
PORTALDAMARI

COMUNIDADE COSMOS

DESAFIO DE CONTEÚDO

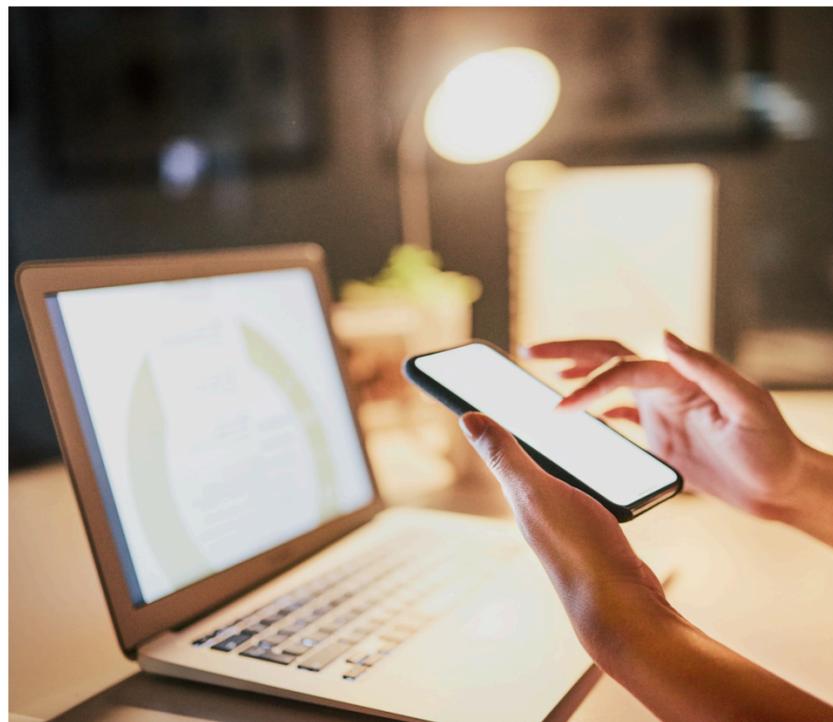


@PORTALDAMARI

PORTALDAMARI.COM.BR

POR QUE CRIAR CONTEÚDO?

A dinâmica das redes sociais mudou e novas maneiras de consumir conteúdo surgem todos os dias. Aqui eu vou te mostrar o passo a passo para ser visto e lembrado.



Não dá para postar só por postar. Colocar várias fotos do seu produto feitas com modelo ou um banner qualquer falando sobre o seu serviço. É preciso despertar consciência.



Você vai aprender a lógica por trás da criação de conteúdo. O resultado é postar menos, mas com muito mais qualidade para atrair as pessoas certas para o seu negócio.





MKT DE CONTEÚDO

ATRAI, CONQUISTA E ENVOLVE UM PÚBLICO-ALVO CLARAMENTE DEFINIDO PARA GERAR UMA AÇÃO LUCRATIVA.



MKT DE CONTEÚDO

AJUDA O CLIENTE A DESCOBRIR QUE O SEU PRODUTO OU SERVIÇO VAI RESOLVER O PROBLEMA DELE!



MKT DE CONTEÚDO

DESPERTA IDENTIFICAÇÃO COM A SUA MARCA E GERA A SEGURANÇA NECESSÁRIA PARA QUE O CLIENTE COMPRE O QUE VOCÊ VENDE.



MKT DE CONTEÚDO

VOCÊ ATRAI O CLIENTE E NÃO CORRE ATRÁS DELE.

MKT DE CONTEÚDO



JOHN DEERE - 1895

Tudo começa em 1836, quando John muda de Vermont e começa um negócio como ferreiro em Illinois. Nessa região os fazendeiros tinham muita dificuldade para empurrar os seus arados no solo pegajoso e sempre ficavam muito frustrados tendo que limpar a lama. Em 1837, John mudou a parte externa do arado para aço e assim, a lama e a sujeira não grudariam.

John morreu em 1886, mas deixou seus valores de ouvir e ensinar na empresa e então, em 1895, a Deere lançou a revista The Furrow, que não vendia equipamentos, mas ensinava para os fazendeiros novas tecnologias e maneiras de melhorar o trabalho e torná-los mais prósperos e lucrativos.

