

Comunicação não é
conteúdo. É identidade
estratégica.

MAS ANTES ALGUNS AVISOS

→ Preciso de você focada e concentrada

→ Feche todas as abas e desligue as notificações

→ Caderno na mão, tudo aqui é um insight aplicável

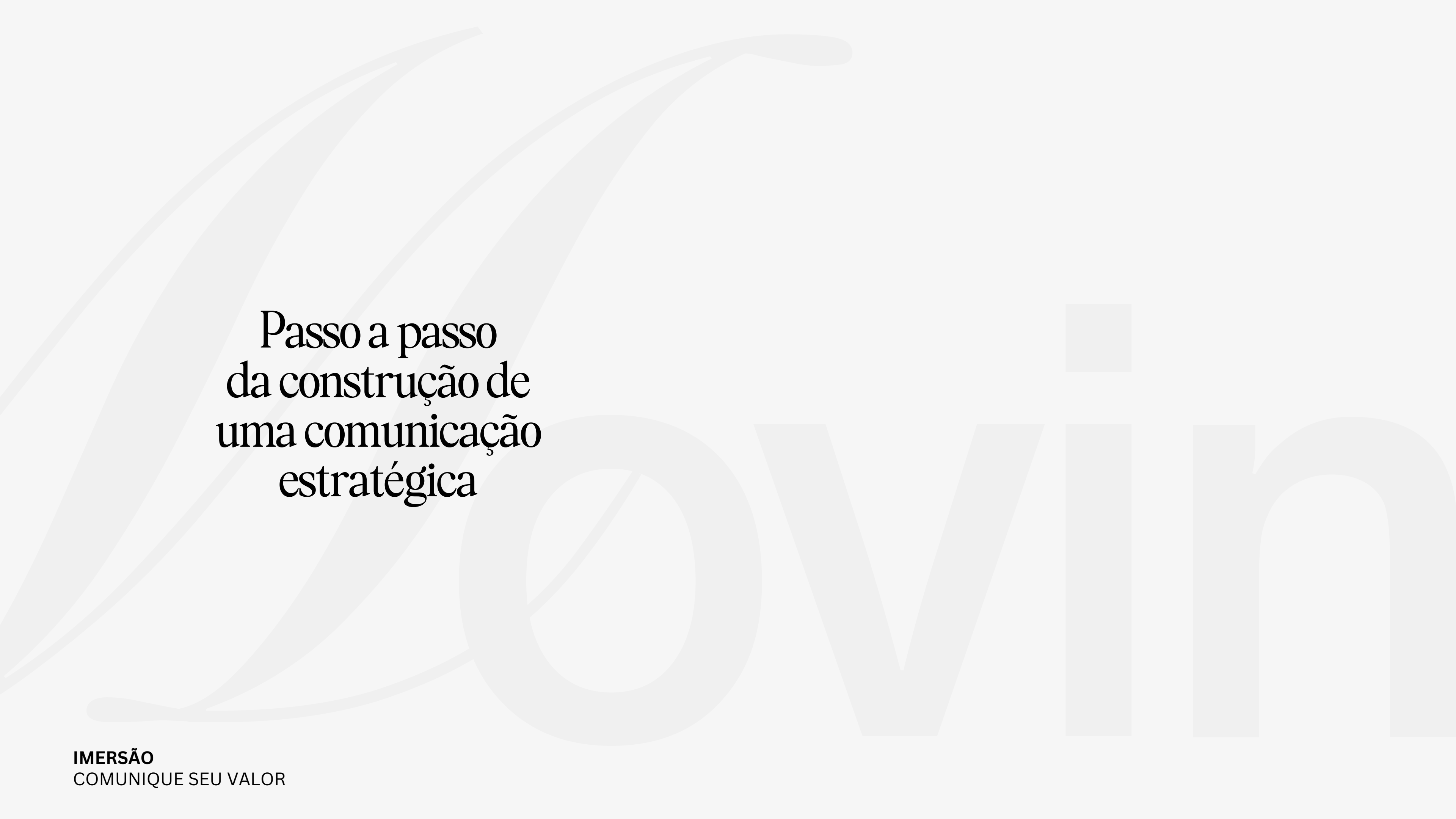
→ Esteja atenta a tudo que eu trouxer, isso é comunicação

→ Decida hoje quem você quer ser

Você não precisa postar mais, você precisa comunicar melhor.

- Conteúdo sem identidade vira ruído
- Comunicação forte nasce de direção
- Posicionamento atrai antes da oferta
- Quem tem clareza para de atirar para todos os lados
- Quem constrói identidade para de depender de sorte.

-
- Clareza atrai
 - Narrativa sustenta
 - Posicionamento diferencia
 - Repetição constrói percepção
 - Comunicação estratégica gera escolh



Passo a passo da construção de uma comunicação estratégica

A vida que você quer
viver começa no
lugar que você decide
ocupar.

IMERSÃO
COMUNIQUE SEU VALOR

Defina o território da sua marca

- Qual assunto você quer dominar na cabeça do mercado
- Decida qual problema central sua marca resolve
- Pare de falar de vários temas ao mesmo tempo
- Escolha um posicionamento claro dentro do seu nicho

Escolha o público específico que você quer atrair

- Defina quem é a pessoa que você quer atender
- Identifique fase de vida ou fase de negócio dessa pessoa
- Liste dores, frustrações e desejos desse público
- Entenda a linguagem que esse público usa

DEFININDO SEU ALVO

O que você vende

→ O que você vende? Qual sua solução e pra que ela existe?

👎 **Querer resolver tudo**

Pra quem você vende?

→ Quem é o cliente que você quer impactar?

👎 **Querer vender para todo mundo**

O que precisa ser comunicado pra esse cliente?

→ O que esse cliente busca? o que faz ele comprar?

👎 **Não saber as motivações centrais do seu cliente**

Quem não é o seu cliente

→ Se posicionar para afastar e magnetizar

👎 **Ter medo de desagradar**



Seu negócio cresce no
mesmo nível da
coragem que você
tem de se posicionar.

