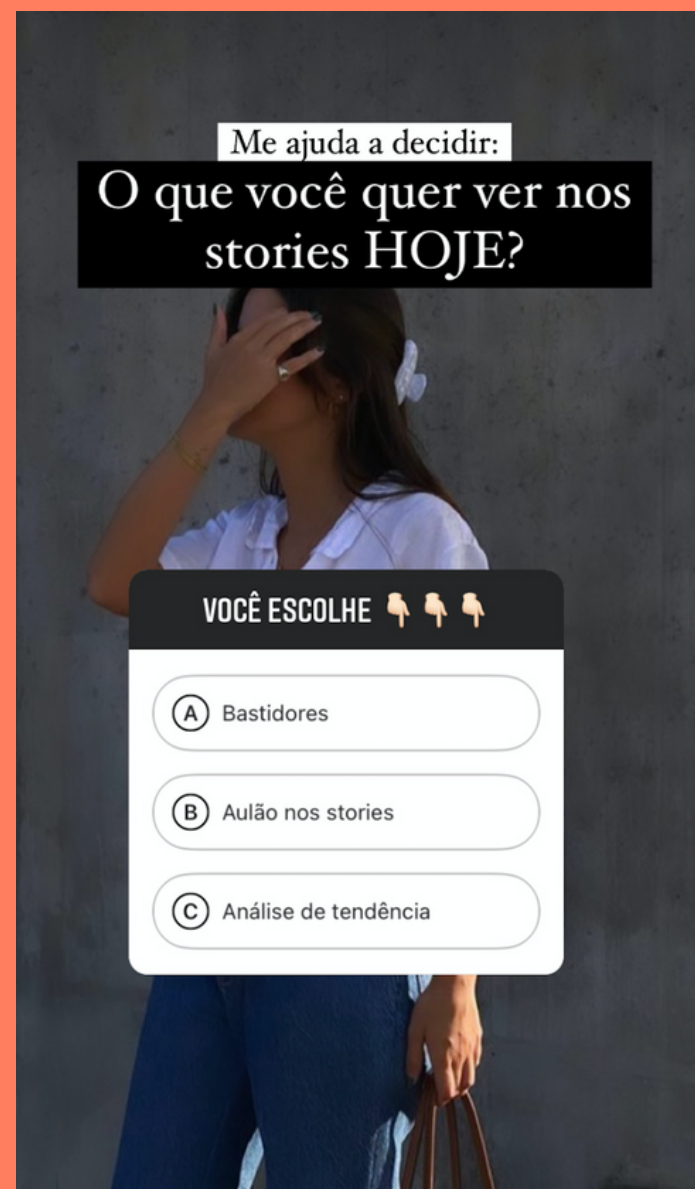


Convencer

72

DECIDA JUNTO

Decida junto com quem visualiza seus stories qual será a programação do dia. Interaja dando opções para os seus seguidores:



Dica: faça esse story como o primeiro do dia // essa ideia é interessante, pois você COCRIA* junto com a sua audiência!



Inspirar

73

ENSINE COM DUALIDADES VISUAIS

A pessoas são muito visuais. Sabendo disso, mostre dualidades através de fotos, dando dicas, técnicas, estratégias sobre um assunto prático do dia a dia que você ensina para a sua audiência.

As dualidades podem ser:

- ✓ CERTO X ERRADO
- ✓ COM VERSUS SEM
- ✓ ANTES X DEPOIS



Dica: você pode também mostrar os "dois lados" sem dizer qual é qual e pedir para o público votar... explicando depois o resultado/ gabarito!

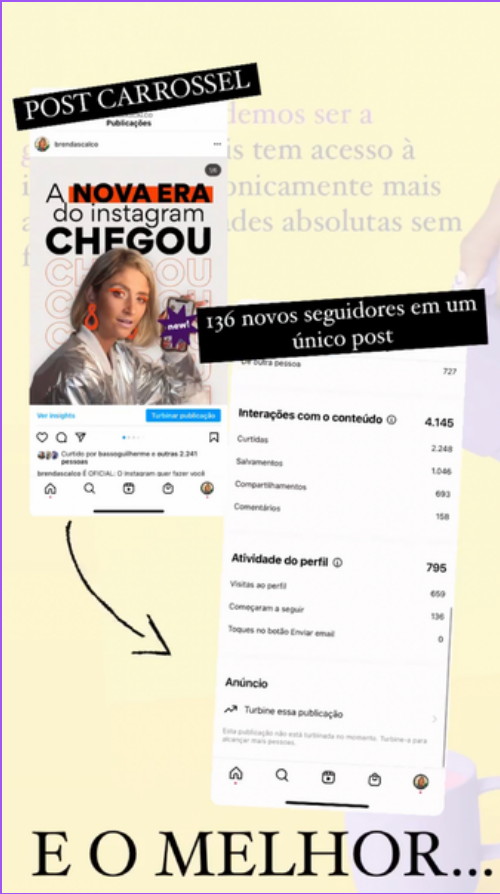


Educar

74

RESULTADO PESSOAL

Mostre um resultado pessoal que você atingiu, conquistou, através de um print (comprovando a veracidade) e explique como você chegou naquele resultado, ajudando seus seguidores a chegarem "lá" também.



E O MELHOR...



Dica: tire um print e resalte o que você quer mostrar. Na sequência dos stories, mostre que sua conquista não foi "sorte", mas sim estratégia, trabalho, etc. e ensine algumas técnicas para o seu público de como você conquistou aquele resultado!

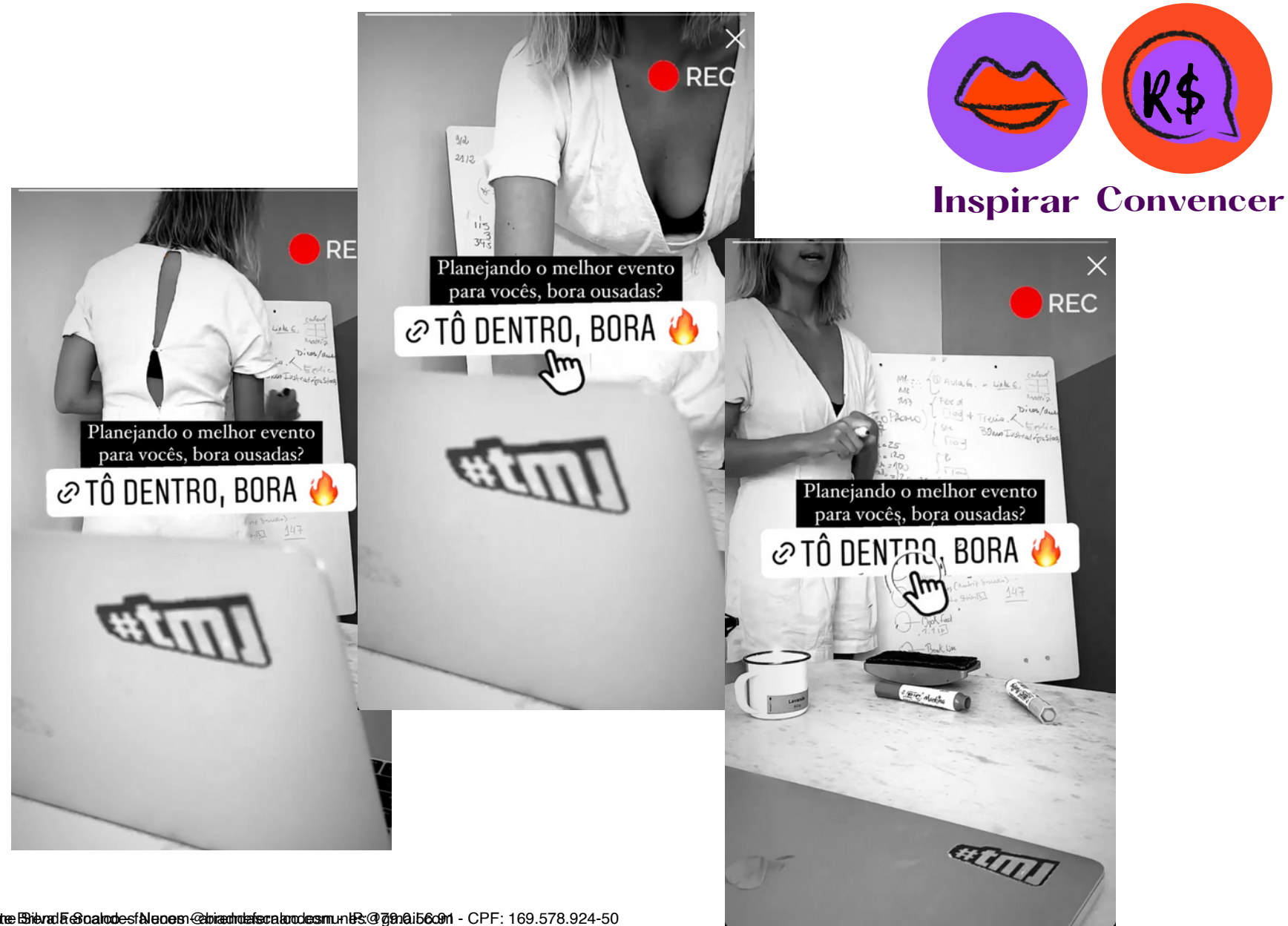


Inspirar

75

TIME-LAPSE

Grave um vídeo em formato time-lapse da sua rotina de trabalho/reunião/atividade relacionada a criação ou entrega do seu produto/serviço pago. Assim, você gera curiosidade sobre o produto/serviço em si, além de mostrar um pouco dos bastidores da sua rotina.