MKT DE CONTEÚDO



MICHELIN - 1900

Edouard e André Michelin assumiram a Michelin em 1889. A empresa fabricava apenas pastilhas para freio. Mas, depois de ver uma oportunidade de negócio, eles começaram a criar pneus para equipar as carrugagens e tornar as viagens mais confortáveis e silenciosas. Em 1895, com a criação do automóvel, eles apresentaram para o mundo o Éclair, um carro idealizado e fabricado pela Michelin. Como fazer esse negócio ser rentável se só existiam 3 mil carros?

Em 1900, para impulsionar a troca mais rápida dos pneus, eles passaram a distribuir gratuitamente o Guia Michelin.

- Eventos;
- Faz;
- Mala direta;
- Telefone;
- TV;
- Rádio;
- Jornal;
- Outdoor;
- Revista;
- Jornal;
- Boletim Informativo.



- Novas redes sociais e era de ouro das blogueiras;

* 1990

* 2000

Popularização da internet e dos blogs

* 2010



**HOJE TODA EMPRESA DE
TODOS OS TAMANHOS
PODEM SE COMUNICAR
COM OS CLIENTES.**

**O CONTEÚDO
FUNCIONA
COMO UM APOIO
PARA O SEU
NEGÓCIO!**

É sobre o seu cliente

NÃO É SOBRE VOCÊ!

Os clientes não se preocupam com você, seu produto ou serviço. Eles se importam consigo mesmo e com os seus próprios problemas. Quanto mais você fala sobre si e seus produtos e serviços, menos esse conteúdo é compartilhado.

Como ele vai resolver os problemas?

É um diálogo

e NÃO um monólogo

Estimule a conversa, mas também responda as pessoas. Não adianta ter um perfil "fantasma". Principalmente se você está em uma rede social, essa troca é muito importante para gerar conexão, mais engajamento e mais vendas.

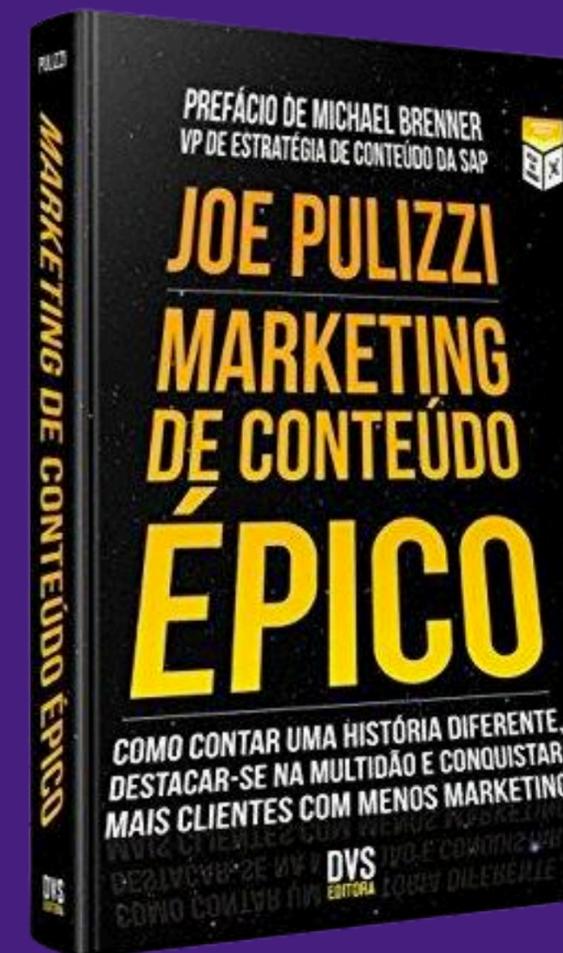
ESTIMULE A AÇÃO

Conte histórias que envolvam as pessoas e que os estimulem a agir e a tomar uma decisão. Nem que essa decisão seja compartilhar o conteúdo que você está publicando. Os clientes só precisam de conteúdo relacionado a vendas em um momento específico.

DO MARKETING DE CONTEÚDO ÉPICO!

1. Satisfaça uma necessidade;
2. Seja consistente;
3. Seja humano;
4. Tenha um ponto de vista;
5. Evite falar de vendas o tempo todo;
6. Seja o melhor da categoria.

Joe Pulizzi



"EU NÃO SOU O ALVO
PARA O MEU CONTEÚDO"

com quem você TÁ FALANDO?

Seus clientes são pessoas!

