COMO ARREBENTAR NAS REDES SOCIAIS EM 2020

OS BASTIDORES DA ESTRATÉGIA

RAPHA AVELLAR

OS BASTIDORES DA ESTRATÉGIA RAPHA AVELLAR DE MARKETING

1 INTRODUÇÃO

RAPHA AVELLAR

NESTE RAIO-X DA **MINHA ESTRATÉGIA**, PROVAVELMENTE, VOCÊ ME VERÁ

QUESTIONAR

ALGUNS DOS PRINCÍPIOS CHAVES DE MARKETING DIGITAL QUE TE ENSINARAM ATÉ HOJE.

O MOTIVO DISSO É QUE **O MUNDO MUDOU**, TÃO SIMPLES QUANTO ISSO. ESTAMOS EM 2020 E FAZER O QUE FUNCIONAVA HÁ 2,3,5 ANOS

NÃO É UMA OPÇÃO REALISTA.

ENTÃO, ESSE É O **MEU PONTO DE VISTA** SOBRE COMO FAZER ISSO, CRIADO ATRAVÉS DE **MAIS DE 286 MIL HORAS** NAS TRINCHEIRAS DA INTERNET.

EU DIVIDI O RACIOCÍNIO EM DUAS PARTES:

RAPHA AVELLAR

A VISÃO ESTRATÉGICA QUE VOCÊ PRECISA

1 • INTRODUÇÃO

2 • A VISÃO ESTRATÉGICA QUE VOCÊ PRECISA

3 • PROFUNDIDADE MOVE ALCANCE

4 • MENSAGEM SOBRE MEIO

5 • VELOCIDADE LEVA À QUALIDADE

O MODELO EXATO QUE SUSTENTA TUDO

6 • IRRACIONALIDADE TEM ROI

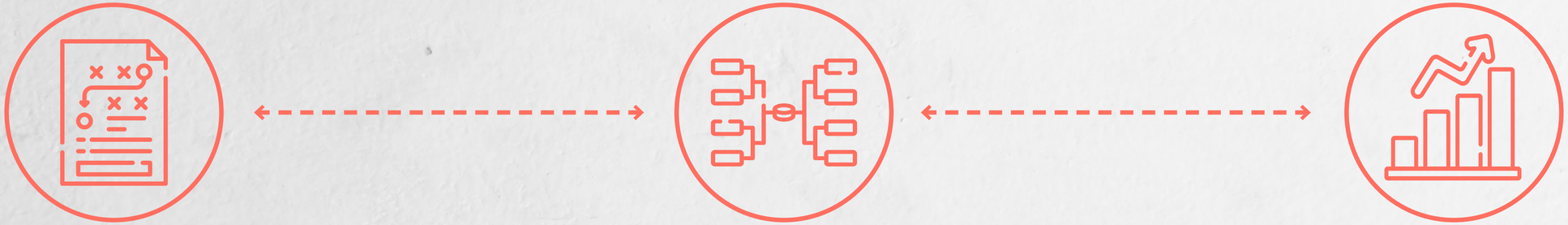
7 • COMPREENDA O MODELO

8 • AÇÕES BASEADAS NA ESTRATÉGIA

9 • MOSTRANDO O MODELO EM AÇÃO

10 • COLOCANDO EM PRÁTICA

É IMPORTANTE QUE VOCÊ ENTENDA QUE PARA DAR CERTO, **E TER RESULTADOS DESPROPORCIONAIS**, É FUNDAMENTALMENTE NECESSÁRIO TER TANTO A ESTRATÉGIA COMO O MODELO CORRENDO PELAS SUAS VEIAS.



ESTRATÉGIA MODELO RESULTADOS

UM COMPLEMENTA O OUTRO.

OS BASTIDORES DA ESTRATÉGIA RAPHA AVELLAR DE MARKETING

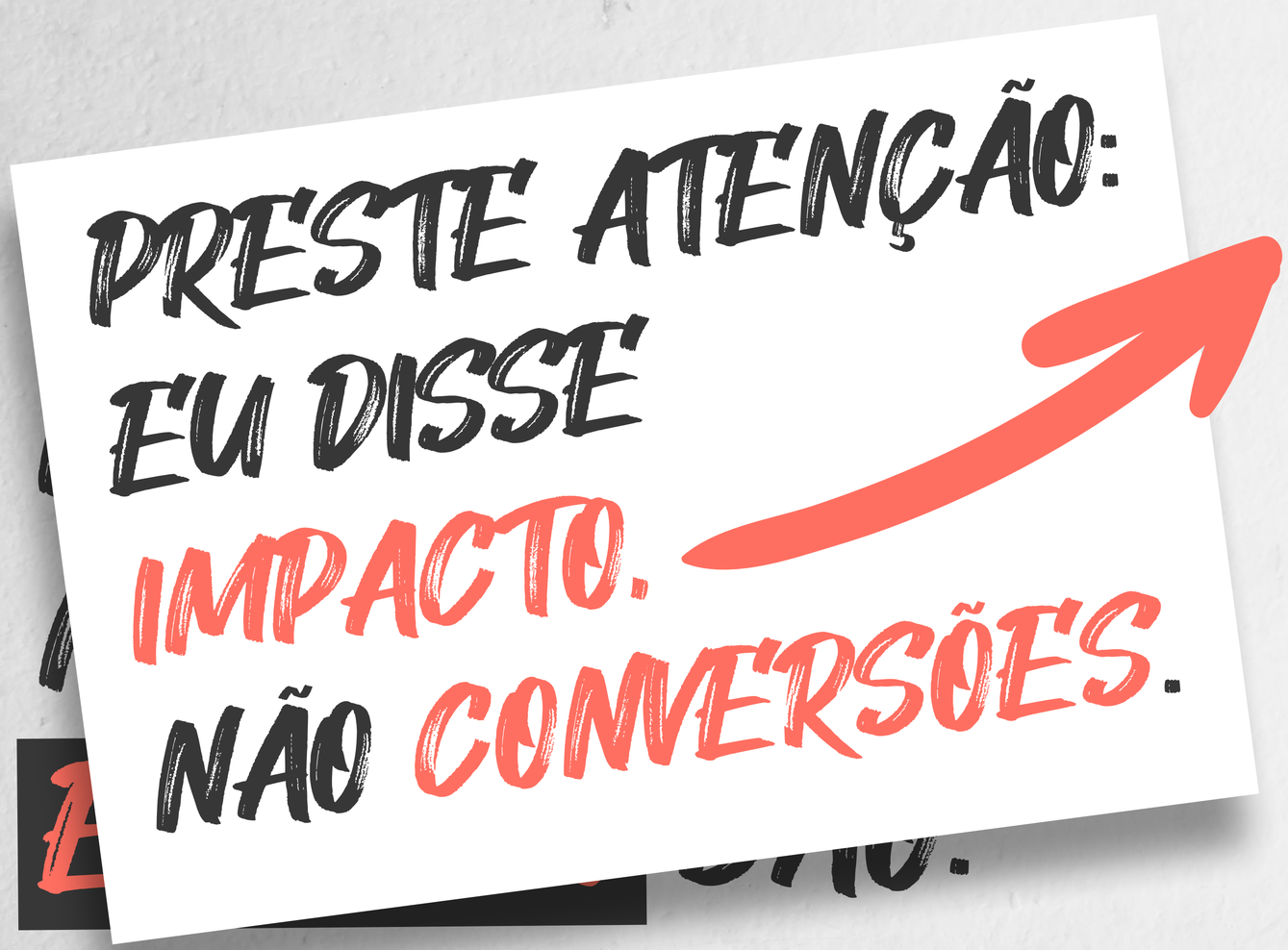
A VISÃO ESTRATÉGICA QUE VOCÊ PRECISA

RAPHA AVELLAR

RAPHA AVELLAR

OS 5 PILARES PARA FAZER MARKETING EM 2020 SÃO:

- IMPACTO
- PROFUNDIDADE
- MENSAGEM
- VELOCIDADE
- IRRACIONALIDADE



- IMPACTO
- PROFUNDIDADE
- MENSAGEM
- VELOCIDADE
- IRRACIONALIDADE

RAPHA AVELLAR

JEITO ANTIGO

FOCO EM VENDAS

QUERO TE CONVERTER

FRICÇÃO E MEDO

LEADS EM LISTA

CONSUMO INDIVIDUAL

QUERO TE VENDER

TRANSACIONAL

JEITO NOVO

FOCO EM MARCA

QUERO TE GERAR VALOR

CONSUMO LIVRE E LIBERDADE

IMPACTO MÁXIMO

AMPLIFICAÇÃO BOCA-BOCA

QUERO COMPRAR DE VOCÊ

EMOCIONAL

A CHAVE AQUI É ENTENDER QUE SE VOCÊ ESTÁ TENTANDO CONVERTER FORÇADAMENTE ALGUÉM EM 2020, **NÃO VAI DAR CERTO**.

AS PESSOAS NÃO SÃO BURRAS!

ESSE TIPO DE ESTRATÉGIA NÃO ENGANA MAIS NINGUÉM. SE VOCÊ ESTÁ FAZENDO ISSO, SINTO TE INFORMAR QUE ELAS JÁ TE SACARAM E

ESTÃO NA DEFENSIVA.

É POR ISSO QUE E-BOOK **NÃO FUNCIONA** PARA A MAIORIA DE VOCÊS. **99,9% DOS E-BOOKS SÓ EXISTEM PRA TENTAR CONVERTER O USUÁRIO** EM LEAD, E JOGAR ELE EM UM FUNIL QUALQUER.

E NINGUÉM QUER ISSO.

NA HORA QUE VOCÊ PÕE O CHAPÉU DE **VENDEDOR CHATO** COMO PARTE DA SUA ESTRATÉGIA DE MARKETING, **VOCÊ GERA FRICÇÃO E MEDO**.

VOCÊ APENAS AFASTA AS PESSOAS.

ELAS, LITERALMENTE, DEIXAM DE BAIXAR O MATERIAL PORQUE SABEM QUE VÃO SER INCLUÍDAS EM LISTAS DE E-MAILS, SEREM PERSEGUIDAS, E VÃO RECEBER CENTENAS DE

E, POR CONTA DISSO, VOCÊ ESTÁ FORMANDO **MENOS OPINIÃO**, **GANHANDO MENOS AMPLIFICAÇÃO BOCA-BOCA** E

REDUZINDO O IMPACTO DA SUA ESTRATÉGIA

RAPHA AVELLAR

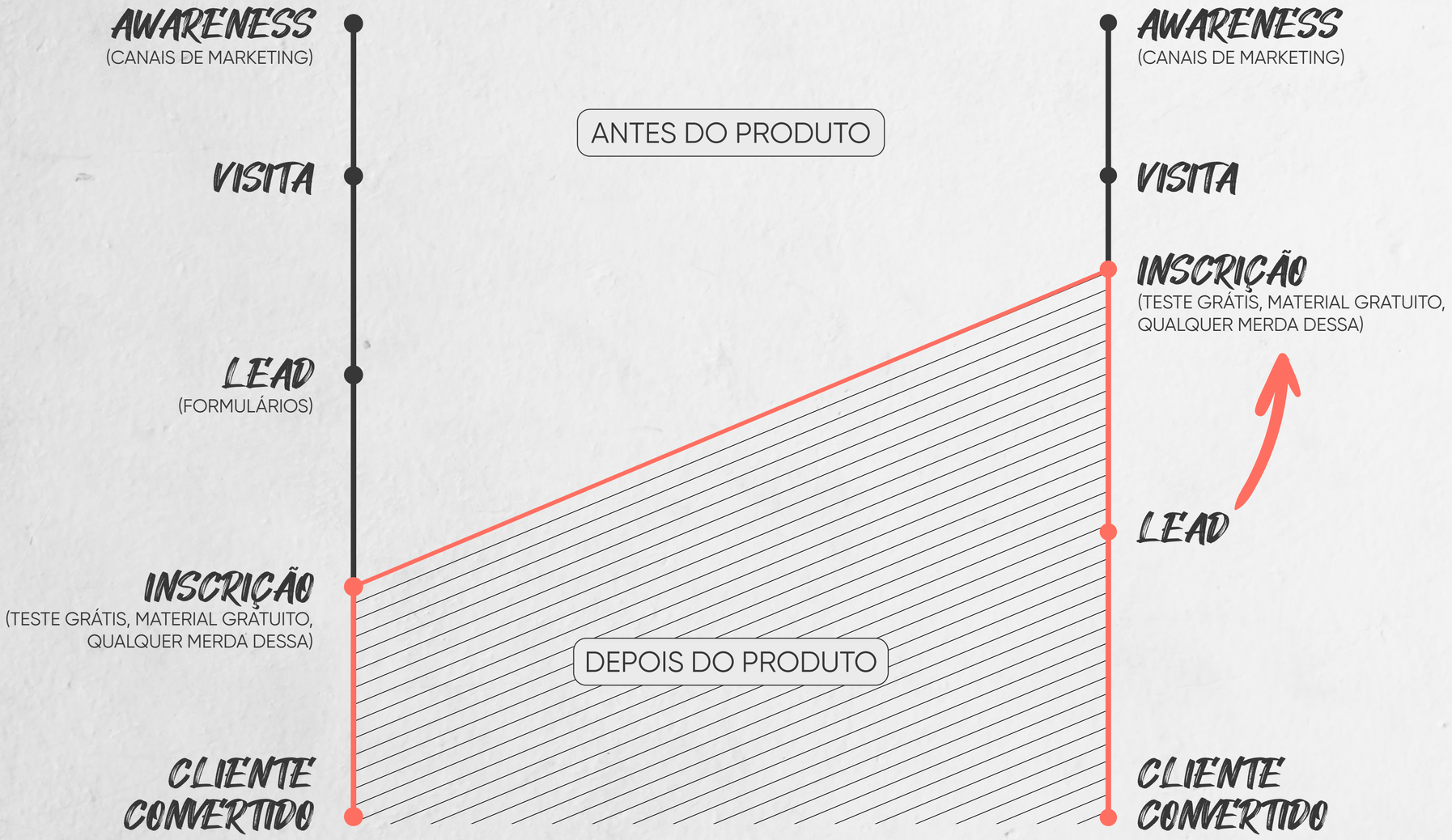
OU SEJA, SUA ESTRATÉGIA FURADA ESTÁ SENDO UM TIRO NO SEU PRÓPRIO PÉ.

BELEZA, RAPHA, MAS ENTÃO COMO EU FAÇO ISSO?

MUDANDO SEU FOCO PARA COISAS QUE REALMENTE IMPORTAM.

PEGA O CONCEITO!