76

CANSADA DE OUVIR SOBRE X

Abra uma caixinha de perguntas questionando o que a sua audiência está CANSADA de ouvir sobre algum assunto relacionado ao seu nicho. Nos stories anteriores contextualize com um tema que você está saturada e não aguenta mais ver/ouvir. Além de se posicionar sobre o tema e reforçar alguns aspectos da sua marca, você vai fazer com que outras pessoas se sintam à vontade para compartilhar o que sentem a respeito.



Inspirar

77

DESAFIO COM RECOMPENSA

Crie para a sua audiência um desafio a ser realizado com você durante determinado tempo. O desafio deve ser postado nos stories durante os dias que estiver acontecendo, com o objetivo de conseguir praticar/aprender/implementar uma atividade que você ensina!

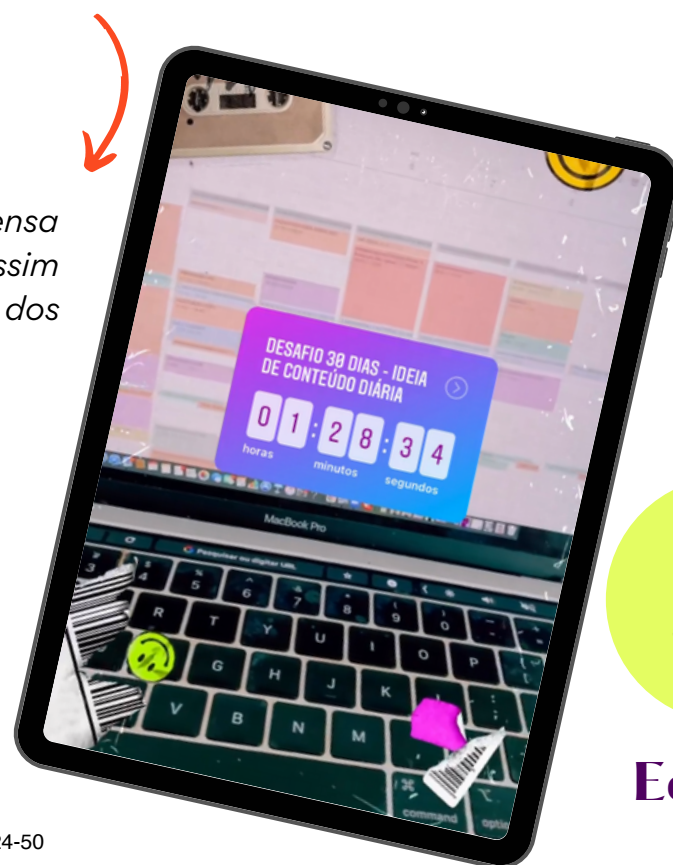
Não esqueça de pedir para a sua audiência te marcar nos stories para: 1) você conseguir acompanhar, 2) gerar prova social para você, 3) descobrir quem são seus potenciais clientes!

Dica: você pode oferecer uma recompensa para o ganhador do desafio, fomentando assim maior interesse, maior participação dos seguidores no desafio...

Exemplo Nutrição: 1 mês sem carne

Exemplo Personal Trainer: 30 dias de academia todo dia

Exemplo Coaching: 1 livro por mês



Educar

78

O NEGÓCIO QUE VOCÊ QUER

Faça uma sequência de stories mostrando alguns dos valores da sua marca/negócio, o propósito da sua empresa e quais modelos de negócio você tanto admira. Depois faça uma caixinha de perguntas sobre qual tipo de negócio sua audiência quer ver mais no Instagram, onde ela vê sua marca indo no futuro. Assim, você dá espaço aos seus seguidores mais próximos de fazerem parte e se sentirem cocriadores do seu *business*.

Meus valores de marca Meus propósitos empreendendo Meus va

Meus valores de marca Meus propósitos empreendendo Meus va

Meus valores de marca Meus propósitos empreendendo Meus va

Meus valores de marca Meus propósitos empreendendo Meus va

Meus valores de marca Meus propósitos empreendendo Meus va

Meus valores de marca Meus propósitos empreendendo Meus va

Meus valores de marca Meus propósitos empreendendo Meus va

Meus valores de marca Meus propósitos empreendendo Meus va



Inspirar

79

LINK POST FEED

Faça um post informativo/educacional no FEED e finalize com uma chamada para os stories, dizendo que "continua nos STORIES".

Já nos stories você adiciona alguma explicação extra sobre o conteúdo do FEED. Pode ser sua opinião, bastidor ou até mesmo uma dica bônus.

PS: Saibam que o perfil das pessoas que consomem STORIES é bem diferente das que vêem mais FEED. Então, é uma maneira de trazer seus seguidores do FEED para os STORIES.



Educar

80

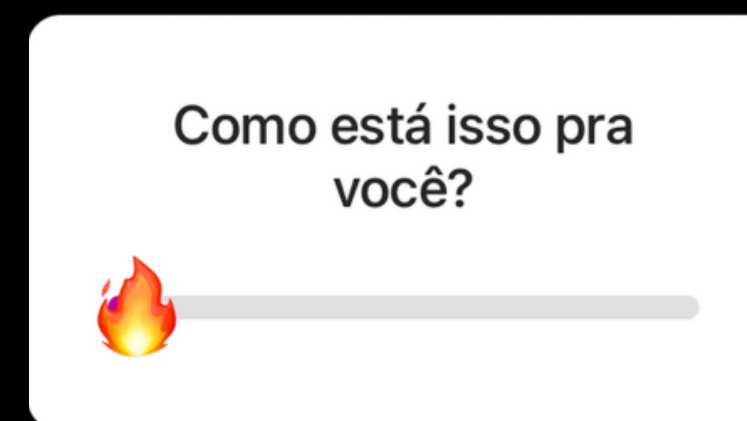
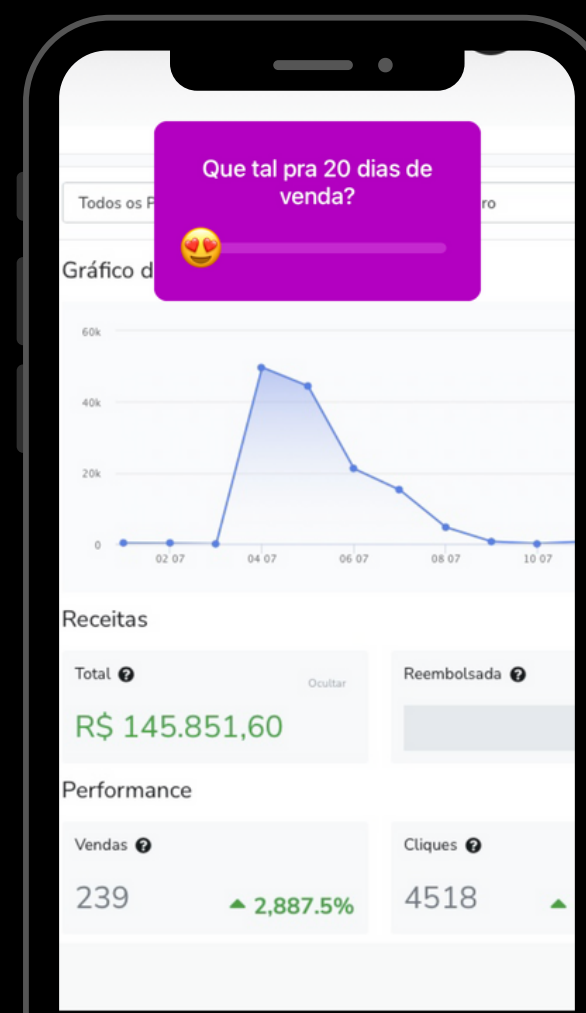
ESCALA DE VENDAS

Mostre seus resultados de vendas de um produto específico ou até mesmo do negócio em geral (pode ser um print com número de vendas/valores recebidos) e coloque um termômetro de escala de 0 a 5 perguntando: "**Como está isso para você?**"

Assim você reforça sua autoridade para aquelas pessoas que ainda não compraram de você.



Convencer



81

BASTIDOR SELEÇÃO

Mostre os bastidores de como você faz a seleção de novos parceiros, freelancers, funcionários, fornecedores para sua empresa. Isso faz com que seu público entenda um pouco a cultura organizacional do seu negócio. Além de despertar o interesse na vaga/oportunidade.



#culturaousada



Inspirar

82

CARGOS & FUNÇÕES

No embalo da ideia 81, mostre as atividades que você tem em sua rotina profissional, seu cargo/função na empresa ou no seu próprio negócio. Outra opção é apresentar os funcionários/colaboradores e mostrar suas atividades.

83

NO PAIN NO GAIN



Faça um post mostrando os bastidores do seu negócio ou de algum projeto que está demandando bastante esforço, ou até mesmo da sua rotina puxada de trabalho e usa a hashtag **#NOPAINNOGAIN**.



Inspirar

CAIXINHAS PARA CONHECER MELHOR SEU PÚBLICO

84



Qual seu MAIOR PROBLEMA
sobre X hoje?

X = seu nicho/subnicho

Por que funciona? É importantíssimo sempre saber as maiores dores do seu público. Pois, com base nisso você poderá criar algum produto/serviço que solucione esse problema. Mas antes disso você vai criar conteúdo útil, informativo, educacional, para que ele te veja como autoridade e esteja disposto a comprar seu produto quando você fizer a oferta.

85



O que mais te MOTIVA
a continuar fazendo X?

Por que funciona? A partir da resposta do seus seguidores você vai poder ser mais assertiva na sua comunicação e reforçar alguns aspectos de marca que eles enxergam em você. *Exemplo: "O que mais me motiva a produzir conteúdo no Instagram é ajudar outras mulheres a viverem suas paixões através do digital."* Com isso, você consegue se posicionar especificamente para esse público.



