

# AULA 16: NARRATIVA





TODO MUNDO  
TEM UMA **HISTÓRIA**

MAS POUCOS TÊM  
**CORAGEM** DE CONTÁ-LA

E MENOS AINDA SABEM  
**TRANSFORMÁ-LA** EM MARCA





**Expertise técnica:** o que você sabe fazer

**Posicionamento:** como você se diferencia

**Símbolos visuais:** como você se apresenta

**Estratégias de comunicação:** como você se conecta





# A NARRATIVA

**Expertise técnica:** o que você sabe fazer

**Posicionamento:** como você se diferencia

**Símbolos visuais:** como você se apresenta

**Estratégias de comunicação:** como você se conecta





## Marketing de Produto

**Sou consultora de marca com 14 anos de  
experiência.**

**Ajudando empresários e executivos a construir  
marcas reconhecidas e desejadas no mercado.**





Marketing de Produto

Função

Narrativa da Marca

Identidade



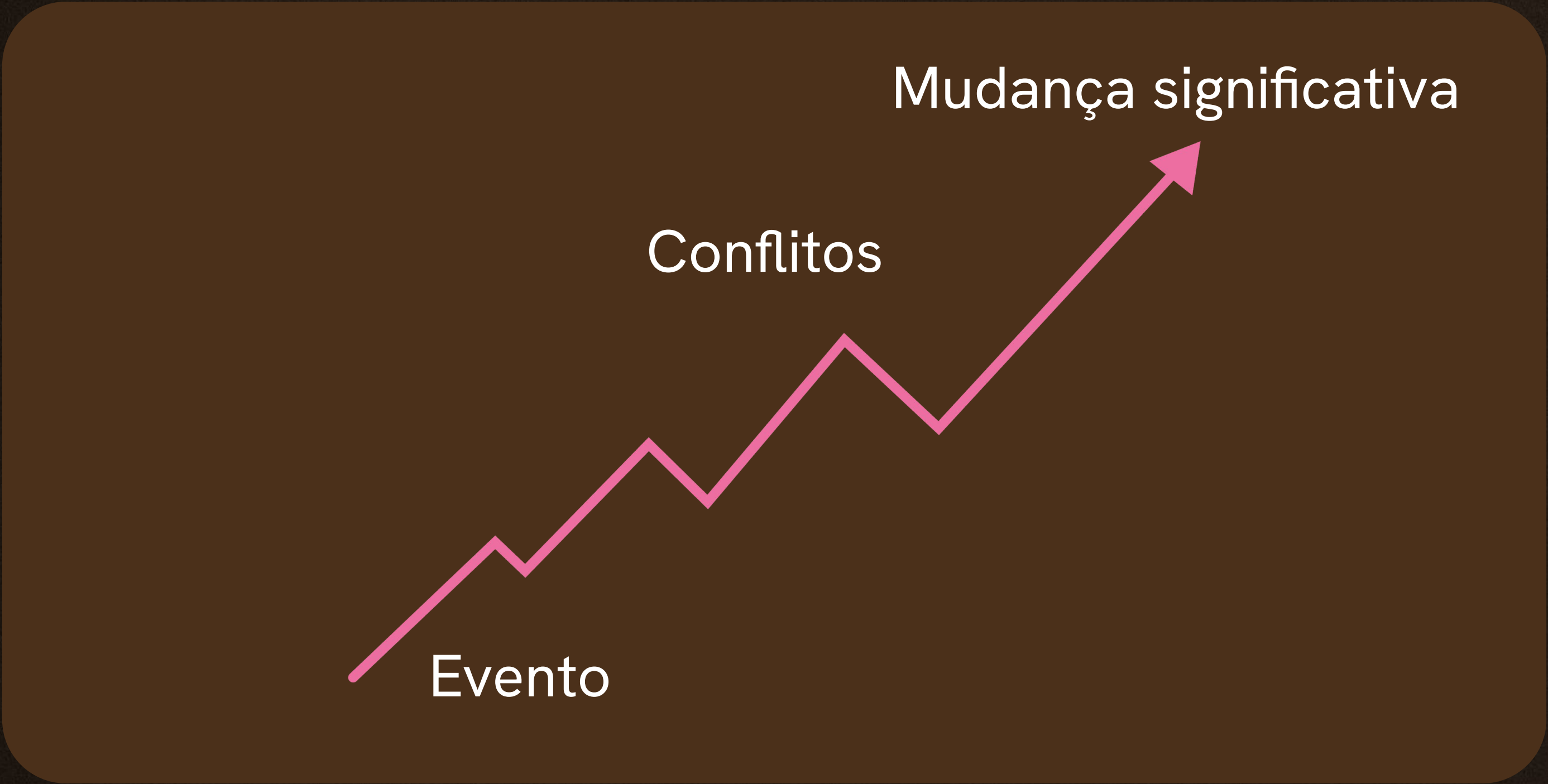


EMOÇÃO = MEMÓRIA





# O CONFLITO MUDA A VIDA.





# JORNADA DO HERÓI





EMOÇÃO = MEMÓRIA





PROBLEMA → SOLUÇÃO





# IDENTIFICAÇÃO





# TRANSFERÊNCIA SUBCONSCIENTE









Mundo  
comum

Chamado à  
Aventura

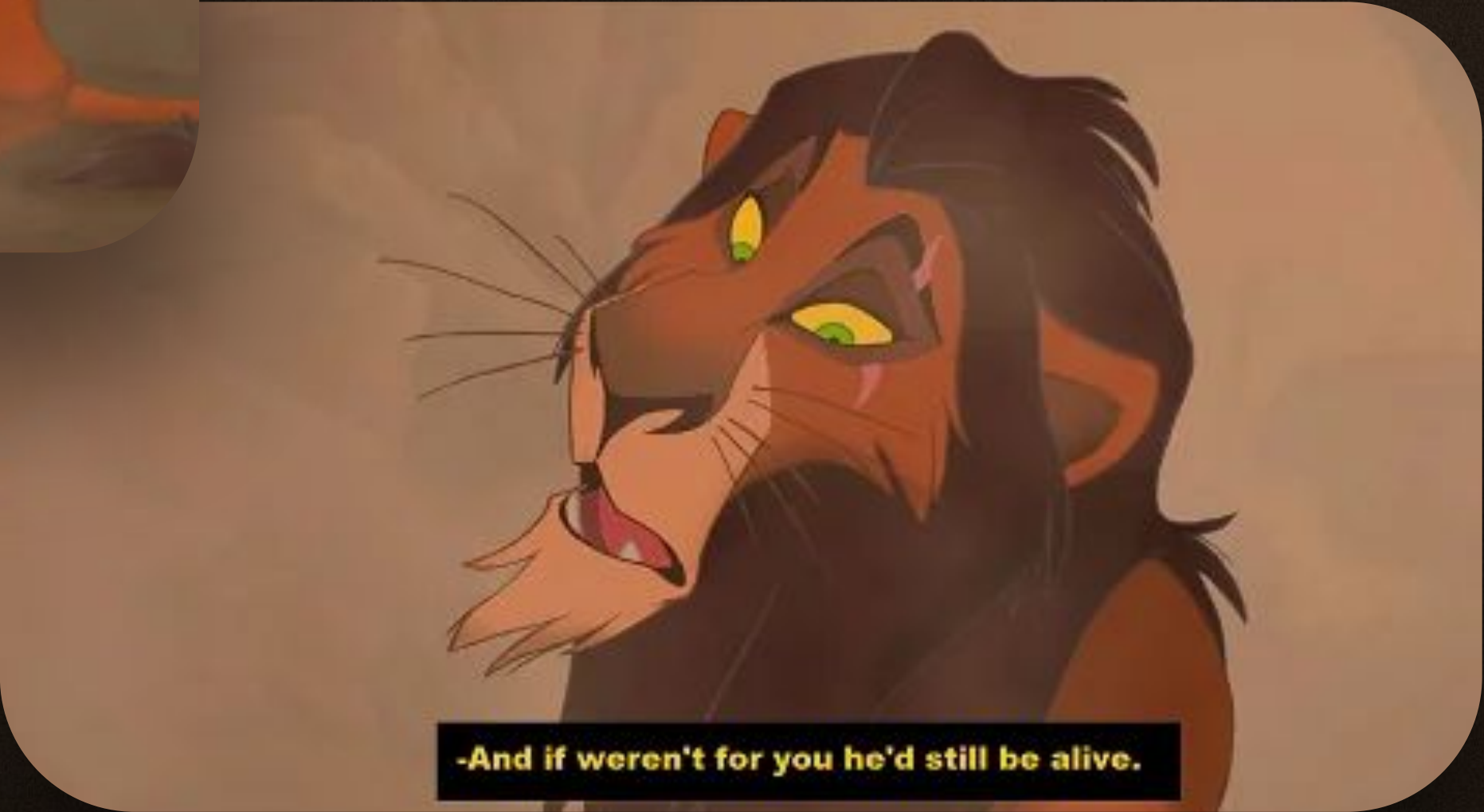
Recusa ao  
Chamado

Encontro  
com o  
Mentor

Jornada e  
Obstáculos









Mundo  
comum

Chamado à  
Aventura

Recusa ao  
Chamado

Encontro  
com o  
Mentor

Jornada e  
Obstáculos









Mundo  
comum

Chamado à  
Aventura

Recusa ao  
Chamado

Encontro  
com o  
Mentor

Jornada e  
Obstáculos









Mundo  
comum

Chamado à  
Aventura

Recusa ao  
Chamado

Encontro  
com o  
Mentor

Jornada e  
Obstáculos





A Primeira  
ação

A Primeira  
reação

ESCOLHA  
na crise

Reação  
CLÍMAX

Retorno  
com ELIXIR





A Primeira  
ação

A Primeira  
reação

ESCOLHA  
na crise

Reação  
CLÍMAX

Retorno  
com ELIXIR





A Primeira  
ação

A Primeira  
reação

ESCOLHA  
na crise