IMERSÃO
COMUNIQUE SEU VALOR

Nomeie o problema real que essa pessoa vive

- Vá além do tema superficial do seu nicho
- Identifique o que realmente trava essa pessoa
- Entenda as consequências de continuar nesse problema
- Traga o problema para situações concretas do dia a dia

Estruture uma promessa clara e desejável

- Defina qual transformação você entrega
- Mostre o antes e depois da sua solução
- Use linguagem simples e específica
- Faça a pessoa pensar: “é isso que eu quero viver”

Defina a narrativa central da sua marca

- Escolha a grande ideia que sua marca defende
- Tenha uma tese ou ponto de vista forte
- Repita essa verdade em diferentes conteúdos
- Construa uma mensagem consistente ao longo do tempo

A woman with dark hair, wearing a white, strapless, floor-length dress, stands in a white-framed doorway. She is looking out of the door with her hands raised to her hair. The background shows a glimpse of a room with a window and some furniture. The right half of the image is a solid dark grey.

A decisão de assumir
seu lugar muda o
rumo da sua história.

IMERSÃO
COMUNIQUE SEU VALOR

A MENSAGEM

Agora que você sabe quem é o seu cliente e como deseja ser percebida por ele, você precisa saber o que precisa comunicar

→ Qual a mensagem diária que seu seguidor precisa **ouvir de você** todo dia para construir na mente dele uma imagem sobre você que gere confiança e desejo de compra.

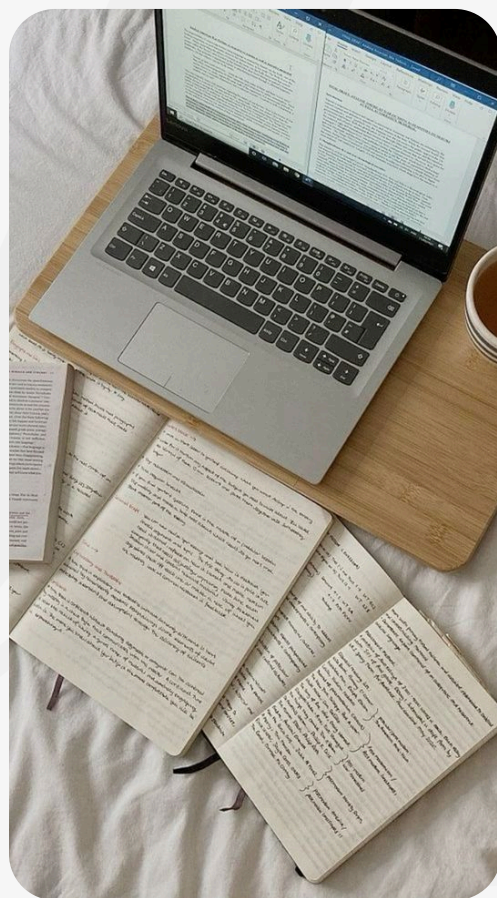
→ As pessoas querem falar sobre elas, como elas se sentem, o que elas gostariam de falar e o que elas pensam.

→ Elas querem se conectar com a marca. O que precisa ser mostrado para existir essa conexão quando ela chegar

O SEU PRODUTO É PONTE PARA ALGO QUE SEU CLIENTE DESJEA

O QUE VOCÊ VENDE + SEU CLIENTE + PRA QUE
ELE COMPRA + POR QUE ELA QUER ESSE RESULTADO?

