

CADERNO DE EXERCÍCIOS

100 PASSOS  5.0

Valeska Bruzzi
@valeskabruzzi

CADERNO DE EXERCÍCIOS

100 PASSOS 5.0

Nenhuma parte deste ebook pode ser utilizada ou reproduzida sob quaisquer meios existentes sem autorização expressa, por escrito, do autor, exceto pelo uso de citações breves em uma resenha do ebook.

TODOS OS DIREITOS RESERVADOS 2022

Valeska Bruzzi
@valeskabruzzi



QUEM SOU EU?

Meu nome é Valeska Bruzzi, tenho 33 anos, sou especialista em Marketing de Relacionamento e Conteúdo e tenho mais de 40 mil alunas no segmento.

Atualmente, curso MBA em Marketing na USP, mas minha formação é em Direito. Foi na área jurídica que atuei até meus 27 anos, como Procuradora de uma grande Universidade. No entanto, resolvi seguir meu coração, deixando tudo para trás e abri minha primeira empresa no ramo de cursos on-line.

Parece loucura, né?

MAS NUNCA TOMEI UMA DECISÃO TÃO ACERTADA EM TODA A MINHA VIDA!

Foi no mundo digital que me descobri realizando diariamente o meu propósito de ajudar outras mulheres a tornarem seus trabalhos conhecidos por meio do Marketing.

Criadora de conteúdo desde 2014, utilizo minhas redes para disseminar conhecimento e suporte a uma audiência de mais de 770 mil seguidores no meu perfil do Instagram: @valeskabruzzi.

Eu quero te ensinar a não cometer nenhum dos erros que cometi e a potencializar cada acerto meu. Para isso, é fundamental que você fixe tudo que estamos aprendendo juntos.

Valeska Bruzzi
@valeskabruzzi

Este caderno de aplicações deve ser impresso, preenchido, lido, relido e interpretado várias vezes.

Como uma pedra angular do seu negócio, volte nesses cadernos sempre que possível, pois lembre-se: você não pode se afastar das suas bases.

Durante o preenchimento das informações, não tenha pressa.

Escreva, apague, escreva de novo. Vá adicionando informações. Não ficará pronto em algumas horas ou dias.

Levará tempo. Seu preenchimento se dará por meio de insights, ideias loucas que aparecem na madrugada, horas de análise e estudo. Então, não se afobe.

**"EU QUERO
QUE TODAS
VOCÊS SEJAM
INCRIVELMENTE
BEM SUCEDIDAS
FINANCEIRAMENTE.
ENTÃO, SEM
MAIS DELONGAS,
MÃOS À OBRA!
BONS ESTUDOS!"**

Valeska Bruzzi
@valeskabruzzi



VENCENDO O MEDO DE APARECER

Quais são seus medos em relação a aparecer nos stories?

Você está disposta a atrasar o seu crescimento por esses medos?

O que você tem a oferecer para as pessoas é bom e vale a pena?

Vale a pena pagar esse preço da exposição para ajudar o seu cliente?

O que você pode fazer para minimizar esses medos?

Valeska Bruzzi
@valeskabruzzi

CONSTRUINDO SUA IMAGEM PESSOAL

Quais são as características mais marcantes da sua imagem?

Quais "facetas" são interessantes aparecer no seu perfil que acrescentem algo na sua narrativa? Ex. Valeska Mãe, empresária.

Quais fraquezas você têm que podem gerar empatia com seu público? Ex. Eu mostro, às vezes, que a louça está suja, que a casa está bagunçada.

Valeska Bruzzi
@valeskabruzzo

CONSTRUINDO SUA IMAGEM PESSOAL

Quais momentos do seu lifestyle fortalecem sua relação com seu público?

O que você tem transmitido é o que você quer transmitir? Faça uma lista observando seus últimos posts e stories.

Defina uma pessoa para representar seus sonhos (ela precisa estar onde você quer chegar) e pontue pelo menos 10 características/atitudes/jeitos dela para trazer para a sua vida e rotina. O sucesso deixa pistas!

DESCOBRINDO SEU NICHU

Quais os temas que você mais entende? Aqueles que seus amigos tiram dúvida com você?

