

+++++

# COPYWRITING & REDAÇÃO PUBLICITÁRIA COM RAFAEL BORNA



+++++

# HORA DE ESCREVER - OUTBOUND / INBOUND MKT

~~Bons conceitos~~

~~Bons títulos~~

**Bons textos**

**Boas ideias**

**Bons roteiros**

Bônus: projeto pessoal

+++++

**Existem vários tipos de textos publicitários, como já vimos. E aqui no curso você vai aprender como fazer os principais deles.**

**Inbound Marketing (marketing de atração).**



+++++

**Pra falar do Inbound Marketing precisamos falar primeiro do outbound Marketing**

+++++

**Rádio**

**Tv**

**Anúncio**

**A marca inicia a conversa.**

+++++

**Com a chegada da internet, as pessoas tem a opção de evitar o anúncio. Além do que, o conhecimento e o acesso a informação ficou muito mais fácil. É aí que o **Inbound mkt** entra.**

# Outbound Marketing

**Comunicação de massa**

**Tiro de canhão**

**Uni direcional**

**Comunicado**

# Inbound Marketing

**Comunicação de nicho**

**Necessidade específica**

**Bi-direcional**

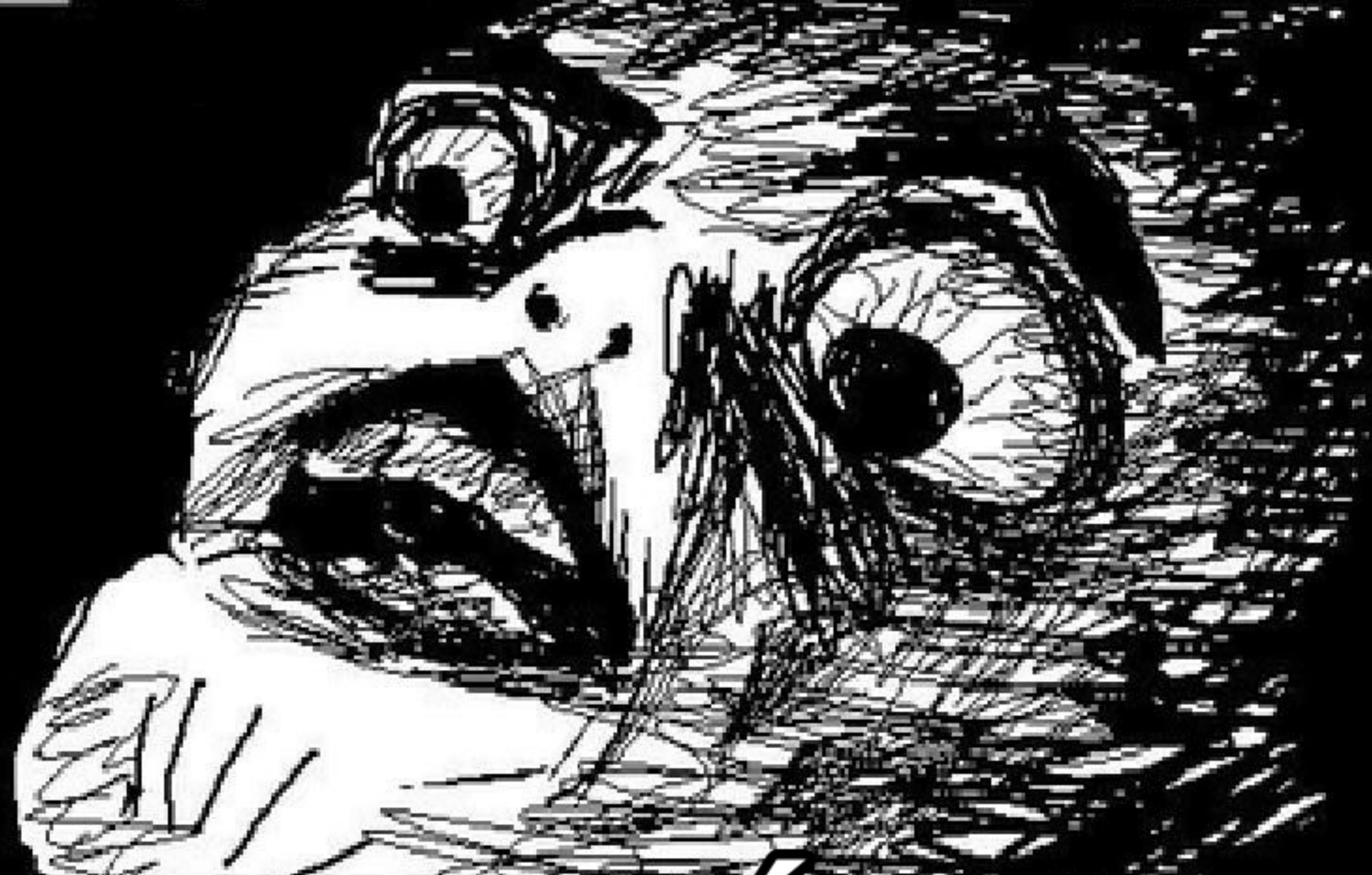
**Conversação**

+++++

**No Inbound mkt, ser encontrado vem antes de ser visto.**

+++++

**Ou seja, as pessoas vão vir até a marca.**



**QUE BRUXARIA É ESSA?**

+++++

**O Inbound Marketing** vai estar disfarçado em forma de conteúdo. Um conteúdo que o consumidor estava procurando.



+++++