O QUE



PRA QUE



POR QUE



IMERSÃO
COMUNIQUE SEU VALOR

O SEU PRODUTO É PONTE PARA ALGO QUE SEU CLIENTE DESJEA

O QUE



PRA QUE



POR QUE



IMERSÃO
COMUNIQUE SEU VALOR

O SEU PRODUTO É PONTE PARA ALGO QUE SEU CLIENTE DESJEA

O QUE



PRA QUE



POR QUE



Vir

IMERSÃO
COMUNIQUE SEU VALOR

O SEU PRODUTO É PONTE PARA ALGO QUE SEU CLIENTE DESJEA

O QUE



PRA QUE



POR QUE



IMERSÃO
COMUNIQUE SEU VALOR

O SEU PRODUTO É PONTE PARA ALGO QUE SEU CLIENTE DESJEA

O QUE



PRA QUE



POR QUE



WIR

IMERSÃO
COMUNIQUE SEU VALOR

O SEU PRODUTO É PONTE PARA ALGO QUE SEU CLIENTE DESJEA

O QUE



PRA QUE



POR QUE



IMERSÃO
COMUNIQUE SEU VALOR

O SEU PRODUTO É PONTE PARA ALGO QUE SEU CLIENTE DESJEA

O QUE



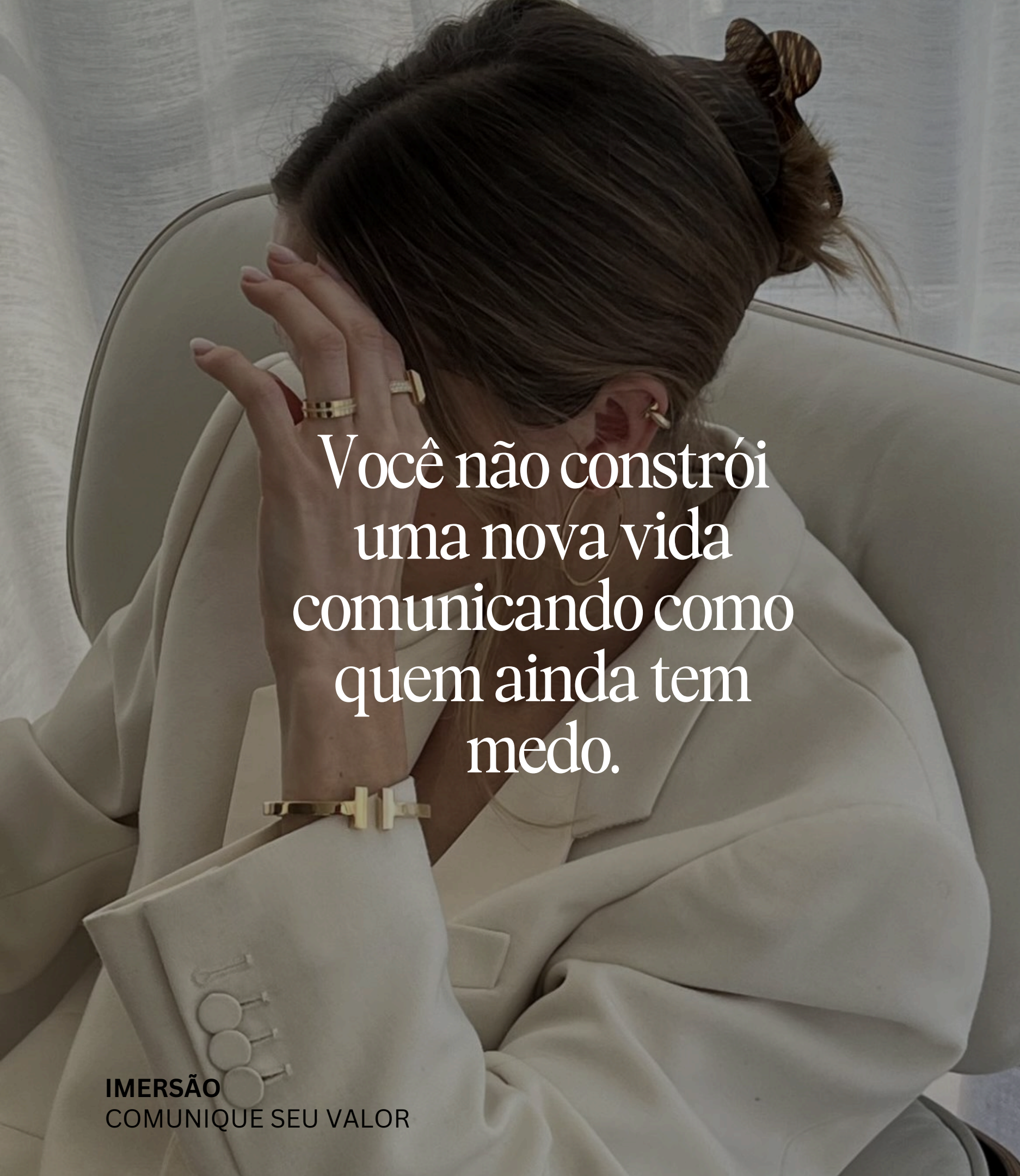
PRA QUE



POR QUE



IMERSÃO
COMUNIQUE SEU VALOR



Você não constrói
uma nova vida
comunicando como
quem ainda tem
medo.

IMERSÃO
COMUNIQUE SEU VALOR

Crie o universo de marca

- Defina tom de voz e linguagem
- Crie identidade visual coerente com seu posicionamento
- Use símbolos, frases e conceitos repetidos
- Faça sua marca parecer um ambiente, não só um perfil

Traduza sua estratégia em conteúdo

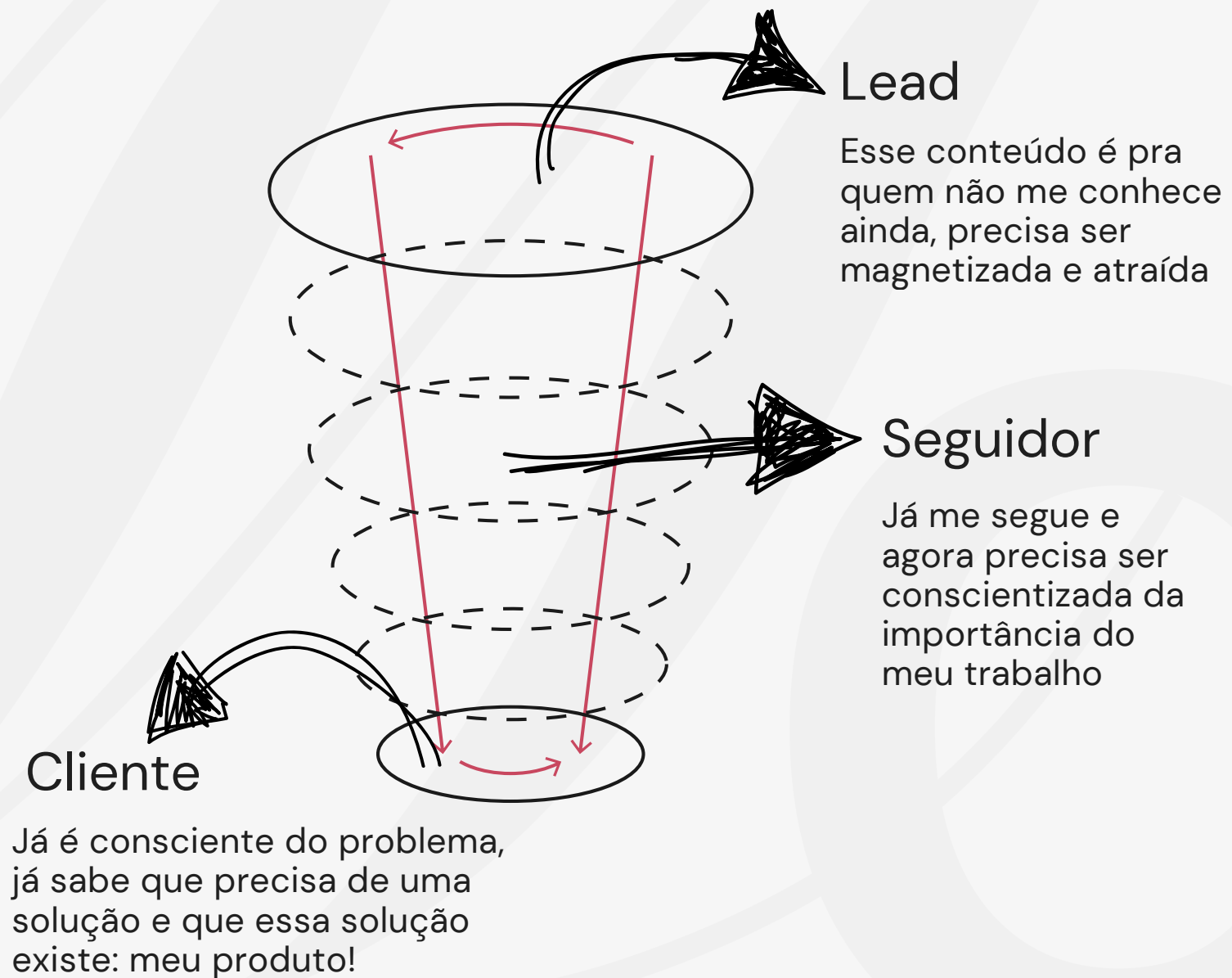
- Produza conteúdos que reforcem sua narrativa
- Use reels para alcance e atenção
- Use carrosséis para aprofundar percepção
- Use stories para proximidade e relacionamento