O que você mais gosta de consumir na internet? Canais do YouTube, perfis no Instagram, etc.

Quais são os assuntos, temas ou áreas que você acha que mais entende?

Quais são as 5 coisas que você mais gosta? De que forma você poderia ganhar dinheiro com elas?

Valeska Bruzzi
@valeskabruzzi

TRABALHANDO A SUA NARRATIVA

Chegou a hora de contar a sua história. Como você contaria sua história para os seus clientes? De que forma você conectaria sua história de vida ao seu produto/serviço? Qual a sua "jornada do herói"? Não é sobre você, é sobre o que você oferece à sua audiência e de que forma oferece.

Escreva abaixo os principais pontos da sua história.

USE ESSAS PERGUNTAS PARA TE AJUDAR A ESBOÇAR SUA HISTÓRIA:

De onde você veio? Quais as suas origens?

O que te levou a fazer o que você faz hoje?

Valeska Bruzzi
@valeskabruzzi

O que já estudou? Quais formações e cursos que fez?

Quais foram as principais dificuldades que você viveu nesse caminho?

Qual a maior dificuldade que você já passou na vida?

Qual a maior dificuldade que seu negócio já superou?

As pessoas te apoiaram? Quem acreditou em você e quem não acreditou?

Quais os medos que teve?

Quais os perrengues que enfrentou?

Chegou a duvidar que chegaria aonde chegou?

Quais foram seus aprendizados na jornada profissional?

Qual a maior vitória que você já viveu até hoje?

INICIANDO A SUA PRODUÇÃO DE CONTEÚDO

Defina uma meta de quantos stories, posts no feed (estático e carrossel), reels e lives você vai postar por semana.

Stories

Post
estático

Post
carrossel

Reels

Live

Faça um esboço de calendário de postagens para saber o que vai postar a cada dia.

Defina uma quantidade mínima e quais os horários que você pretende fazer stories.

Valeska Bruzzi
@valeskabruzzi

Defina um horário fixo para sua postagem no feed.

Faça uma lista com pelo menos 10 temas que você pode abordar no seu perfil (pode ser no feed/stories) sobre seus bastidores.

RAIO X DO PERFIL

Vamos aos números do seu perfil.

Preencha a tabela abaixo com as informações de hoje e não se esqueça de voltar após alguns meses para terminar de preencher. Assim, conseguiremos analisar suas métricas de crescimento no Instagram.

DATA: ___/___/___ ___/___/___ ___/___/___

Quantos seguidores você tem hoje?	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Quantas visualizações você tem em seu perfil?	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Quantos stories você posta por dia em média?	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Qual sua média de views nos stories?	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Quantos posts por semana você faz no seu feed em média?	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Qual sua média de views em lives?	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Qual sua média de views em reels?	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Qual sua média de views em post estático?	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Qual sua média de views em post carrossel?	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Quantos seguidores novos chegam em média?	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

IMPORTANTE: Preencha essa tabela com, no mínimo, um mês de diferença entre uma resposta e outra.

Valeska Bruzzi
@valeskabruzzi

ANÁLISE DE ENGAJAMENTO

IMPORTANTE: Preencha essa tabela com, no mínimo, um mês de diferença entre uma resposta e outra.

Tipos de Conteúdo e Data	Encaminhados	Salvos	Compartilhados	Curtidas	Comentários	Alcance da semana	Alcance dos últimos 30 dias

DESCOBRINDO SUA PERSONA

Chegou a hora de definir quem é a sua persona, aquela pessoa que você quer atrair para o seu perfil e que será o seu cliente ideal. Para isso, teremos a seguir várias perguntas que vão te auxiliar a formar quem é a sua persona. Bora?

Quem seria o seu cliente ideal? Se você pudesse ter um cliente perfeito, como essa pessoa seria?

Por que esse cliente ideal se identificaria com o seu perfil? O que vocês têm em comum?

Nome:

Idade:

Gênero:

Estado civil:

Tem filhos?

Onde mora?

Grau de Escolaridade:

Profissão:

Poder Aquisitivo:

Valeska Bruzzi
@valeskabruzzi

O que estuda?