**E geralmente ensinando ou ajudando o  
consumidor.**

+++++

**Ou seja: o Inbound mkt é aquele blog que você procurou sobre calhas e chega em um site que explica cada tipo de calha. O mesmo vale para um post, vídeo, etc.**





# Como fazer?

+++++

**Antes de mais nada, precisamos, de novo, saber com quem estamos falando: público/persona.**

+++++

**Em segundo lugar, precisamos entender sobre  
jornada do consumidor.**

+++++

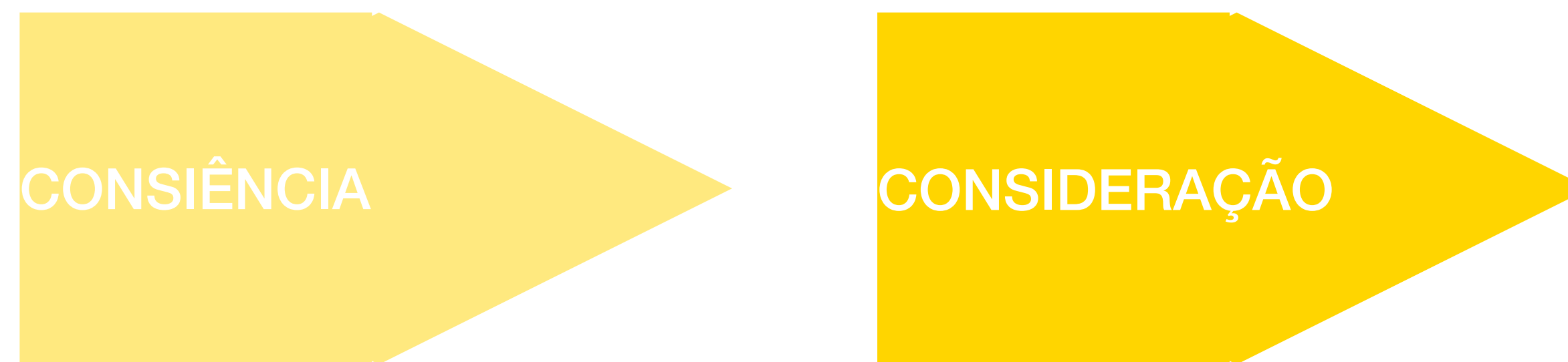
**Em segundo lugar, precisamos entender sobre  
jornada do consumidor.**



**Aprender, entender ou resolver um problema. Saber mais sobre um tema. Matar uma curiosidade, buscar saber mais.  
Exemplo: ficar doente.**

+++++

**Em segundo lugar, precisamos entender sobre  
jornada do consumidor.**



**Como eu vou resolver? Qual eu vou escolher? Aqui vem os principais atributos do seu produto (claim).**



+++++

**Em segundo lugar, precisamos entender sobre  
jornada do consumidor.**



**Decisão. Execução de fato. A hora de comprar o produto escolhido.  
O que vem aqui? CTA e gatilhos mentais (quando for peças de  
display media).**

+++++

**Sabe o que vocês acabaram de aprender sem perceber?**

+++++

# Funil de vendas.



+++++

# Funil de vendas.



Conteúdos de fácil assimilação e fácil de achar: blogs, posts no feed, vídeos.