Inspirar

86

PREFERÊNCIAS DE FORMATO/REDE

Faça uma sessão de enquetes sobre as preferências de formato dos conteúdos e também sobre as redes sociais mais usadas pelo seu público. Assim, você consegue perceber qual o comportamento do seu público mais aquecido e então direcionar melhor seus conteúdos a ele.

- ✓ Formato: FEED, STORIES, REELS, LIVE
- ✓ Tipo: ARTE, IMAGEM, VÍDEO
- ✓ Rede: INSTAGRAM, YOUTUBE, TIKTOK, ETC.
- ✓ Tempo de Uso por dia: 1h, 2-4h, +5h



Inspirar

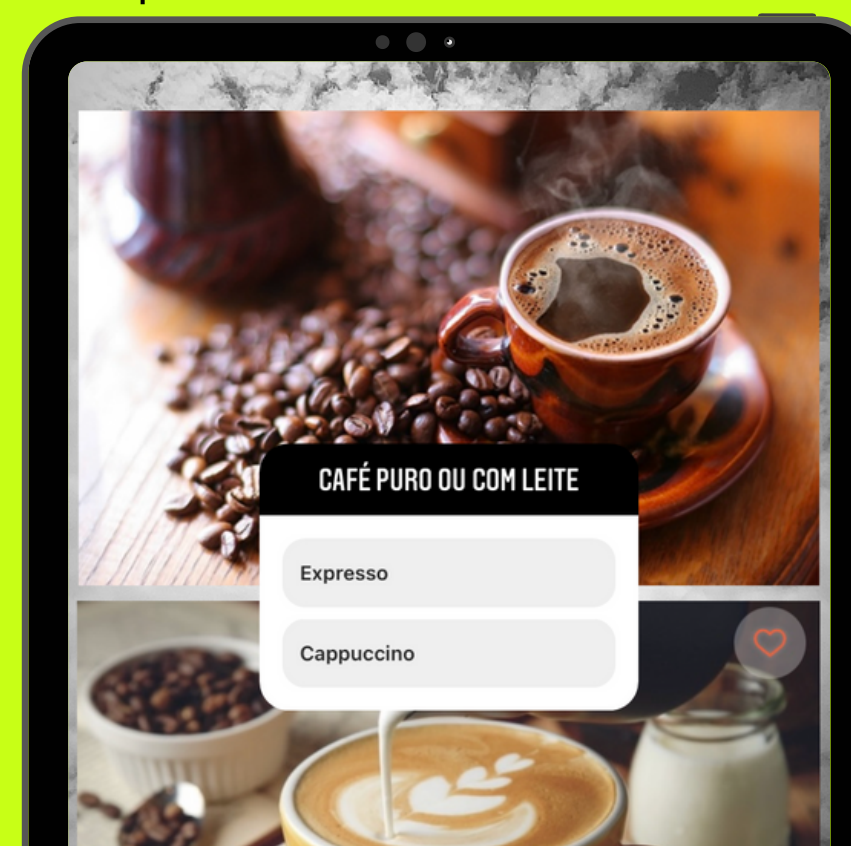
87

PERGUNTAS COMUNS

Comece o dia com enquetes de perguntas super comuns de serem respondidas, questões que qualquer pessoa saberia responder e tem opinião sobre.

Exemplo: "Você prefere café puro ou com leite?" // "Trabalho em casa ou escritório?" // "Você dorme cedo ou tarde?"

Depois dessa sequência rápida faça uma relação com seu trabalho/rotina/atividade do dia. Assim, você estimula um maior número de interações com seu perfil e faz com que seu conteúdo seja entregue para mais pessoas.



Exemplo: você pode falar dos seus hábitos matinais e dizer como eles influenciam sua produtividade no trabalho.



Inspirar

88

TUTORIAL

Escolha algum assunto que sempre te perguntam e faça uma sequência enumerada com tutorial para explicar/ensinar o tema aos seguidores.

Como fazer apresentações de slides em LIVES pelo iPhone

1. Salve sua apresentação em formato de fotos.
2. Importe as fotos (apresentação) para o iPhone.
3. Inicie a live e clique no botão do canto superior direito para compartilhar uma foto ou vídeo.
4. Selecione as fotos da apresentação individualmente e faça sua apresentação.
5. Você seguirá aparecendo no canto superior direito e a sua apresentação ficará em plano principal.

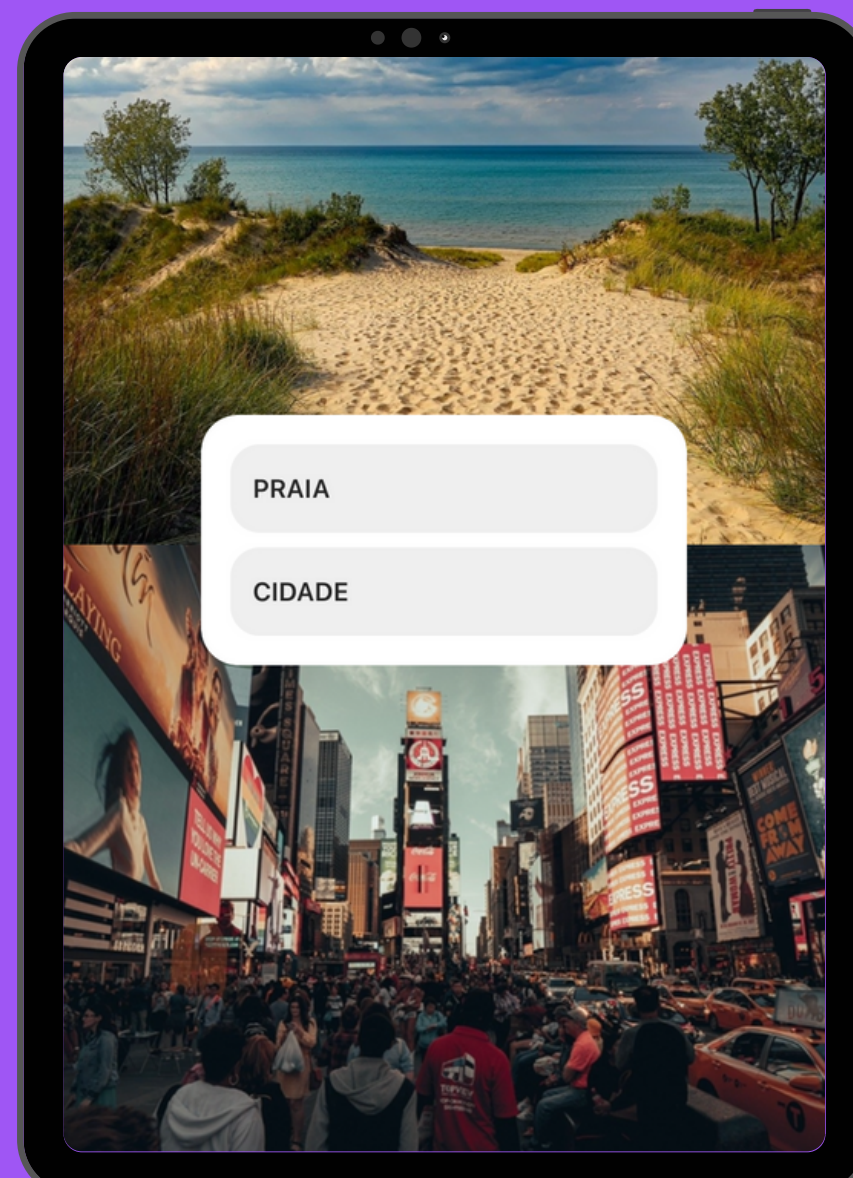


Educar

89

UM OU OUTRO?

Faça uma enquete com 2 fotos dividindo a tela e pergunte a sua audiência qual das duas opções ela prefere. Assim você estimula a interação do público de uma maneira mais leve e visual e, conseqüentemente, aumenta suas visualizações. Você pode colocar imagens dos seus produtos ou serviços. É uma excelente forma de divulgar com o que você trabalha.



Exemplo Agência de Viagens: Quando você sai de férias prefere praia ou cidade grande?

Exemplo Loja de Acessórios: No seu dia a dia você usa mais bijuteria ou mais joia?

Exemplo Entretenimento: você prefere experiências ao ar livre ou ambientes fechados?



Inspirar

90

4 EM 1

Mostre 4 maneiras diferentes de usar o seu produto físico. Use fotos e vídeos para ressaltar os atributos dos itens que você vende. Aproveite para pontuar para quem são os seus produtos e finalize sempre com o link clicável do seu contato/loja.

PS: Se você trabalha com serviço mostre 4 situações em que o seu serviço pode ser útil.



Convencer Educar

91

MUITOS EM 1

Compartilhe com seu público 3, 5, 7 ou até mais dicas de como resolver uma dor muito comum dela. Quanto mais opções de solução você der, mais você reforça seu valor de autoridade no nicho em que atua.



Educar

92

PESQUISA DE CONTEÚDO

Faça uma rápida pesquisa para entender que tipo de conteúdo as pessoas mais gostam de ver nos stories:



Educativo/informativo

Inspiracional/conexão

Entretenimento

Vendas



Inspirar

93

CONVITE EVENTO

Faça um convite para algum evento gratuito ou pago seu através de um vídeo ou arte com link clicável. Introduza o assunto do evento com uma sequência de stories e finalize com um card de convite para o evento onde você vai colocar um link clicável para direcionar sua audiência à página ou grupo de whatsapp do evento.



Dica:

Capriche na arte do card final onde você colocar o link clicável da página do evento.

