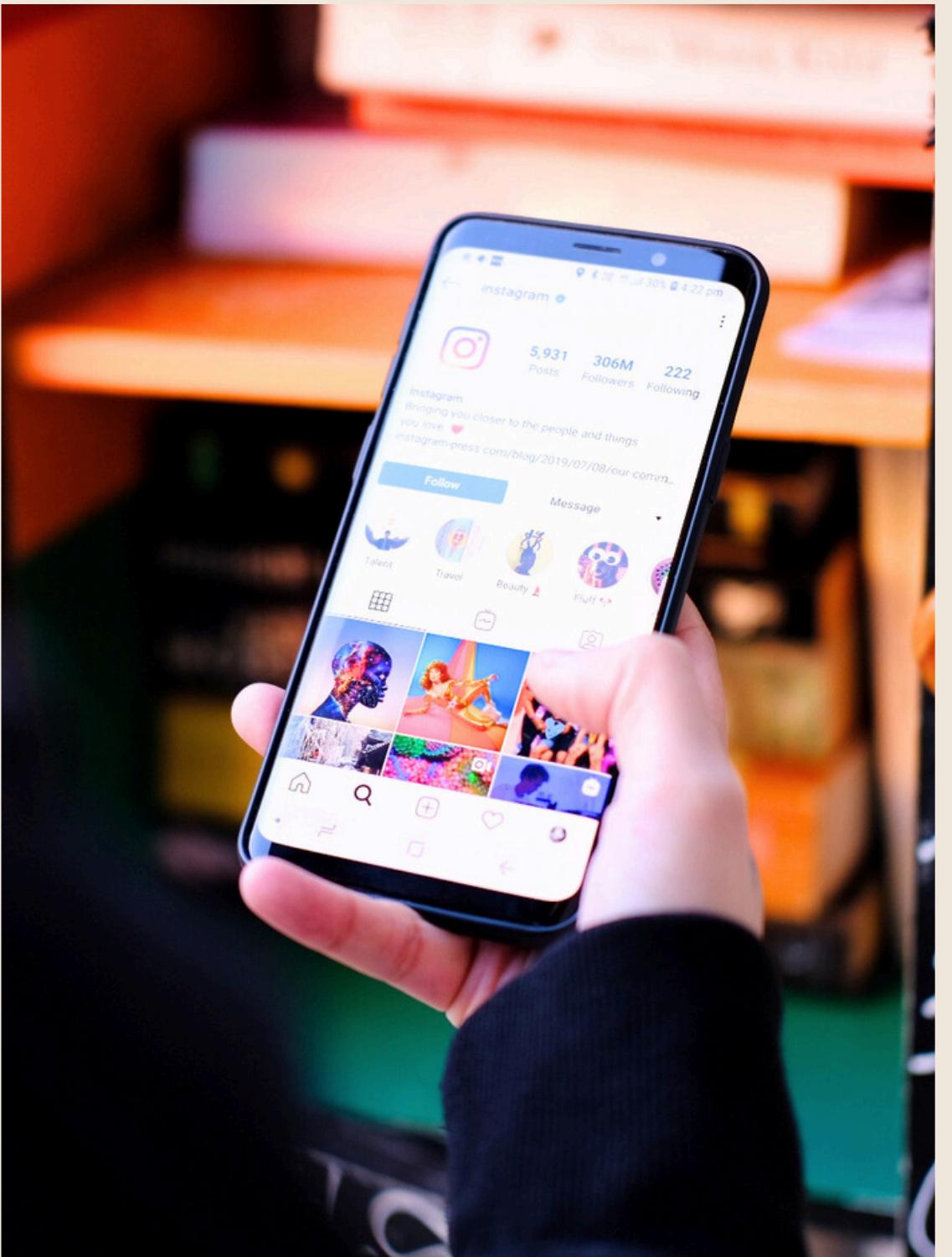




Aula 11/09/2024

# Carrossel com mais slides



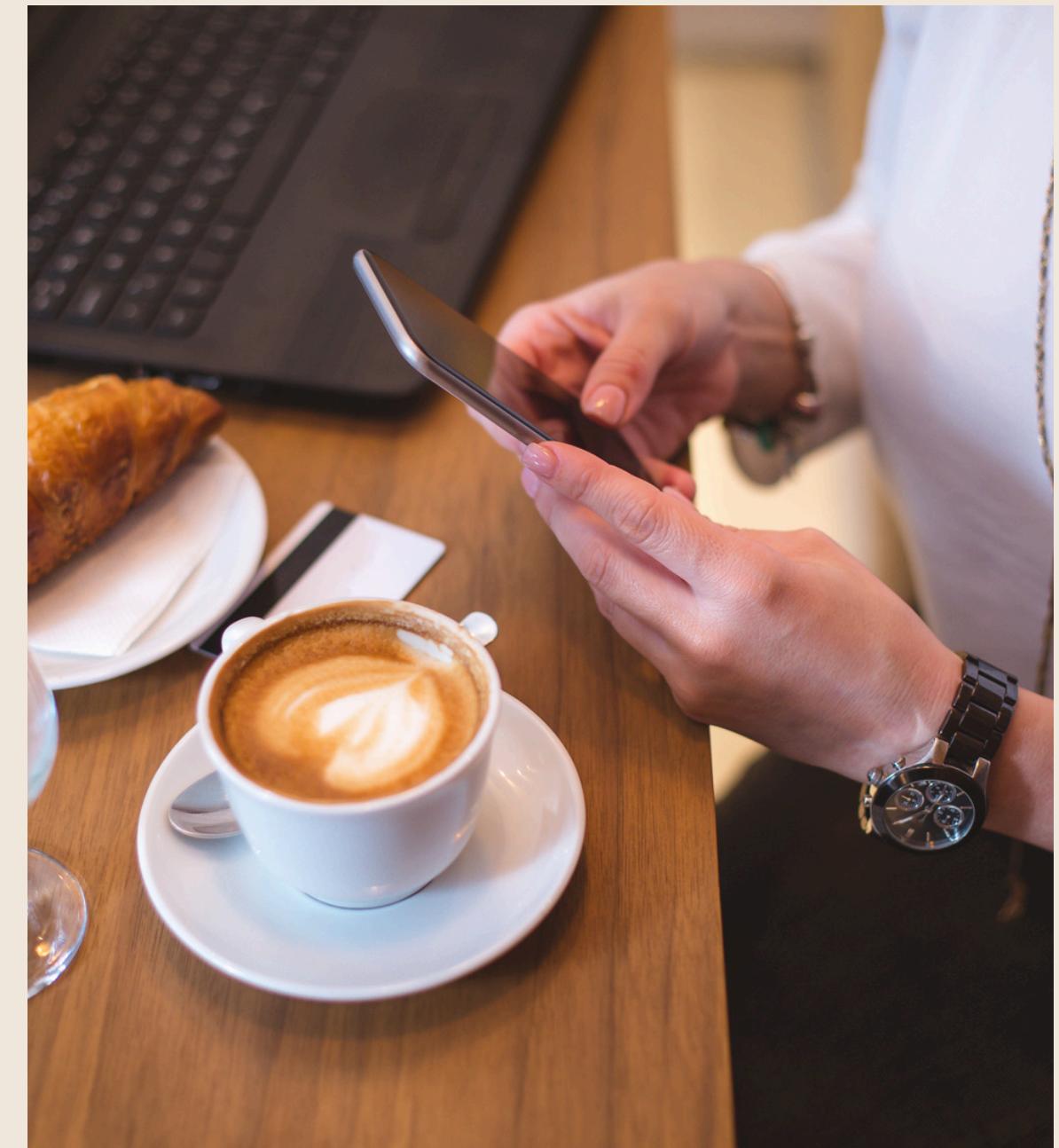
# Formatos

---

Recebi essa sugestão de aula no formulário (enviem sugestões!) e trouxe aqui pra gente discutir sobre formatos no geral, acho que a aula vai ser mais interessante!

Tanto a questão de formatos, quanto a questão de comportamento do consumidor.

Vamos fazer essa análise para entender, de fato, o que faz sentido e não ficar refém de novos formatos?



# Reels

---

Lembra quando saiu o reels e o TikTok, e todo mundo estava preocupado com o novo formato? E falando que agora só ia crescer quem fizesse dancinha e vídeos curtos.

Com o carrossel de 15 slides é a mesma coisa: todo mundo preocupado que agora os posts terão que ter 15 slides.

Mas só repetem por repetir, não param para pensar se faz sentido esse formato. Mas vocês vão ser mais inteligentes! E pensar se esse formato faz sentido para o perfil de vocês e dos clientes.

Bora falar sobre comportamento de consumo e formatos?

# Comportamento de consumo

---

Mesmo que você não tenha clientes, você pode estudar o seu próprio comportamento e o de pessoas ao seu redor para entender como as plataformas estão funcionando. Além de ler sobre o tema também, claro.

Mas eu prefiro a parte prática da coisa, de observação, pois fica bem nítido o que faz sentido postar em cada lugar.

# Use a rede social

Você pode entender uma rede social só observando, mas vai demorar muito mais e nem sempre sua percepção será tão assertiva quanto a de quem usa a plataforma.

Então, se você quer criar conteúdo para o TikTok, por exemplo, crie uma conta e consuma conteúdo lá dentro. Não precisa postar se não quiser, mas postar vai acelerar os seus estudos.

No Instagram é a mesma coisa: poste stories e analise os resultados. Assista stories dos outros e analise o que você gosta. Não só o assunto (ex: gosto de consumir perfis de maquiagem), mas o formato. É assim que você vai criando conteúdo estratégico e gerando resultado para os seus clientes.

# Feed do Instagram

---

Falando de feed, temos vídeos, carrosséis e posts estáticos.