Já entendeu o problema e busca uma solução. Conteúdos mais aprofundados, mais ricos. E-books, vídeo aula, infográfico.

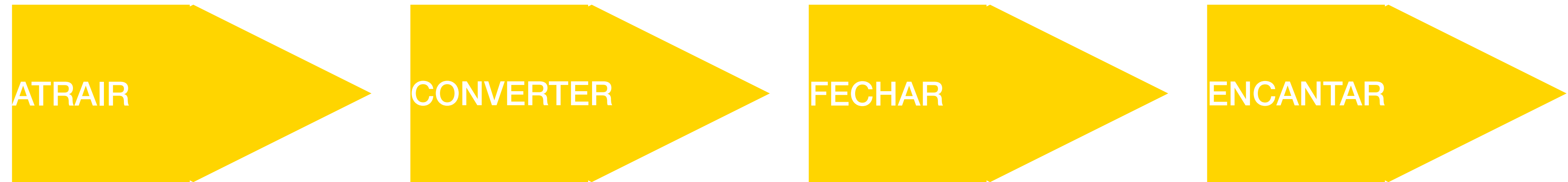
Conteúdo que reafirme a decisão/solução para o problema da pessoa. Depoimentos, resultados, cases de sucesso, experimentação (participação de evento, aula/curso gratuito, etc).

+++++

# Guia Michelin

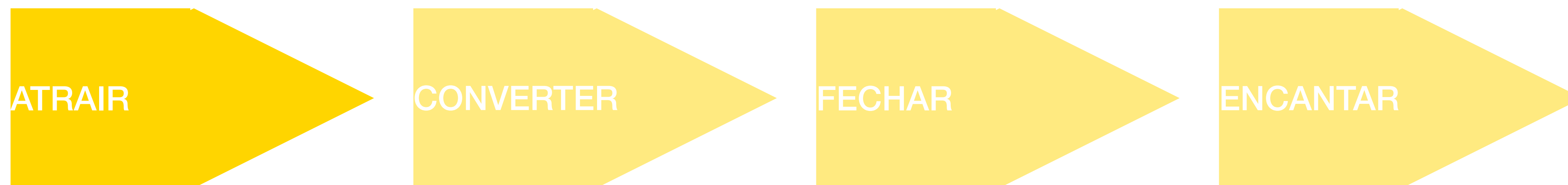
# Funil de vendas como a agência de publicidade enxerga.