Eles tem gostos, preferências, desejos, medos e conforme abordamos melhor esses aspectos emocionais, a gente se conecta melhor e elas começam a prestar atenção na nossa marca e produtos e passamos a ser considerados no processo de compra dessas pessoas.



persona NÃO SE INVENTA

persona SE CONVERSA





Vamos fazer
isso na prática?

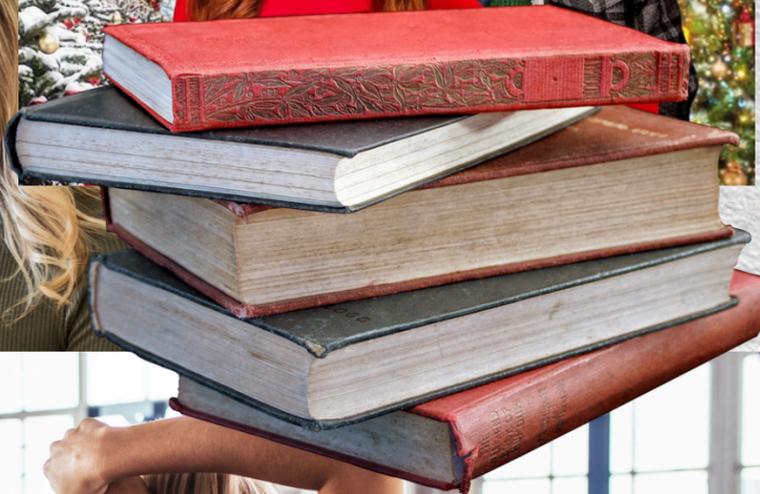
CLIENTE



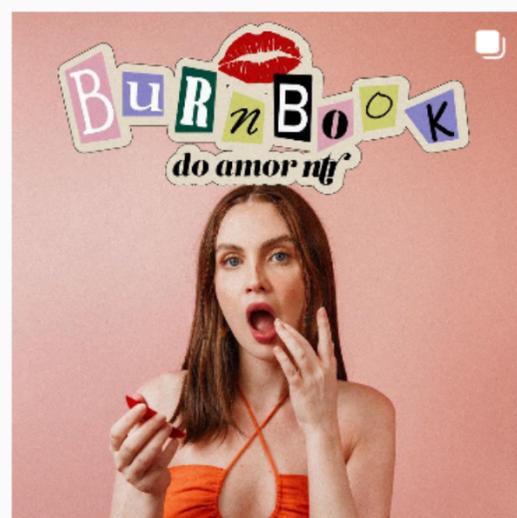
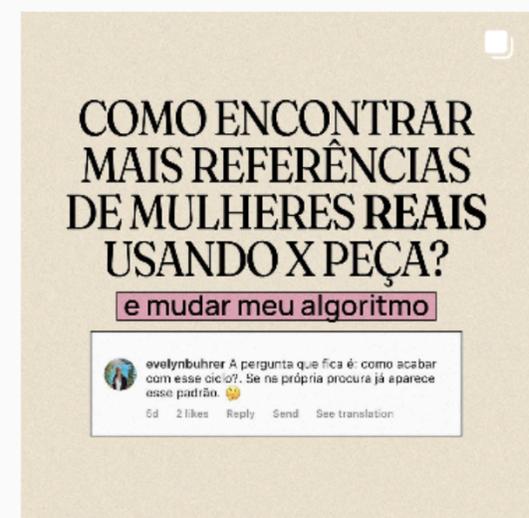
NOME Juliana
IDADE 35
LOCALIZAÇÃO Jaú
OCUPAÇÃO Artesã
ESTADO CIVIL Casada
FILHOS Não, só gato
RENDA MENSAL Xxxx

INTERESSES	Fala de treinar, de esportes, alimentação, ler, pintar, leitura, natureza, sair para tomar um café com as amigas e falar de autoconhecimento. Cerveja, chá, martini, drinks, cinema	MOTIVAÇÃO	Ver mais pessoas viajando usando as dicas e poder viajar mais também; monetização e transformação para colocar a arte no mundo; explicação de forma mais simplificada; motivação para postar sempre.
DESAFIOS	ideias para postar conteúdo com mais qualidade, ajuda no planejamento, direcionamento, clareza, direção, trocas. Trazer outros nichos. Ideias de posts, continuar criativa, adaptar referências.	FRUSTRAÇÃO	Não ter encomenda; não ter o alcance esperado; não ter engajamento; semana desorganizada; quando só olham e não compram.
PASSOS PARA CORRIGIR OS DESAFIOS	Participar dos encontros, assistir as aulas gravadas, executar os planejtos	FONTE DE INFORMAÇÕES	Maternidade > google e youtube Treta das blogueiras Dicas de como fazer as coisas > de tudo Vídeo Texto
METAS E OBJETIVOS	Vender 50% a mais do ponto de equilíbrio; Ter uma lembrança de marca; Fechar mais contratos de publics e aumentar número de seguidores e ser referência; ter consistência; vender consultorias.	MAIS...	Resultados Saber os diferenciais