TRADICIONAL VS. NOVO PROCESSO DE AQUISIÇÃO DE CLIENTE
(SIMPLIFICADO)



1

CRIE ALGO REALMENTE INCRÍVEL. QUE AS PESSOAS QUEIRAM CONSUMIR.

99% de vocês estão criando landing pages muito boas para converter, e materias de merda para formar opinião. **O foco está no lugar errado, você precisa ajustar AGORA**.

2

ENTREGUE TUDO SEU DE MELHOR SEM PEDIR NADA EM TROCA.

Aqui é a hora de **tirar fricção do processo**. Você realmente acha que a estratégia correta é perder 70% de audiência potencial para captar um lead **que não queria estar na lista**?!?!?! Isso é loucura! Esquece a landing page, fodam-se os leads. O seu material tem que chegar ao máximo possível de pessoas e ser bom o suficiente para formar opinião. Vou falar mais uma vez: **fodam-se os leads. Se apaixone por gerar impacto.**

3

MAS NÃO ENTENDA ERRADO. ISSO NÃO SIGNIFICA QUE VOCÊ NÃO DEVERIA. OU NÃO POSSA TRABALHAR BASES PROPRIETÁRIAS.

Apenas **deixe as pessoas decidirem** sobre o relacionamento que elas querem ter com você. Se você de fato tiver algo que vale a pena, **as pessoas irão te procurar**. E aí, meu amigo, você acaba de inverter a lógica de: **quero te vender para quero comprar de você**. Para uma marca, poucas coisas são tão poderosas como essa.

RAPHA AVELLAR

A AVELLAR NÃO TEM UMA EQUIPE DE PROSPECÇÃO DE CLIENTES.

100% DOS CLIENTES DA AGÊNCIA CHEGAM ATRAVÉS DO NOSSO CONTEÚDO.

PODE PARECER SURREAL. MAS ESSA É A FORÇA DO CONTEÚDO DE VALOR.

OS BASTIDORES DA ESTRATÉGIA RAPHA AVELLAR DE MARKETING

ENTENDA DE UMA VEZ POR TODAS:

PROFUNDIDADE MOVE ALCANCE

RAPHA AVELLAR

POR DIA SÃO POSTADOS **95 MILHÕES DE IMAGENS E VÍDEOS** NO INSTAGRAM, **500 MILHÕES DE TWEETS**, **4 BILHÕES DE VÍDEOS** SÃO VISTOS NO YOUTUBE, **1,2 BILHÕES DE IMPRESSÕES** NO LINKEDIN...

VOCÊ AINDA PRECISA QUE EU CONTINUE?

RAPHA AVELLAR

COM TANTA PEÇA DE CONTEÚDO SENDO COLOCADA PARA FORA **TODOS OS DIAS**

COMO QUEBRAR ESSE RUÍDO?

COMO TER ESSAS IMPRESSÕES NO LINKEDIN, VISUALIZAÇÕES NO YOUTUBE, COMPARTILHAMENTO NO INSTAGRAM, OU UM RETWEET NO TWITTER?

ESCALANDO O NÃO ESCALÁVEL.

SE VOCÊ QUER QUE ALGUÉM SE IMPORTE COM VOCÊ, VOCÊ PRECISA SE IMPORTAR COM AS PESSOAS. REDES SOCIAIS SÃO UM JOGO DE

PROFUNDIDADE.

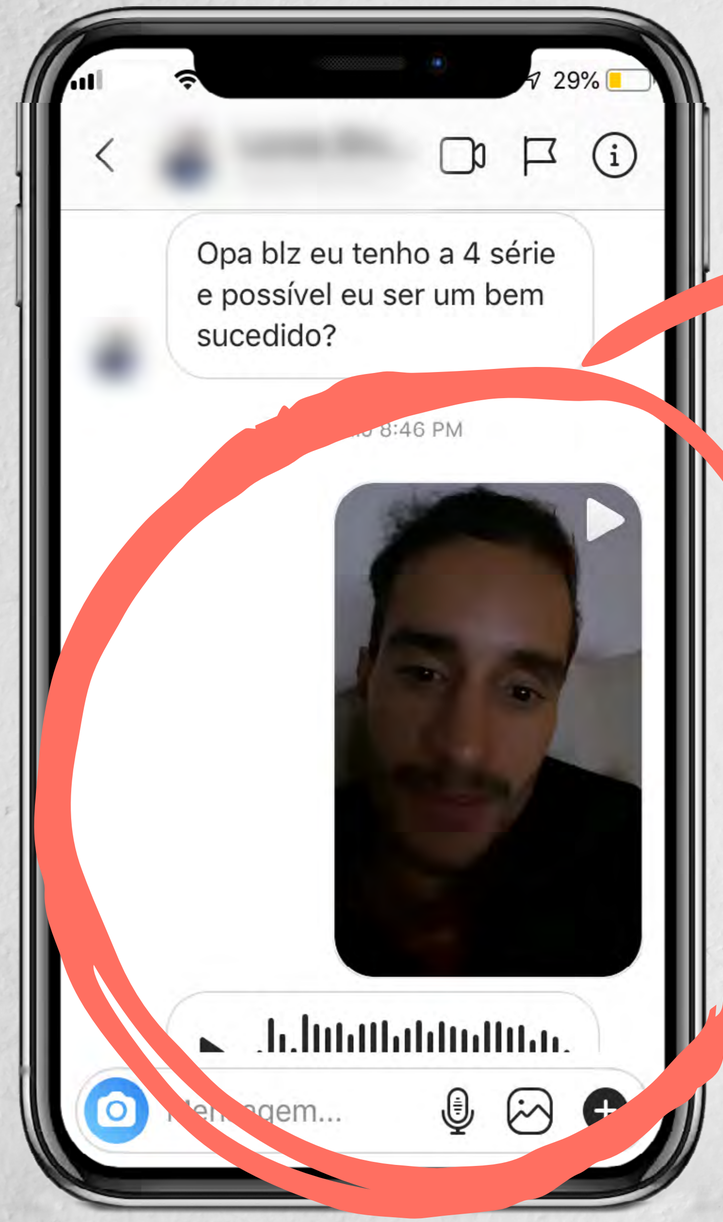
NÃO DE ALCANCE

RAPHA AVELLAR

AQUI, A PROFUNDIDADE É QUE MOVE ALCANCE.

O FATO DE QUE VOCÊ **RESPONDE TODOS OS COMENTÁRIOS DE FORMA SURPREENDENTE**, **FALA COM AS PESSOAS NO DM**, **CRIA CONEXÕES REAIS**, É O QUE VAI FAZER ELAS COMPARTILHAREM SEUS CONTEÚDOS, ENGAJAREM.

E, ISSO É O QUE MOVE O ALCANCE!



SE DEDIQUE A SUA AUDIÊNCIA

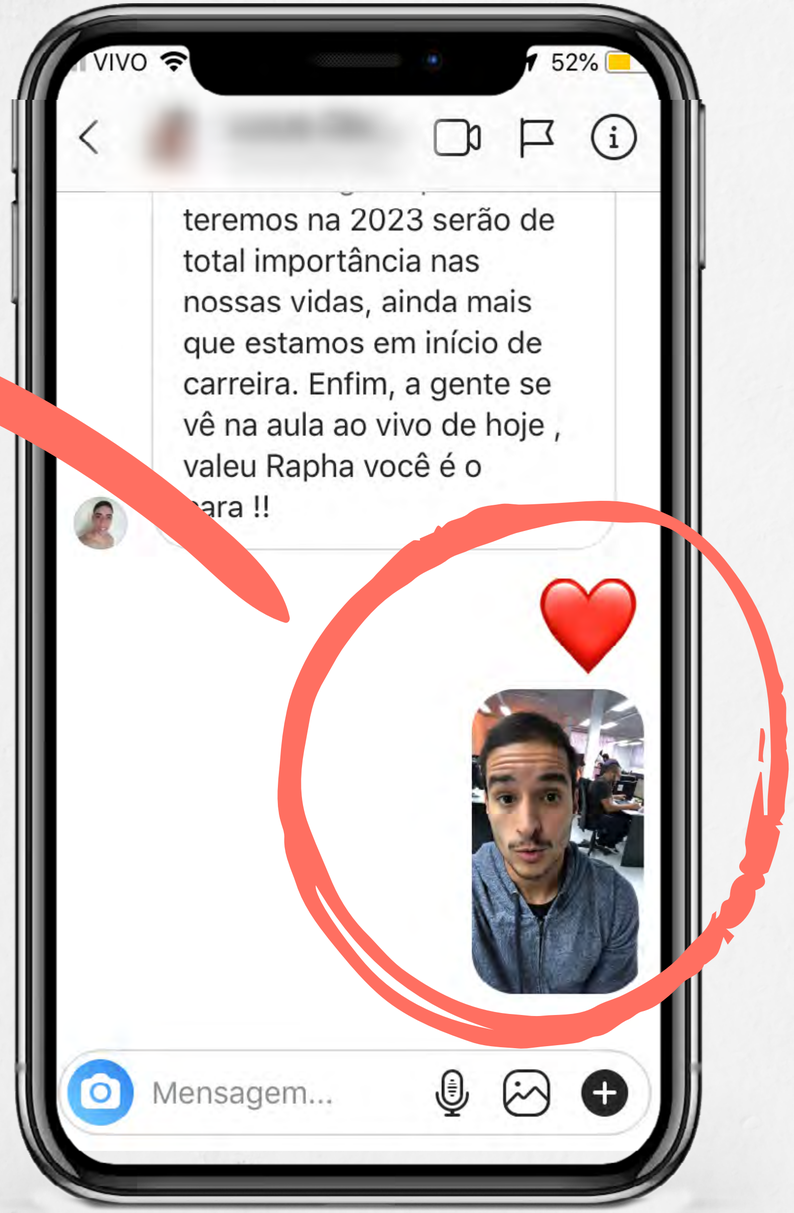
LEIA **TODOS OS COMENTÁRIOS** E RESPONDA AS DÚVIDAS USANDO **TODAS AS FERRAMENTAS À SUA DISPOSIÇÃO**. SE PARA RESPONDER UMA PERGUNTA FOR MAIS FÁCIL EXPLICAR FALANDO, **MANDE UM ÁUDIO**, **FAÇA UM DESENHO**, **MANDE UM VÍDEO**.

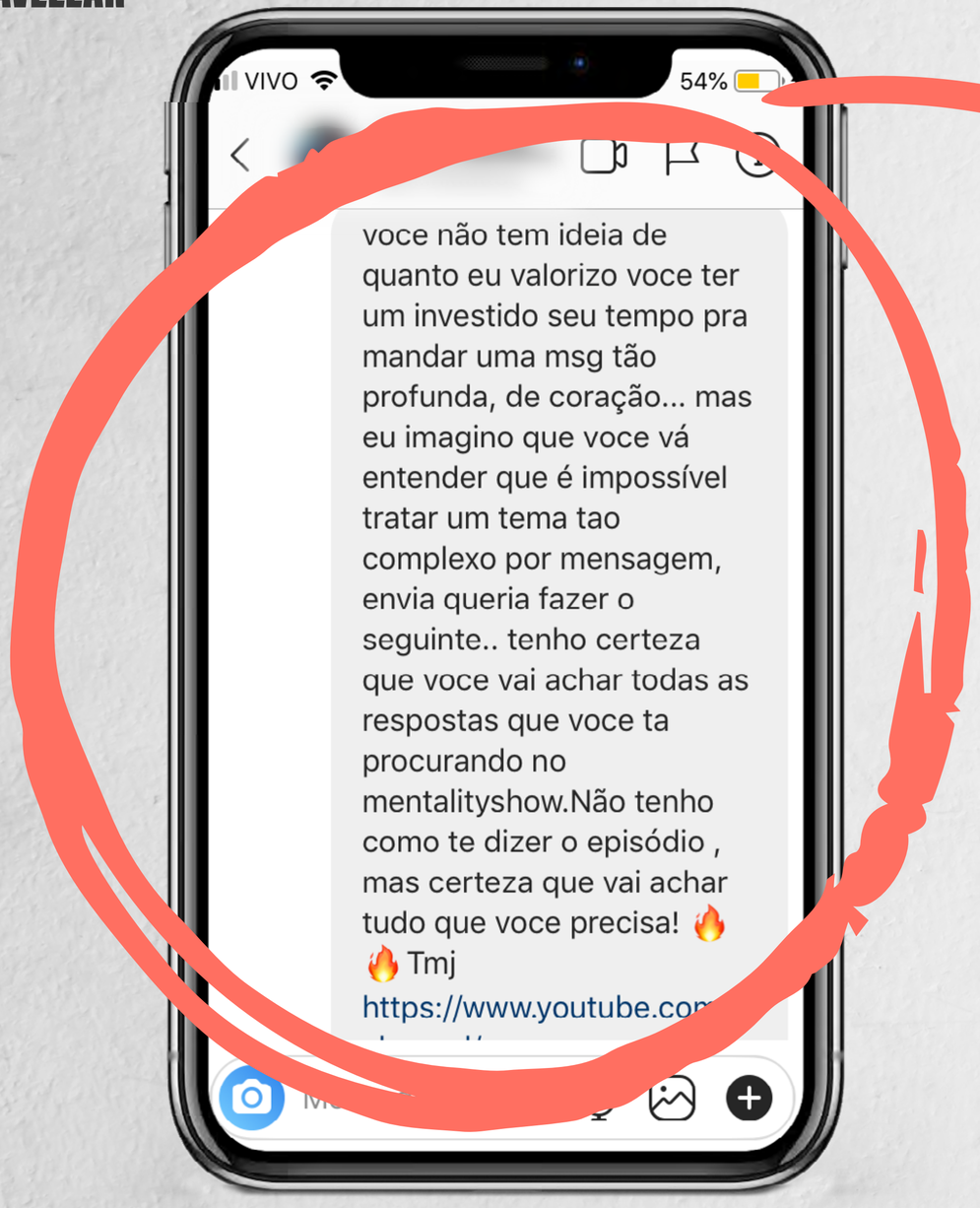
SUA AUDIÊNCIA VAI PERCEBER A DEDICAÇÃO E VOCÊ PODERÁ CRIAR **VÍNCULOS REAIS** COM AS PESSOAS.

SEJA GRATO E RETRIBUA

PESSOAS NÃO SÃO NÚMEROS. CADA LIKE, CADA COMENTÁRIO, CADA PALAVRA POSITIVA (E NEGATIVA) REPRESENTA **UM PENSAMENTO E/OU SENTIMENTO HONESTO** DE ALGUÉM COM RELAÇÃO A VOCÊ E AO SEU CONTEÚDO.