+++++



# Funil de vendas como a agência de publicidade enxerga.

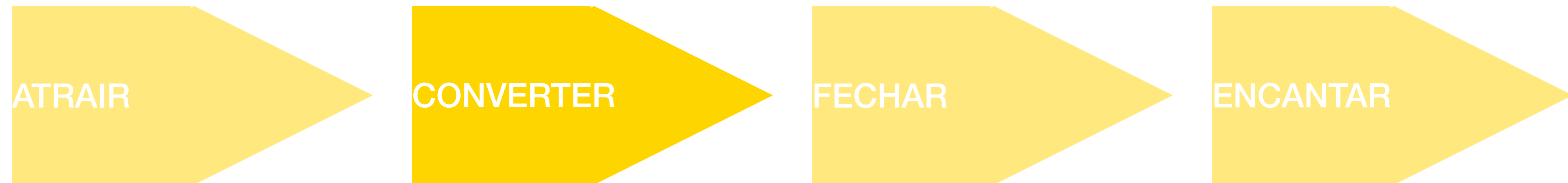
+++++



**Blogs, palavras chave, link patrocinado, mídias sociais.  
Pessoa desconhecida > visitante**

# Funil de vendas como a agência de publicidade enxerga.

+++++



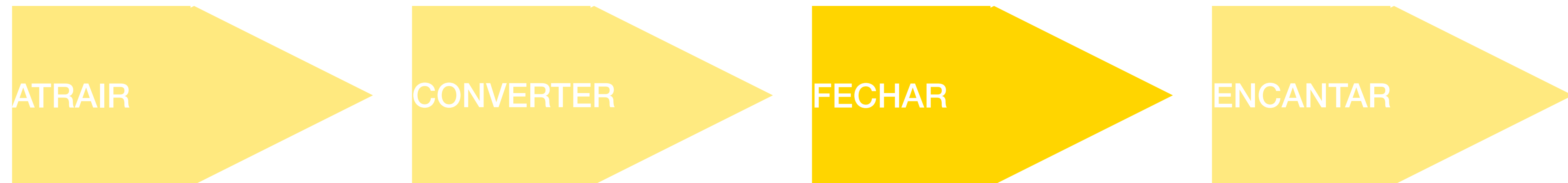
**Formulários, e-mkt, CTA's, landins page.**

**Visitante > Lead (contato continuado, relação superficial)**



# Funil de vendas como a agência de publicidade enxerga.

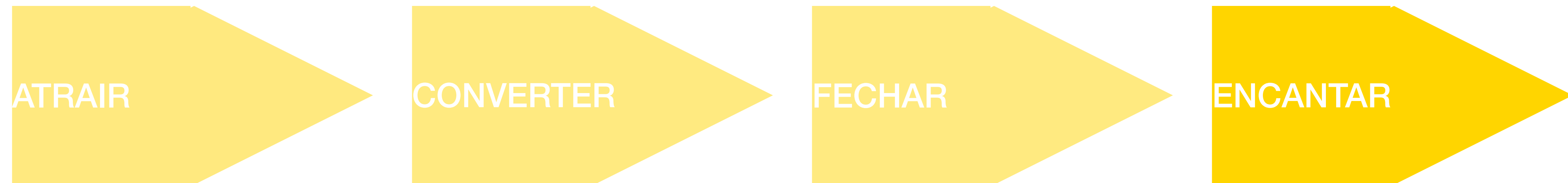
+++++



**E-mail, automação de marketing, fluxos de sustentação.  
Lead > Cliente**

# Funil de vendas como a agência de publicidade enxerga.

+++++



**Pós vendas (eventos, conteúdo personalizado, benefícios exclusivos)  
Cliente > Divulgador (brand lover)**

+++++

**Até a próxima.**

+++++

# HORA DE ESCREVER - CONTEÚDO INBOUND MKT

+++++

**Como já vimos, já temos mais ou menos uma ideia do que é o inbound mkt e suas peças. Agora vamos mais a fundo.**

# O que é um bom conteúdo de Inbound mkt?

+++++

**Resolver um problema.**

**Para um público específico.**

**No momento que ele precisa.**

# Como produzir um bom conteúdo?

+++++

**Planejamento de conteúdo.**

**Criação.**

**Revisão/aprovação.**

++++  
**Onde a gente entra?**

**Criação.**



# Blog funciona mesmo, prof?

65% das pessoas que adotam uma estratégia de conteúdo utilizam blogs.

Empresas que utilizam essa estratégia geram 1.8 vezes mais visitas.



Fonte: Content trend.

# Blog:

+++++

**Gera autoridade**

**Educa o público e aproxima**

**SEO**

**Gera brand awareness**

**Conseqüentemente, vende.**

# Blog

+++++

## Exemplo: Review TV

+++++

# HORA DE ESCREVER - CONTEÚDO INBOUND MKT - PARTE 2

# Redes sociais:

+++++

**Atração de novos usuários**

**Geração de tráfego para o site ou blog (link)**

**Reputação da marca**

**Gerar engajamento**

# Redes sociais

+++++

## Exemplo: Liv-Up

# Formulário - página de captura (e-book, aula grátis, etc)

+++++

- Informação pedida = valor ao que está sendo distribuído
- Topo de funil
- Texto curto e direto ao ponto

# Baixe agora o ebook gratuito: Growth Hacking para Inbound Marketers

Descubra como o Growth Hacking pode ajudar sua empresa a crescer!



## Atraia mais usuários para sua marca!

Se você quer um crescimento constante e consistente para atrair mais oportunidades de negócios, **baixe este ebook gratuito** agora!