Acredita em alguma crença? Qual?

Quais são os seus valores?

Quais são as metas de vida?

Quais são as suas dificuldades e problemas?

Qual é o seu maior sonho?

Valeska Bruzzi
@valeskabruzzi

INFORMAÇÕES COMPORTAMENTAIS

O que costuma fazer durante o dia?

O que gosta de fazer nas horas vagas? Quais são seus hobbies?

Quais lugares mais gosta de frequentar?

Quais são os assuntos de interesse, além do meu produto/serviço?

Quais as principais páginas, sites e blogs que segue?

Quais são as redes sociais que mais usa?

Por onde se comunica/consome conteúdo?

Com qual frequência consulta essas redes?

Defende alguma causa? Qual?

É impulsivo?

É comunicativo?

É criativo?

PADRÕES DE COMPRA

Onde costuma fazer compras?

Prefere loja física ou on-line?

Com qual frequência realiza compras?

Costuma realizar pesquisas antes de fazer compras?

Costuma fazer pesquisa de preço?

Quem influencia a sua decisão de compra?

Quais fatores leva em consideração antes de comprar?

Quais marcas admira?

Agora que você já respondeu todas as perguntas acima, provavelmente já tem uma ideia mais clara de quem é a sua persona, certo? A ideia é transformar esse "personagem" no mais real possível e, para isso, é necessário que você descreva essa persona como se estivesse falando de alguém que você conhece.

EXEMPLO

Diego, 30 anos: é workaholic, casado, tem 2 filhos pequenos e é dono de uma casa de tintas.

Ele tem um perfil analítico e focado em números, obcecado com novidades e inovações, quer sempre qualificar seu time, não tem muito tempo e sua agenda é apertada. Ele gostaria de aumentar seu faturamento através do marketing e, por isso, criou um perfil no Instagram.

Seus principais obstáculos são: a falta de orçamento para investir em uma agência, a pouca mão de obra disponível para colocar em prática todas as suas ideias, o excesso de tarefas e a dificuldade de gestão de tempo. Por isso, nas horas vagas ele consome conteúdo de diversos especialistas do Marketing através do Instagram e tenta colocar em prática todas as dicas em seu perfil.

Adora jogar futebol aos domingos com os amigos e sempre almoça com a família em seguida.

Valeska Bruzzi
@valeskabruzzi

DESCREVA SUA PERSONA

Chegou a sua vez de descrever com detalhes a sua persona. Pense em todas as características, padrões de consumo, hobbies, crenças, enfim... Toda informação vale!

SEJA O MAIS DETALHISTA POSSÍVEL!

Valeska Bruzzi
@valeskabruzzi

DOR E DESEJO DA SUA PERSONA

Qual é a dor da sua persona?

Qual é o desejo da sua persona?

O que você faz para solucionar a dor da sua persona de forma gratuita e paga?

O que você faz para seu seguidor alcançar o desejo dele de forma gratuita e paga?

Valeska Bruzzi
@valeskabruzzi

A TRANSFORMAÇÃO QUE VOCÊ PROMOVE

Qual transformação você gera na vida dos seus seguidores?

O que a pessoa conquista quando consome o seu serviço ou produto?

Valeska Bruzzi
@valeskabruzzi

MEU CONTEÚDO DE VALOR

O que as pessoas sempre te perguntam? Quais as principais dúvidas?
O que você pode ensiná-las que esteja relacionado ao seu produto/serviço?

Com o que a sua audiência se entretém?

Valeska Bruzzi
@valeskabruzzi

MEU CONTEÚDO DE VALOR

De que maneira o seu perfil pode inspirar sua audiência, seja dando ideias novas, conferindo novas perspectivas ou ajudando-a a sonhar? Ex: Pinterest pode dar ideias de post.

O que a sua audiência pode encontrar com fartura na internet, mas não encontra de maneira simplificada e de uma fonte confiável?

Liste 5 temas que você pode abordar no seu perfil que não fale diretamente sobre o seu nicho, mas que sua audiência tenha interesse no assunto ou que leve entretenimento para ela.

