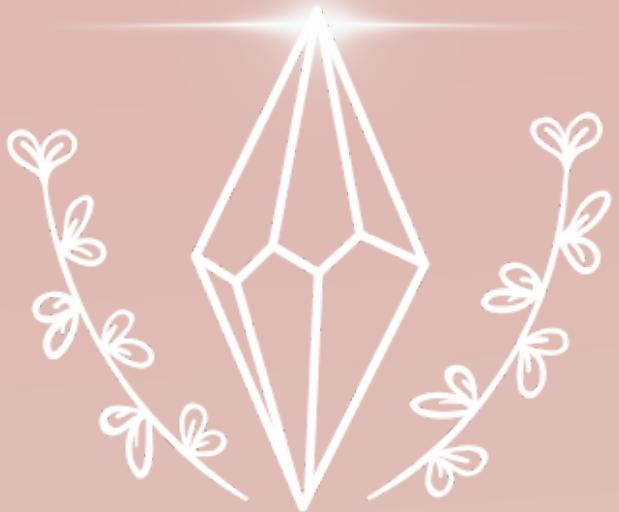


Aula 24/01

Stories para printar

Carolina Lucchetti



Story lotadooo!

Os stories são a melhor forma de se conectar com a audiência, justamente porque são recortes da vida real.

Como eles somem em 24h, não tem problema postar 100 conteúdos em 1 dia! Diferente do feed, em que 2 posts por dia já é demais.



Story e stories

Bom, falando de conexão, vamos voltar um pouquinho no significado da palavra "story".

É a palavra "história" em inglês, então a gente vai falar bastante de narrativa (storytelling) nessa aula.

Aproveitando o gancho, quero que você grave isso pra não errar mais:

Story: singular

Stories: plural

É normal se confundir com palavras estrangeiras, mas quando é parte do nosso trabalho, precisamos dar o exemplo.



Stories durante o dia

Claro que o ideal é ter muitooo conteúdo nos stories, mas como é uma coisa dinâmica, do dia a dia, nem sempre temos tempo durante o dia pra fazer 100 stories.

Inclusive, falando sobre dinamismo, é por isso que eu não recomendo agendar stories. Primeiro porque não tem todas as ferramentas de interação (ainda), e segundo que perde a espontaneidade.

Detalhes simples, mas que fazem parte da vida real, como cor da unha, luz natural do dia, roupa e cabelo, dão o tom de realidade ao story. Se a única possibilidade for agendar, ok! Não é o fim do mundo. Mas prefira o real.

Stories durante o dia

Tente incluir isso como parte da sua rotina de trabalho, ok? Tanto você quanto oriente o seu cliente. Não precisa postar 100 stories logo de cara, como falei. Comece aos poucos e vá evoluindo.

Divida o dia por períodos e poste uns 4 em cada bloco. Assim, o seguidor tem a sensação de que sabe o que aconteceu durante todo o seu dia. A gente também não acha que sabe tudo da vida das pessoas que acompanhamos? É porque elas selecionam momentos ao longo do dia pra compartilhar.

Fiz um exemplo na próxima página:

O que mostrar durante o dia?

Manhã: ritual de bom dia, leitura, bastidores do trabalho.

Tarde: tema do post do feed, caixinha de perguntas, almoço e café.

Fim do dia: academia, estudos, responder perguntas e descanso/rolê.



A evolução da sua história

Fiz essa introdução pra deixar claro o objetivo do story na nossa produção de conteúdo e também pra simplificar o que pode ser mostrado.

Ao passar do tempo, esses recortes do seu dia vão formando uma imagem clara na mente do seu cliente. Eles sabem qual é a sua rotina e vão acompanhando os próximos capítulos para ficarem sabendo do desfecho de cada situação.