SEMPRE QUE PUDER, DEDIQUE UM TEMPO PARA **RETRIBUIR AS PESSOAS** PELA INTERAÇÃO E MOSTRE **COMO ESTÁ GRATO PELA PRESENÇA DELAS**.





SEM MEDO DE TEXTÃO

NA INTERNET, A GENTE SE ACOSTUMA A ESCREVER DE FORMA SUCINTA E EVITANDO TEXTÕES.

NA HORA DE INTERAGIR, **ESQUEÇA ESSA MENTALIDADE E ESCREVA SEM MEDO**. SEU OBJETIVO DEVE SER ATENDER A SUA AUDIÊNCIA. DEDICAR TODO SEU CONHECIMENTO E TEMPO É SEMPRE UMA FORMA DE DEMONSTRAR **O QUANTO VOCÊ SE IMPORTA**.

RAPHA AVELLAR

REGRA DE OURO:

NÃO PRODUZA O PRÓXIMO CONTEÚDO ANTES DE TER ZERADO AS RESPOSTAS DE COMENTÁRIOS E O SEU INBOX.

OS BASTIDORES DA ESTRATÉGIA RAPHA AVELLAR DE MARKETING

MENSAGEM SOBRE MEIO

RAPHA AVELLAR

TODO MUNDO TENDE A VER ISSO DA FORMA ERRADA. A **CÂMERA** NÃO IMPORTA, O **CELULAR** NÃO IMPORTA, O **CENÁRIO** NÃO IMPORTA, **A SUA ROUPA** NÃO IMPORTA,

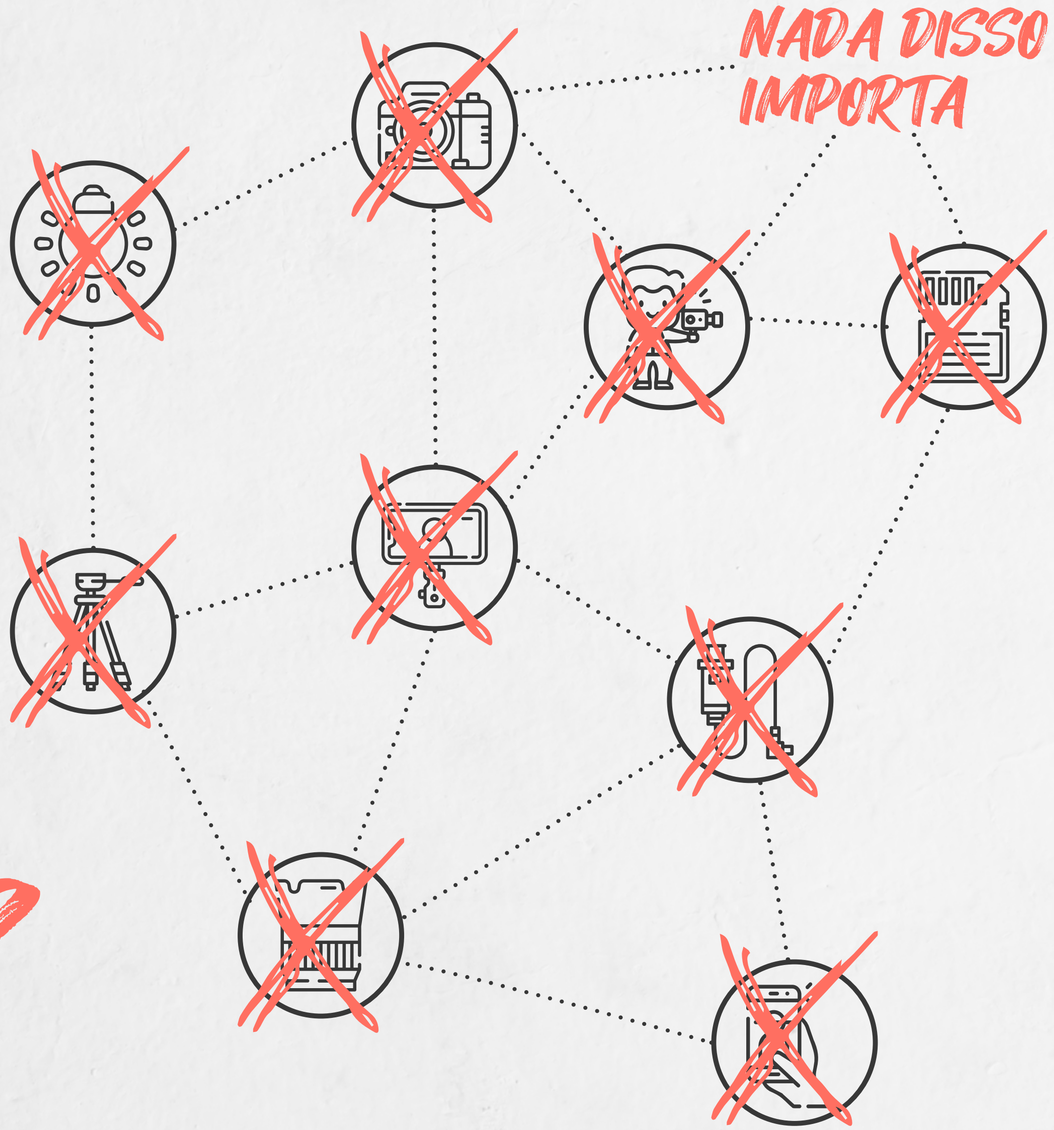
A SUA MENSAGEM IMPORTA.

VOCÊ PRECISA IMEDIATAMENTE **PARAR DE SUPER VALORIZAR A PRODUÇÃO** E COMEÇAR A SE OBCECAR PELA **QUALIDADE DA SUA MENSAGEM**.

O PROBLEMA AQUI É O MODELO MENTAL.

Na hora que você coloca um conteúdo para fora, e ele não performa, **é muito mais simples externalizar a culpa** (câmera, luz, falta de recursos, etc) do que **internalizar a mensagem** (que a sua mensagem era ruim, ou ninguém queria ver aquilo, ou você não é tão bom ainda),

E ISSO DÓI, NÉ?



RAPHA AVELLAR

MAS AO MESMO TEMPO QUE DÓI, **TE LIBERTA**. PORQUE, ASSIM, VOCÊ AJUSTA O SEU FOCO PARA AS COISAS QUE **REALMENTE IMPORTAM**.

E PARA DE PERDER TEMPO COM O QUE NÃO VAI TE LEVAR A LUGAR NENHUM

RAPHA AVELLAR

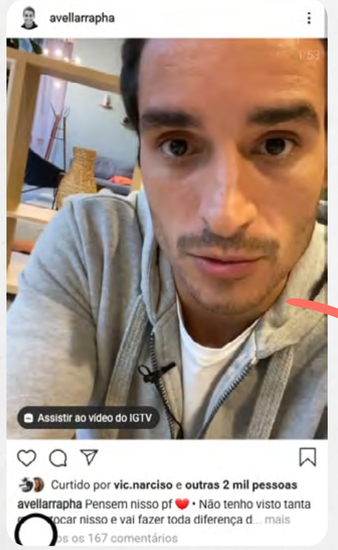
E, PRA PROVAR O MEU PONTO, **PRESTE ATENÇÃO NESSAS PEÇAS** SUPER SIMPLES E QUE TÊM

PERFORMANCES FANTÁSTICAS!

ARTES FEITAS NOS SEUS STORIES E POSTADAS COMO PRINT

PRINTS DE TWEETS

VÍDEO GRAVADOS NO CELULAR COM UMA LEGENDA SIMPLES E TÍTULO



VÍDEO GRAVADOS COM O SEU PRÓPRIO CELULAR

OS BASTIDORES DA ESTRATÉGIA RAPHA AVELLAR DE MARKETING

VELOCIDADE LEVA A QUALIDADE

RAPHA AVELLAR

QUALIDADE **NÃO VEM DO SEU PONTO DE VISTA** AUTO CENTRADO E SUBJETIVO. ELA VEM DA VALIDAÇÃO QUE O MUNDO TE DÁ SOBRE O SEU CONTEÚDO. INVERTA SUA CABEÇA

DE

"BOM É AQUILO QUE ME AGRADA EMOCIONALMENTE E. QUE ME SUPER DEDIQUEI PARA FAZER"

→

PARA

"BOM É O QUE O MUNDO VALIDOU QUE QUER E. TENHO DADOS PARA COMPROVAR".

QUANTO MAIS
VOCÊ COLOCAR
PARA FORA

↳ MAIS
APRENDIZADOS
VAI GERAR

↳ MAIS VOCÊ
AJUSTA SUA
ESTRATÉGIA

↳ **MELHOR ELA FICA.**

RAPHA AVELLAR

QUANTO MAIS VOCÊ COLOCAR PARA FORA

MAIS APRENDIZADOS VAI GERAR

MAIS VOCÊ AJUSTA SUA ESTRATÉGIA

MELHOR ELA FICA.

SE QUALIDADE VEM DO VOLUME, LOGO VELOCIDADE É A CHAVE.

RAPHA AVELLAR

QUANTO MAIS
VOCÊ COLOCAR

OU SEJA, PRIORIZE CICLOS DE FEEDBACKS MAIS CURTOS!

E.

MELHOR ELA FICA.

AQUI TEM 10 FERRAMENTAS QUE PODEM TE AJUDAR A GANHAR VELOCIDADE:

1 **CANVA**
Para criação de artes em geral.

2 **VUE EDITOR**
Para editar vídeos, colocar legendas, títulos, cortar, inserir trilhas, etc.

3 **PICART**
Para edição de imagem, colagem e desenho.

4 **PREVIEW**
App para montagem de feed e agendamento de postagens.

5 **ADOBE SPARK**
Editor de vídeo que ajuda na criação para diversas plataformas.

6 **INSHOT**
Editor de vídeo que permite cortes, incluir textos, molduras, inserir filtros e também músicas.

7 **VSCO CAM**
App para colocar filtro em imagens.

8 **UNFOLD**
App para montagem de imagens na vertical

9 **SNAPSEED**
App para tratamento de imagens.

10 **HYPETYPE**
Criação e edição de fotos e vídeos no formato vertical

OS BASTIDORES DA ESTRATÉGIA RAPHA AVELLAR DE MARKETING

IRRACIONALIDADE TEM ROI

RAPHA AVELLAR

IRRACIONALIDADE NADA TEM A VER COM BURRICE OU DESPERDÍCIO, TEM A VER COM EXCEDER TODA E QUALQUER EXPECTATIVA DAS PESSOAS EM RELAÇÃO À SUA MARCA.

ACREDITE.

ISSO NÃO É NOVO

MAS PARECE QUE NA ERA DA AUTOMAÇÃO E DA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL, AS PESSOAS **ESQUECEM DE SER HUMANAS**.

Você está fazendo um excelente trabalho com conteúdo, interação, está respondendo todos os comentários, tweets, inboxes e etc... Maravilha.

MAS VOCÊ DEVERIA ESTAR FAZENDO MUITO MAIS!

VOCÊ TAMBÉM DEVERIA ESTAR PROCURANDO ATIVAMENTE POR **OPORTUNIDADE PARA ENTRAR EM CONVERSAS**, **CRIAR CONVERSAS**, E **AMPLIFICÁ-LAS**.

DEVERIA ESTAR RESOLVENDO PROBLEMAS DE FORMA EFICAZ, **DANDO ATENÇÃO ÀS PESSOAS** E FOCANDO EM **PROFUNDIDADE AO INVÉS DE ALCANCE**.

PROFUNDIDADE > ALCANCE

O **GRANDE PROBLEMA** AQUI É QUE GRANDE PARTE DAS PESSOAS RESPONSÁVEIS POR CRIAR CONTEÚDO TÊM CABEÇA DE VENDAS

.

ELAS OLHAM O ROI DE CURTO PRAZO QUANDO, NA VERDADE, O MAIOR RETORNO POSSÍVEL ESTÁ EM **INICIATIVAS QUE MAXIMIZAM A LEALDADE**.

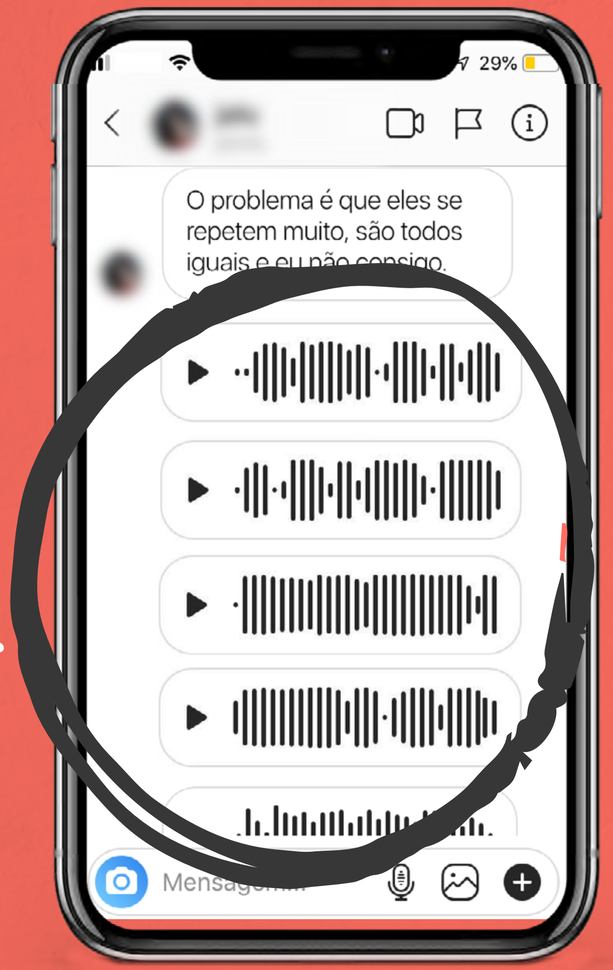
E, POR TANTO, MAXIMIZAM O VALOR DE VIDA DAQUELA PESSOA PARA SUA MARCA.

NA HORA QUE VOCÊ ENTENDE COMO ACONTECE A FORMAÇÃO DE OPINIÃO EM 2020, VOCÊ APRENDE QUE É **MENOS SOBRE CONTROLAR O FUNIL/JORNADA E MAIS SOBRE COMO MAXIMIZAR A ALEATORIEDADE**.

VEM VER ISSO NA PRÁTICA!

ISSO SOU EU FALANDO DURANTE 30 MINUTOS COM UM JOVEM DE 25 ANOS NA RUA QUE NÃO TEM A MENOR IDEIA DO QUE FAZER DA VIDA.