BIO DO INSTAGRAM

Para definir que **foto** colocar no seu perfil, responda:

Qual é a visão profissional que você quer causar?

Que imagem você quer promover?

O que deseja transmitir na sua imagem?

Quer que as pessoas se sintam mais próximas ou mais distantes de você?

O **nome do seu perfil** é de fácil entendimento? É fácil de ser encontrado?

Qual **categoria** tem mais relação com o que você faz?

Valeska Bruzzi
@valeskabruzzo

BIO DO INSTAGRAM

Qual é a **headline** da biografia do seu perfil?

De preferência escreva em uma frase, tendo atenção nesses pontos:

- Precisa comunicar com a sua persona;
- Fale de uma dor ou de um desejo que ela tenha;
- Mostre qual a transformação que seu serviço ou produto faz na vida das pessoas.

Que **emoji** você pode associar à sua profissão, posicionamento e estilo?

Valeska Bruzzi
@valeskabruzzo

BIO DO INSTAGRAM

Pense no que você pode colocar na sua biografia que traga **credibilidade** para o seu negócio.

De que maneira você vai chamar o seu seguidor para um **lugar externo** ao Instagram, que faça você gerar um lead?

Qual será o seu **CTA** na biografia do seu perfil? Lembre-se, você precisa ser breve!

Valeska Bruzzi
@valeskabruzzi

FUNIL DE VENDAS

Anote 6 ideias de conteúdo para cada etapa do funil.

TOPO DE FUNIL (CONTEÚDO DE CRESCIMENTO)

MEIO DE FUNIL (CONTEÚDO DE RELACIONAMENTO)

Valeska Bruzzi
@valeskabruzzi

FUNDO DE FUNIL (CONTEÚDO DE VENDA)

Ao planejar o seu conteúdo da semana, quantos posts terá cada segmento do funil? Pense no que seu perfil precisa no momento e depois disso faça o planejamento.

Topo de Funil

Meio de Funil

Fundo de Funil

Valeska Bruzzi
@valeskabruzzo

CASA ARRUMADA

Dê uma olhada nas últimas 9 fotos do seu perfil e responda:

Você considera que sua casa está arrumada?
Se não, anote o que você pode melhorar.

Liste os 9 conteúdos que você vai abordar no feed.

Liste os 9 conteúdos que você vai abordar nos stories.

Pense em 4 formas de produzir conteúdo de venda no seu perfil e escreva abaixo:

Valeska Bruzzi
@valeskabruzzi

Elabore 3 publicações que tenha como objetivo a viralização. Pense na imagem, legenda e no CTA que você vai colocar para induzir a pessoa a te ajudar a viralizar o conteúdo.

Elabore 3 publicações que tenham como objetivo educar. Pense na imagem, legenda e no CTA que você vai colocar.

Elabore 3 publicações que tenham como objetivo humanizar a sua marca. Pense na imagem e na legenda que você vai colocar. (Pense nesse conteúdo como aquele papo na hora do cafezinho do trabalho! Não tem que estar ligado ao seu nicho, é sobre quem você é além do seu nicho)

CARACTERÍSTICAS DO CONTEÚDO DE VALOR

Para um conteúdo de valor é preciso preencher uma das características abaixo. Escreva 3 ideias de conteúdo para cada característica:

CONTEÚDO QUE INSPIRA

CONTEÚDO QUE ENTRETÉM

CONTEÚDO QUE SIMPLIFICA

CONTEÚDO QUE EDUCA/ENSINA

ANÁLISE DE POSTAGENS

Considerando as funções do conteúdo de valor (entreter, inspirar, educar e simplificar), somado a isso a função de vender, quais foram as funções dos seus 12 últimos posts?

FOTO 1

FOTO 2

FOTO 3

FOTO 4

FOTO 5

FOTO 6

FOTO 7

FOTO 8

FOTO 9

FOTO 10

FOTO 11

FOTO 12

Valeska Bruzzi

@valeskabruzzo

LIVES

Anote 5 temas que você poderia fazer Lives e pontue pelo menos 10 coisas para falar sobre cada tema.

Anote 5 perfis que possam contribuir e fazer collabs com você nas suas Lives.