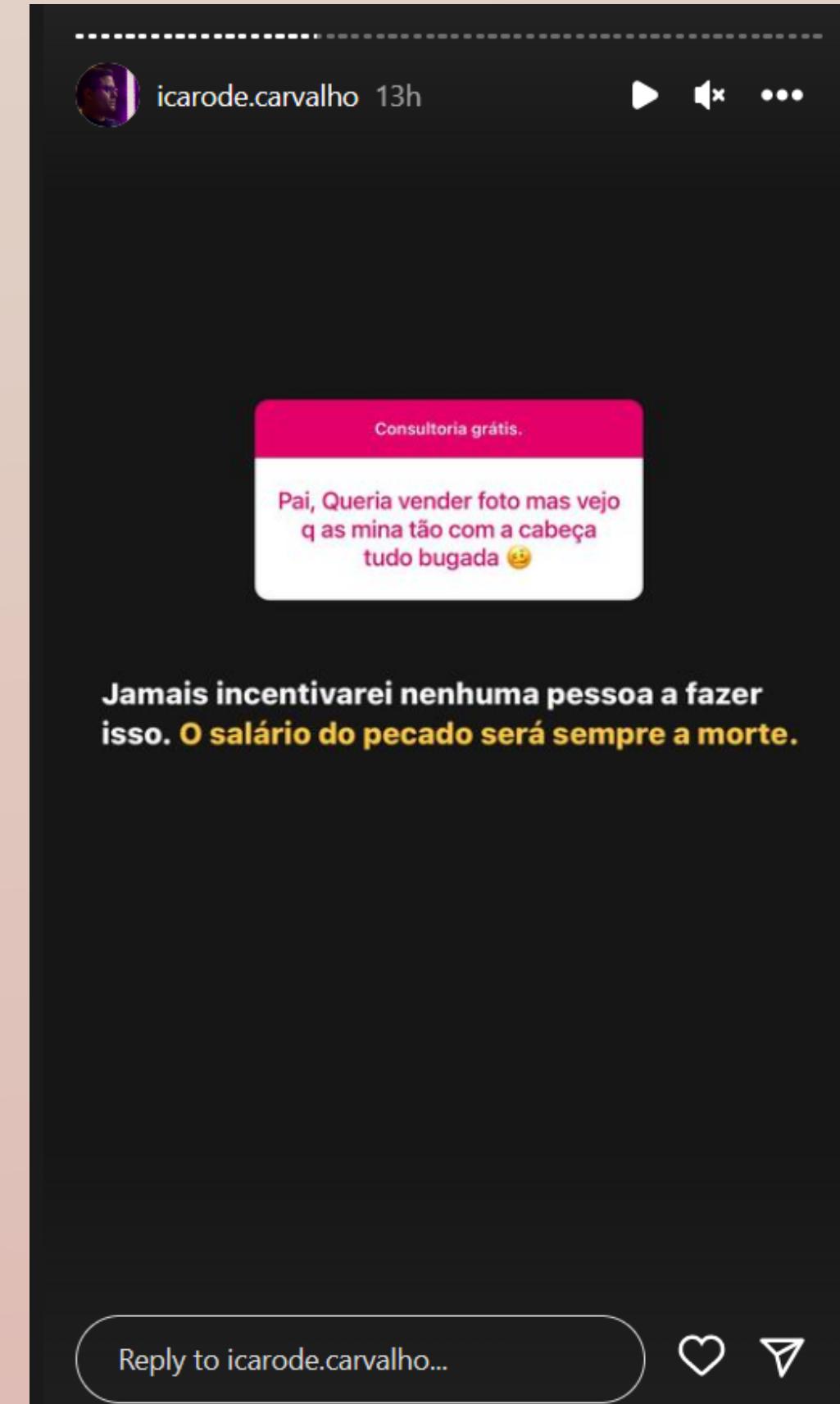
Exemplo: quem te acompanha no começo da carreira, vibra quando você conquista seus primeiros R\$5 mil. É a sua história acontecendo bem na frente deles.

Vamos falar sobre o print

Principalmente pra resposta de caixinha, ok?

O Ícaro ensina a formatar o story daquele jeito que ele faz. Obviamente, é incrível. Mas eu não me adaptei, não sei. Demorava demais e não ficava tão feminino quanto eu gostaria.

Tentei fazer da forma que a Valeska Bruzzi faz, tirando foto do momento. Mas, dependendo do fundo, ficava feio com aquele bloco de texto em cima (pro meu gosto).



Começou a me incomodar.

Vamos falar sobre o print

A Valeska faz nesse estilo e arrasa. Mas não combinou comigo.



Vamos falar sobre o print

A rainha das sequências de stories que vendem, Duda Vieira, usa muito palavras grifadas.

Comecei a gostar bastante.

Mas ainda precisava de adaptações para o que eu queria mostrar e que ficaria viável de fazer no dia a dia (a vida ja é complicada demaaaais, bora descomplicar).