E. AQUI SOU EU RESPONDENDO UMA DM TOTALMENTE ALEATÓRIA NO MEU INBOX COM 5 ÁUDIOS DE 1 MINUTO.



MAS QUE PORRA É ESSA?!

ACREDITE. NENHUMA DESSAS AÇÕES VALE A PENA PARA MIM EM TERMOS DE RETORNO MONETÁRIO NO CURTO PRAZO.

SE VOCÊ OLHAR MINHA AGENDA, PROVAVELMENTE ME DIRIA QUE **POSSO TIRAR MAIS VALOR DELA DEIXANDO DE FAZER COISAS** COMO ENCONTRAR JOVENS E AJUDÁ-LOS A PASSAR POR DÚVIDAS EXISTENCIAIS OU DE CARREIRA.

MAS AQUI É QUE FICA INTERESSANTE, POIS EU COMECEI A FAZER ISSO **PELO LEGADO**. EU COMECEI A FAZER ISSO, PORQUE SIMPLESMENTE ME FAZ **GENUINAMENTE FELIZ AJUDAR OS OUTROS**.

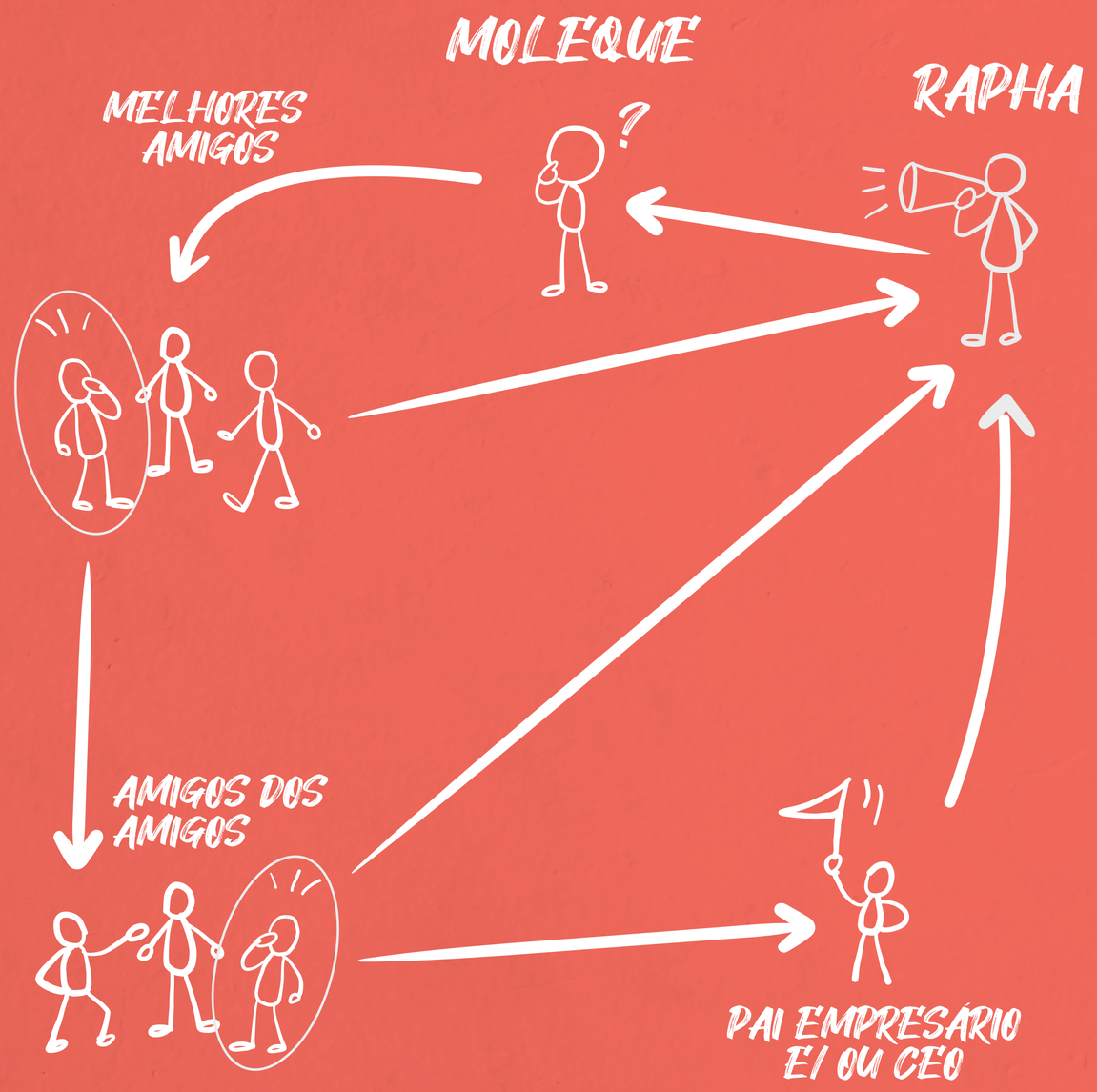
AGORA VOLTANDO AO PONTO PRINCIPAL, A CORRELAÇÃO DISSO COM RESULTADOS QUE PODEM ME TRAZER NOS NEGÓCIOS É **IMPRESSIONANTE**.

SE LIGA:

Esse mesmo moleque que, aparentemente, não tem capacidade de pagar os 200-400k mensais para trabalhar com a Avellar, tem **15 melhores amigos**.

E, agora ele não para de falar sobre o nosso papo, o que faz com que os 15 amigos queiram saber quem eu sou.

Após apenas mais dois rounds deste processo, são **mais de 3 mil pessoas que vão ser referenciadas a mim**. Te garanto que 1% deles tem pais, tios, amigos, que trabalham em empresas **que podem contratar a Avellar**.



E, DETALHE, GERALMENTE ESSA PESSOA VAI SER **LEAL PARA O RESTO DA VIDA**. CONSEGUE IMAGINAR **O IMPACTO DISSO**? A PRIMEIRA VEZ QUE ACONTECEU, EU FIQUEI DE BOCA ABERTA. HOJE, SITUAÇÕES COMO ESSA

SÃO PARTE INERENTE DO NOSSO MODELO DE NEGÓCIOS.

OS BASTIDORES DA ESTRATÉGIA RAPHA AVELLAR DE MARKETING

COMPREENDA O MODELO

RAPHA AVELLAR

RAPHA AVELLAR

SE VOCÊ QUER SE TORNAR **RELEVANTE** DENTRO DO SEU MERCADO VOCÊ VAI PRECISAR CRIAR **CONTEÚDO RELEVANTE**

TODOS OS DIAS

TODOS OS DIAS

TODOS OS DIAS

RAPHA AVELLAR

TODOS OS DIAS

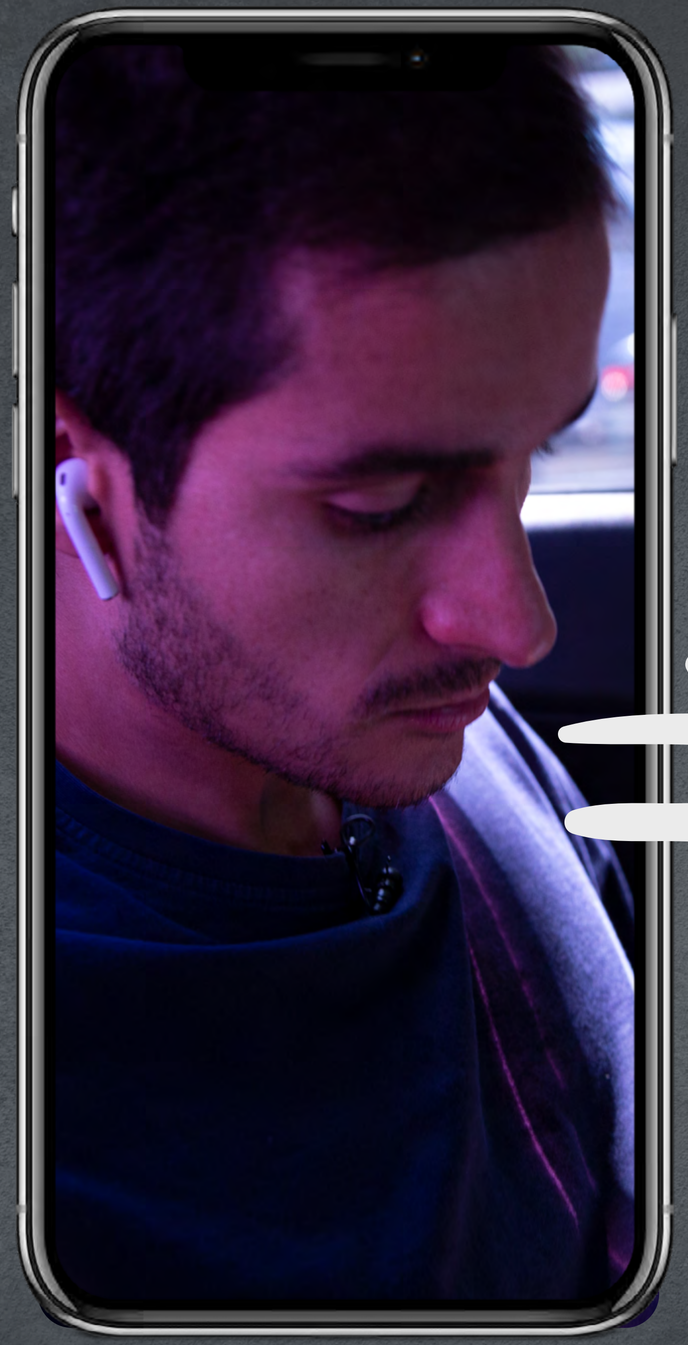
TODOS OS DIAS
TODOS OS DIAS

RAPHA AVELLAR

TODOS OS DIAS

TODOS OS DIAS

TODOS OS DIAS



E ENTREGAR O CONTEÚDO À AUDIÊNCIA USANDO UMA PLATAFORMA QUE

REALMENTE IMPORTA

SEJA ELA QUAL FOR

A PLATAFORMA MUDA. A ESTRATÉGIA NÃO!

OS BASTIDORES DA ESTRATÉGIA RAPHA AVELLAR DE MARKETING

AÇÕES BASEADAS NA ESTRATÉGIA

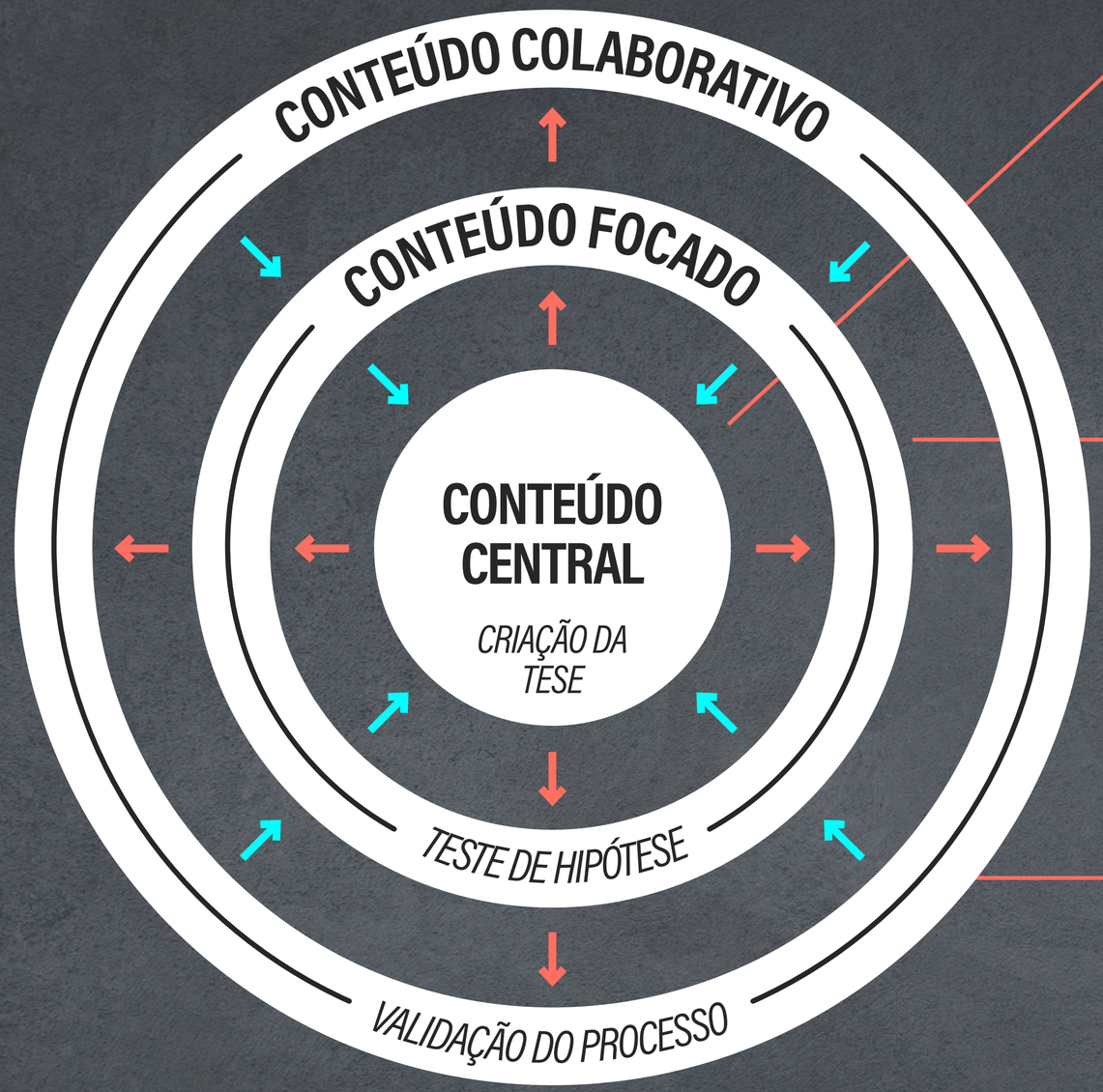
RAPHA AVELLAR

RAPHA AVELLAR

MAS QUE ESTRATÉGIA É ESSA?

PARA CRIAR CONTEÚDOS COM **FREQUÊNCIA** E **QUALIDADE**, NÓS CRIAMOS O

CÍRCULO DE INFLUÊNCIA.



CONTEÚDO CENTRAL

Conteúdos mais extensos e/ou completos. São os conteúdos que vão introduzir a maioria dos temas da audiência e vão iniciar as conversas mais importantes da marca.