Organize seu conteúdo em funil

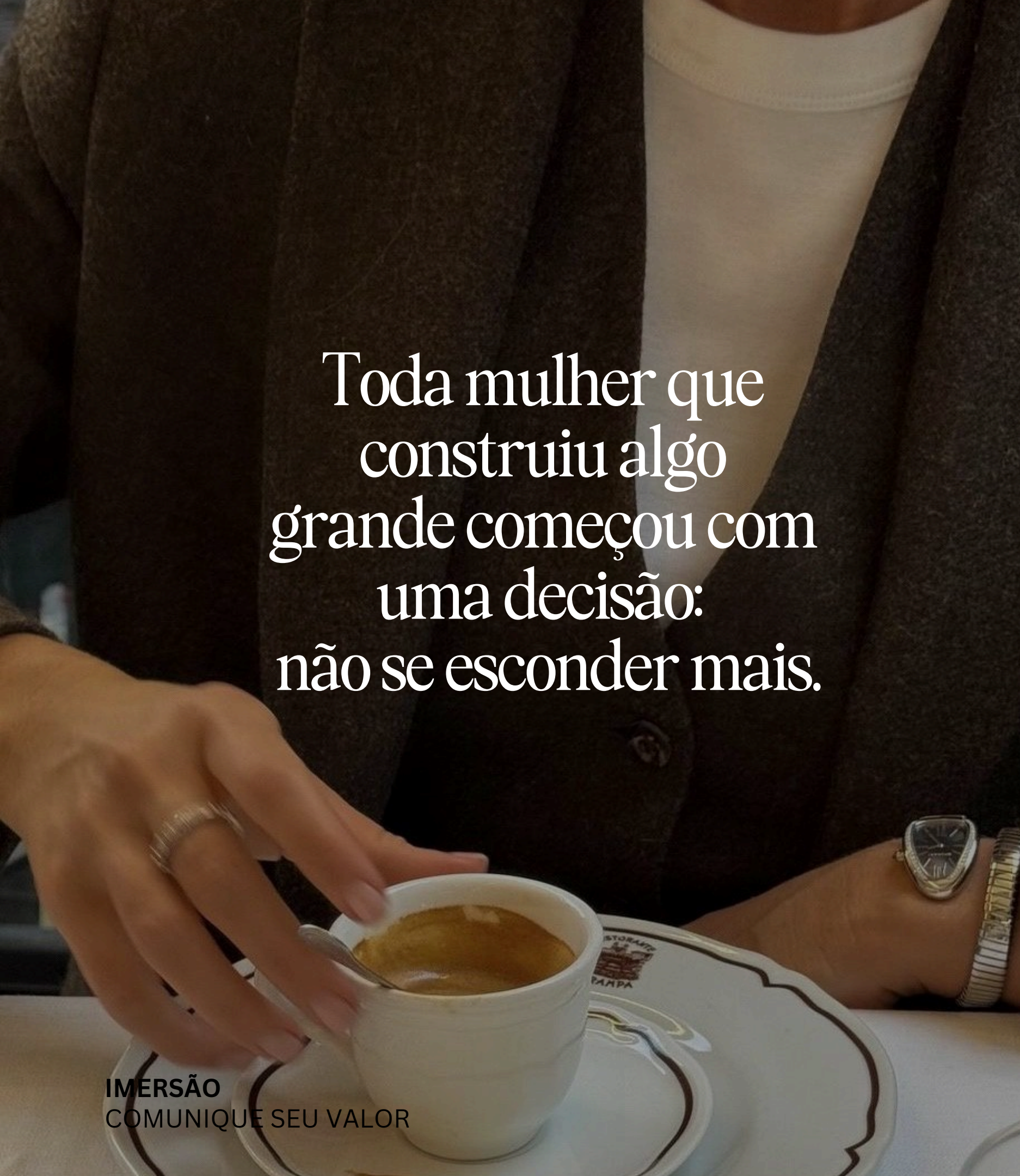
- Conteúdo de awareness → gerar identificação
- Conteúdo de consideração → educar percepção
- Conteúdo de decisão → mostrar prova e direcionar ação

MAGNETIZANDO

Agora iremos começar a produzir conteúdo para magnetizar os clientes escolhidos



IMERSÃO
COMUNIQUE SEU VALOR

A woman wearing a brown blazer over a white top is holding a white cup of coffee with a spoon. She is also wearing a watch and a bracelet on her left wrist. The background is dark.

Toda mulher que
construiu algo
grande começou com
uma decisão:
não se esconder mais.

