

Vinci Society®



Material de Apoio

ESTRATÉGIA DE CONTEÚDOS

Esse é o início da sua jornada em distribuição e canais.

Agora, vamos te dar ferramentas para pensar como um estrategista, agir como um criador e analisar como um cientista. Tudo isso respeitando o contexto e as particularidades de cada plataforma.

No final, você vai:

- **Diagnosticar o que já funciona no seu conteúdo**
- **Adaptar suas ideias para diferentes canais**
- **Criar formatos com mais chance de performar**
- **Construir uma rotina de publicação inteligente**

Boa jornada.

Time Vinci Society

A "TikTokficação" das Mídias Sociais

O TikTok, com sua página "Para Você", revolucionou o cenário da mídia social trazendo essa inovação. E quase todas as outras plataformas estão copiando como o Meta com Reels, YouTube com Shorts, X com seu feed "Para Você".

Isso significa que as plataformas mudaram a forma como entregam conteúdo: saíram de um modelo baseado em "quem você segue" para um modelo baseado em "do que você gosta".

Isso significa que:

- O que mais importa agora não é o número de seguidores, e sim a qualidade e a relevância do seu conteúdo.
- Se você cria algo interessante, o algoritmo pode distribuir seu conteúdo para milhares de pessoas que nunca te seguiram.

A oportunidade de alcance orgânico é virtualmente ilimitada. Quanto mais relevante seu conteúdo, mais alcance você terá. Isso nivela o campo de jogo para pequenas empresas e criadores, pois o criativo é a variável de sucesso, não o número de seguidores que você tem.

Visão Geral das Plataformas

TikTok:

Um líder que influenciou a forma como as pessoas se comunicam. É uma plataforma para conteúdo leve e divertido, mesmo para negócios sérios. Os primeiros três segundos são cruciais para o sucesso. A busca no TikTok é uma ferramenta poderosa para pesquisa de nicho.

Instagram:

Um portal de informação e entretenimento para o mundo, combinando elementos de jornais, revistas e TV. É uma plataforma madura onde o alcance orgânico pode ter diminuído, exigindo maior estratégia e experimentação de estilos criativos.

X (Twitter):

A máquina de fazer água da nossa sociedade, onde as pessoas compartilham opiniões e hot takes. É valioso para ouvir o mercado e participar de conversas relevantes. Permite um volume excepcionalmente alto de postagens.

LinkedIn:

Uma mina de ouro para profissionais e empresa B2B. As pessoas estão em um estado de espírito de negócios e carreira. O alcance orgânico permanece alto para perfis pessoais. Trate o LinkedIn como uma plataforma de conteúdo em vez de apenas uma máquina de vendas, aproveitando as capacidades de segmentação de anúncios.

Facebook:

Uma das plataformas mais subestimadas e subutilizadas. Com 3 bilhões de usuários ativos, é terreno fértil para uma variedade de diferentes negócios. Os Facebook Reels estão impulsionando o alcance orgânico novamente. Os grupos do Facebook são uma oportunidade para engajar comunidades locais.

YouTube:

Uma plataforma excelente para programas de formato longo e um hub central de entretenimento. É mais cinematográfico e exige maior valor de produção. É importante a ciência por trás da arte (análise de dados) e a otimização para buscas.

Antes de Tudo: Mentalidade de Cientista

1- Separe 5 conteúdos que você salvou nos últimos 7 dias em cada canal. Para cada um, responda:

- Qual era o tema?
- Qual foi o gancho?
- Por que chamou sua atenção?
- Quais gatilhos foram usados?

2- Crie seu Armário de Formatos

- Liste os formatos que você mais consome em cada canal.
- Quais você acha que consegue reproduzir com consistência?
- Marque com 🌟 os que já testou e performaram bem.

INSTAGRAM

1. Diagnóstico

- Analise seus últimos 10 posts e identifique os 2 com maior engajamento.
- Quais formatos foram usados (Reels, Carrossel, Texto)?
- A que tipo de público eles apelaram?

2. Regra 70/20/10

TIPO	FORMATO
1 formato já validado para repetir (70%)	
1 com potencial a melhorar (20%)	
1 ideia nova para testar (10%)	

3. Criação com Engenharia Reversa

Escolha um post de referência (reels ou carrossel) e responda:

Como foi a estrutura?
(gancho, desenvolvimento, fechamento)

Quais foram os gatilhos usados?

O que teve de execução técnica (edição, áudio, texto)?

YOUTUBE

1. Diagnóstico

- Escolha 2 vídeos já publicados no seu canal (ou de referência).
- Compare o título, thumbnail e tempo médio de exibição (AVD).
- Identifique onde a audiência caiu.

2. Criação de Vídeo com Alta Retenção

- Escolha um tema pesquisável.
- Crie:
 - Um título usando a técnica NATAção (Número + Adjetivo + Tempo + Ação)
 - Um roteiro com 3 blocos: gancho inicial, desenvolvimento e fechamento com CTA

3. Embalagem Estratégica

- Esboce a thumbnail com:
 - Emoção evidente
 - Storytelling visual
 - Cores contrastantes
 - Texto complementar (diferente do título)

4. Planejamento de Conteúdo

- Liste 3 vídeos Evergreen possíveis para seu canal.
- Planeje publicação 1x por semana por 1 mês.

LINKEDIN

1. Auditoria de Conteúdo

- Analise seus últimos 10 posts:
 - Quantos eram técnicos (autoridade)?
 - Quantos eram pessoais?
 - Quantos eram genéricos?

2. Reescreva seu Conteúdo com Authority First

- Escolha um post pessoal seu ou genérico.
- Reescreva começando por uma análise técnica, insight de mercado ou estudo de caso.
- Só depois traga um toque pessoal.

3. Criação de Carrossel PDF

- Crie um carrossel com 5 slides explicando:
 - Um erro comum da sua área
 - Por que ele acontece
 - Como evitá-lo
 - Um caso real
 - Um CTA para aprofundar

4. Planejamento

- Planeje 5 posts para as próximas 2 semanas:
 - 4 com foco em autoridade
 - 1 com bastidores do seu trabalho

TIKTOK

1. Ajuste de Perfil

- Reescreva sua bio:
 - Quem é você + o que você faz + para quem
 - Alinhe seu @ com o do Instagram

2. Criação de Conteúdo com Gancho Forte

- Grave 1 vídeo usando os 3 tipos de gancho:
 - Verbal: comece com uma frase provocativa
 - Visual: um cenário inesperado ou ação inusitada
 - Escrito: headline clara na tela

3. Exploração de Formatos Nativos

- Produza 1 conteúdo de cada tipo:
 - Talking Head
 - Resposta a comentário
 - Carrossel de fotos (com texto)
 - Vlog/bastidor

4. SEO no TikTok

- Liste 10 palavras-chave que seu público usaria para encontrar seu conteúdo
- Inclua essas palavras na tela, na legenda e nas hashtags de pelo menos 1 vídeo