O UNIVERSO DA PERSONA



O UNIVERSO DA PERSONA



O UNIVERSO DA PERSONA

promoções para pobres #35
~., ~., ~...isa, ~AB, ~Adriellen Priscila, ~Ahmad, ~Aline Cardoso, ~Aline Lago, ~Allan Prates [B] [R] ,
<https://amzn.to/4giW1Jf> 15:49

~pobre +55 66 98117-5725
Encaminhada



ALEXA FAÇA UMA BATATA FRITA
110v | 220v
Air fryer Philips Walita 6.2L compatível c/ Alexa
479,00 em até 9x
<https://amzn.to/3CFhUUJ> 16:28

promoções para pobres #35
~., ~., ~...isa, ~AB, ~Adriellen Priscila, ~Ahmad, ~Aline Cardoso, ~Aline Lago, ~Allan Prates [B] [R] ,
+55 66 98117-5725
Encaminhada



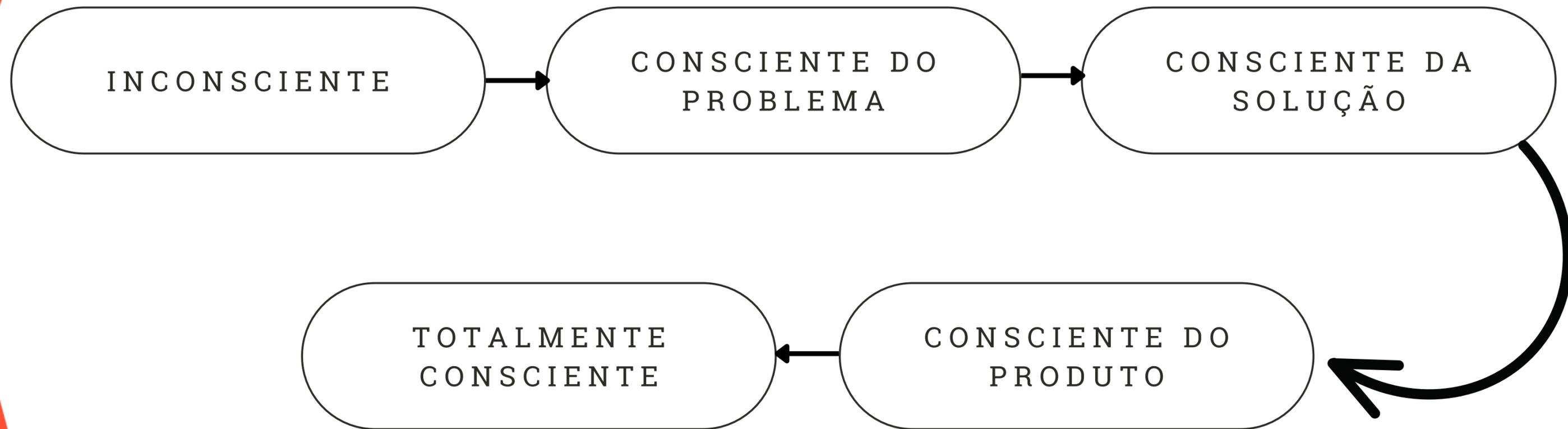
ESSE ROSTINHO AINDA TEM JEITO
use o cupom PROMO15

Kit Principia

- Gel de Limpeza 350g
- Sérum Facial AH-2 30ml
- Protetor Solar Facial toque seco FPS60 40ml

84,79 à vista
<https://mercadolivre.com/sec/22JLCEP> 17:55

**AS PESSOAS NEM
SEMPRE ESTÃO
PREPARADAS PARA
COMPRAR**



NÍVEL DE CONSCIÊNCIA

O QUE É?

TIPOS DE CONTEÚDO

INCONSCIENTE

Não sabe que tem um problema. Nunca ouviu sobre você ou sobre o seu produto.

Educar, provar, mostrar, inspirar e entreter.