IMERSÃO
COMUNIQUE SEU VALOR

TIPOS DE CONTEÚDOS

Teste o máximo de formatos de conteúdo,
mas seja consistente para achar seu
formato! A mensagem e constância são
mais importantes

PRODUTOS FÍSICOS

As pessoas precisam comprar a atmosfera da marca



→ LIFESTYLE DE QUEM USA O PRODUTO

→ BASTIDORES

→ ROTINA ONDE O PRODUTO ESTÁ INSERIDO

→ EXPOSIÇÃO DE PRODUTO

IMERSÃO
COMUNIQUE SEU VALOR

SERVIÇOS TANGÍVEIS

As pessoas precisam comprar o acesso a profissional



→ PERCEPÇÕES PROFISSIONAIS E PESSOAIS

→ BANDEIRAS E VISÃO DE MUNDO

→ ROTINA E DIA DIA

→ PROCESSO DO TRABALHO

IMERSÃO
COMUNIQUE SEU VALOR

SERVIÇOS INTANGÍVEIS

As pessoas precisam comprar a visão de mundo



→ PERCEPÇÕES PROFISSIONAIS E PESSOAIS

→ BANDEIRAS E VISÃO DE MUNDO

→ ROTINA, LIFESTYLE E DIA DIA

→ MÉTODO E DEPOIMENTOS

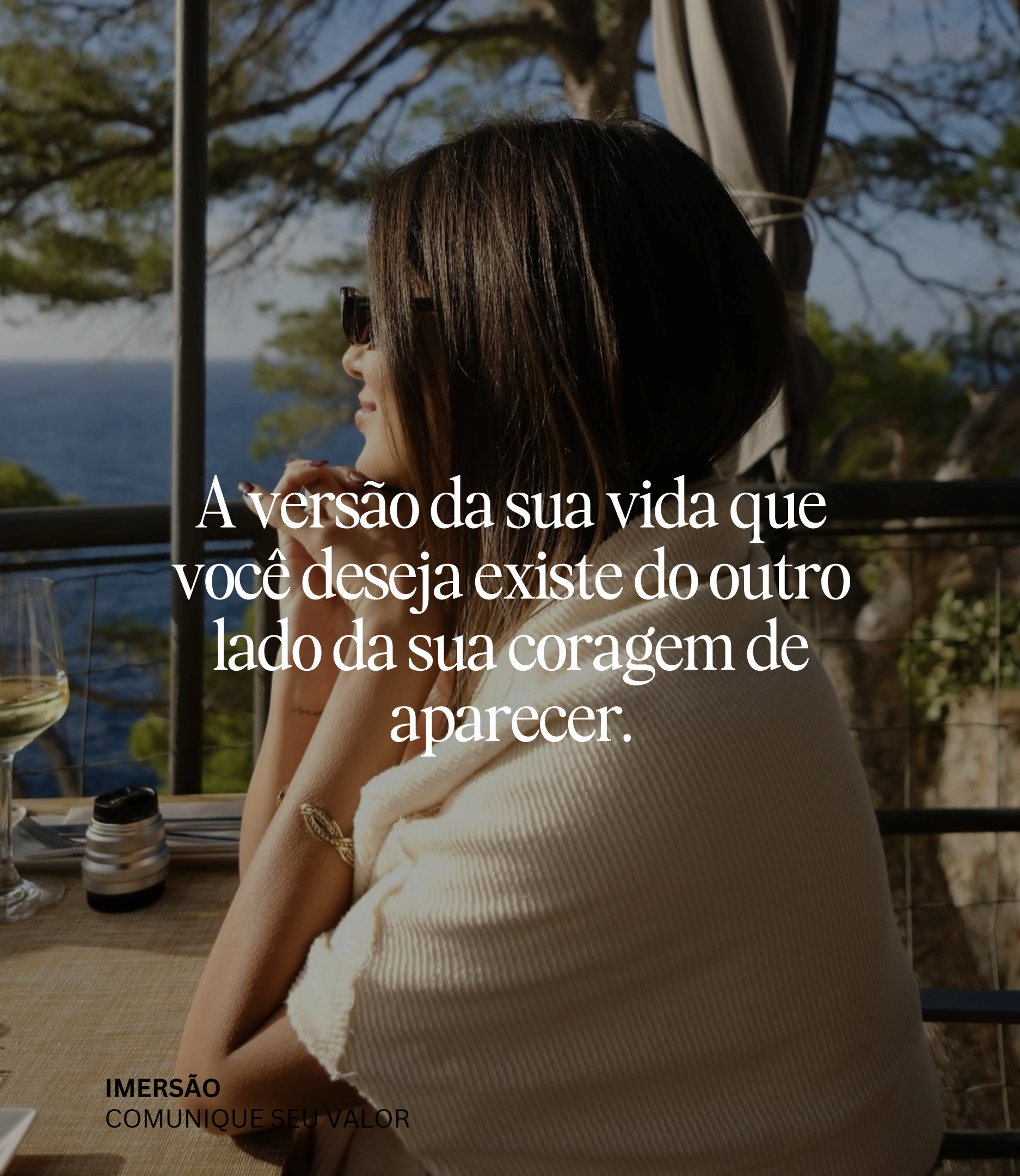
IMERSÃO
COMUNIQUE SEU VALOR

Direcione sempre para uma ação

- Conduza para direct, lista ou oferta
- Convide a audiência para dar o próximo passo
- Reforce constantemente sua promessa e posicionamento
- Transforme atenção em relacionamento e venda

Em qual nível sua
comunicação está hoje?

IMERSÃO
COMUNIQUE SEU VALOR

A woman with long dark hair and sunglasses is sitting on a balcony, looking out at the ocean. She is wearing a white top and has her hands clasped near her face. The balcony has a metal railing and a table with a glass of white wine and a small container. The background shows a clear blue sky and some trees.

A versão da sua vida que
você deseja existe do outro
lado da sua coragem de
aparecer.