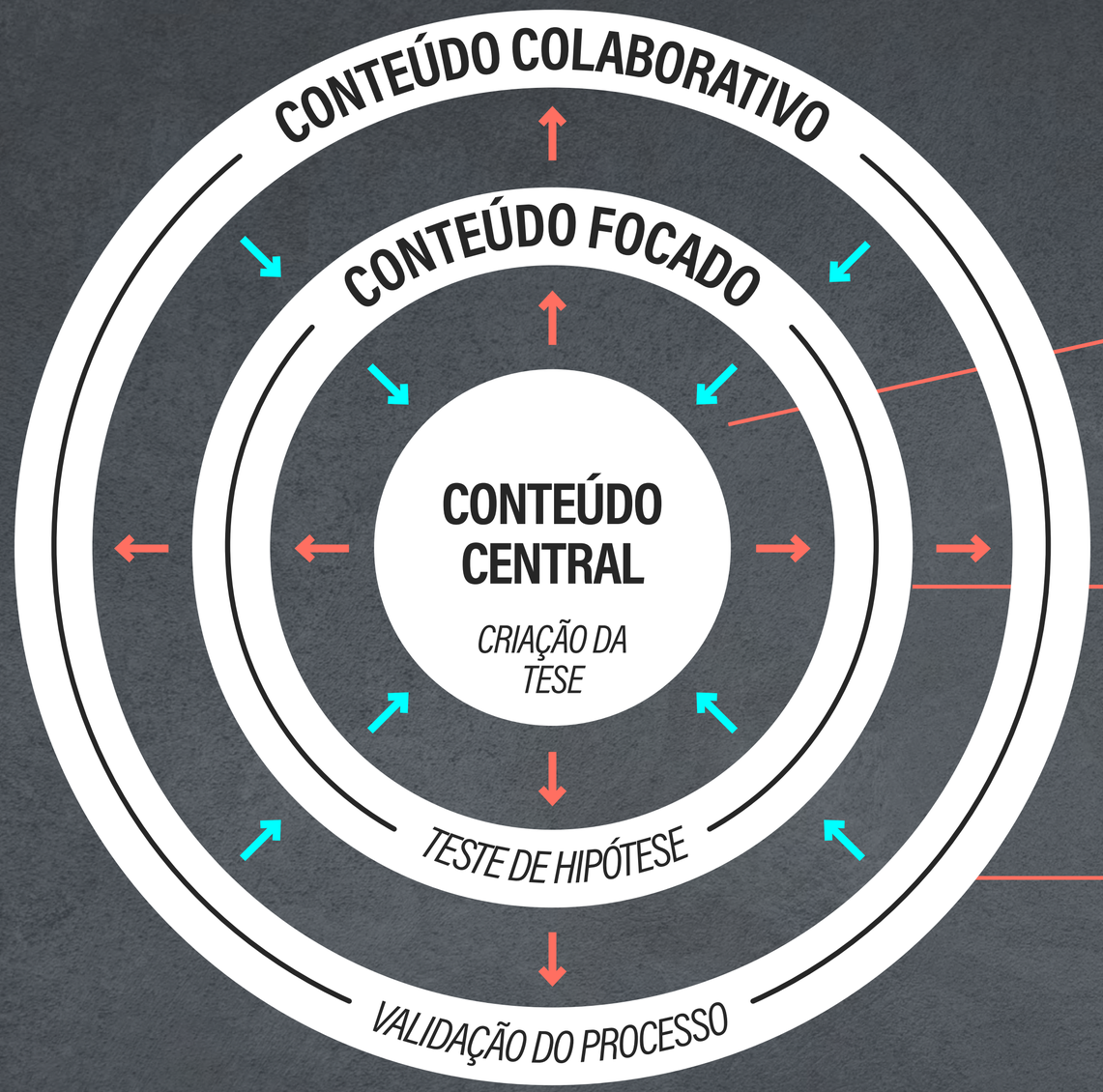
CONTEÚDO FOCADO

Conteúdos de consumo mais rápido e informal. Em geral, são desdobramentos dos conteúdos centrais explorando os temas de forma mais divertida e descontraída.

CONTEÚDO COLABORATIVO

Representam o retorno da audiência ao conteúdo distribuído. Argumentações, debates, sugestões e questões que a audiência trouxe e que podem gerar novos conteúdos.

ENTENDENDO O PROCESSO



CRIAÇÃO DA TESE

Nesta etapa, estamos criando novas temáticas e introduzindo para a nossa audiência. Vamos buscar entender se o que criamos é o que eles têm interesse em ouvir.

TESTE DE HIPÓTESE

Criado um novo Conteúdo Central, o desafio é compreender como a audiência reage a ele. Para isso, separamos este conteúdo em pequenas partes e os oferecemos separadamente.

VALIDAÇÃO DO PROCESSO

O retorno da audiência sobre o Conteúdo Focado vai nos ajudar a entender qual é o direcionamento que devemos dar aos próximos Conteúdos Centrais e a marca como um todo.

CONTEÚDO CENTRAL

NA MARCA DO RAPHA

EM VÍDEO

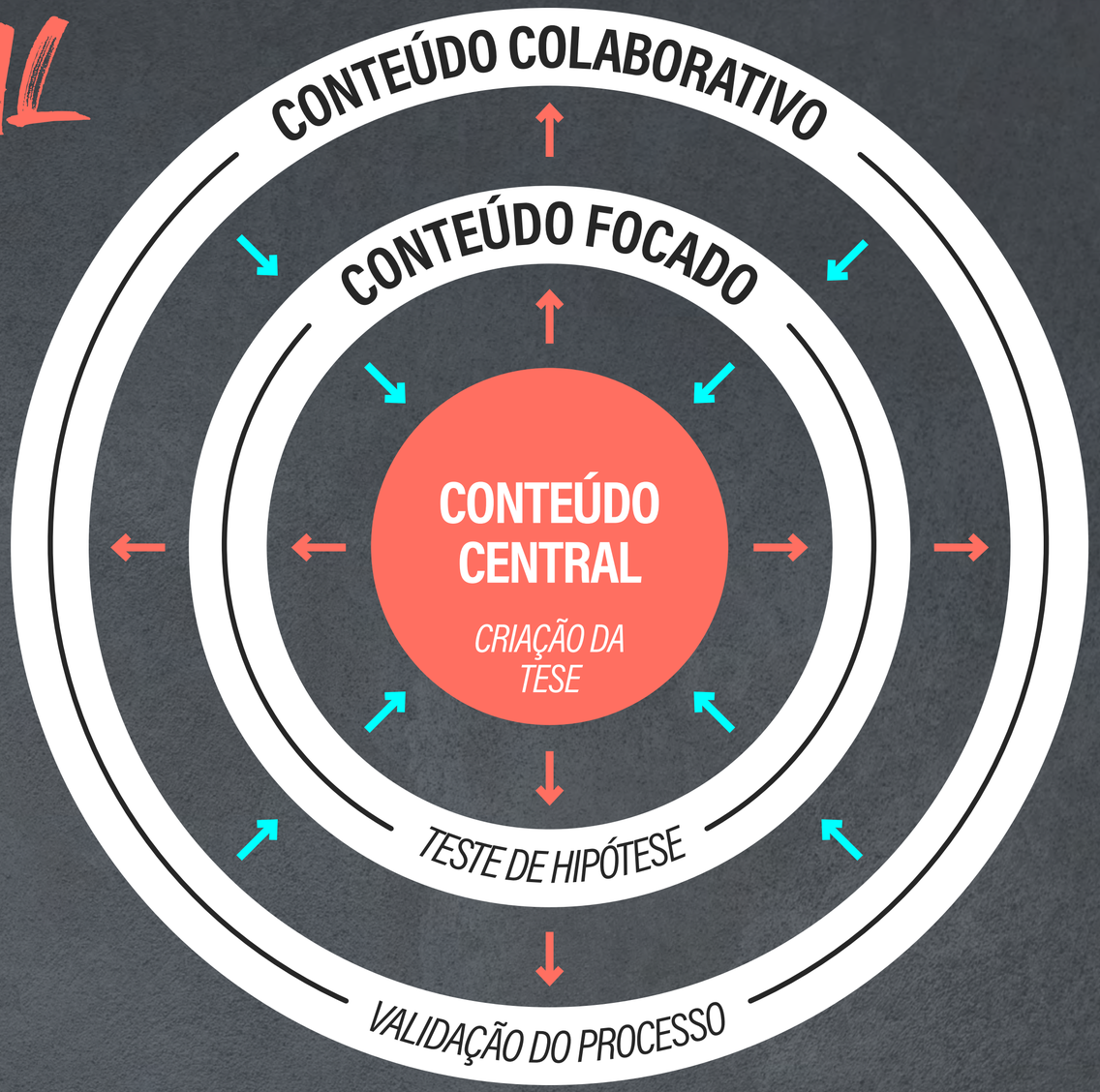
2 Centavos
Nas Trincheiras
CMO Playbook
Biz Dev

EM ÁUDIO

CMO Playbook - Podcast
Respondendo Perguntas - Stories
Nas Trincheiras

ESCRITO

Blog - Rapha Avellar
Linkedin Articles



CONTEÚDO CENTRAL

NA MARCA DO RAPHA

CONTEÚDO EM DESTAQUE

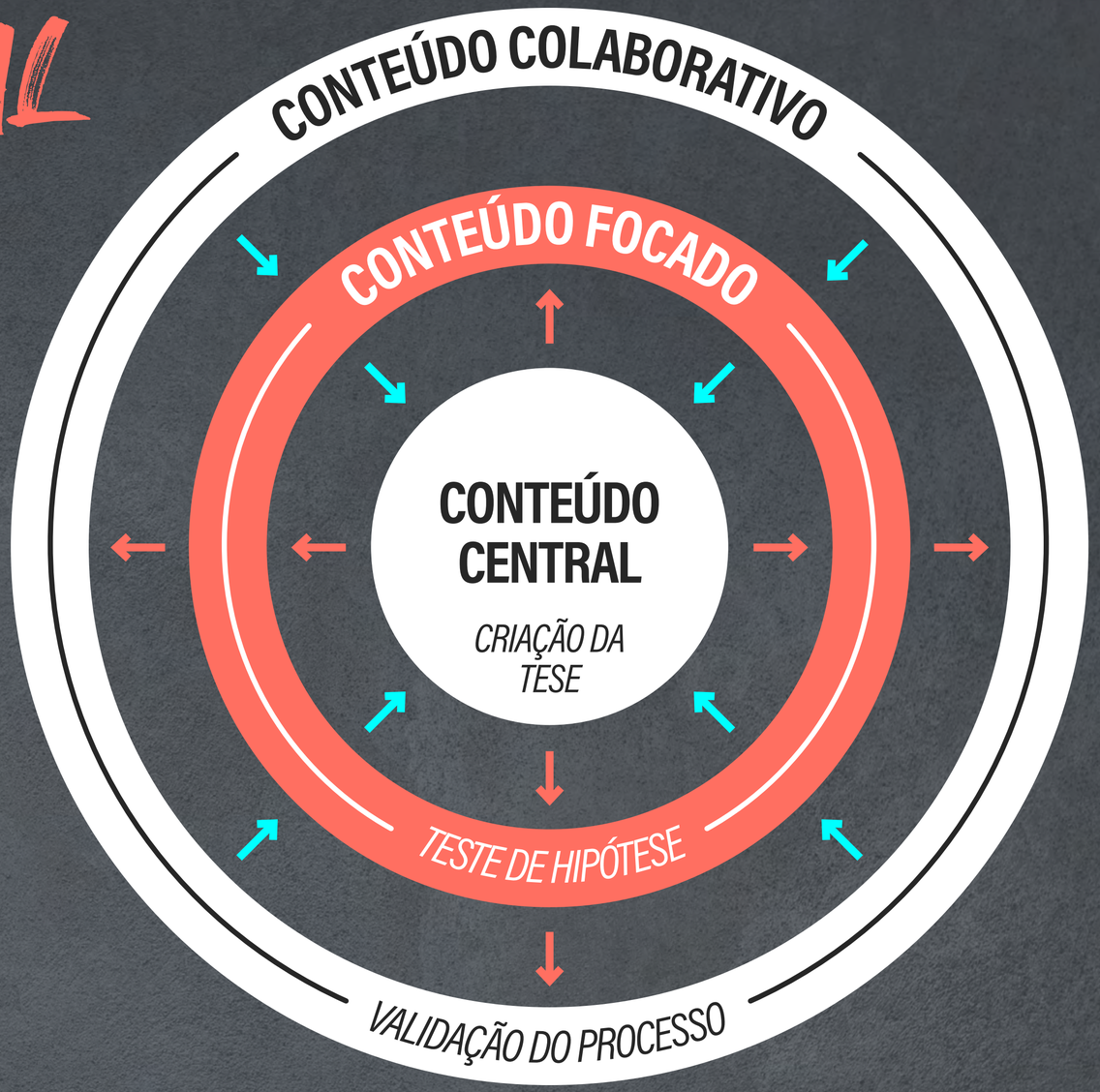
São os conteúdos desenvolvidos a partir de um conteúdo central. Por exemplo, cenas de melhores momentos, destaques e resumos. O foco é pulverizar os conteúdos macro.

MEMES, GIFS E VÍDEOS VIRAIS

Trends! Os Drop Memes são os conteúdos criados a partir de vídeos e imagens que estão bombando, agregando essas tendências ao contexto dos conteúdos do Rapha.

TWEETS E QUOTES

Conteúdos focados em texto. Podem ser reintrodução de tweets em outras plataformas ou fotomontagens onde imagens de impacto e frases relevantes são combinadas.