CONSCIENTE DO PROBLEMA

Sabe que tem um problema, mas não sabe que existe uma solução.

Tocar na dor e falar sobre os benefícios do seu produto.

CONSCIENTE DA SOLUÇÃO

Sabe que tem um problema e conhece a solução, mas não consegue resolver.

Provar que o seu produto é a solução desejada.

NÍVEL DE CONSCIÊNCIA

O QUE É?

TIPOS DE CONTEÚDO

CIENTE DO PRODUTO

Sabe que tem um problema, sabe como resolver e busca o produto para resolver.

Reforçar e expandir a solução e os benefícios do seu produto.

TOTALMENTE CONSCIENTE

Conhece o produto para resolver o problema, só espera a oferta.

Introduzir uma oferta especial.

CLIENTE!

Busca você e o seu produto. Fica satisfeito e recomenda!

Depoimentos, conexão, pós-venda.

**PRA ALÉM DISSO, AS
REDES SOCIAIS HOJE
FUNCIONAM DE UM
JEITO BEM
ESPECÍFICO...**





Se te oferecessem 1M de reais pra ficar fazendo fofoca sem parar por 03 horas, quem você chamaria pra te ajudar a ganhar seu prêmio?



**MAS, MARI.. EU JÁ FAÇO ISSO E O
INSTAGRAM NÃO ENTREGA!**

**Qual foi a última vez que
você consumiu todo o
conteúdo do seu feed e
dos seus stories?**

BÔNUS



A CONCORRÊNCIA AUMENTOU..

Nós seguimos mais pessoas...

& usamos outras redes

sociais.

**E O QUE AS REDES COMO TIKTOK E
INSTAGRAM PRIORIZAM É...**

**Te mostrar cada vez mais daquilo
que você gosta. Assim você fica
mais tempo na ferramenta e eles
ganham mais dinheiro com a
visualização de anúncio.**



PILARES CEP

VOCÊ VENDE SEM PARECER QUE ESTÁ VENDENDO PORQUE...

- Aumenta o nível de consciência do consumidor
- Desperta desejo nos clientes
- Traz prova social para garantir eficiência do seu trabalho
- Traz autoridade e confiança sobre o seu negócio
- Cria constância nas publicações
- Faz ofertas de vendas sempre de um jeito menos agressivo
- Aumenta o nível de consciência do consumidor

CONEXÃO

AS PESSOAS QUEREM SE IDENTIFICAR COM OS SEUS VALORES E COM A SUA VISÃO DE MUNDO.

- FOCO EM IDENTIFICAÇÃO;
- POSTS INSPIRACIONAIS E DE ENTRETENIMENTO;
- DIA A DIA;
- BANDEIRAS;
- NARRATIVAS.
- POSICIONAMENTO;
- GERAR CONVERSAS;

EDUCAÇÃO

AS PESSOAS QUEREM ENTENDER QUAL É A TRANSFORMAÇÃO QUE O SEU PRODUTO OU SERVIÇO TEM PARA O DIA A DIA DELA.

- SÃO POSTS QUE ENSINAM E ORIENTAM OS SEGUIDORES;
- GERA AUTORIDADE;
- ERROS COMUNS ➡ SOLUÇÃO ➡ CHAMADA PRA AÇÃO;
- DESEJO ➡ ERROS ➡ SOLUÇÃO;
- COMO USAR O SEU PRODUTO OU SERVIÇO NO DIA A DIA?

PROMOÇÃO

SÓ VENDE QUEM OFERTA. PODE SER QUE ELAS NEM SAIBAM O QUE É QUE VOCÊ FAZ E O QUE É QUE VOCÊ VENDE. É PRECISO DEIXAR ISSO CLARO SEMPRE.

- PROBLEMA ➡ SOLUÇÃO ➡ RESULTADO
- DEPOIMENTOS
- BENEFÍCIOS DOS PRODUTOS/SERVIÇOS + LINK.