Reação  
CLÍMAX

Retorno  
com ELIXIR





A Primeira  
ação

A Primeira  
reação

ESCOLHA  
na crise

Reação  
CLÍmax

Retorno  
com ELIXIR













**A Primeira  
ação**

**A Primeira  
reação**

**ESCOLHA  
na crise**

**Reação  
CLÍmax**

**Retorno  
com ELIXIR**





ESTUDO DE caso:

# Tay Dantas





# Erro 1

## Copy-Paste Emocional

Copiar narrativas que funcionam para outros

Usar linguagem genérica e clichês

Perder autenticidade e especificidade





## EXEMPLO FRACO:

*"Sou mentora de carreira que acredita em propósito e leveza. Ajudo pessoas a encontrarem seu caminho profissional através de uma jornada de autoconhecimento e conexão com seus valores essenciais."*

**Genérico, sem detalhes específicos,  
poderia ser qualquer pessoa**

## EXEMPLO FORTE:

*"Dezembro de 2018. Crise de pânico no banheiro da empresa. Pensei: 'Isso é sucesso?' Hoje ajudo mulheres exaustas a reconstruírem sua carreira sem perder a alma."*

**Específica, emocional e memorável.**





# Erro 2

## Ego Heroico

Posicionar-se como herói em vez de mentor

Focar nas próprias conquistas em vez  
da transformação do cliente

Criar distância em vez de identificação





## EXEMPLO FRACO:

*"Fui diretora de 3 multinacionais, faturei 7 dígitos e agora ensino você a fazer o mesmo. Meu método exclusivo já transformou mais de 500 profissionais em líderes de alto impacto."*





## EXEMPLO FRACO:

*"Fui diretora de 3 multinacionais, faturei 7 dígitos e agora ensino você a fazer o mesmo. Meu método exclusivo já transformou mais de 500 profissionais em líderes de alto impacto."*

Foco no ego e nas conquistas,  
não na transformação do cliente





## EXEMPLO FRACO:

*"Fui diretora de 3 multinacionais, faturei 7 dígitos e agora ensino você a fazer o mesmo. Meu método exclusivo já transformou mais de 500 profissionais em líderes de alto impacto."*