CONTEÚDO CENTRAL

NA MARCA DO RAPHA

COMENTÁRIOS EM PUBLICAÇÕES

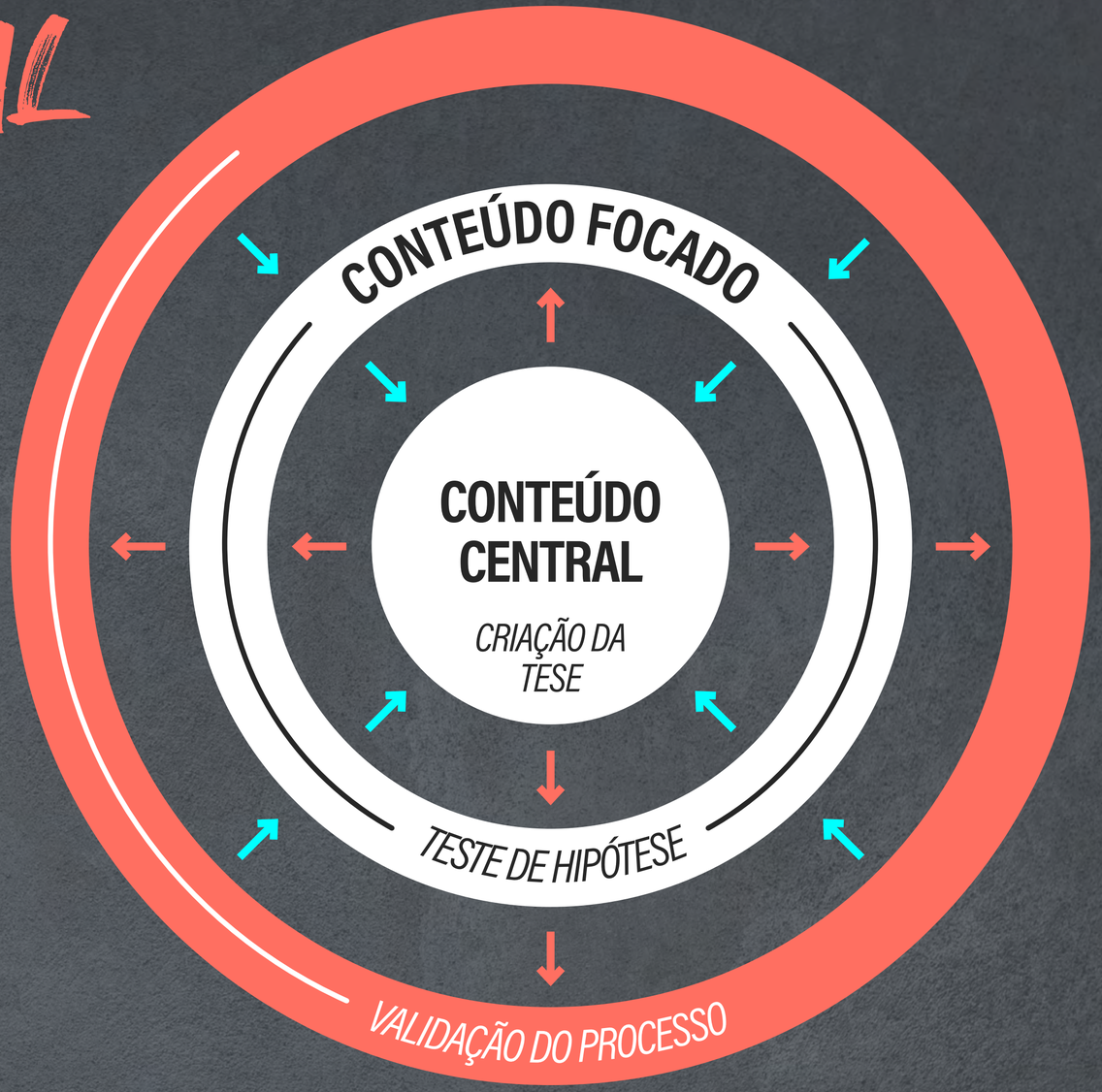
Analisamos os comentários e dúvidas da audiência nas postagens das diferentes plataformas e criamos conteúdos que respondam suas dúvidas ou questione suas percepções.

INTERAÇÃO DIRETA

Convidamos a audiência a propor novos conteúdos e a tirar dúvidas, através das plataformas de contato direto como Stories e Direct Messages.

PARTICIPAÇÃO EM PROGRAMAS

Coletamos as perguntas e dúvidas mais interessantes e trazemos para um dos conteúdos centrais, pode ser por escrito ou em áudio.



OS BASTIDORES DA ESTRATÉGIA RAPHA AVELLAR DE MARKETING

MOSTRANDO O MODELO EM AÇÃO

RAPHA AVELLAR

RAPHA AVELLAR

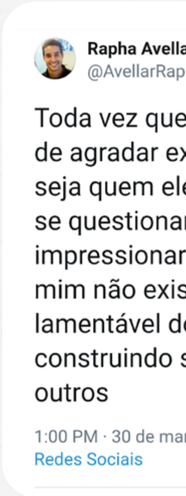
PARECE BEM SIMPLES.

MAS FUNCIONA?

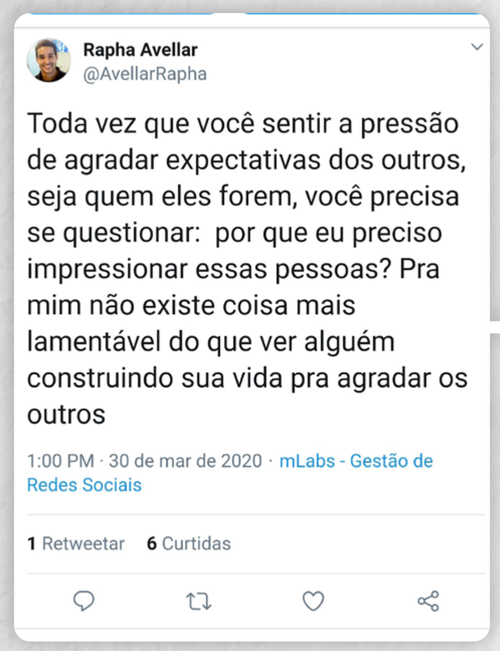
NAS TRINCHEIRAS

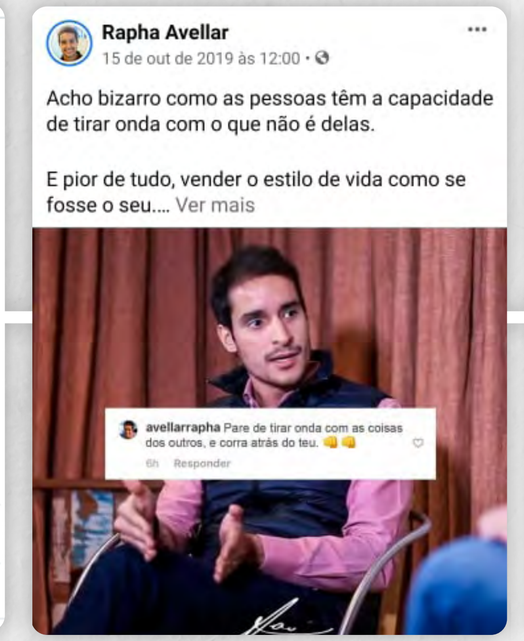
O “Nas Trincheiras” é um dos nossos conteúdos centrais, ele é liberado nas plataformas digitais onde há uma cultura de assistir vídeos de longa duração.

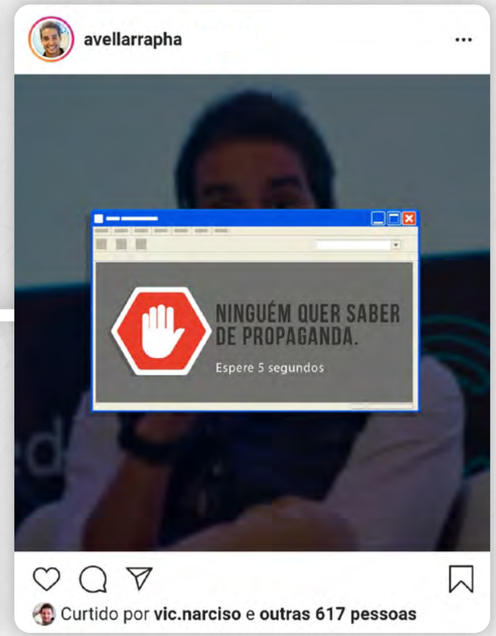
A partir dele vamos iniciar uma linha completa de conteúdos de diferentes densidades e formatos.



CONTEÚDO CENTRAL







CONTEÚDO FOCADO

NAS TRINCHEIRAS

Sobre esse conteúdo central, desdobramos diversos drops, como você pode ver.

O primeiro é uma citação vinda diretamente do meu Twitter; o segundo uma fotografia com comentário do Instagram; e o terceiro uma citação, ou quote, desenvolvido com trecho do conteúdo explorado no vídeo.

CONTEÚDO COLABORATIVO

Nosso conteúdo colaborativo é feito assim: as questões levantadas pela audiência relevam insights importantes que são exploradas para criação de novos conteúdos.

Nesse exemplo um único vídeo gerou **3 postagens de conteúdo central** e **6 drops em 3 plataformas diferentes**. Um total de **21 peças de conteúdo em 5 plataformas diferentes**.

E NUNCA PARA!

Como nosso círculo de influência é um processo constante, ele identifica oportunidades únicas e que realmente são relevantes para a nossa audiência.

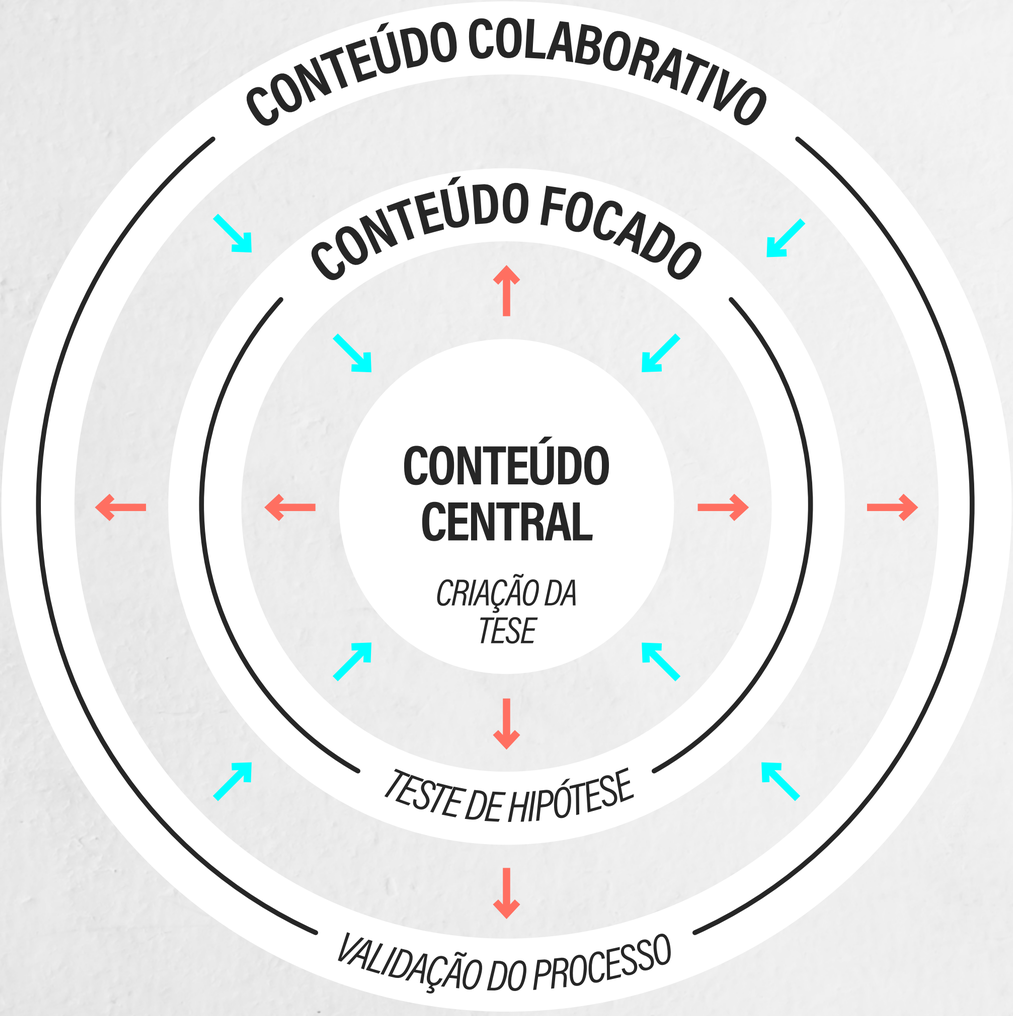
Como quando um comentário sobre **cheque especial** nos levou a questionar sobre a **responsabilidade de cada um sobre o próprio sucesso**.

Ou quando um questionamento nos levou a identificar o quanto era importante falar sobre quais são os **verdadeiros vetores de uma motivação** vencedora e como identificar se essa **motivação vai durar** ou vai ser só um **impulso passageiro**.

PARA FACILITAR

A gente cria conteúdos novos e baseados nas **necessidades da nossa audiência**.

Distribui os conteúdos nas plataformas que são mais estrategicamente importantes para o público.



Divide o conteúdo em partes menores e mais lúdicas para facilitar o consumo rápido e o acesso de novas pessoas.

E, no final, a gente escuta o que a nossa audiência tem a dizere busca novas formas de produzir conteúdo que tenha real valor para todo mundo.

ESSA É A FORMULA!

OS BASTIDORES DA ESTRATÉGIA RAPHA AVELLAR DE MARKETING

COLOCANDO EM PRÁTICA

RAPHA AVELLAR

RAPHA AVELLAR

CHEGA DE BLA BLA BLA!!

NA PRÁTICA

É ASSIM QUE ACONTECE:

ALIMENTANDO A MÁQUINA

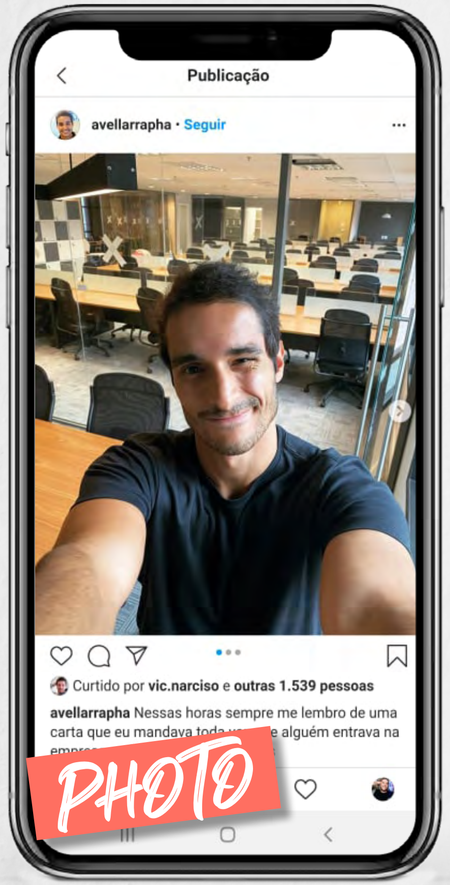
NOSSA MENTALIDADE É:
CRIATIVIDADE NO CONTEÚDO E
PRODUTIVIDADE NA **PRODUÇÃO**

+CONTEÚDO -COMPLICAÇÃO!