BÔNUS



TRENDS

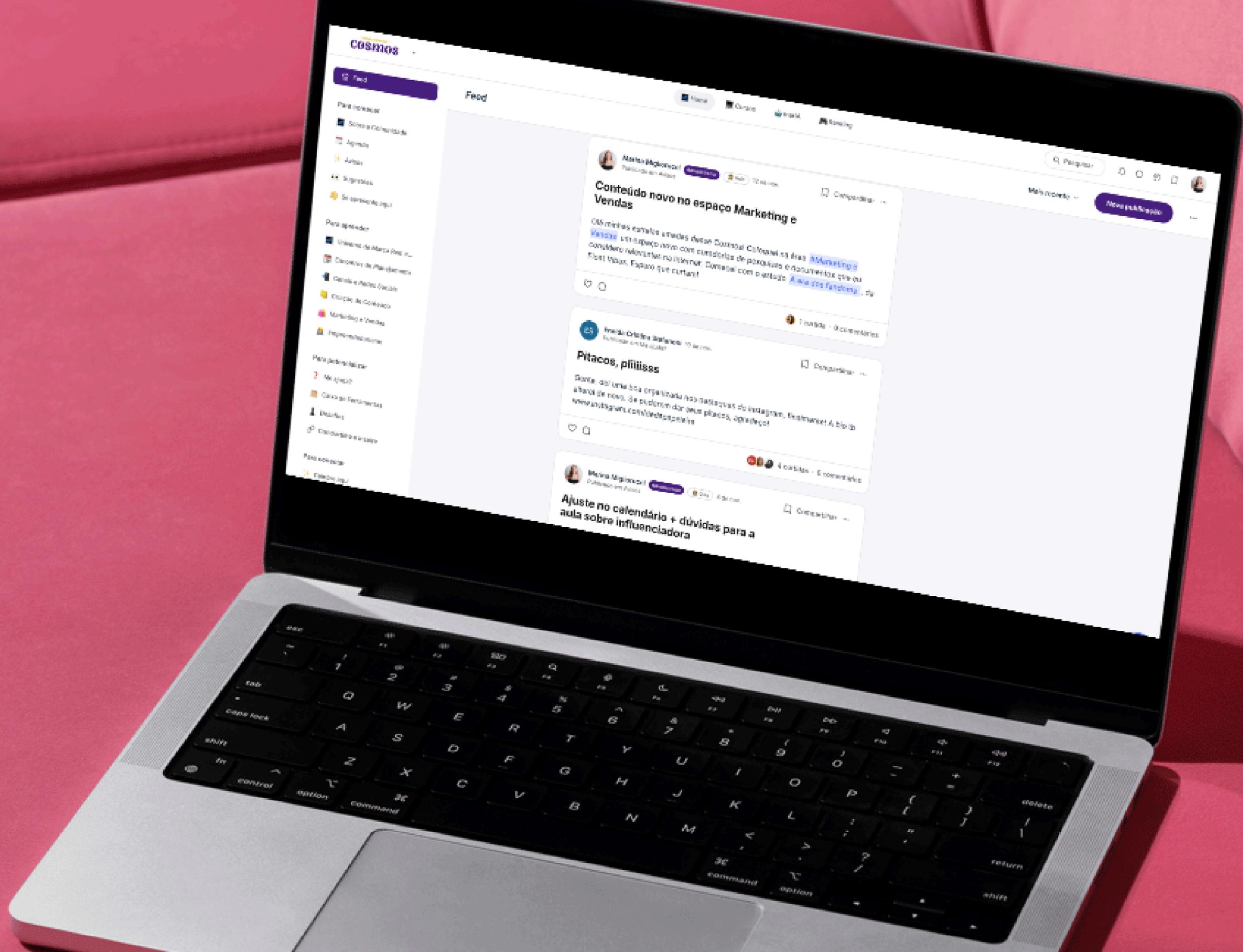
DÁ PARA prever?



**não precisa e
principalmente,
nem deve, fazer
tunnunndooooo!**

principalmente se for só por fazer <3

antes de acabar...



- Para conhecer
- Seus e Colegas
- Agenda
- Atas
- Sugestões
- Seu conteúdo aqui
- Para aprender
- Unidade de Marca Pessoal
- Conceitos de Planejamento
- Carreira e Redes Sociais
- Clube de Conteúdo
- Marketing e Vendas
- Inspiração e Motivação
- Para praticar
- Me ajude?
- Como se Fortalecer
- Insights
- Conteúdo e Vídeos
- Para explorar
- Conteúdo aqui

Conteúdo novo no espaço Marketing e Vendas

Olá minhas amigas amadas de casa Cosmos! as áreas [Marketing](#) [Vendas](#) um espaço novo com curadoria de pesquisas e documentos que os consultores relatam no internet. Comecei com o artigo [Aula dos fundamentos](#) de Rost Vitari. Espero que curtam!