94

TOUR NO INFOPRODUTO

Crie uma sequência de stories em vídeo mostrando o seu infoproduto por dentro: qual plataforma você usa, como ele é dividido, pilares/módulos/aulas, tempo de duração, principais atributos, etc. Assim, você consegue tangibilizar e expor algo que normalmente apenas um número exclusivo de pessoas têm acesso. Além de gerar curiosidade e interesse em seus seguidores.



Convencer

95

DESAFIOS

Divida com seus seguidores os maiores desafios que você enfrenta diariamente como dona do seu negócio/autônoma /profissional da área X. Você pode fazer uma relação com alguma situação difícil que está passando no momento e no final abrir uma caixinha de perguntas pra questionar a audiência sobre **seus desafios**.



Preciso desabafar um desafio que estou vivendo com vocês...



Inspirar

96

RELATOS

Faça um relato/depoimento do que você ama sobre trabalhar no mercado/nicho X. Explore bem os aspectos emocionais e use fotos/vídeos de exemplos destes momentos na sua carreira. Misture questões do dia a dia e atividades esporádicas.

Exemplo 1: "Amo poder trabalhar em home office" (foto da roupa informal enquanto trabalha em casa).

Exemplo 2: Me sinto muito realizada quando faço eventos com milhares de mulheres ao vivo para ensinar sobre marketing digital (vídeo de evento ao vivo).

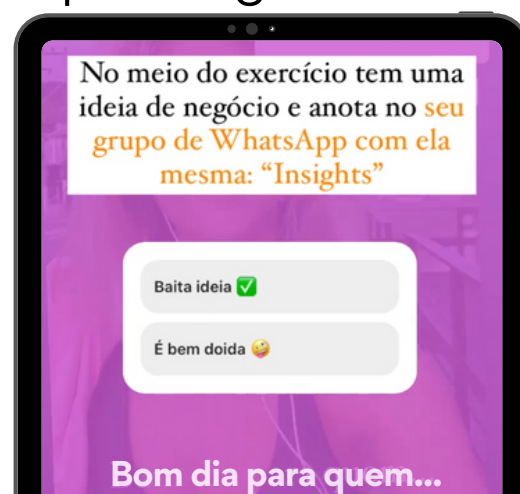


Inspirar

97

CONVERSAS ABERTAS

Compartilhe algum pensamento que está passando por sua cabeça no momento. Abra uma caixinha de perguntas e tente gerar conversas a partir dos pontos em comum que surgirem com o seu público.



Dica: faça a reflexão e depois continue com uma pergunta.

Exemplo de pergunta: você também tem um grupo só seu no WhatsApp para salvar ideias espontâneas?

98

SITUAÇÕES COMUNS

Transforme alguma atividade comum do seu trabalho em algo interessante aos olhos de quem vê. Lembre que muitas vezes situações comuns para nós são super diferentes para o nosso público.

Exemplo 1: mostrar o caminho de casa para o trabalho de maneira inspiradora.

Exemplo 2: mostrar a visita à algum fornecedor/parceiro e compartilhar o quão inspirador é seu local de trabalho.



Inspirar

99

NOVA TÉCNICA

Faça uma sequência mostrando alguma nova técnica de trabalho que você tenha aprendido recentemente que possa servir para o seu público também.

Dica: aprendeu alguma técnica para ser mais produtiva ou eficiente, divida com a audiência.

100

CASE DE SUCESSO

Utilize a visibilidade de alguém muito famoso que seja um case de sucesso profissional para fazer uma análise desse @ e mostrar as estratégias que tal pessoa usa por trás do seu negócio.

Dica: Sempre marcar a pessoa que está sendo mencionada e finalizar com CTA do seu produto/serviço para quem quiser aprender mais a fundo sobre essa análise/tema.



Educar

101

PAUTA QUENTE

Assim como na ideia 100, você pode aproveitar um assunto que esteja em alta/muito falado na mídia de massa para fazer uma análise técnica e expor seu ponto de vista explorando pontos de conexão com seu nicho.

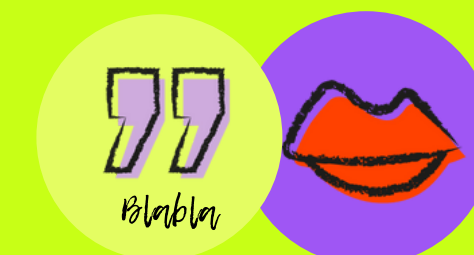
Exemplo: Como os participantes do BBB estão utilizando o programa como plataforma para ganhar audiência e vender seus infoprodutos fora da "casa".



102

INSIGHTS PODCASTS

Compile os melhores insights sobre algum podcast que você esteja ouvindo e divida com a sua audiência. Na sequência indique seus podcasts preferidos e finalize com uma caixinha de perguntas: "Qual você ouve e ama?"



Educar Inspirar

Depois de algum evento especial que não acontece qualquer dia no seu negócio/empresa que você trabalha, faça uma sequência de stories misturando vídeos, fotos, *boomerangs* de bastidores e melhores momentos para tentar transmitir a mágica por trás daquela situação única.

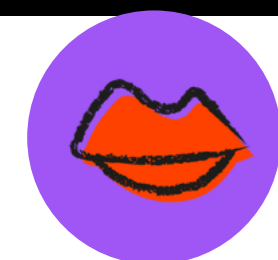
Exemplo 1: Se você organizar/participar de algum evento presencial.

Exemplo 2: Se você fizer um ensaio fotográfico.

Exemplo 3: Se você fizer uma viagem a trabalho.



Por fim, transforme essa sequência de stories em um DESTAQUE do seu perfil mostrando o quanto aquilo foi marcante/inusitado para a história da sua marca/carreira/empresa que trabalha



AÇÕES DE ANTECIPAÇÃO/LEMBRETE

104

Antes de você fazer alguma live, evento ou até mesmo divulgar um novo produto/serviço, crie uma contagem regressiva para gerar uma certa antecipação/expectativa no seu público. Dessa forma, você pode usar esse estímulo até o dia do evento e lembrar diariamente quantos dias falta para data.

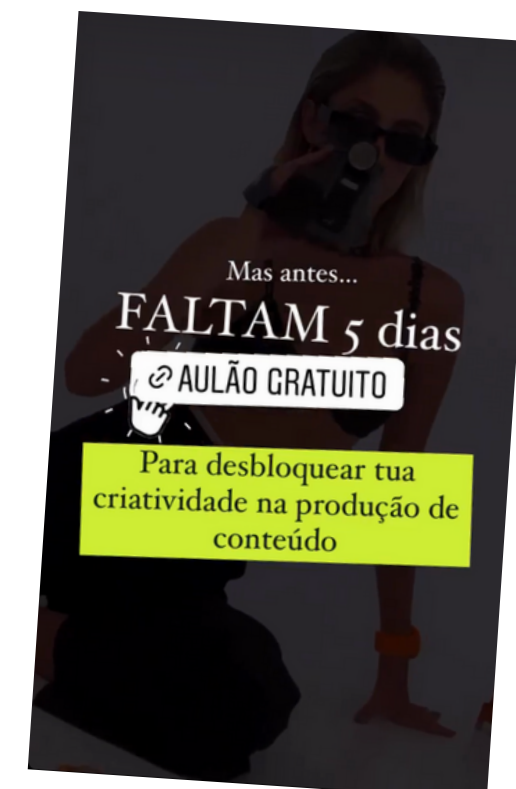


105

Também antes de um evento especial faça um criativo em arte ou vídeo para dizer que faltam X dias para o evento. Normalmente se faz lembretes faltando 3 dias, faltando 1 dia e no dia do evento (dependendo da dimensão do evento pode se fazer com mais antecedência).

Por que é tão importante?

As pessoas precisam reforço mental/lembrete sobre datas, ainda mais quando se trata de algum evento digital/online, já que elas recebem tantos estímulos todo dia. É nossa obrigação lembrarmos elas quando o interesse é nosso que elas compareçam/participem ao evento.