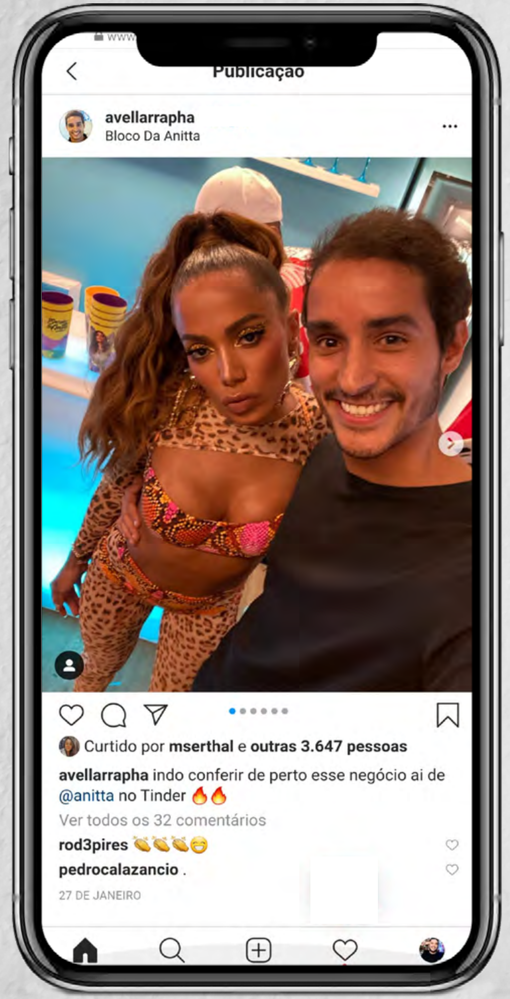
TURN IT ON!

Sua câmera é sua ferramenta de produção mais rápida. **Uma foto, um vídeo, uma live stream**... São infinitas possibilidades se você estiver disposto a apertar um botão e deixar a vergonha de lado.

Organize mentalmente o que você pretende falar, se certifique de criar um **discurso que realmente tenha valor** e **seja coerente e, então,**aperte o botão.



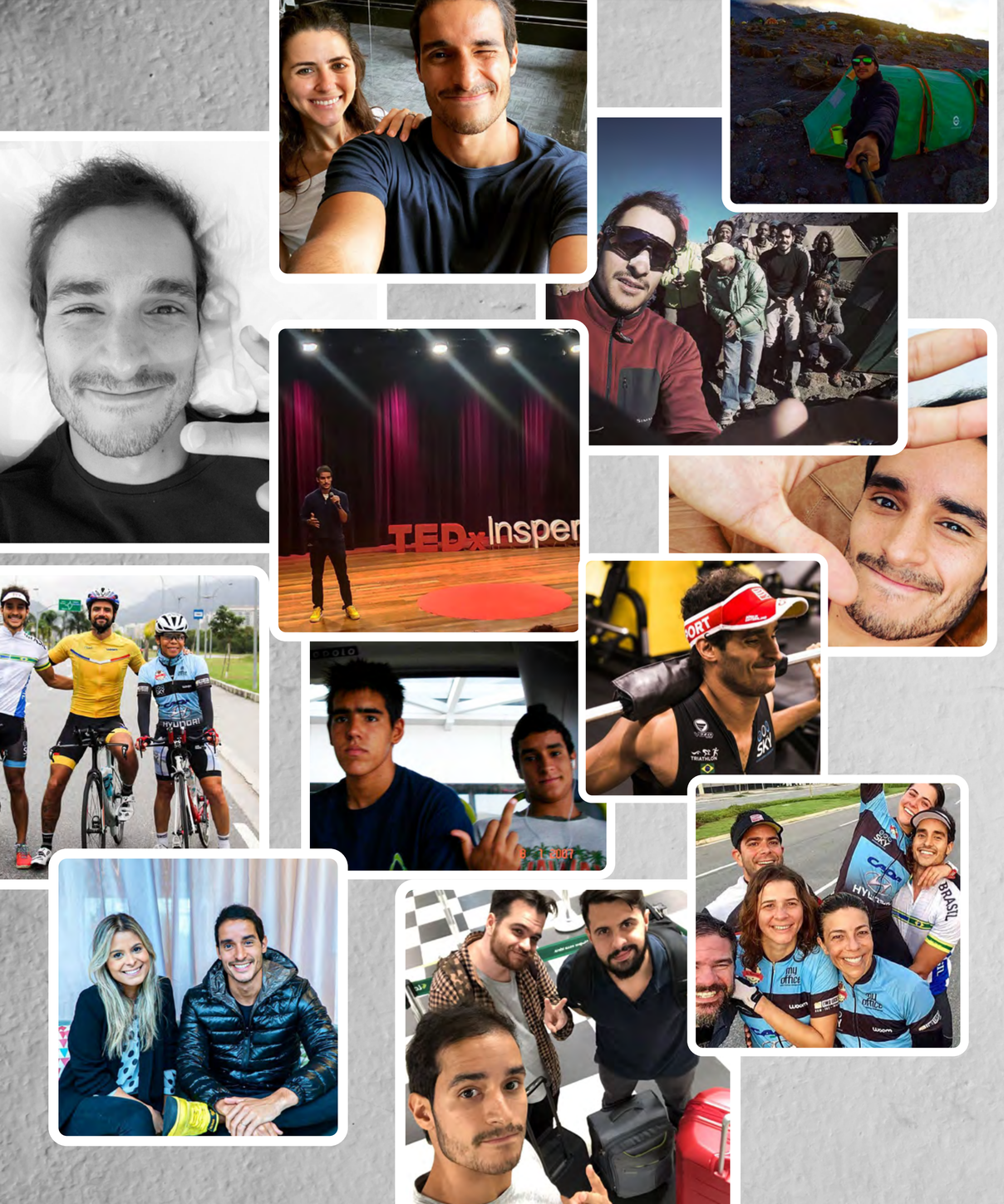
GRAVAR NÃO BASTA. PUBLIQUE!



TEM QUE TER VALOR!

O maior desafio quando estiver com a câmera vai ser conseguir traduzir o **valor** à sua audiência.

Seja por comunicar de forma impactante uma **conquista**, apresentar uma **novidade** para sua audiência ou mostrar uma dimensão mais **humana e autêntica** de si mesmo. **Portanto, fotos têm que ser entendidas como conteúdo de valor.**



E pra garantir que cada foto faça sentido com a sua estratégia, capriche no **texto** da postagem.

Fale do valor que está na imagem e que pode não ser óbvio. Se fala de você e da sua **individualidade**, se fala da sua **construção** e de **como você chegou aqui**, dos **lugares** que você vai ou dos **clientes e empresas** com que você está colaborando.

USE A SUA IMAGEM!

O CONTEÚDO ULTRAPASSA A PLATAFORMA

Você precisa mudar a mentalidade de “produzir para o Instagram”, “produzir para o Twitter”, “produzir para o Tiktok”... Essa mentalidade vai fazer com que você **supervalorize a forma** e perca o foco no que **realmente tem valor, o conteúdo**.

Algumas vezes um mesmo conteúdo pode ser desdobrado para todas as suas redes, apenas ajustando o texto que o acompanha. Lembre-se: grandes empresas já produzem postagens com Design incrível, **o seu diferencial é produzir postagens com conteúdo incrível!**

SEU CONTEÚDO É O SEU DIFERENCIAL!

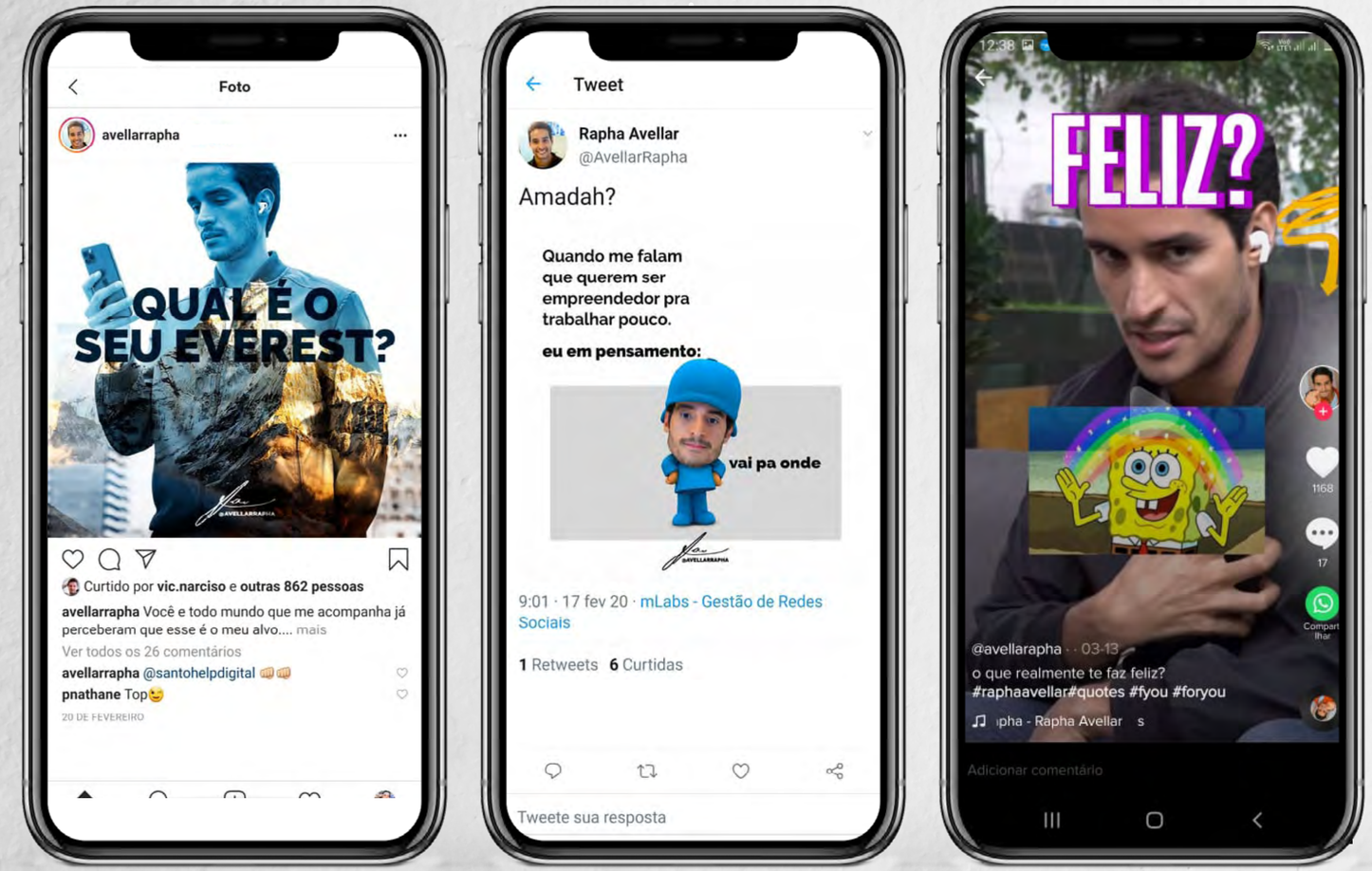
ADAPTE O CONTEÚDO A PLATAFORMA

TEXTO CURTO
FOCO NOS EMOJIS

TEXTO BEM DESENVOLVIDO
FOCO NA EXPLICAÇÃO

FALANDO COM PESSOAS
FOCO NA EXPLICAÇÃO

FALANDO COM EMPRESAS
FOCO NA COLABORAÇÃO



CONHEÇA AS TRENDS

Descobrir o que está chamando a atenção das pessoas e usar isso ao ser favor é muito importante.

Memes e piadas visuais criam um vínculo de unidade com a audiência, que se sente parte da mesma tribo que você por dividirem um mesmo tipo de piada interna.

PÓS PRODUÇÃO SEM MEDO!

Criar conteúdo é também saber identificar o que não tem valor para sua audiência e quais são as formas de transformar um vídeo em um conteúdo mais fácil e acessível!

+ RAPIDO!

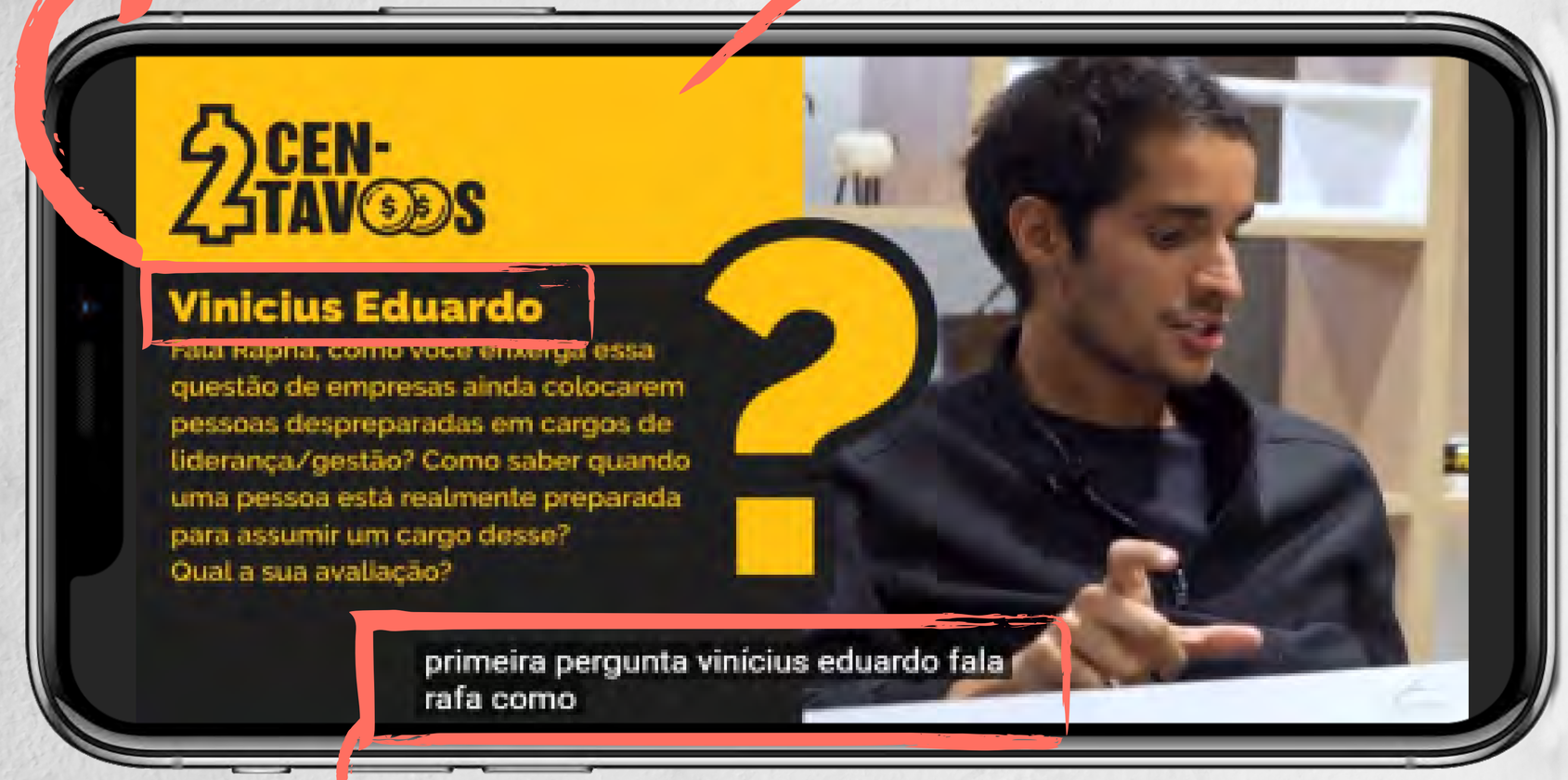
+ ACESSIVEL

CONTEÚDO CENTRAL

VIDEOS

PARTICIPAÇÃO DA AUDIÊNCIA

CARTELA EM IMAGEM



LEGENDA

EDIÇÃO TRAZ VALOR

Edição nada tem a ver com programas e tecnologia. Editar é cortar fora o que não agrega e trazer de fora elementos que agregam valor ao seu discurso.

