

FORMATOS que PUXAM retenção

RETENÇÃO É RITMO:

É A ARTE DE CONSTRUIR UMA NARRATIVA
QUE EVOLUI, SURPREENDE E
RECOMPENSA QUEM FICOU ATÉ O FINAL.

PRINCIPAIS FORMATOS DE VÍDEO

TALKING HEAD

ALEX HORMOZI



PRINCIPAIS FORMATOS DE VÍDEO

TALKING HEAD

LEILA HORMOZI



PRINCIPAIS FORMATOS DE VÍDEO

TALKING HEAD

EDUCATIVO

DANIEL PRIESTLEY



PRINCIPAIS FORMATOS DE VÍDEO

TALKING HEAD

EDUCATIVO

TAY DANTAS



PRINCIPAIS FORMATOS DE VÍDEO

TALKING HEAD

EDUCATIVO

TAY DANTAS



PRINCIPAIS FORMATOS DE VÍDEO

TALKING HEAD

EDUCATIVO

AFTER SKOOL



PRINCIPAIS FORMATOS DE VÍDEO

EDUCATIVO

VERITAS IUM



PRINCIPAIS FORMATOS DE VÍDEO

TALKING HEAD

EDUCATIVO

NOSTALGIA



PRINCIPAIS FORMATOS DE VÍDEO

TALKING HEAD

EDUCATIVO

**BASTIDORES
(BEHIND THE SCENES)**

ROBERT HERJAVEC



PRINCIPAIS FORMATOS DE VÍDEO

TALKING HEAD

EDUCATIVO

BASTIDORES
(BEHIND THE SCENES)

DAY IN THE LIFE

ROBERT HERJAVEC



PRINCIPAIS FORMATOS DE VÍDEO

TALKING HEAD

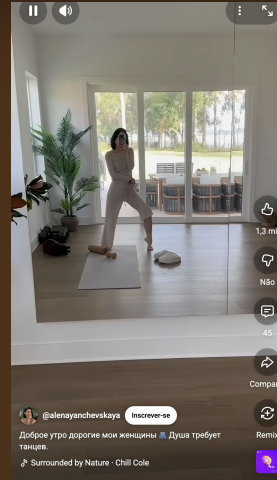
EDUCATIVO

BASTIDORES
(BEHIND THE SCENES)

DAY IN THE LIFE

DAILY VLOG

ALENA YANCHEVSKAYA



PRINCIPAIS FORMATOS DE VÍDEO

TALKING HEAD

EDUCATIVO

BASTIDORES
(BEHIND THE SCENES)

DAY IN THE LIFE

DAILY VLOG

CASA DA NAT



PRINCIPAIS FORMATOS DE VÍDEO

TALKING HEAD

EDUCATIVO

BASTIDORES
(BEHIND THE SCENES)

DAY IN THE LIFE

DAILY VLOG

FE LEAL



PRINCIPAIS FORMATOS DE VÍDEO

TALKING HEAD

EDUCATIVO

BASTIDORES
(BEHIND THE SCENES)

DAY IN THE LIFE

DAILY VLOG

PODCAST

O CONSELHO | FLÁVIO AUGUSTO



PRINCIPAIS FORMATOS DE VÍDEO

TALKING HEAD

EDUCATIVO

BASTIDORES
(BEHIND THE SCENES)

DAY IN THE LIFE

DAILY VLOG

PODCAST

GET READY WITH ME

GLOSSIER



"COPIAR COMO UM ARTISTA"

JARED HENDERSON



ESLEN DELANO GARE



COMO ESCREVER SEU ROTEIRO

ATENÇÃO

**DO 1º AO 3º
MINUTO**

**INTERESSE
E DESEJO**

**DO 3º AO 6º
MINUTO**

AÇÃO

**DO 6º AO 13º
MINUTO**

COMO ESCREVER SEU ROTEIRO

ATENÇÃO

**COMECE
PELO GANCHO**

Use frases fortes, curiosidades inesperadas,
promessas ousadas (mas reais)
ou pontos surpreendentes sobre o processo