IMERSÃO
COMUNIQUE SEU VALOR

Comunicação Invisível

Como ela se comunica

- posta pouco ou quase nada
- tem medo de aparecer
- fala pouco do que faz
- espera ser descoberta

Como o mercado percebe
Ela não existe.

Resultado

- quase nenhum cliente
- depende de indicação
- crescimento muito lento

Comunicação Genérica

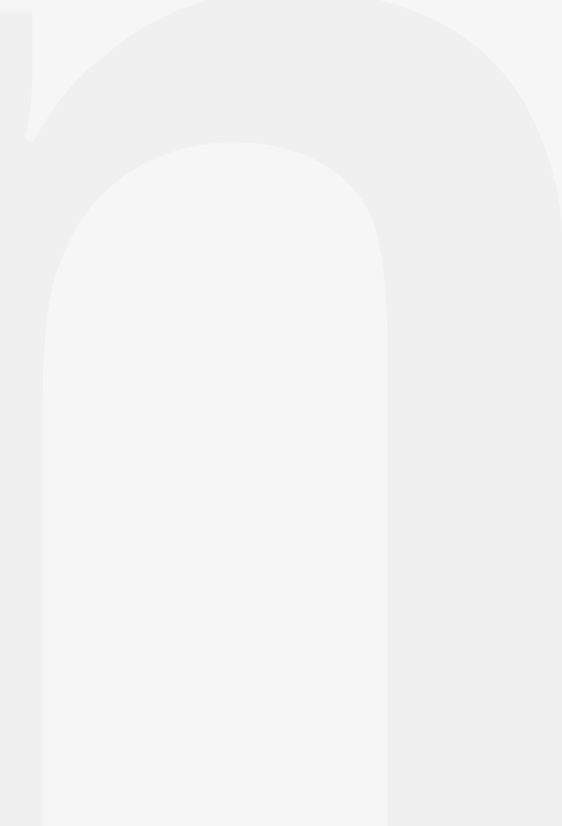
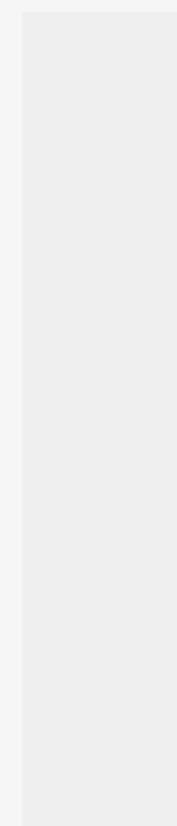
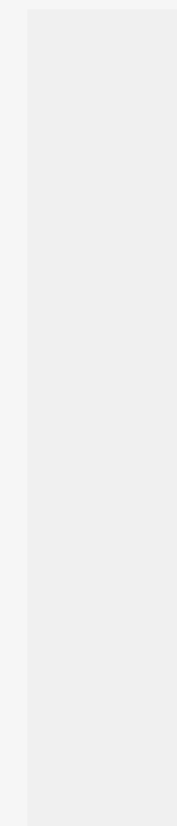
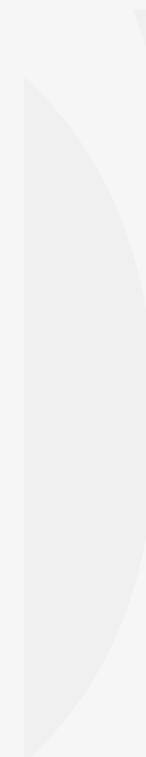
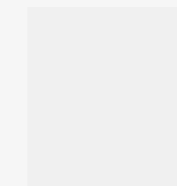
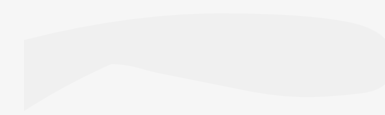
Como ela se comunica

- fala o que todo mundo fala
- usa frases amplas demais
- não define público claro
- não mostra diferencial

Como o mercado percebe
Mais uma.

Resultado

- audiência cresce pouco
- clientes comparam preço
- baixa percepção de valor



Comunicação Informativa

Como ela se comunica

- ensina muito conteúdo
- explica conceitos
- entrega valor técnico

Como o mercado percebe
Uma profissional competente

Resultado

- gera interesse
- gera curiosidade
- mas ainda não gera desejo forte

Comunicação de Posicionamento

Como ela se comunica

- tem opinião
- tem narrativa
- mostra ponto de vista
- confronta erros do mercado
- constrói percepção de autoridade

Como o mercado percebe
Referência.

Resultado

- seguidores mais qualificados
- maior respeito
- menos comparação de preço
- mais vendas



Comunicação de Liderança

Como ela se comunica

- define pensamento do mercado
- cria movimentos
- influencia comportamento
- constrói comunidade

Como o mercado percebe
Líder.