Aproveite as oportunidades para turbinar seu conteúdo!

MAS ISSO É MUITO DIFÍCIL!

BUSQUE POR FERRAMENTAS FACILITADORAS. APLICATIVOS, EDITORES E ATÉ MESMO A LEGENDA AUTOMÁTICA DO YOUTUBE. VOCÊ NÃO PRECISA FAZER UM BLOCKBUSTER NA PRIMEIRA TENTATIVA. SE FICAR DIFÍCIL, FOCA NO CONTEÚDO, MAS NÃO

+CONTEÚDO -COMPLICAÇÃO!

DÁ UMA OLHADA EM UM DOS

LUZ AMBIENTE

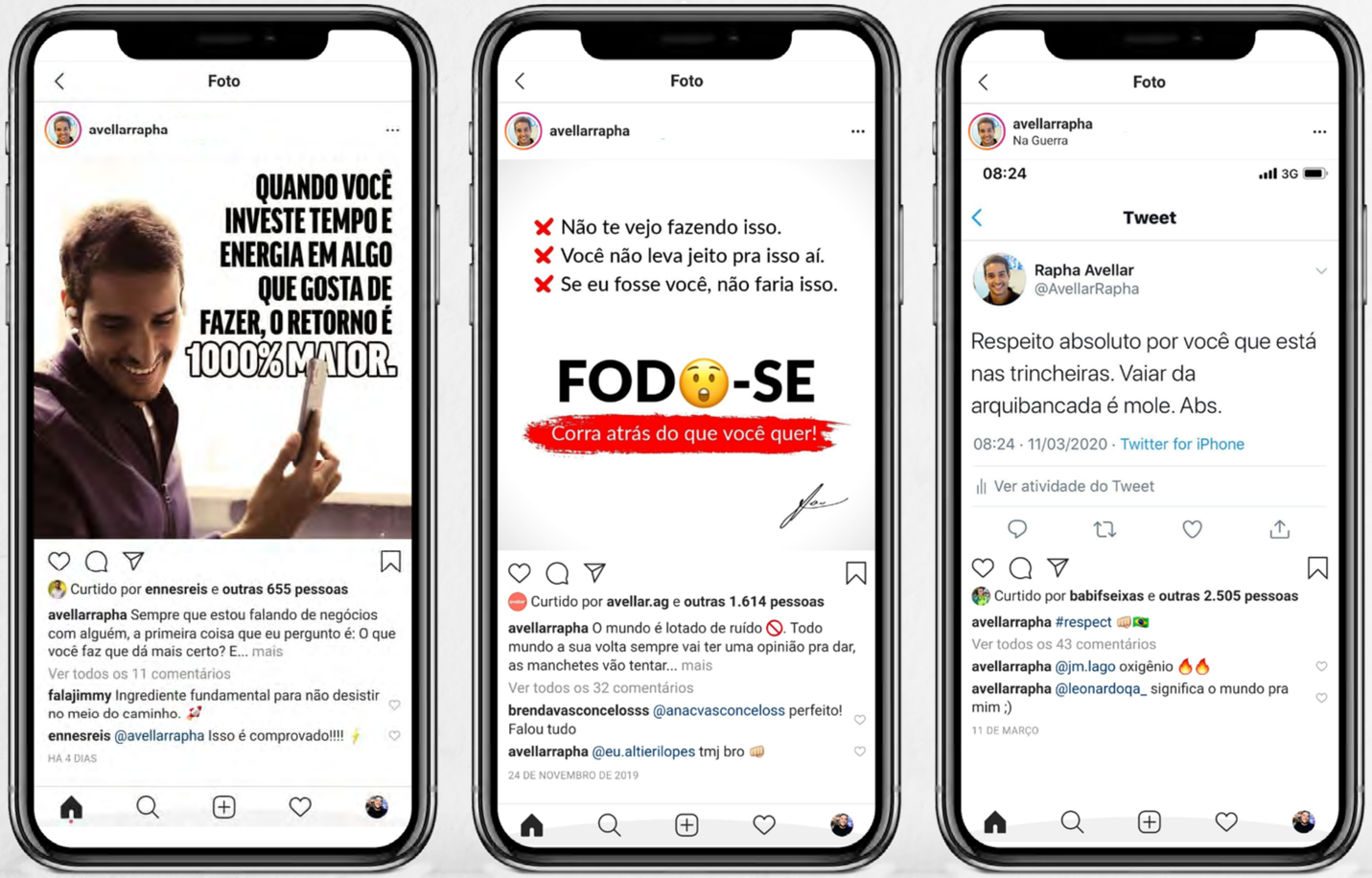
CELULAR SOBRE A MESA

Não permita que nenhuma limitação lhe impeça de produzir um conteúdo incrível!

MEUS PRIMEIROS VÍDEOS!

TEXTO TAMBÉM É IMAGEM

Já falamos de fotos, vídeos e memes, mas uma das formas mais eficientes de transmitir seu conteúdo é através do texto.



FOTOMONTAGEM

Boas mensagens merecem destaque maior! Criar artes interessantes que te associem a elas pode aumentar muito a qualidade do seu conteúdo.

TEXTO + ILUSTRAÇÃO

Quer que eu desenhe? Desenhar é uma das formas mais fáceis de ilustrar e deixar seu conteúdo mais atraente e acessível.

CITAÇÃO (QUOTE)

Nenhuma pós-produção deve parar seu conteúdo. Se a mensagem tem valor para sua audiência, um print de um Tweet é mais que suficiente.

CADÊ TUA VOZ?

Podcasts são a combinação perfeita do tempo livre com a vontade de experimentar novos conteúdos.

Fáceis de absorver, simples de acessar, nunca foi tão fácil produzir um Podcast!

ESTEJA EM TODAS AS PLATAFORMAS!

Usar um agregador de Podcasts é a forma mais fácil de fazer isso!

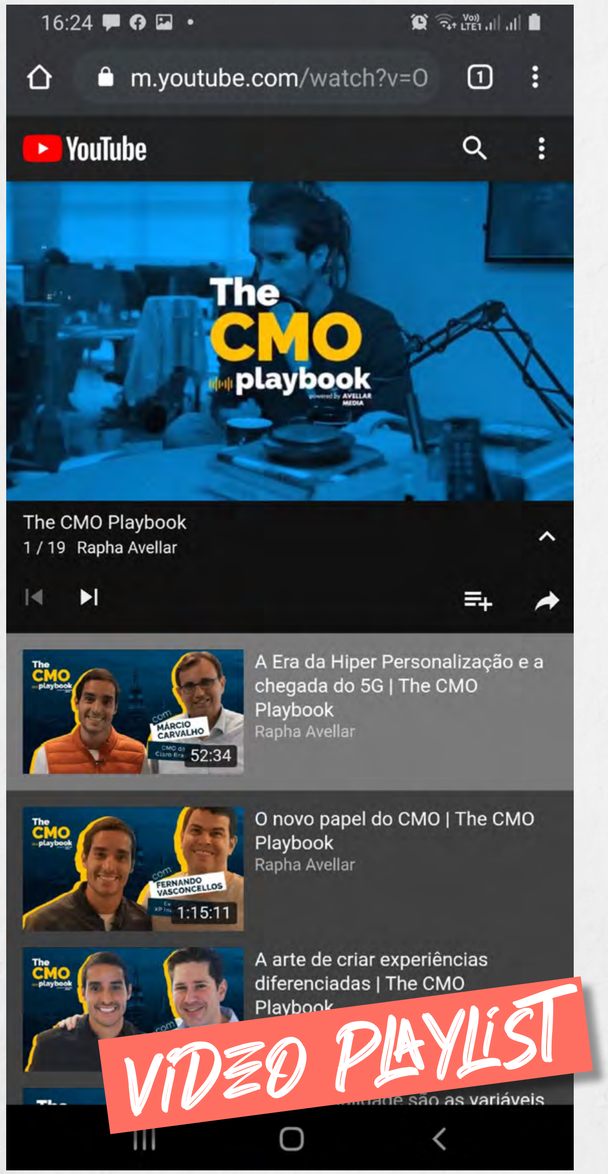
Eu uso o **Anchor**, e ele me permite disparar de uma só vez o podcast pra 12 plataformas diferentes

SIMPLES ASSIM!

É DISSO QUE ESTAMOS FALANDO

Em geral, os Podcasts são uma ótima oportunidade de trazer **convidados** que agreguem valor ao seu conteúdo e ajudem no processo de **divulgação** do seu Podcast.

Se quiser, pode **gravar a produção** do seu Podcast e transformá-lo em dois conteúdos, **Àudio e Vídeo**, além de transcrever os melhores momentos e transformá-lo em conteúdo de **Texto**.



RAPHA AVELLAR

QUANTA COISA PRA PENSAR NÉ?

QUÉ BOM!

AGORA PARA DE PENSAR E VAMOS FAZER!

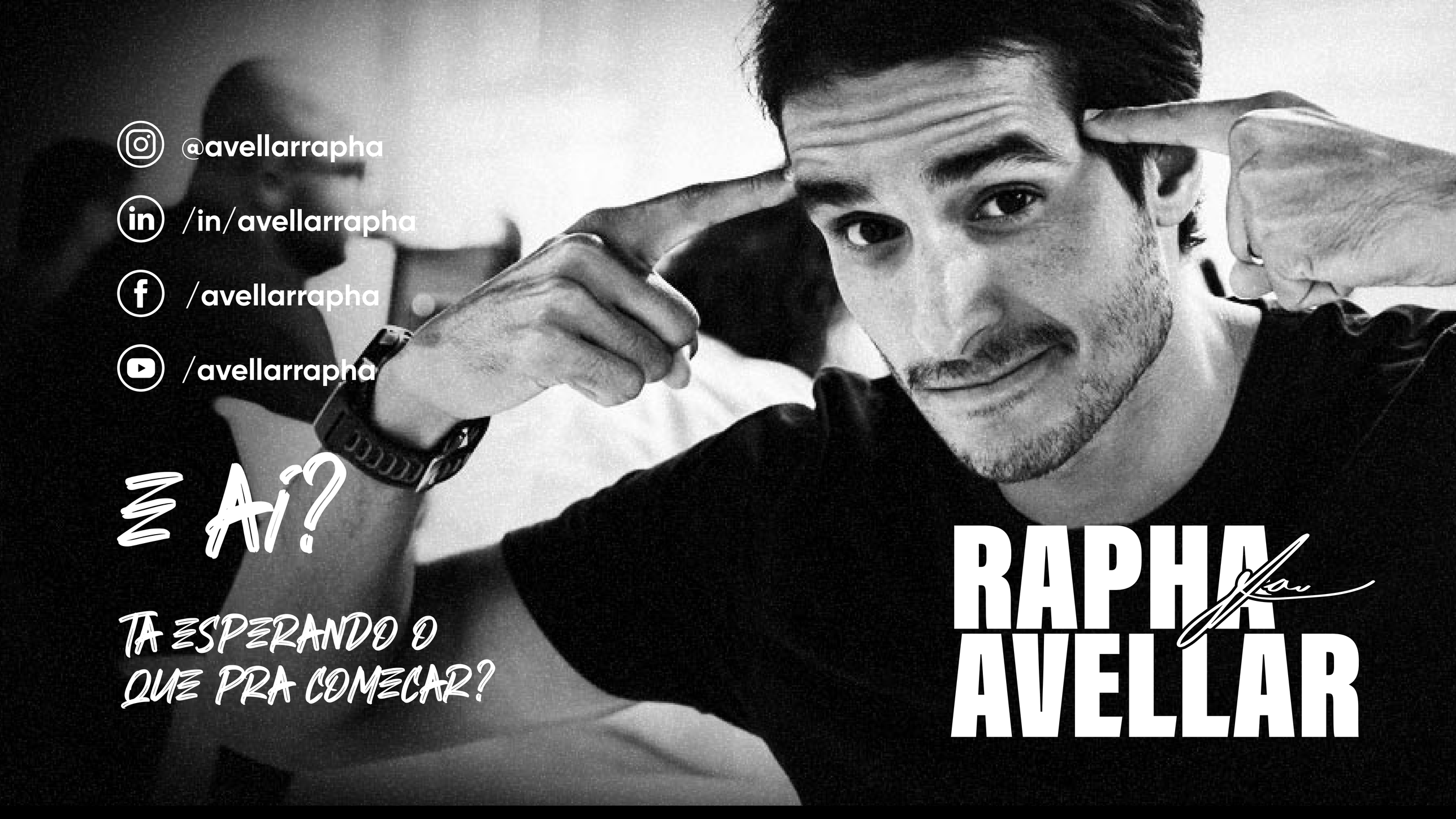
CRIAR CONTEÚDO PODE SER UM PROCESSO FÁCIL E NATURAL OU PODE SER UM PESADELO

DEPENDE DE VOCÊ!

RAPHA AVELLAR

PERCA MENOS TEMPO RACIONALIZANDO E DUVIDANDO DO SEU CONTEÚDO E

COMECE A FAZER!!!


@avellarrapha
/in/avellarrapha
/avellarrapha
/avellarrapha
E Aí?
TA ESPERANDO O QUE PRA COMECAR?
RAPHA AVELLAR