Convencer

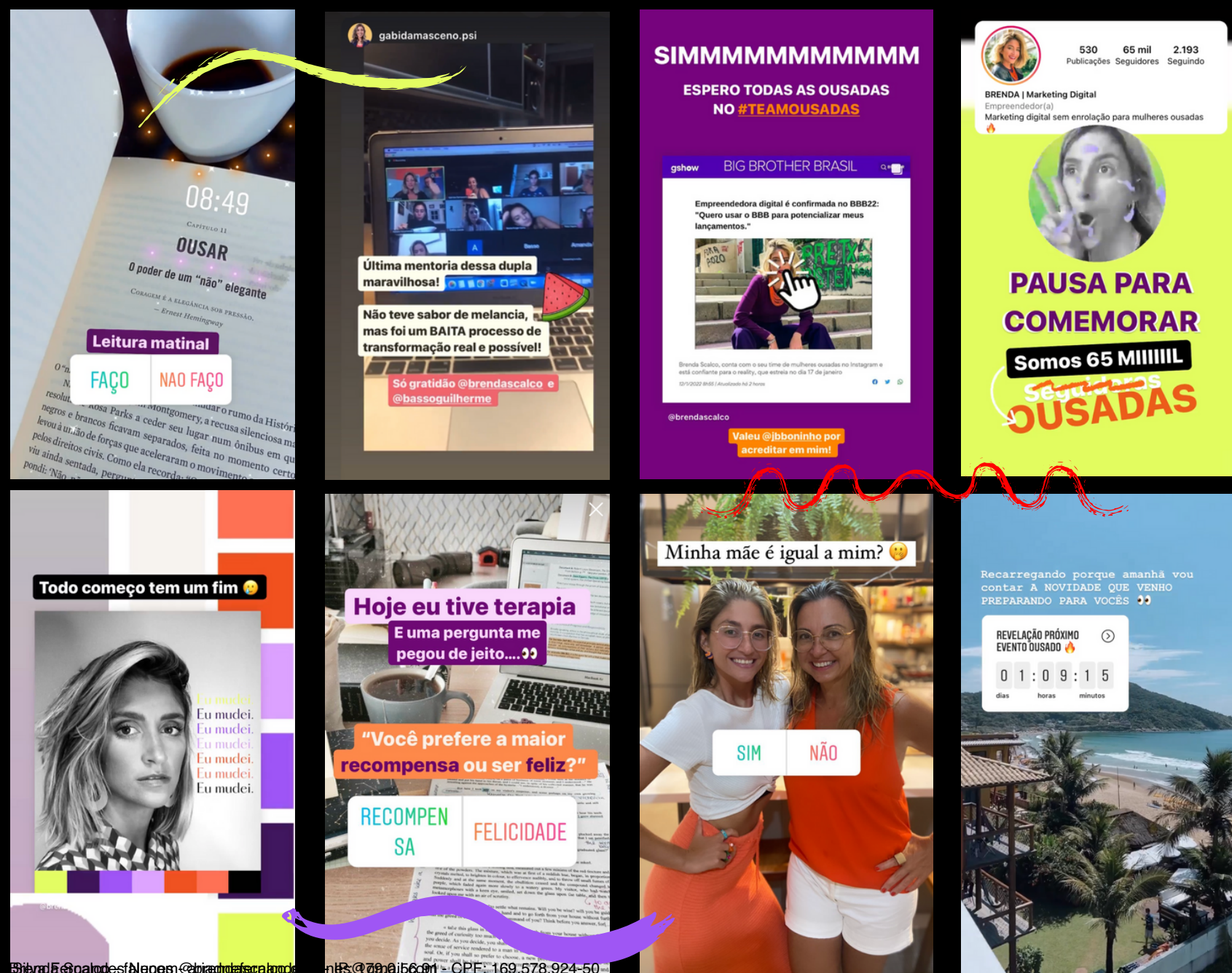
106

RECAP SEMANAL

No início ou no final da semana você pode fazer um "recap" (um resumo) da semana que passou com os principais ensinamentos que você fez no FEED e alguns momentos da sua rotina compartilhados nos STORIES.



Inspirar



107

RELEITURA

Depois de certo período (uma semana de postagens nos stories) você pode analisar o que teve melhor resultado e fazer uma releitura baseado no modelo que deu certo. Faça pequenas alterações (no design, no assunto usado ou na copy) mas utilize a mesma estrutura/lógica do story que havia performando bem.

No **Perfil** do Instagram



Entre em **Insights**



Filtre por maior **Alcance**



Selecione **Stories**



Selecione o **Período**



Veja os que tiveram resultado acima da média e analise o que possa ter

feito eles se destacarem. A partir disso, você usa a mesma estrutura com outro conteúdo e verifica se isso é validado. Assim, você pode usar esse modelo com algumas alterações estrategicamente a seu favor.



Entreter



Educar



Inspirar



Convencer

Crie um quiz com algumas perguntas mais senso comum como se fosse um *"Teste da Capricho"* (a geração anos 90 vai entender o que estou falando 🤔) e depois de 2 ou 3 introduza questões sobre o seu nicho aproveitando o gancho das anteriores. Essa estratégia pode ser usada para aumentar o número de respostas do seu público nos stories.

Comece com perguntas mais senso comum até com tons de comédia e depois de 2 ou 3 questões vá entrando no assunto que você quer explorar de fato.



Na quinta-feira você pode juntar algumas fotos/vídeos antigas para fazer um #TBT (*ThrowBack Thursday*) e mostrar um pouco do seu negócio no passado, no seu início, etc.

Exemplo 1: Se você tem um comércio físico pode postar uma foto da sua loja em obra ou como era lá no início.

Exemplo 2: Se você é empreendedor digital pode postar uma foto de como você começou ou até mesmo alguma fase do negócio.

Dica: estimule a interação dos seguidores com uma enquete ou termômetro perguntando se eles já te acompanhavam naquela época.



Inspirar



Entreter

110

INTERATIVO

Em momentos de lazer ou intervalos de trabalho você pode postar uma foto do que estiver fazendo e chamar a audiência para participar com alguma caixinha de pergunta interativa. Essa estratégia funciona melhor durante o fim de semana, quando estamos mais propensos a descansar e falar sobre assuntos mais leves.

Exemplo 1:

Foi no cabeleireiro, pode perguntar se o público gosta de cabelo curto ou comprido.

Exemplo 2:

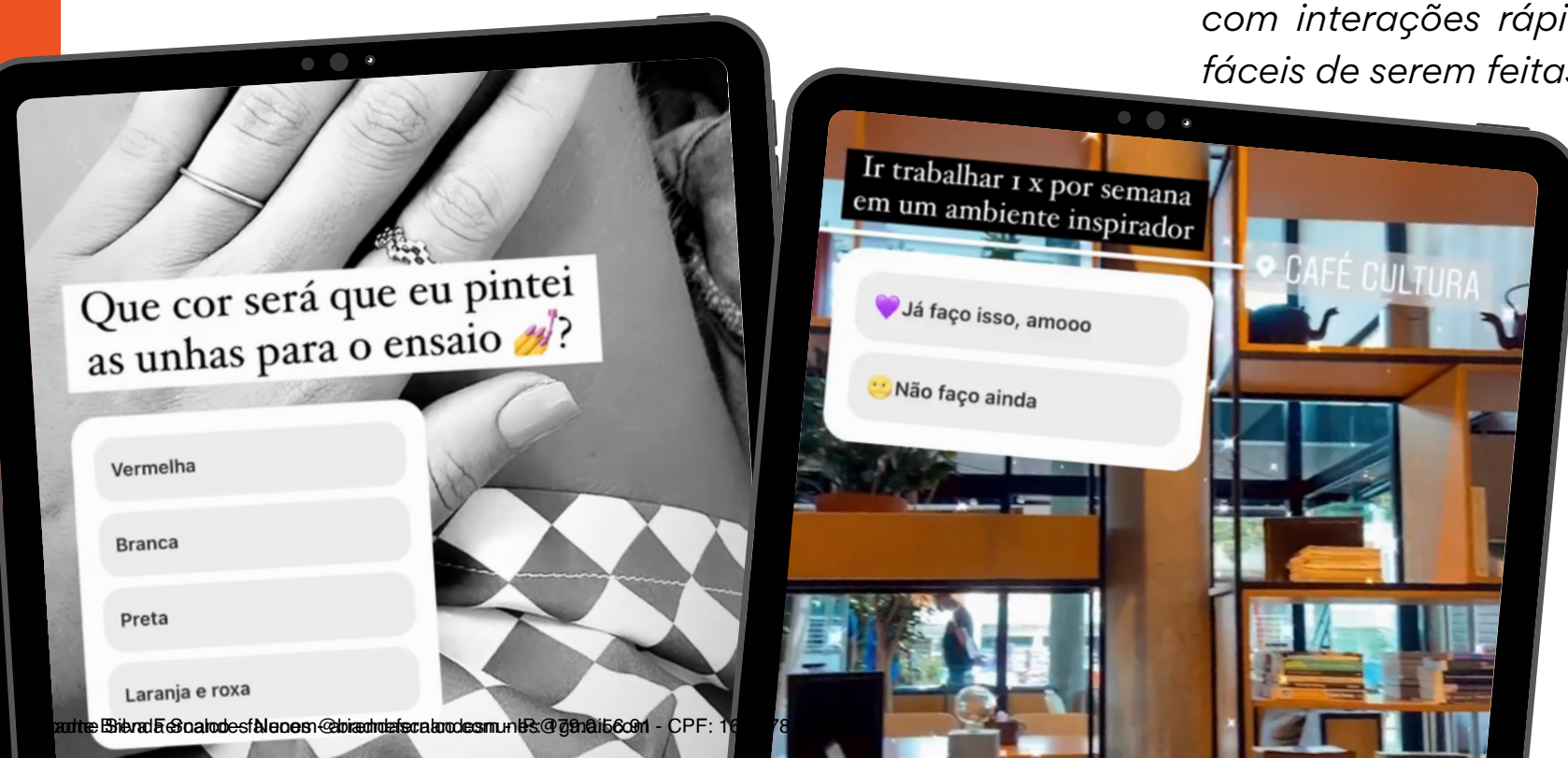
Foi num restaurante, pode perguntar entre uma comida ou outra.

Exemplo 3:

Em viagem, pode perguntar carro ou avião.

Objetivo:

Aumentar as visualizações com interações rápidas e fáceis de serem feitas.