Os vídeos de até 1m30 vão para a aba reels, os que tem acima disso vão para a aba explorar e página inicial. No TikTok, a maioria dos vídeos atuais têm mais de 2 minutos e são sobre opinião de algum assunto.

Não tem visual, não tem muitos efeitos. É a pessoa abrindo a câmera e conversando com a audiência, expondo um ponto de vista dela. Exemplo: perfil bonito não vende.

# Feed do Instagram

---

Fotos e carrosséis, como você gosta de consumir?

Eu gosto de ver histórias, gosto de ver fotos bonitas.  
Então, é isso que trago para o meu perfil e para os clientes.

Posts estáticos eu gosto quando é uma pergunta e na legenda tem a resposta. Somente uma foto não gosto, fico com a sensação de que gostaria de ver mais coisas, mais ângulos.

Então, mesma coisa: trago isso para os meus clientes e para o meu perfil.

\*Claro que analiso as métricas para entender se isso está dando resultado e não é só meu gosto pessoal.

# Gosto pessoal

---

Falando em gosto pessoal, isso é importante de estar presente no perfil. Mas como usamos o Instagram pra ganhar dinheiro, não podemos fazer só o que gostamos.

Então se você não gosta de gravar vídeos, por exemplo, poste em menos quantidade. Ou grave vídeos trabalhando, não falando com a câmera. Vá testando e, principalmente, analisando.

É assim que você vai construir um método próprio de trabalhar, que dá resultado, mas que está de acordo com seus gostos e valores.

# Vídeos

---

Vídeos mais longos ou mais curtos? Simples, em formato de conversa, ou com super efeitos cinematográficos?

Eu detesto ver vídeo cheio de efeito, então não entrego isso também para os meus clientes. Mas é claro que eu testei e validei esse formato mais simples antes, não é só teimosia kkkk Vimos que funciona e temos clientes alinhados com esse tipo de formato.

Exemplo perfeito de vídeo simples: resposta da caixinha de perguntas que a gente edita e joga no reels.

Olha o resultado de um bom conteúdo, com edição simples:

- [https://www.tiktok.com/@dra\\_alicemaganin/video/7370006649546788101](https://www.tiktok.com/@dra_alicemaganin/video/7370006649546788101)
- [https://www.tiktok.com/@dra\\_alicemaganin/video/7360801259697229062](https://www.tiktok.com/@dra_alicemaganin/video/7360801259697229062)

# Stories

---

Qual formato você prefere consumir: blog da vida inteira da pessoa, ou aquelas com tom mais misterioso? Ou os dois formatos?

Não sei se vocês conhecem a Liz Macedo, mas ela é uma jovem de 14 anos que estourou no TikTok e posta dezenas de vídeos curtos por dia, basicamente fazendo um diário da vida dela.

Mas a Isabela Matte e diversas outras pessoas fizeram uma reflexão essencial sobre isso: não é pra você sair fazendo a mesma que a Liz, isso não é uma receita de bolo. Mas é essencial observar o formato, fazer a engenharia reversa e questionar qual parte faz sentido pra você aplicar no seu perfil: vídeos menos produzidos? Falar mais da vida pessoal? Postar mais vídeos por dia? Pedir a opinião dos seguidores?

# Stories

---

Por exemplo: eu costumo seguir um ritual na maioria dos dias, mas estou testando fazer dias sem ritual justamente pra testar, validar e levar para os meus clientes (vocês, alunas, inclusive). O meu perfil é um grande laboratório de conteúdo.

Tem dias que eu faço só narrativa de venda. Tem dia que eu mostro mais da minha vida pessoal. Tem dias que tem 3 stories, tem dias que tem 20-30.

O perfil das clientes também varia: tenho cliente que abre caixinha todo dia e bomba de pergunta, tem cliente mostra muita vida pessoal todo dia (até coisas mais íntimas que muita gente não falaria na internet, mas ela se sente confortável, fala e arrasa!). Tem cliente que posta 100% sobre trabalho, até pela % do dia dela que o trabalho ocupa. Enfim, cada uma tem seu formato.

# Carrossel com mais slides

---

Finalizando com o tema que foi sugerido pra aula (viu que fomos muito além né!): você acha que precisa fazer carrossel com mais de 10 cards no seu perfil?

E no perfil dos seus clientes?

Faça o teste e valide essa opinião. Somos muito sortudas em ter uma profissão que permite testes - médicos não têm essa sorte no dia a dia.

Expliquem para o cliente o objetivo por trás do teste, peçam autorização também pra fazer o teste e meçam os resultados depois. A maioria das clientes AMA uma social media proativa, disposta a melhorar cada dia mais, que não fica só fazendo post cumprindo tabela. Se der errado, tá tudo bem. Até porque, o "errado" na nossa profissão é só um post sem engajamento - nada grave né?

# Desafio

---

- Montar o seu calendário do mês com uma variedade de formatos, tanto os que você gosta quanto os que você precisa testar para analisar os resultados.