Valeska Bruzzi
@valeskabruzzi

MÉTODO V3A

Pense de que forma você vai criar o seu projeto V3A, elabore-o em detalhes e coloque-o em prática.

Elabore um projeto para cuidar dos seus atuais clientes. Exemplo: mandar um cupom com R\$10 OFF, mandar uma mensagem perguntando se gostou do produto/serviço, etc.

Valeska Bruzzi
@valeskabruzzi

Pense de que forma você pode vender o seu produto/serviço contando uma história e escreva a legenda aqui. Se possível, não esqueça de colocar o preço do seu produto/serviço.

MOSTRANDO OS SEUS TROPEÇOS

Liste 4 situações nas quais você errou ou não atingiu o que esperava e pense de que forma essas situações podem inspirar seus seguidores e fazer com que sintam que não estão sozinhos nas frustrações da vida.
(Lembre-se que esse problema precisa já estar resolvido ou em processo de resolução para você não comprometer sua marca pessoal e credibilidade)

Valeska Bruzzi
@valeskabruzzi

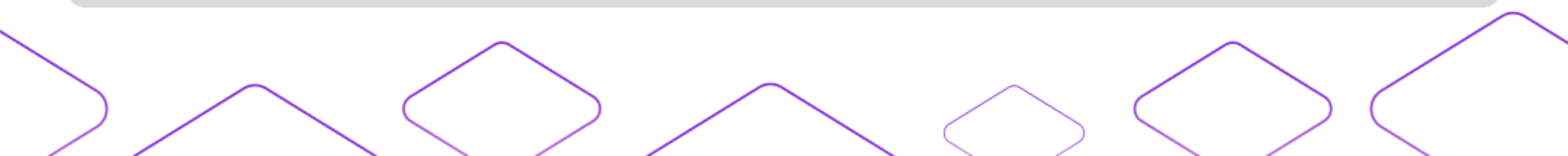
LEADS

Pense de que formas você poderia criar uma lista de Leads. O que você vai oferecer para a pessoa estar disposta a passar os dados dela para você? Escreva suas ideias abaixo.

RELACIONAMENTO COM SEUS CLIENTES

Quantos clientes você tem hoje? _____

Você está fazendo um bom atendimento? Está informando as novidades? Está entrando em contato para saber se esses clientes precisam de algo e dando a atenção que ele merece? Escreva 5 coisas que você pode fazer para agradar os seus clientes atuais:



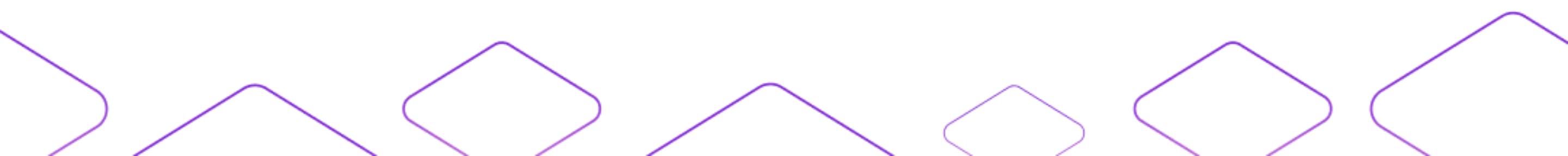
UPSELL E DOWNSELL

O que você poderia oferecer de mais barato para seus clientes para que ele possa entrar na sua esteira de produtos?

O que você poderia oferecer de mais exclusivo e personalizado para os seus melhores clientes?

REPOST ÚTIL

Anote 3 perfis que você tem a intenção de ser repostada e pense de que forma esse repost pode ser útil para você também. Escreva as ideias aqui embaixo:



BRANDING E POSICIONAMENTO

Quais são as características e elementos de uma pessoa poderosa?

Que mensagem a sua imagem atual transmite à sua audiência?

O que você pode mudar na sua imagem pessoal para se sintonizar com a imagem que você quer passar?