Entreter

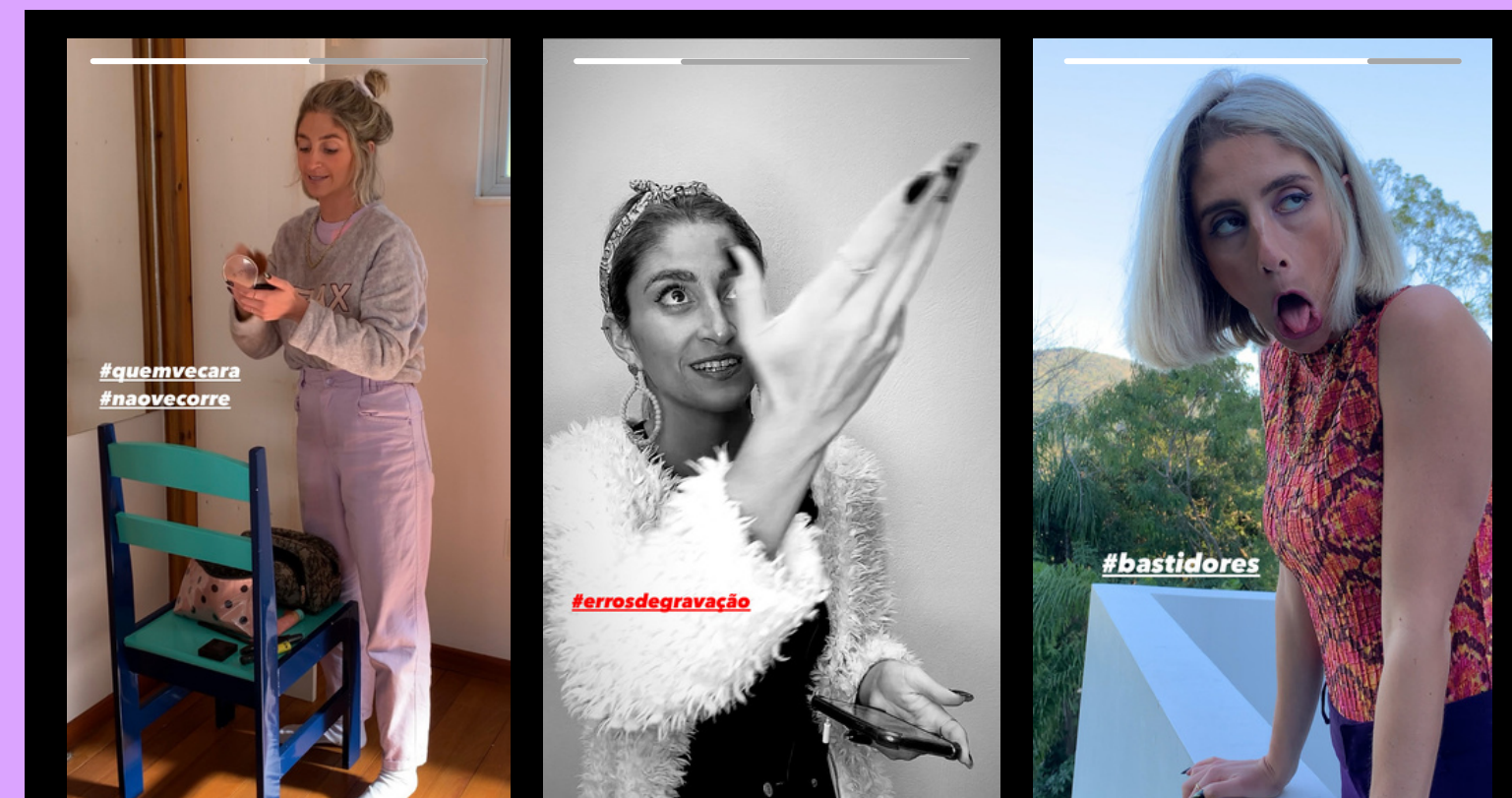
111

ERROS DE GRAVAÇÃO

Divida com seu público erros de gravação de algum conteúdo gravado seu, seja aula, anúncio, stories... Dessa forma, trazemos mais leveza e humanidade à nossa marca. Todos sabemos que marcas são formadas por pessoas que movidas por desafios/objetivos. Mas, muitas vezes esquecemos que pessoas erram. Então, nada mais justo que compartilhar desses momentos engraçados para mostrarmos que também erramos e criarmos pontos de conexão com nossa audiência.

Dica:

Esse tipo de conteúdo deve ser utilizado esporadicamente. Apenas para quebrar um pouco a rotina de conteúdos profissionais.



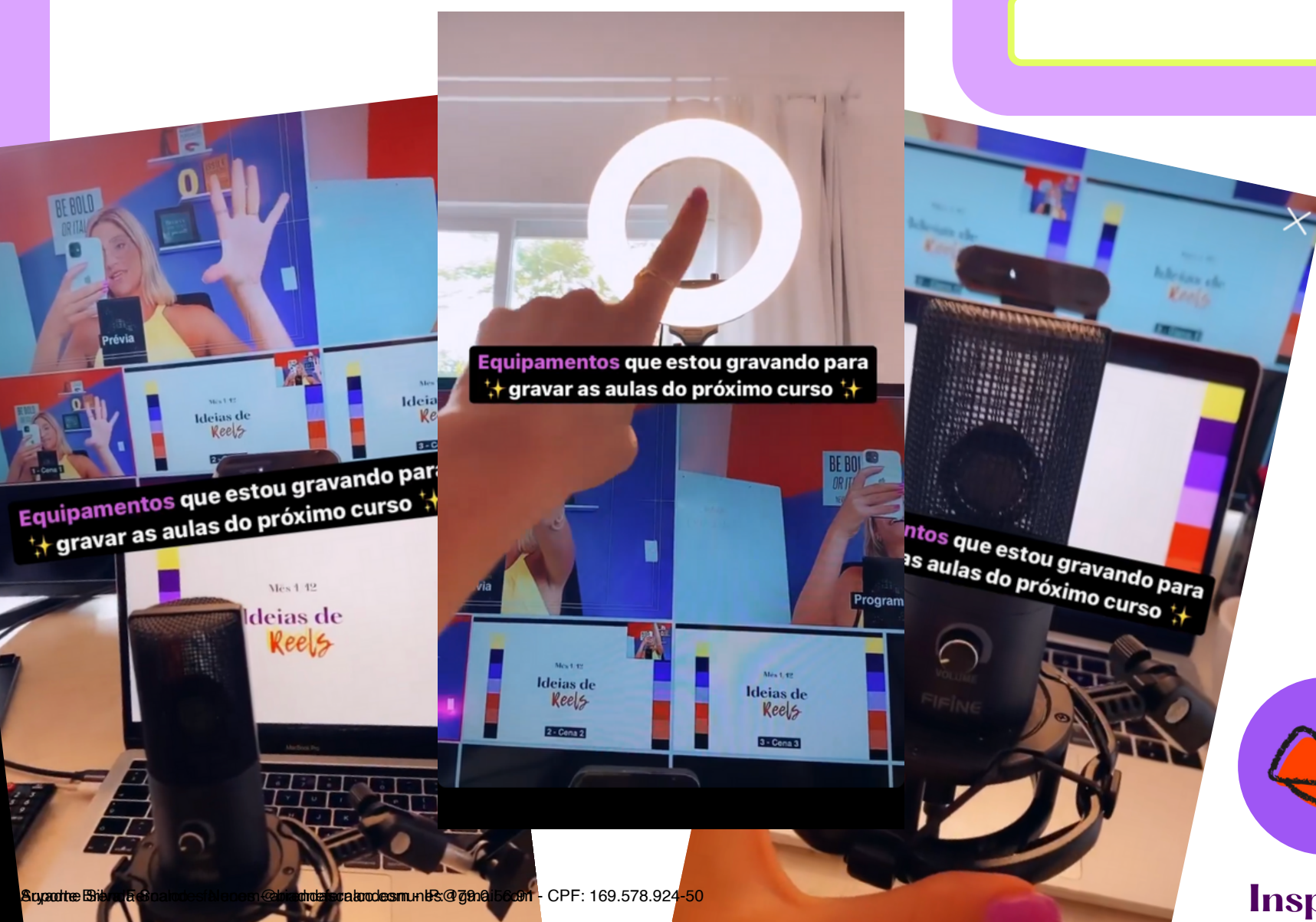
112

EQUIPAMENTOS

Mostre os equipamentos que você usa para trabalhar e abra uma caixinha de perguntas para estimular questões relacionadas a isso.



Quais equipamentos você usa? Tem muita diferença?



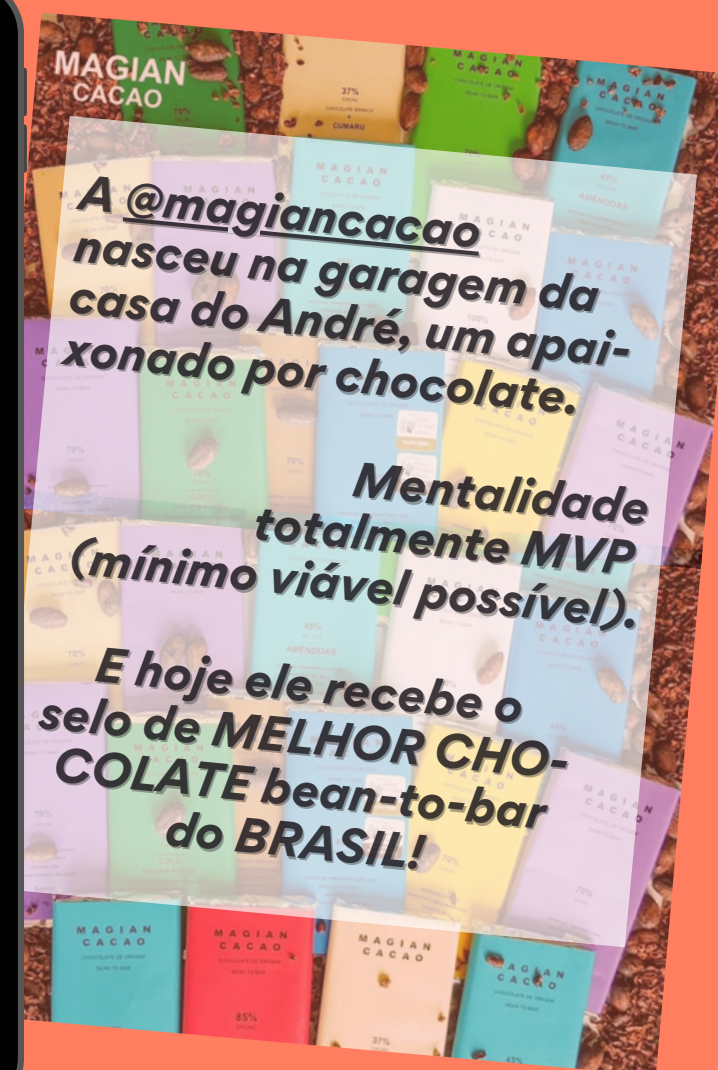
Inspirar

113

APOIO É TUDO

Compartilhe algum projeto ou empresa que você acredita, independente do nicho. Assim você demonstra seus valores pessoais/profissionais e fortalece o senso de comunidade em torno da sua marca.