Aprenda growth hacking com a equipe da maior empresa do segmento no Brasil, a **Rock Content**. Neste ebook você aprenderá:

- ✓ O que é Growth Hacking
- ✓ Como atrair mais oportunidades para sua marca
- ✓ Por que você deve começar agora!
- ✓ Como essa metodologia irá mudar sua forma de ver o marketing digital!

Baixe Grátis!

Nome\*

E-mail\*

Telefone ou Celular\*

Site da empresa\*

Número de funcionários\*

Qual segmento da empresa onde você trabalha?\*

A Rock Content precisa das informações de contato que você nos fornece para comunicar informações sobre produtos e serviços. Você pode deixar de receber essas comunicações quando quiser. Para obter mais informações, confira nossa [Política de Privacidade](#).

Enviar



# Formulário (e-book, aula grátis, etc)

+++++

- Newsletter
- E-mail
- E-Book

# E-book

+++++

**Número de páginas (4 a infinito)**

**Conteúdo gratuito, mas de qualidade.**

**Teaser para vender seu produto**

# E-book

+++++

## Exemplo: Carteira de fundos imobiliários.

+++++

**Até a próxima.**

+++++

# HORA DE ESCREVER - LONG COPY

+++++

**Agora, o texto mais difícil:**

**Long copy: o textão de anúncio.**

+++++

## **Briefing:**

**Nike acaba de lançar um tênis de corrida para idosos.**

+++++

# Briefing:

Como você vende isso? Como eu venderia.

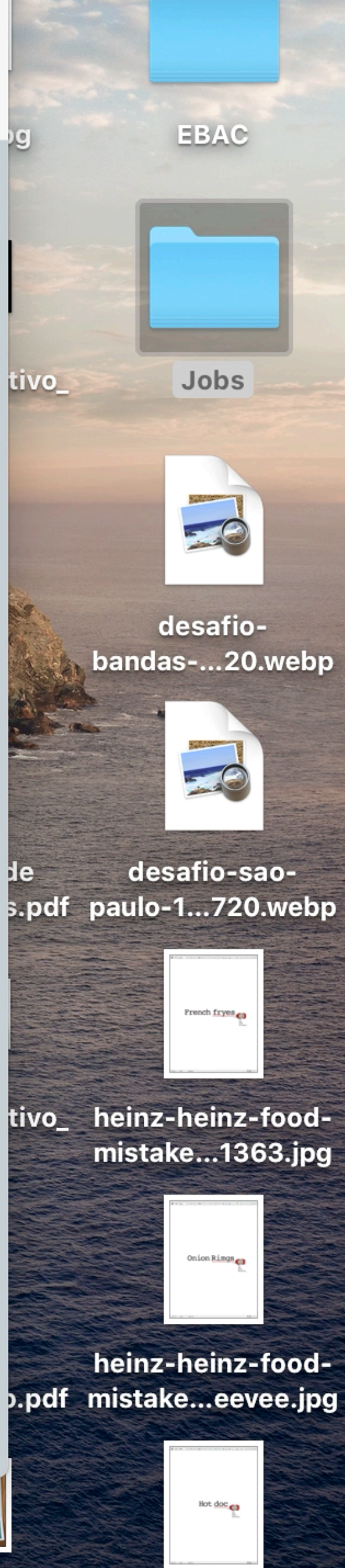


- 20
- 21
- 22
- 40
- 41
- 42
- 43
- 44
- 45

EBAC 2021

++++  
**Briefing:**  
**Como você vende isso? Como eu venderia.**

@RAFAEL.BORNA PROFESSOR RAFAEL BORNACINA





**Vídeo don't do it.**









# Church



+++++

**Mas por que só ver ver filmes? Eles tem  
anúncios também. Vão fundo.**







Ninguém sabe  
se o homem veio do barro.  
Mas o corinthiano,  
sim, esse veio.

Veio da terra  
que vira barro em dia de chuva.

Veio da terra  
que não vê grama.  
Que pinta de laranja  
o manto do timão.

**CORINTHIANO  
VEIO DO TERRÃO.**

Onde todo jogo é em casa.  
Onde querer jogar é regra.  
Não se sujar, é falta.