1 curtida · 0 comentários

Pitacos, pílulas

gente, de uma boa organizada nos detalhes do instagram, finalmente! A blog de dicas de novo. Se puderem dar seus pitacos, agradeço!

www.instagram.com/ledspacetele

4 curtidas · 0 comentários

Ajuste no calendário + dúvidas para a aula sobre influenciadora

A silver laptop is shown from a high angle, resting on a red fabric surface. The laptop screen displays the Cosmos website, which features a navigation menu on the left and a main content area. A prominent yellow banner with white text is overlaid on the screen. The text on the banner reads: 'VOCÊ GANHOU 15% DE DESCONTO NA COMUNIDADE COSMOS: CLIQUE NO LINK ABAIXO E USE O CUPOM DESAFIO15 *válido até dia 20/06'. The website background shows a post titled 'Conteúdo novo no espaço Marketing e Vendas' by Maria Bolognini, with a description mentioning 'Marketing' and 'Vendas'.

*válido até dia 20/06



marIA | conteúdo real e possível

Por MARINA MIGLIORUCCI &

Estrategista criativo que transforma conteúdos com ousadia e storytelling de impacto.

Quero criar
um calendário
de conteúdo

Quero criar
um post

Analise o
meu conteúdo

Me ajude a tirar
uma ideia do papel

10% OFF NA MARIA PLANEJAMENTO E CONTEÚDO: INSTA10
*Válido até dia 20/06



marIA | roteiro para stories

Por MARINA MIGLIORUCCI 

Roteiros estratégicos e criativos para stories com ganchos inovadores e interatividade.

Me dê um roteiro para me conectar e engajar com me...

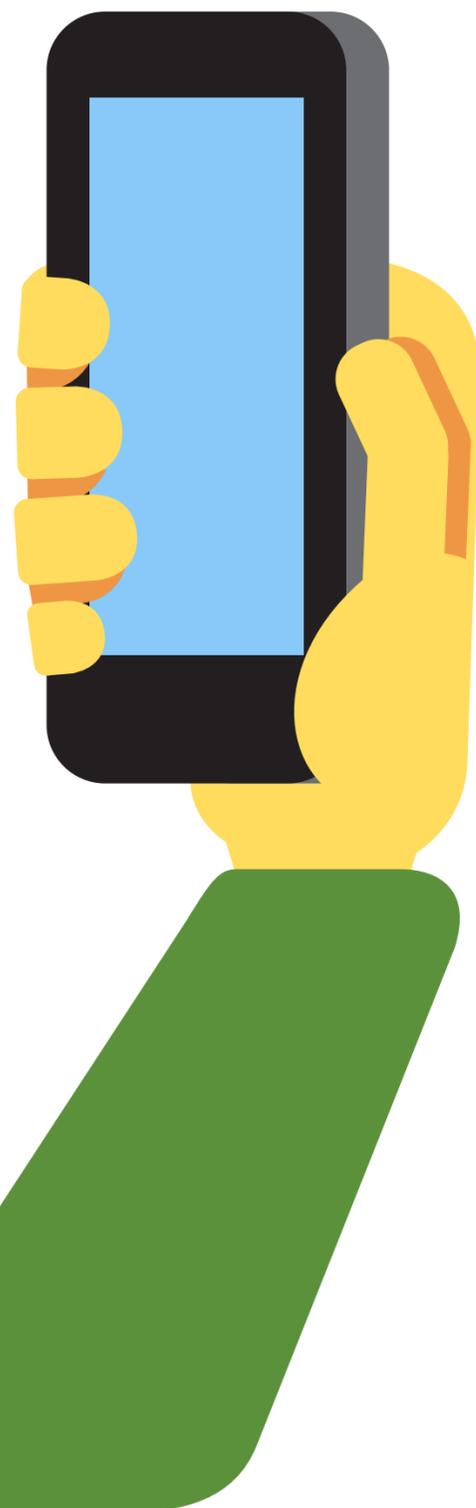
Me dê um roteiro para lançar um produto

Me dê um roteiro para vender um produto

Me dê um calendário de roteiros para uma...

10% OFF NA MARIA ROTEIRO DE STORIES: DESAFIO10
***Válido até dia 20/06**





**O DESAFIO:
PENSAR EM UM TEMA
DE CONTEÚDO PARA
CADA PILAR!**



**TRÊS
APRENDIZADOS
QUE VOCÊ
TEVE HOJE?**

obrigada!