



Aula 12/06/2024

Conteúdo criativo para datas comemorativas



Calendário de datas

Esse arquivo já está no curso, mas vou deixar em anexo nessa aula também para facilitar a busca.

Hoje, Dia dos Namorados, decidi trazer esse tema justamente pra gente conversar sobre datas comemorativas e entender como criar conteúdo nada genérico para essa data.



Datas importantes

A partir do público-alvo, você vai conseguir entender quais feriados fazem sentido. Além de incluir datas da vida pessoal da cliente também. Por exemplo: aniversários.

As datas comemorativas são tanto as relacionadas com a profissão quanto as relacionadas com a vida da cliente em si.

Exemplos práticos

- Para a nossa cliente obstetra, trouxemos o tema: Grávida pode namorar?
- Para a nossa cliente consultora de sono, que fala sobre maternidade, trouxemos o tema: Antes de ser pais, vocês eram marido e mulher.

As duas são casadas, e no segundo exemplo vamos inclusive usar a foto do casal para ilustrar o post. Mas percebe como a narrativa tem a ver com o trabalho delas, que é o foco do perfil profissional (sempre com vida!), e não cai no clichê de Feliz Dia dos Namorados? Que é um post que ela facilmente poderia fazer sem uma social media...

E como fazer isso?

O primeiro passo é mapear as datas. O que facilitamos (obrigada dona Lilyan!) com o calendário de datas comemorativas do ano inteiro.

Você precisa consultá-lo antes de criar o calendário editorial do mês, assim você já consegue ver as datas e evitar que elas passem batido (já aconteceu comigo, por isso estou dando a dica).

Planejar com antecedência é o segredo pra ter posts interessantes, tanto pra você não fazer nada em cima da hora, quanto para o cliente conseguir produzir os materiais necessários.

Público-alvo

Você precisa conhecer a fundo o cliente do seu cliente. E você faz isso ou perguntando para o cliente (caso ele já tenha vendido) ou mapeando por pesquisa mesmo.

Por onde você pode pesquisar:

- Stories do cliente
- Comentários de perfis do mesmo nicho (cheque o TikTok, principalmente, pois as pessoas falam o que pensam por lá - pro bem ou pro mal)
- Google Trends
- Google (na barra de busca mesmo, vendo o que as pessoas pesquisam por X tema)
- TikTok e YouTube (use como ferramenta de busca)

Abordagem

Com as datas definidas, precisamos pensar em qual abordagem vamos trazer para aquele post. Por exemplo:

Identificamos que em Junho vai ter o Dia Mundial da Diabetes. Como usar isso pra criar conteúdo útil?

- Social Media - Será que você precisa fazer um post sobre o Dia da Diabetes?
- Obstetra - Diabetes na gravidez: o que muda na gestação?
- Pediatra: Diabetes não atinge só crianças que comem muito doce
- Advogado: O Procon garante alguns direitos para as pessoas diabéticas
- Floricultura: Nada a ver
- Ótica: Vista embaçada pode ser um sinal de diabetes

Relevância

Coloquei somente 1 exemplo de nicho em que a data não tem a ver, mas existem centenas de casos em que isso vai acontecer, tá? Se você acha que não tem nada a ver falar sobre essa data, explique para o cliente (caso ele tenha pedido um post sobre) que o objetivo é trazer conteúdo que tenha a ver com o nicho dele, para que os seguidores o vejam como referência naquela área.

Caso o tema do post seja algo da vida pessoal do cliente, por exemplo o dono da floricultura é diabético e está OK em falar sobre isso, aí sim a gente pode trazer o tema.

Por exemplo, falando que diabético pode ter uma vida normal sim, etc.

Percebe como unir o tema + nicho + personalidade do cliente é sempre essencial?

Palavras-chave

A prática vai deixar vocês super craques para ter ideias de posts menos genéricos. Mas uma dica que você já pode começar a aplicar hoje mesmo é digitar 2 palavras-chave nos mecanismos de busca que eu recomendei:

Tema da data comemorativa + nicho

Exemplos:

Diabetes + visão ou óculos (para ótica)

Diabetes + gravidez (obstetra)

Diabetes + criança ou doce (pediatra)

Com base nos resultados, você vai juntando referências bem legais para criar um post útil, ao mesmo tempo interessante.

Datas clichê

Algumas datas são sim mais clichês, principalmente Natal e Ano Novo. Se o perfil for mais institucional e o cliente não gostar tanto de falar sobre si e mostrar a sua personalidade, podemos fazer um post mais institucional nesses casos. Design básico de Boas Festas e uma legenda agradecendo pelo ano que passou.

Agora, se o cliente não tem problema em trazer conteúdo da vida dele pra você criar os posts, aproveite!! Nessa data podemos falar, por exemplo:

- Obstetra: E se meu bebê nascer na véspera de Natal? Minha obstetra vai me atender?
- Floricultura: Arranjos de flores para a mesa de Natal (não é pessoal, mas é sobre o trabalho do cliente)
- Advogado: O advogado está de folga - evite brigas na noite de Natal (kkk se o cliente tiver mais essa pegada sarcástica)
- Restaurante: receitas que não podem faltar no Natal da família X (dona do restaurante)

Bom senso

O mais importante, não só nessas datas mas na vida, é o bom senso, né? Sempre pergunte se o cliente está OK em ter um conteúdo sobre aquela data (datas de família são delicadas, pois a cliente pode não ter mais a mãe por perto, por exemplo).

E nos casos de clientes com profissões regidas por um Conselho, sempre consulte as regras antes de criar qualquer post.

Desafio

- Exercitar a criatividade para a próxima grande data comemorativa: Dia dos Pais.
- Nichos:
 - Loja de autopeças (tá fácil hein)
 - Loja de móveis
 - Pediatra
 - Advogado