**TERRÃO:  
CAMPO DE TREINAMENTO  
OFICIAL  
DO CORINTHIANS.**

Berço da nossa raça.  
Terra sagrada.  
E quem da terra veio,  
a terra honrará.



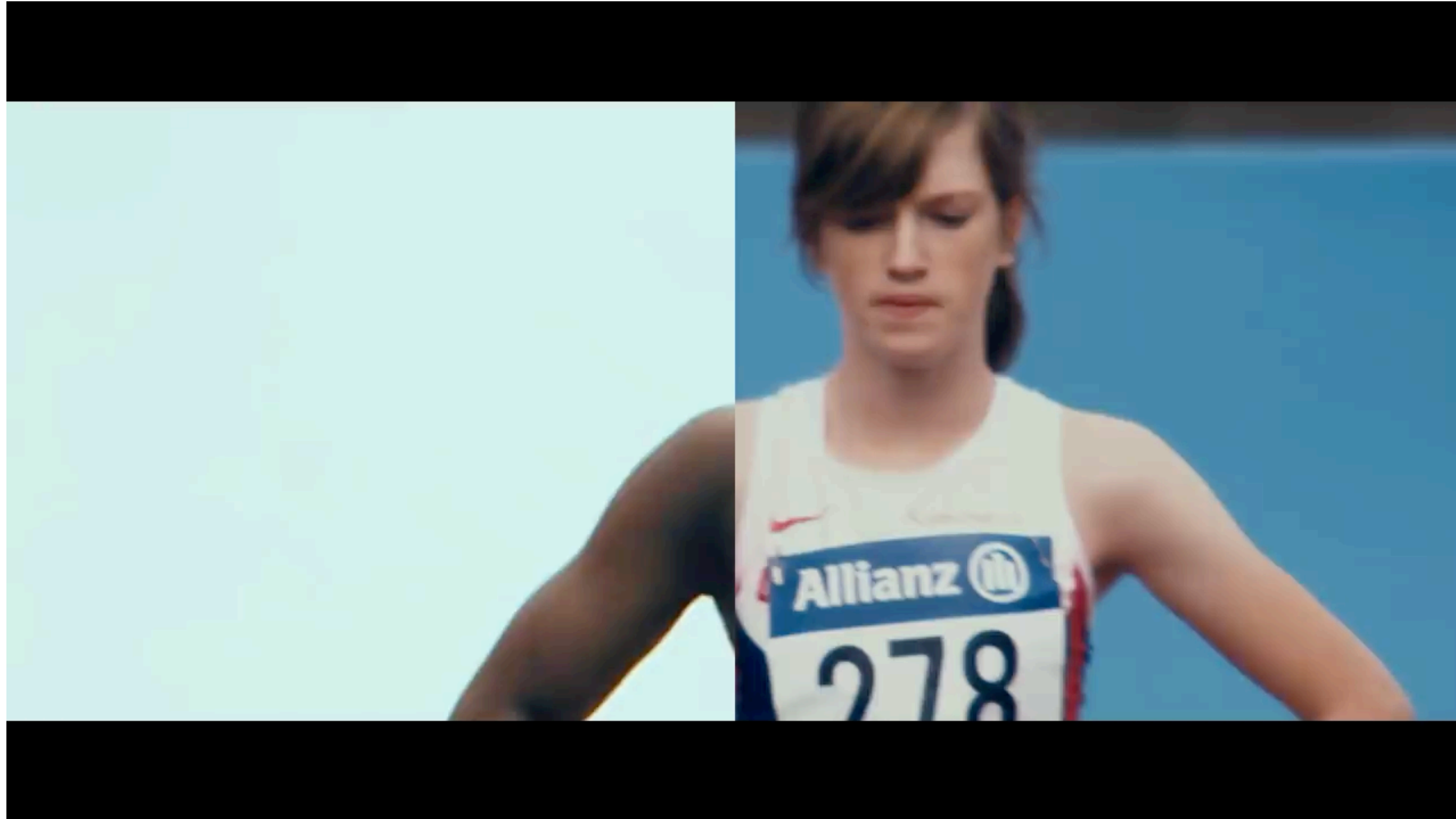
[NIKE.COM/CORINTHIANS](http://NIKE.COM/CORINTHIANS)