Resultado

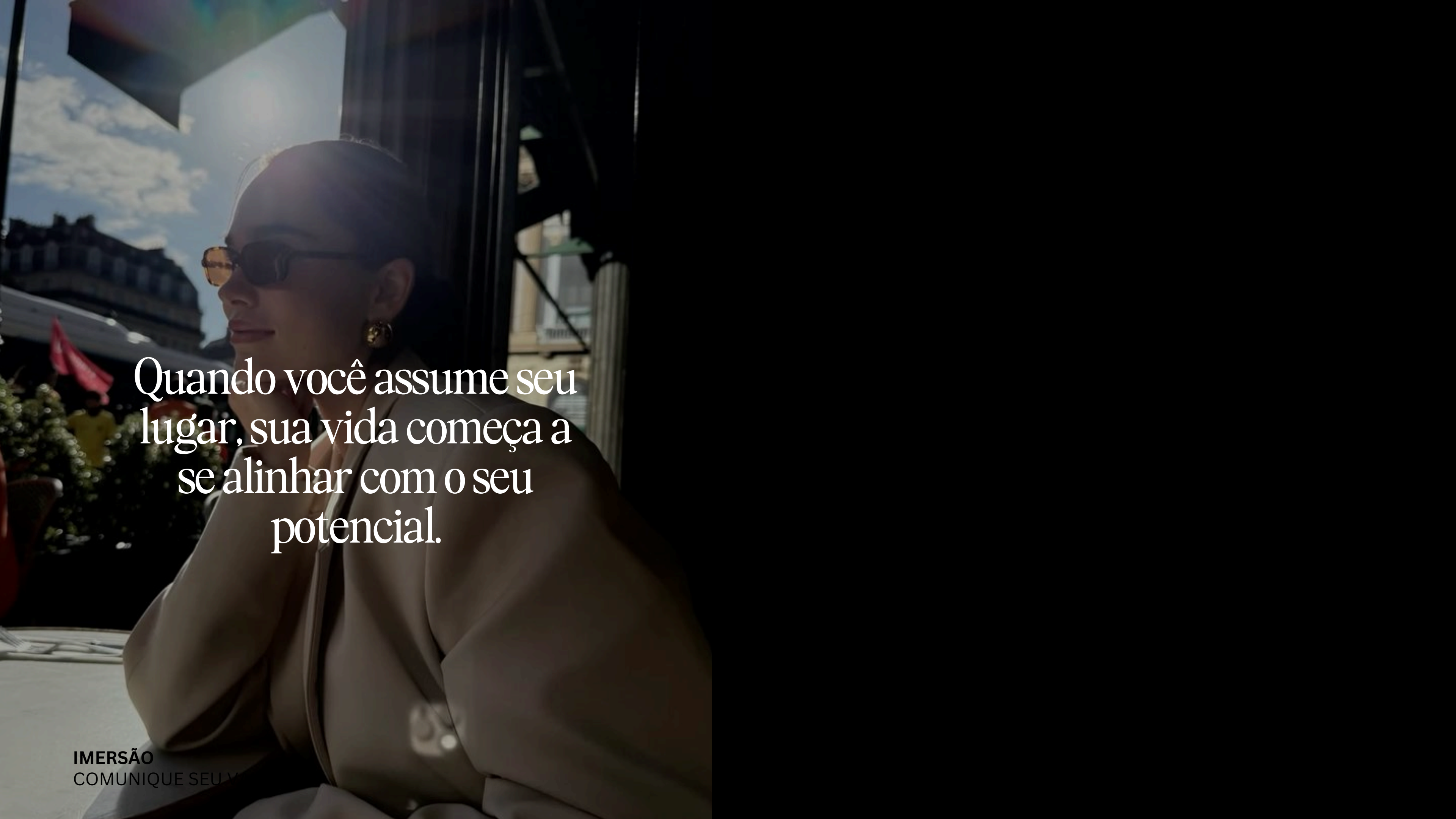
- autoridade extrema
- clientes altamente qualificados
- marca forte
- alta demanda

Em qual nível sua comunicação está hoje?

- invisível
- genérica
- informativa
- posicionamento
- liderança

E a pergunta mais importante:

Em qual nível você quer que o mercado te enxergue?

A woman with blonde hair tied back, wearing dark sunglasses and a light-colored blazer, is seated and looking out of a large window. The view outside shows a city street with buildings and a clear sky. The interior is dimly lit, while the exterior is bright. The text is overlaid on the left side of the image.

Quando você assume seu
lugar, sua vida começa a
se alinhar com o seu
potencial.

IMERSÃO

COMUNIQUE SEU V

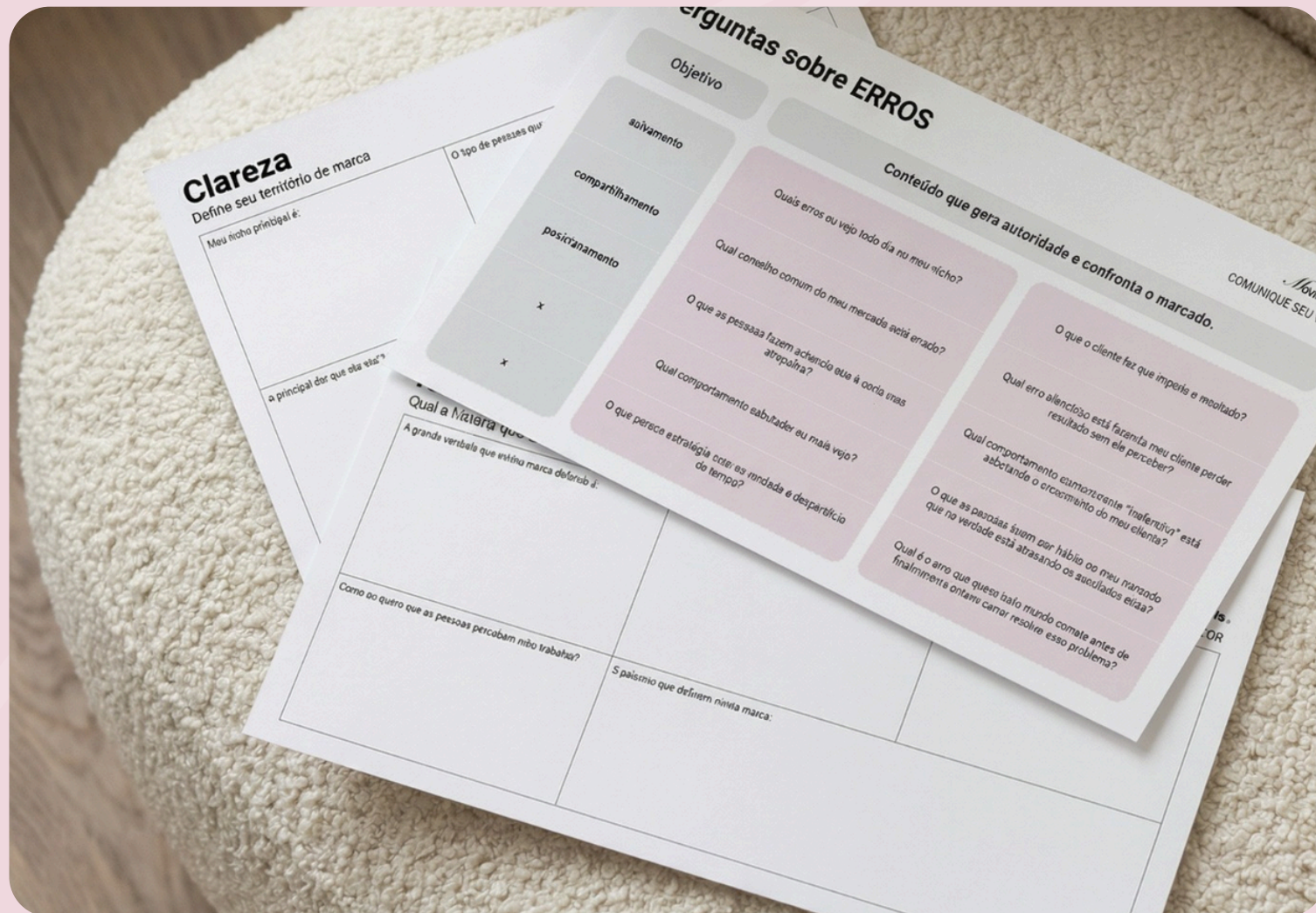
Você está decidida?