@magiancacao



Inspirar

114

BATALHA DE X

Crie uma sequência de perguntas de múltiplas respostas para descobrir a preferência do seu público sobre diversos aspectos do seu universo de marca e chame-o de **Batalha de X** (seu nicho/subnicho).

Batalha do Prazer (ex: sexóloga)

Qual sua posição preferida? X, Y ou Z

Onde foi o lugar mais inusitado que você já fez sexo? A, B ou C

Você faz sexo quantas vezes por semana? 1, 2 ou +3

Dica:

Acabe com uma análise sobre as respostas dadas, para trazer seu conhecimento aplicado ao assunto.



Entreter Inspirar

115

SITUAÇÕES ABSURDAS

Compartilhe situações "absurdas" e faça perguntas para saber a preferência dos seus seguidores sobre estas situações hipotéticas. Tente fazer alguma relação com sua área de trabalho.

Nicho: Lançamentos Digitais

Você prefere ganhar um salário mínimo pro resto da vida trabalhando no que ama ou fazer lançamentos de 7 dígitos em um trabalho que você odeia?

Nicho: Nutrição

Você ficaria sem comer carboidratos pra sempre sabendo que ganharia 10 anos a mais de vida?



Entreter

116

OFERTA RELÂMPAGO

Faça uma promoção relâmpago apenas para quem estiver acompanhando os stories. Explique como vão funcionar as regras da oferta e dê um prazo determinado.

As possibilidades são muitas:

- Você pode divulgar um código promocional válido por tempo limitado.
- Você pode dar uma condição especial àqueles que repostarem um conteúdo estratégico seu.
- Você pode oferecer um brinde a quem comprar pela primeira vez do seu negócio.

Dica:

Use alguma funcionalidade para estimular a interação (ex: termômetro).



Convencer

117

MINI AULA

Prepare uma sequência de stories com explicação de uma dor específica do seu público já identificada através de pesquisas com enquetes feitas anteriormente. Então, faça uma mini aula com dicas práticas em vídeo.



Palavra

Educar

118

MENTALIDADE

Faça uma reflexão sobre mentalidade empreendedora e explique como é importante manter-se persistente e engajada nos seus objetivos de negócio. Todas pessoas que compartilham essa realidade com você vão se identificar de alguma forma. Finalize mostrando que o processo vale a pena depois de alcançar nossos resultados.



Dica:

Para uma OUSADA obstinada não existe fracasso. O que existe são resultados negativos que analisamos e entende para repetirmos.



Inspirar

119

REAJA COM EMOJI

Compartilhe uma sequência de stories no estilo bate-papo falando sobre algo que você está vivendo no momento e peça para a audiência reagir com um emoji se elas já passaram por isso.

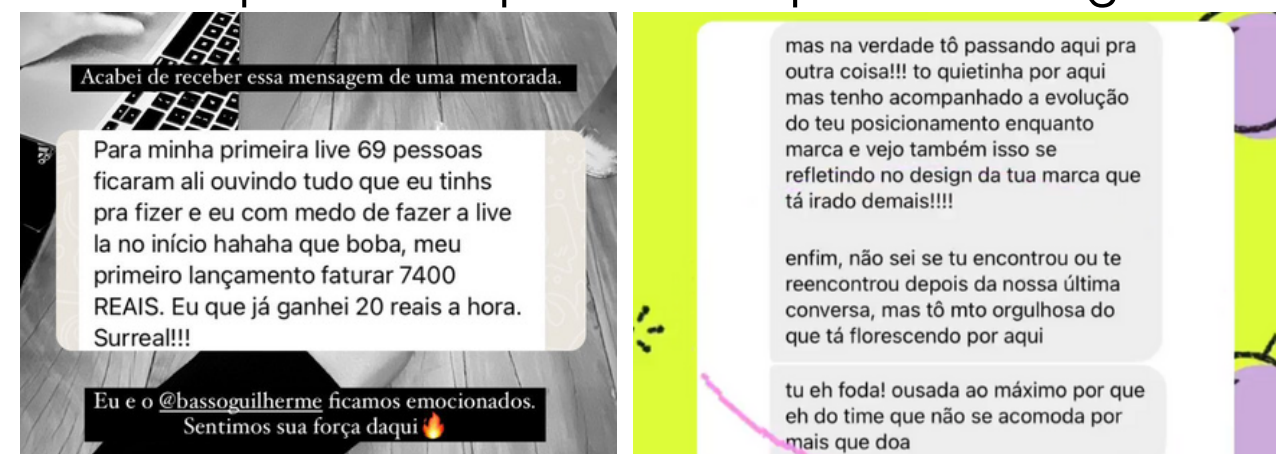


Inspirar

120

FEEDBACKS

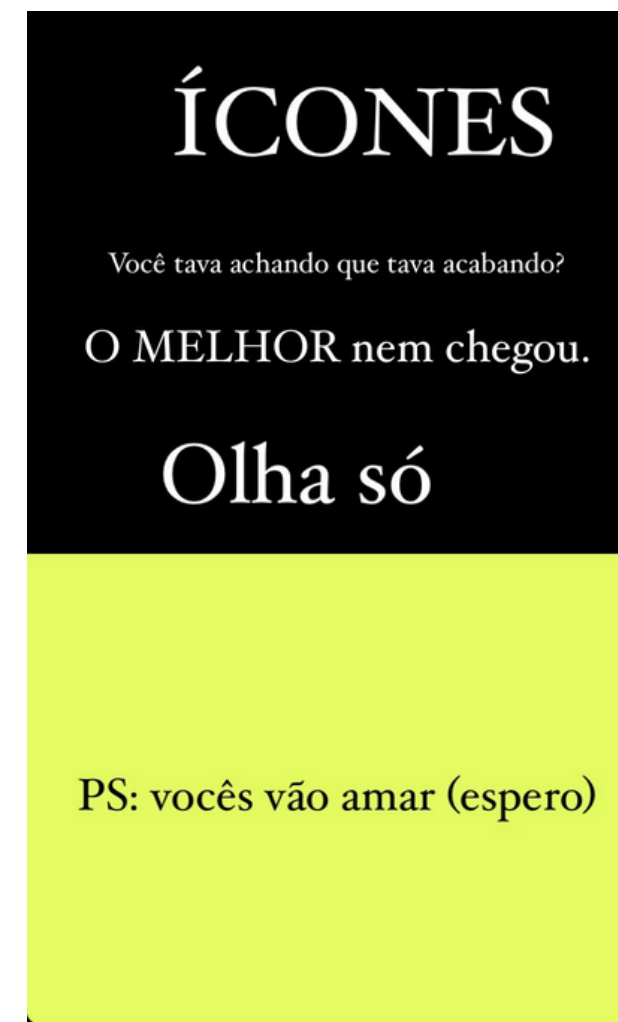
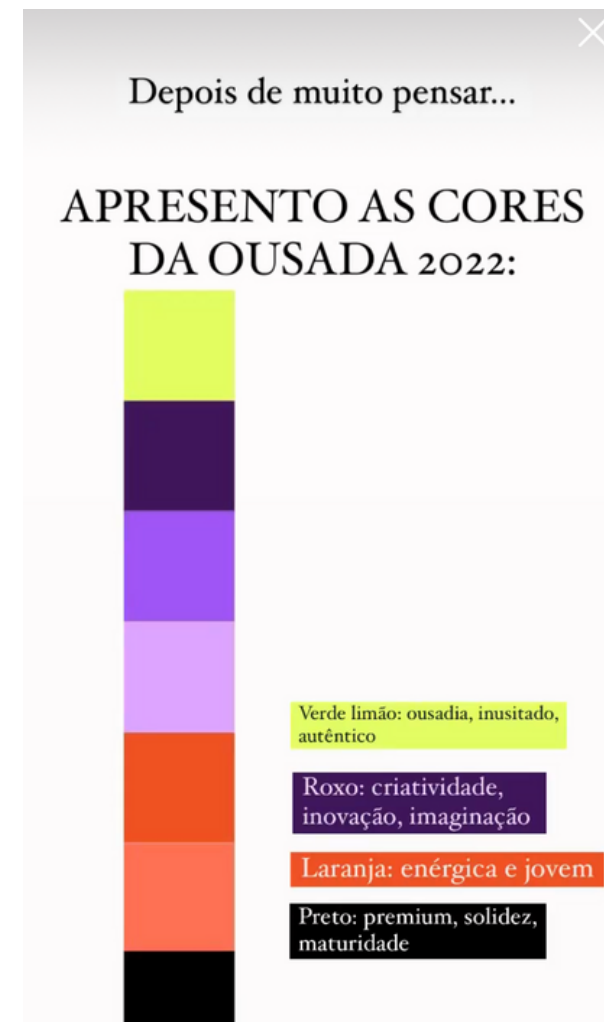
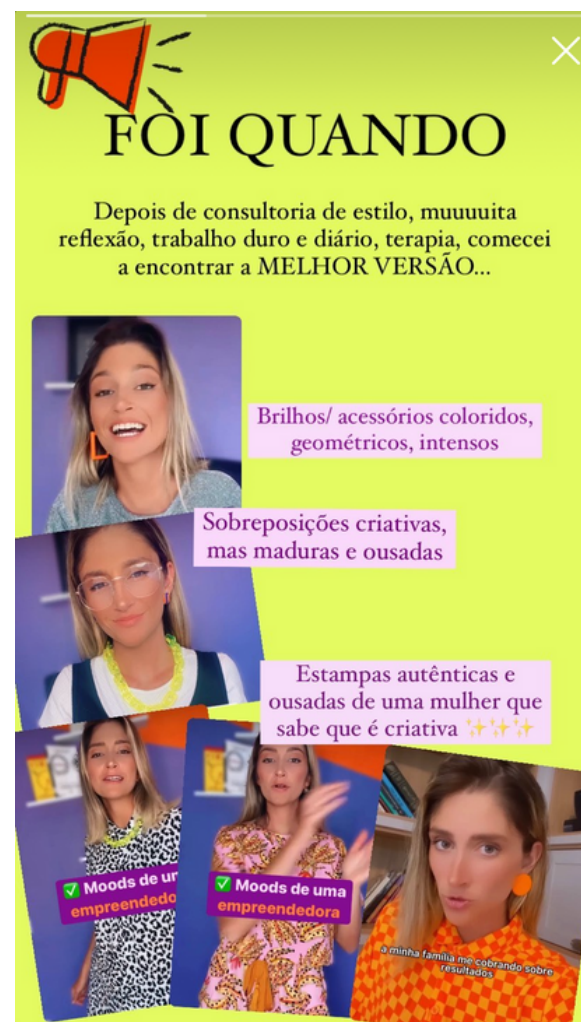
Divida com seu público comentários, DMs, ou mensagens de seguidores e clientes. Fale como você se sente com esses feedbacks e o que eles representam para seu negócio/marca.