**Foco no ego e nas conquistas,  
não na transformação do cliente**

## EXEMPLO FORTE:

*"Quando eu estava perdida, desejei encontrar alguém que soubesse o que fazer. Hoje, sou essa pessoa para quem precisa de clareza. Não porque sou especial, mas porque já percorri esse caminho e mapeei as armadilhas."*

**Posiciona-se como guia,  
não como herói**





# Erro 3

## Vilão Fantasma

Narrativas sem tensão ou inimigo claro

Ausência de conflito e urgência

Linguagem vaga e superficial





## EXEMPLO FRACO:

*"Empodero mulheres a viverem sua melhor versão através de coaching transformacional. Juntas, vamos florescer e alcançar todo nosso potencial. A vida é bela quando vivemos com propósito."*

**Ausência de conflito e de inimigo**

## EXEMPLO FORTE:

*"Cansada de fingir que está tudo bem? Cansada de sorrir quando por dentro você está gritando? A voz que te sabota todos os dias não vai sumir sozinha. Ela tem nome: é o script tóxico que te ensinaram a seguir desde criança. Eu te ajudo a reescrever esse roteiro."*

**Vilão específico, reconhece a dor, cria urgência**





# orientação para execução

## Linha do Tempo Emocional

Mapeie os momentos cruciais da sua jornada:

- Momento de dor original
- Momento de escolha
- Momento de descoberta
- Momento de propósito

**Dedique tempo para reflexão profunda**





# orientação para execução

## TESTE e REFINAMENTO

Escolha 3-5 pessoas do seu público-alvo:

- Conte sua narrativa completa
- Observe reações e faça perguntas específicas
- Refine sua narrativa com base no feedback

**Sua narrativa evolui através da prática**





Emoção faz seguidores contarem suas histórias.

Memória faz repetirem a sua.

Conversão acontece quando sua história vira decisão.

E diferenciação te torna incomparável.