+++++

**Mas por que só ver ver filmes? Eles tem anúncios também. Vão fundo.**

**Lembrem-se: para sair do superficial, vocês precisam cavar e achar o seu ponto de vista único.**



# Jump store

+++++

**Se fosse uma ativação, seria uma referência que poderia ajudar a pensar, mas como não é, procure mais. Tipo esse:**

# Le Bron together

+++++

**Agora que vocês já conhecem como a Nike faz campanhas F@\$%, precisamos pensar:**

+++++

**a mensagem principal, o conceito. Se não, vai ser apenas um texto, não uma ideia.**



+++++

# Primeiros raciocínios ao vivo.

+++++

**Definiu uma mensagem legal, bora desenvolver.  
Não precisa fechar o conceito agora, vê depois.**





# EXISTE COISA MAIS SÃO PAULO?

Por mais intrigante que a pergunta pareça, intrigante mesmo é São Paulo. Rodando pelas ruas você consegue ver contradições, ironias e paradoxos que só "SP" tem. A começar pelo seu nome. Como pode uma cidade com nome de santo ser, na verdade, uma das cidades mais mundanas do planeta?

A partir daí fica um pouco mais fácil entender as próximas *contradições* de São Paulo. Uma cidade que apareceu no mundo graças ao café. Foi da república do Café com Leite. Tem um café diferente em cada esquina. E seu viaduto mais famoso é o Viaduto do Chá.

**DO QUE SÃO PAULO?**  
Ironias que percorrem até a maior via da cidade. Por que a Marginal Pinheiros não se chama oficialmente Marginal Pinheiros? E como se chama bastasse o apelido, tem dois nomes: começa como avenida das Nações Unidas e termina como Rua Hungria. Só mesmo em São Paulo para um carro mudar de rua sem sequer ter saído dela.

Paradoxos que, assim como São Paulo, não param nem mesmo por acaso. Como por exemplo, a Avenida Paulista, que traduziu melhor do que qualquer poeta o sentimento de quem veio para São Paulo, mas foi embora - no começo, Paraíso; no fim, Consolação.

E por falar em Consolação, aquela perguntinha que não para de buzinar na cidade que nunca dorme.  
Por que a estação Consolação fica na Avenida Paulista e a estação Paulista fica na Rua da Consolação?

E São Paulo sempre teve **muitas** contradições nas suas ruas. E agora vai ter mais uma: mais avançada da Chevrolet Onix com OnStar, a tecnologia por *pequenas parcelas* de

R\$ **46400**

Uma homenagem da Chevrolet aos **464** anos de idas e vindas de São Paulo.





# EXISTE MUNDOS MAIS SÃO PAULO? DO QUE SÃO PAULO?

Por mais intrigante que a pergunta pareça, intrigante mesmo é *São Paulo*. Rodando pelas ruas você consegue ver contradições, ironias e *paradoxos* que só "Sp" tem. A começar pelo seu nome. Como pode uma cidade com nome de santo ser, na verdade, uma das cidades mais mundanas do planeta?

A partir daí fica um pouco mais fácil entender as próximas *contradições* de São Paulo. Uma cidade que apareceu no mundo graças ao café. Foi da república do Café com Leite. Tem um café diferente em cada esquina. E seu viaduto mais famoso é o Viaduto do Chá.

Ironias que percorrem até a maior *Via* da cidade. Por que a Marginal Pinheiros não se chama oficialmente Marginal Pinheiros? E como se não bastasse o apelido, tem dois nomes: começa como avenida das Nações Unidas e termina como Rua Hungria. Só mesmo em São Paulo para um carro mudar de rua sem sequer ter saído dela. *Paradoxos* que, assim como São Paulo, não param nem mesmo por acaso. Como por exemplo, a Avenida Paulista, que traduziu melhor para São Paulo, mas foi embora - no começo, paraíso; no *fim*, Consolação.