Compartilhe como foi o processo de desenvolvimento do nome da sua marca/empresa, quais suas inspirações, referências, intenções. Como o logo foi desenvolvido, qual a história por trás dele. Como foi criada a identidade visual da marca, baseada em que conceitos foi pensado o branding do seu negócio. Toda empresa possui uma história que precisa ser contada. Explore esses aspectos emocionais e relacione ao seu posicionamento de mercado.



Inspirar



Essa estratégia é incrível para aumentar o engajamento e as views do teu stories! Você vai mostrar alguma "pista" ou "spoiler" do seu próximo produto, de onde você está, de uma novidade que você ainda não disse no seu perfil...

E por fim, apenas diga que isso apareceu no último story (assim as pessoas vão voltar o story e o algoritmo entende que o seu stories é interessante e merece ser mostrado para mais pessoas)!

Aumente o engajamento dos stories ainda mais, dizendo: "quem percebeu X coisa (a pista que você está falando sobre) reage com um emoji X (decida um específico, como no exemplo)" - isso faz você receber mais DMs no dia e iniciar uma conversa com essas pessoas que interagirem!



Entreter



Educar



Inspirar



Convencer

E se eu te contar que no **stories anterior tem uma PISTA** sobre o novo produto? 🗨️



Quem percebeu reage com um 🔥



123

TEMPLATES DE BINGO

Crie games, quizzes, bingos para as pessoas se divertirem e divulguem o seu negócio ao mesmo tempo!

Como funciona: você faz o story (a arte) e posta já marcando suas respostas, depois poste de novo sem marcar nada (para o seu seguidor conseguir tirar print, fazer a brincadeira e postar também). Explique para o seguidor a brincadeira e incentive ele a participar!

Dica: Crie algo relacionado com o seu nicho*

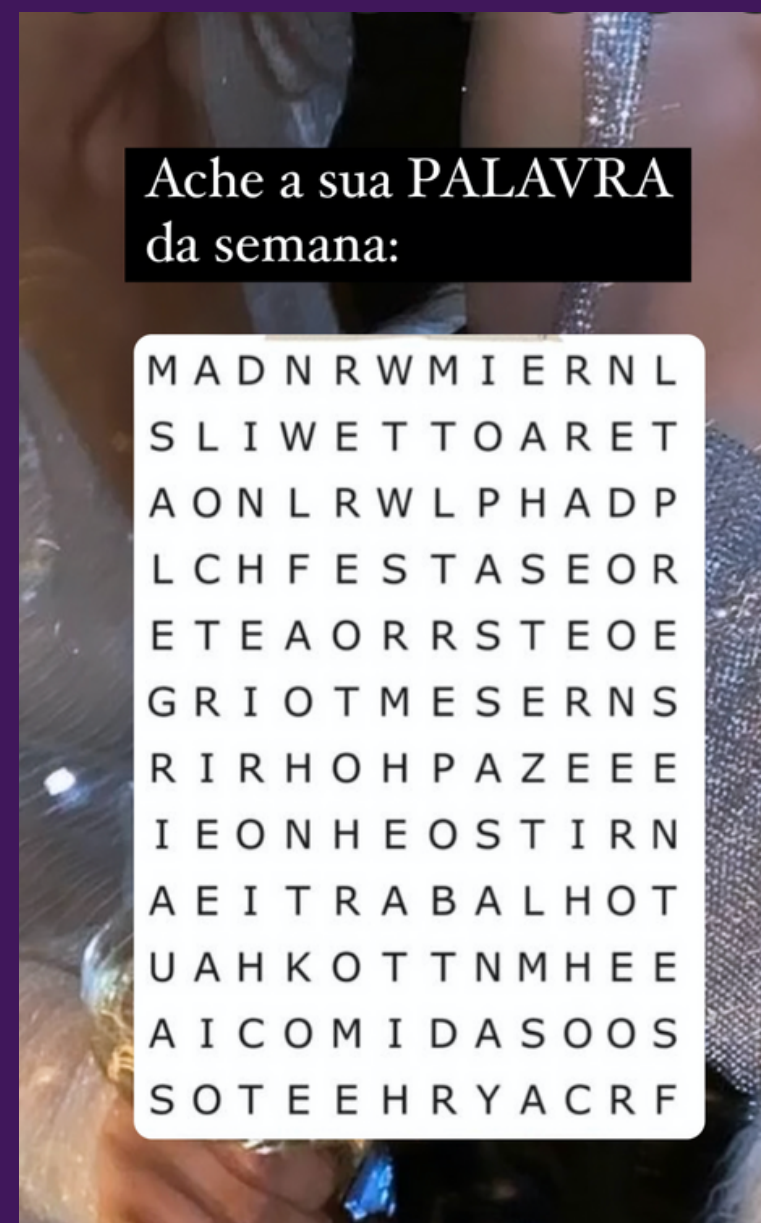


Entreter

124

CAÇA PALAVRAS

Procure um caça palavras pronto na internet, recorte a imagem e coloque sobre um plano de fundo que represente sua marca! Faça uma interação com sua audiência pedindo para ela achar a sua PALAVRA DA SEMANA!



Dica:

Essa estratégia é muito boa, pois o algoritmo leva em conta o tempo de tela que o seguidor fica no story. Quanto mais tempo, mais ele entende como relevante e mostra para outras pessoas!

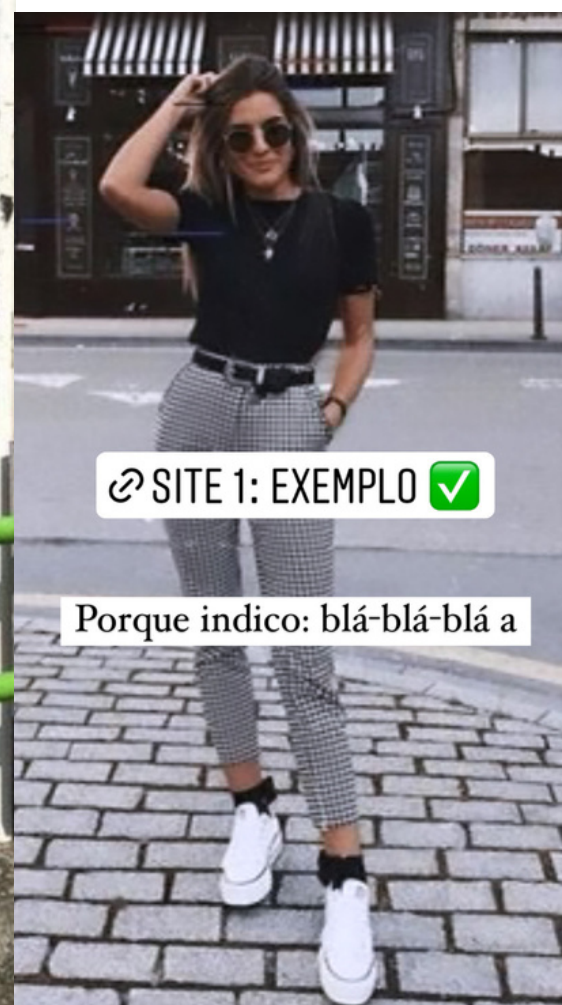


Entreter

125

MEUS TOP 3 DA SEMANA

Use o link nos stories para não só fazer um conteúdo de vendas (redirecionando para o seu site, Whatsapp, curso...) VAMOS ALÉM DISSO! Use o seu LINK NOS STORIES para fazer conteúdos educacionais e inspiradores. Selecione suas melhores descobertas da semana e faça seus TOP 3 NOVAS REFERÊNCIAS, colocando os links redirecionando para: vídeos, blogs, sites...você pode ainda fazer disso um quadro temático 1 x por semana e falar o "porque você indica" para trazer mais personalidade para suas escolhas!



Inspirar

**Eaí , curtiu nossa máquina de
conteúdo para o stories, ousada?**



**Para elogios, dúvidas, sugestões...manda
uma DM para mim, vou amar te conhecer!**

Ebook Stories



MÁQUINA DE CONTEÚDO

Por @brendascalco