COMO ESCREVER SEU ROTEIRO

ATENÇÃO

DESENVOLVA
E APROFUNDE
A PROMESSA

Apresente o contexto, introduza o conflito
e crie uma relação de causa e consequência

INTERESSE



COMO ESCREVER SEU ROTEIRO

ATENÇÃO

**MANTENHA
A CURVA
DA RETENÇÃO**

Se uma discussão se iniciou, ela vai continuar.
Traga as consequências que podem acontecer
caso não haja mudança

INTERESSE

DESEJO



COMO ESCREVER SEU ROTEIRO

ATENÇÃO

**ENTREGUE
O VALOR
DO VÍDEO**

Pode ser um aprendizado, lição de moral, técnica, conselho, desfecho ou algo que pode ser aplicado pela audiência

INTERESSE

DESEJO

AÇÃO



BOAS PRÁTICAS

**PENSE EM UM CALENDÁRIO
COM FORMATOS
E CONTEÚDOS DIFERENTES**

Vlogs, bastidores, Talking Heads ou outros
que tenham a ver com a sua marca

BOAS PRÁTICAS

**PENSE EM UM CALENDÁRIO
COM FORMATOS
E CONTEÚDOS DIFERENTES**

Vlogs, bastidores, Talking Heads ou outros
que tenham a ver com a sua marca

**PUBLIQUE PELO MENOS
DE 6 A 10 VÍDEOS PARA TER
UMA BASE DE ANÁLISE**

Com isso, você evita conclusões precipitadas

BOAS PRÁTICAS

PENSE EM UM CALENDÁRIO
COM FORMATOS
E CONTEÚDOS DIFERENTES

Vlogs, bastidores, Talking Heads ou outros
que tenham a ver com a sua marca

PUBLIQUE PELO MENOS
DE 6 A 10 VÍDEOS PARA TER
UMA BASE DE ANÁLISE

Com isso, você evita conclusões precipitadas

ANALISE AS MÉTRICAS

Como está o CTR? E a retenção individual?
Qual vídeo foi melhor? Qual foi pior?
E o engajamento?

BOAS PRÁTICAS

**PENSE EM UM CALENDÁRIO
COM FORMATOS
E CONTEÚDOS DIFERENTES**

Vlogs, bastidores, Talking Heads ou outros
que tenham a ver com a sua marca

**PUBLIQUE PELO MENOS
DE 6 A 10 VÍDEOS PARA TER
UMA BASE DE ANÁLISE**

Com isso, você evita conclusões precipitadas

ANALISE AS MÉTRICAS

Como está o CTR? E a retenção individual?
Qual vídeo foi melhor? Qual foi pior?
E o engajamento?

**ANALISE O MELHOR
E O PIOR VÍDEO**

Análise o gancho, a narrativa, a edição,
a tensão e a promessa do melhor e do pior vídeo
e encontre seus padrões

BOAS PRÁTICAS

**PENSE EM UM CALENDÁRIO
COM FORMATOS
E CONTEÚDOS DIFERENTES**

Vlogs, bastidores, Talking Heads ou outros
que tenham a ver com a sua marca

**PUBLIQUE PELO MENOS
DE 6 A 10 VÍDEOS PARA TER
UMA BASE DE ANÁLISE**

Com isso, você evita conclusões precipitadas

ANALISE AS MÉTRICAS

Como está o CTR? E a retenção individual?
Qual vídeo foi melhor? Qual foi pior?
E o engajamento?

**ANALISE O MELHOR
E O PIOR VÍDEO**

Análise o gancho, a narrativa, a edição,
a tensão e a promessa do melhor e do pior vídeo
e encontre seus padrões

**AVALIE TODO CONTEÚDO
COM TRÊS PERGUNTAS SIMPLES**

Qual é o "uau"?
O que ninguém mais faria assim?
Isso muda a percepção sobre mim ou minha marca?