E por falar em *Con*  
perguntinha que  
na cidade que  
fica na  
Avenida  
por que a

*Paradoxos*

*Paradoxos*



Por mais intrigante que a pergunta  
mesmo é *São Paulo*. Rodando p  
consegue ver contradições, ironias e pa  
que só "SP" tem. A começar pelo seu nom  
Como pode uma cidade com nome de santo ser, na  
verdade, uma das cidades mais mundanas do planeta?

A partir daí fica um pouco mais fácil entender as  
próximas *Contradições* de São Paulo.  
Uma cidade que apareceu no mundo graças ao café.  
Foi da república do Café com Leite. Tem um café  
diferente em cada esquina. E seu viaduto mais  
famoso é o Viaduto do Chá.

**DO QUE SÃO PAULO**  
Ironias que percorrem até a maior la  
Por que a Marginal Pinheiros não se chama  
oficialmente Marginal Pinheiros? E como se não  
bastasse o apelido, tem dois nomes: começa como  
avenida das Nações Unidas e termina como Rua  
Hungria. Só mesmo em São Paulo para um carro  
mudar de rua sem sequer ter saído dela.

Paradoxos que, assim como São Paulo, não param  
nem mesmo por acaso. Como por exemplo, a  
Avenida Paulista, que traduziu melhor  
do que qualquer poeta o sentimento de quem veio  
para São Paulo, mas foi embora - no começo,  
paraíso; no fim, Consolação.

E por falar em Consolação, aquela  
perguntinha que não para de buzinar  
na cidade que nunca dorme:  
Por que a estação Consolação fica na  
Avenida Paulista e a estação Paulista  
fica na Rua da Consolação?

É São Paulo sempre teve **muitas**  
contradições nas suas ruas.  
E agora vai ter mais uma:  
mais **avançada** da Chevrolet,  
por *pequenas parcelas* de

R\$  
**464,00**

Uma homenagem da Chevrolet  
aos **464** anos de idas e vindas de São Paulo.





Muita gente se preocupa  
com o zero a 100 do seu carro.

## NÓS ESTAMOS MAIS PREOCUPADOS COM O ZERO.

E

Zero açúcar, zero gordura, zero calorias. Na alimentação o zero já é o futuro. Mas se depender da GM, nas ruas também vai ser. Porque o mundo e as pessoas estão evoluindo e junto com elas suas necessidades. Por isso, a GM tem um novo direcionamento: zero acidentes, zero emissões, zero congestionamento.

Sim, esta é uma visão ambiciosa. Mas a inovação sempre esteve em nosso DNA. Desde o pioneirismo da primeira partida elétrica, até se tornar a primeira empresa a produzir em massa um carro elétrico acessível.

Concentramos nossos esforços para manter a família dos nossos clientes seguras, investindo em inovações como a frenagem automática e o monitoramento das zonas cegas, que salvaram inúmeras vidas. Mas queremos mais. Vemos um futuro de falha zero. Ao invés de usar tecnologia para proteger os passageiros durante e depois de um acidente, vamos usar tecnologia para que acidentes sequer aconteçam.

R

Do ponto de vista ambiental, já temos a melhor economia de combustível automotivo, mas agora queremos oferecer a melhor economia de planeta: zero emissões. De gás, diesel e carbono.

E vamos além: queremos um mundo de zero congestionamentos, em que novas tecnologias nos levem de maneira segura, rápida e tranquila para o nosso destino com carros 100% autônomos, reduzindo o erro humano a (adivinha?) Zero.

E, acredite, estamos preparados.

Temos a equipe com os zeros certos para o nosso propósito: mais de 180.000 engenheiros e construtores com o conhecimento para resolver qualquer problema e a paixão por mudar o mundo.

E mais de um século de experiência montando mais carros do que qualquer outra montadora no mundo. Já superamos 500.000.000 de carros. É zero pra montadora nenhuma botar defeito.

Zero falhas, zero emissões, zero congestionamento. Para nós, o futuro começa do zero.





+++++

© PRAZO.



+++++

**Até a próxima.**

**@rafael.borna**

# Exercício:

+++++

**Lição de casa: Agora sim, vamos fazer nosso textão. Mundo ideal: publicitários - texto para tênis de corrida para terceira idade de Nike / pequeno empreendedor - texto para sua marca ou produto.**