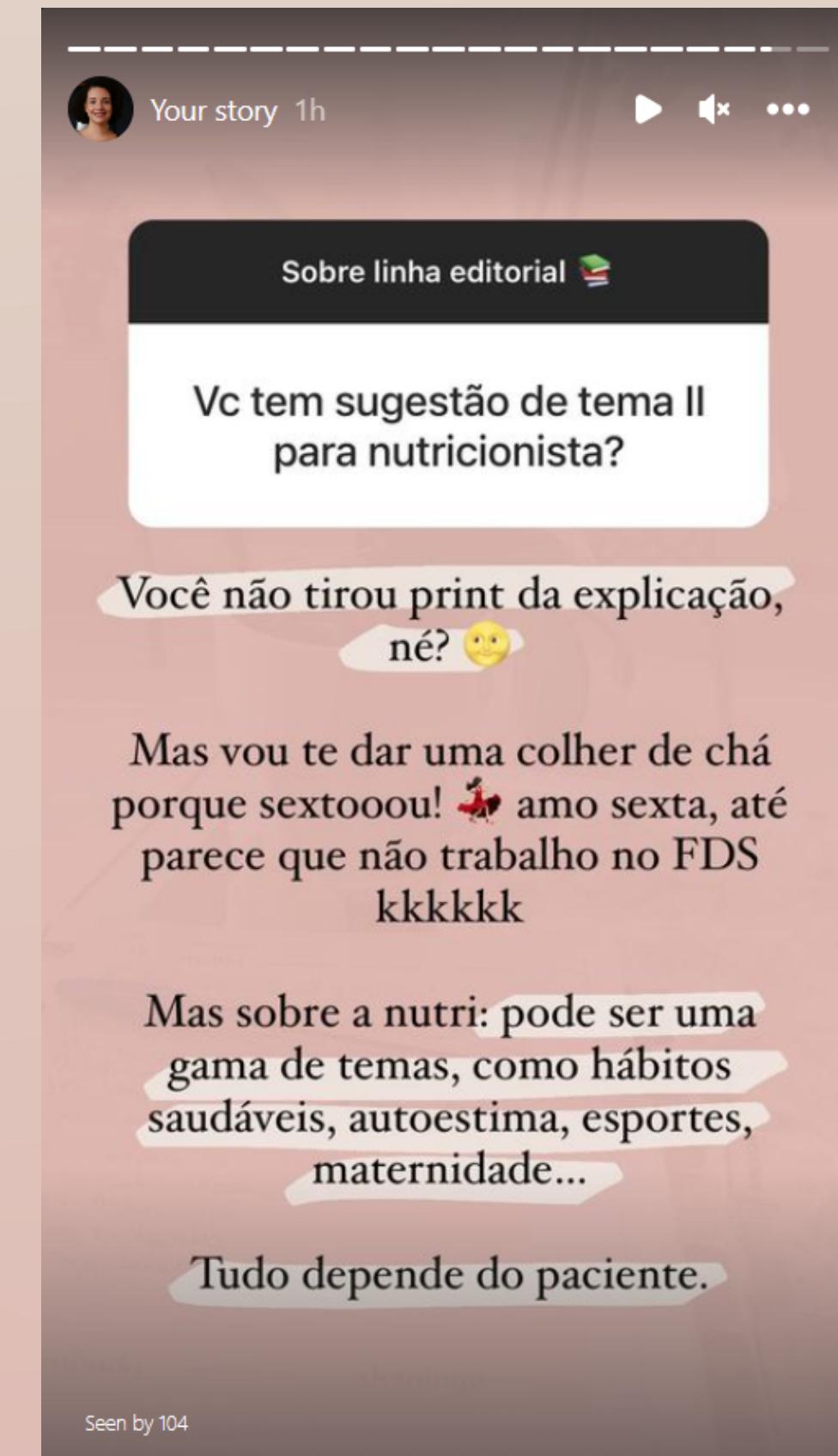


Vamos falar sobre o print

Eu gosto e queria introduzir:

- Transparência
- Momentos do meu dia
- Palavras destacadas
- O rosa maravilhoso

Com isso em mente, cheguei no modelo ao lado

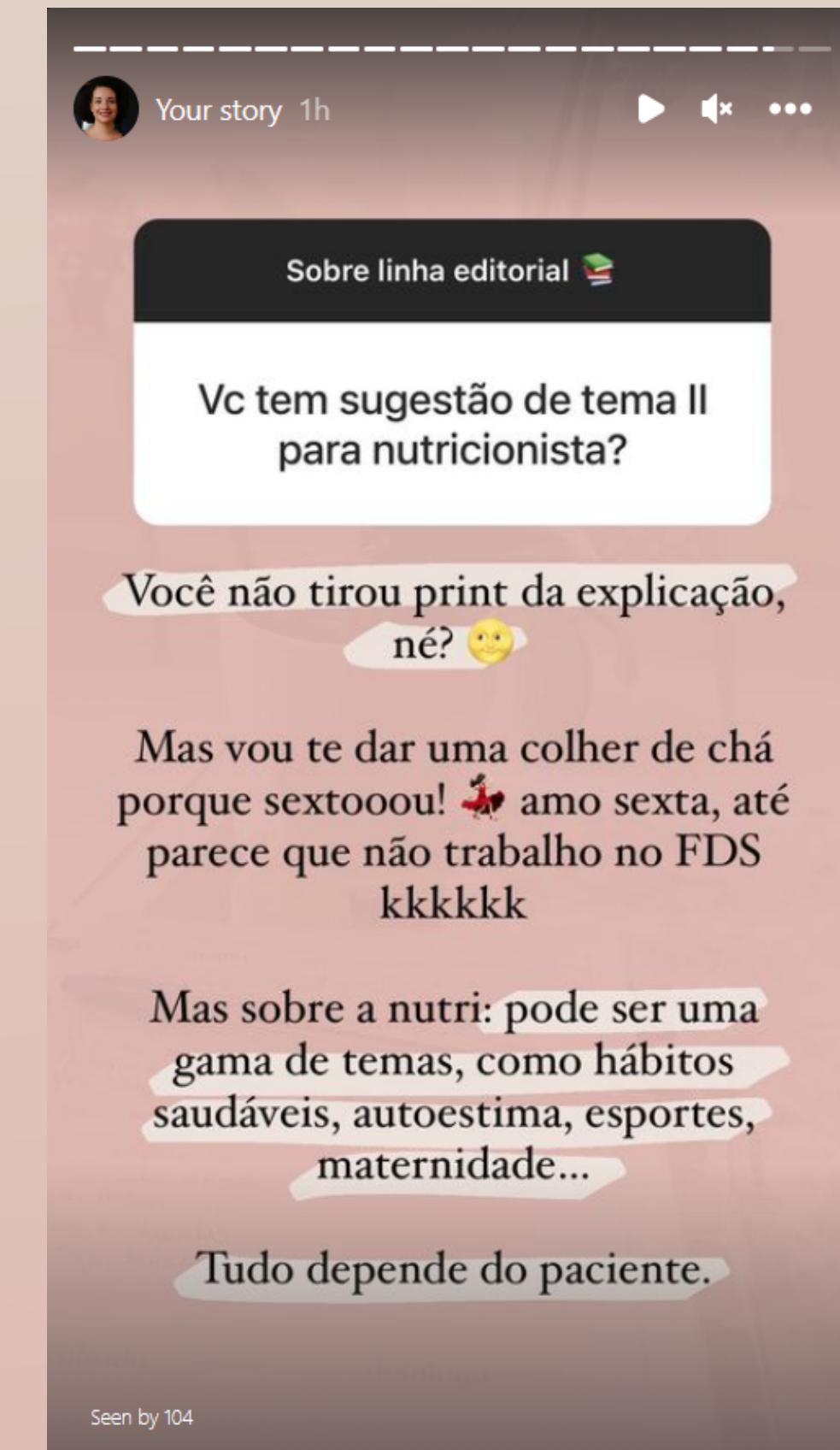


Vamos falar sobre o print

Pra transparência não prejudicar a legibilidade, clico no marca texto e seguro na tela 1x. E repito o processo.

Quanto mais camadas de cor você coloca, menos transparente fica.

Aprendi isso com uma seguidora e achei GENIAL!! Também dá pra fazer o mesmo com cores diferentes.



Encontre o story que te representa!

Sim, existem diversas fórmulas que funcionam.

Pode copiar, mas não dá pra negar que quando a gente vê um story com as cores do Ícaro, acha que o story é do Ícaro. E, particularmente, não acho isso vantajoso no longo prazo. Apesar do modelo funcionar, a pessoa relaciona ao "aluno do Ícaro".

Quando ela for ver os prints na galeria, não vai saber que é seu só de bater o olho. Por isso, acho importante construir a sua personalidade de story.

Afinal, social media é sobre comunicar a personalidade da marca.

Encontre o story que te representa!

Não precisa inventar a roda! Assista os stories com olhos de criadora de conteúdo e faça a engenharia reversa, anotando o que mais gosta:

- Cores
- Palavras destacadas
- Fonte utilizada
- Imagens utilizadas
- Tamanho da caixinha
- Posição do texto
- Sobreposições

Como será o seu story?

Além do gosto pessoal, pense em como você deseja que os clientes enxerguem a sua marca.

Coloque adjetivos mesmo, como: delicada, criativa, séria, confiável, elegante, enérgica...

E se você já tem ID visual no feed, traga para os stories!! Às vezes, a gente esquece de fazer essa integração, mas não podemos esquecer que é a mesma empresa!



Desafio da semana:

- Fazer, pelo menos, 12 stories todos os dias.
- Definir a ID visual dos seus stories.