- Se posicionar
- Assumir o seu lugar
- Abrir a boca
- Assumir sua competência
- Peitar seus sonhos e objetivos
- Ser consistente?



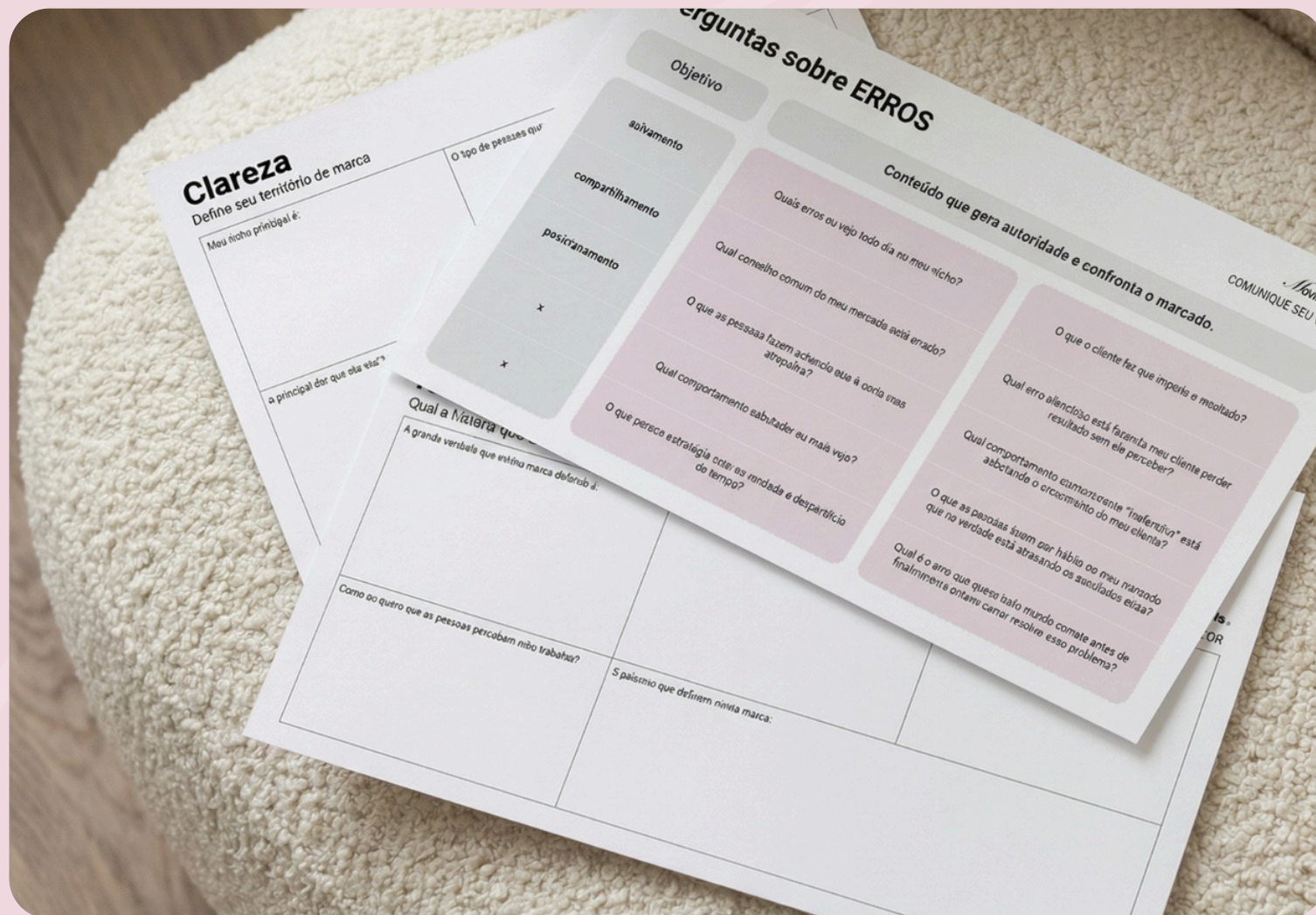
A vida que você quer
viver exige uma mulher
que não pede mais
permissão para ocupar
espaço.

Porque a parte
mais difícil não é a
estratégica!



Liberação do Mapa de Posicionamento

IMERSÃO
COMUNIQUE SEU VALOR



Liberação do Mapa de Posicionamento

**#DECIDIDA + SEU
MAIOR INSIGHT**

IMERSÃO
COMUNIQUE SEU VALOR