Valeska Bruzzi
@valeskabruzzi

A VOZ DA SUA MARCA

Se sua marca fosse uma pessoa, como ela se portaria? Circule abaixo as palavras que a descrevem melhor:

CHEIROSA
IMEDIATISTA
DEBOCHADA
CRIATIVA
ESPERTA
COMPROMETIDA
CONFUSA
IMPLICANTE
MARCANTE
ANIMADA
DESCONFIADA
RECEOSA
TÍMIDA
CORAJOSA
REGULAR
SÁBIA
AMIGÁVEL
METÓDICA
DISCRETA

AUDACIOSA
CALMA
CORAJOSA
ENGRAÇADA
AGRESSIVA
RESISTENTE
PRESTATIVA
MADURA
DESTEMIDA
PONTUAL
MEDROSA
DIVERTIDA
DESBOCADA
FOCADA
SIMPÁTICA
SÉRIA
IMPULSIVA
LEVE
FALANTE

COLORIDA
ANTENADA
INOVADORA
INTROSPECTIVA
EDUCADA
DIFERENTE
SOBRIA
IMPACTANTE
ARRUMADA
ELEGANTE
CONSTANTE
LIVRE
TENTADORA
DESPOJADA
JOVEM
INTELIGENTE
PÉ NO CHÃO
SEGURA

Quais são as imagens, pessoas famosas, objetos, símbolos ou até mesmo locais que simbolizam para você cada uma das 5 características acima?

SÍMBOLOS/OBJETOS/LOCAIS

QUALIDADE 1

QUALIDADE 2

QUALIDADE 3

QUALIDADE 4

QUALIDADE 5

Valeska Bruzzi
@valeskabruzzi

STORIES

Pense em lugares da sua casa que seriam bons cenários para você gravar seus stories e tirar suas fotos no feed. Avalie suas últimas 6 postagens e anote todos os pontos que você acredita que poderia melhorar.

REELS

O que te atrai enquanto consumidora e enquanto audiência?
Veja no Instagram e em outras redes quais são os títulos dos vídeos que chamam a sua atenção e te deixam curiosa para assistir. Anote-os aqui embaixo e adapte-os para a sua realidade:

Valeska Bruzzi
@valeskabruzzo

LINHAS EDITORIAIS

TEMÃO - 70% DO SEU CONTEÚDO:

Qual é o seu assunto principal, seu grande objetivo com seu perfil?

TEMA - 20% DO SEU CONTEÚDO:

Qual é o seu assunto auxiliar, aquele que te ajudar a desenvolver seu tema principal?

TEMINHA - 10% DO SEU CONTEÚDO:

Quais são os conteúdos que vão te ajudar a se conectar com a sua audiência?

Valeska Bruzzi
@valeskabruzzi

STORYTELLING

Qual é a narrativa que você costuma contar da sua história?

O que te levou a fazer o que faz e ser quem você é hoje?

Quais desafios você superou? Quais sonhos você busca alcançar?

Poste nos stories, no feed e nos destaques. Lembre-se que contar a sua história nunca é demais, pois tem sempre gente nova chegando no perfil.

Desenvolva outras narrativas que você pode fazer para que as pessoas se mantenham curiosas, conectadas e torcendo por você.

Valeska Bruzzi
@valeskabruzzi

COLABORAÇÕES

Anote 5 perfis que possam contribuir e postar em conjunto com você no seu feed.

DESTAQUES

Os seus destaques são úteis? Eles fazem seus seguidores entenderem melhor quem você é, a transformação que promove, o que você faz e vende?

Caso a resposta seja não, defina o que é importante estar lá e reorganize. Anote aqui embaixo quais destaques são interessantes para você ter no seu perfil e todas as informações importantes que devem ser colocadas em cada um deles.

Vá até o seu perfil e caso tenha algum destaque desatualizado, atualize-o.

Valeska Bruzzi
@valeskabruzzo

RECICLAGEM DE CONTEÚDOS

Anote 10 posts que você pode reciclar no seu perfil e escreva quais mudanças terão em cada post.

ORGANIZAÇÃO DA AGENDA

Monte o seu calendário editorial para a próxima semana.

SÓ MOSTRE AQUILO QUE SEUS CLIENTES PODEM VER

Quem são as pessoas que você imagina que te julgariam?

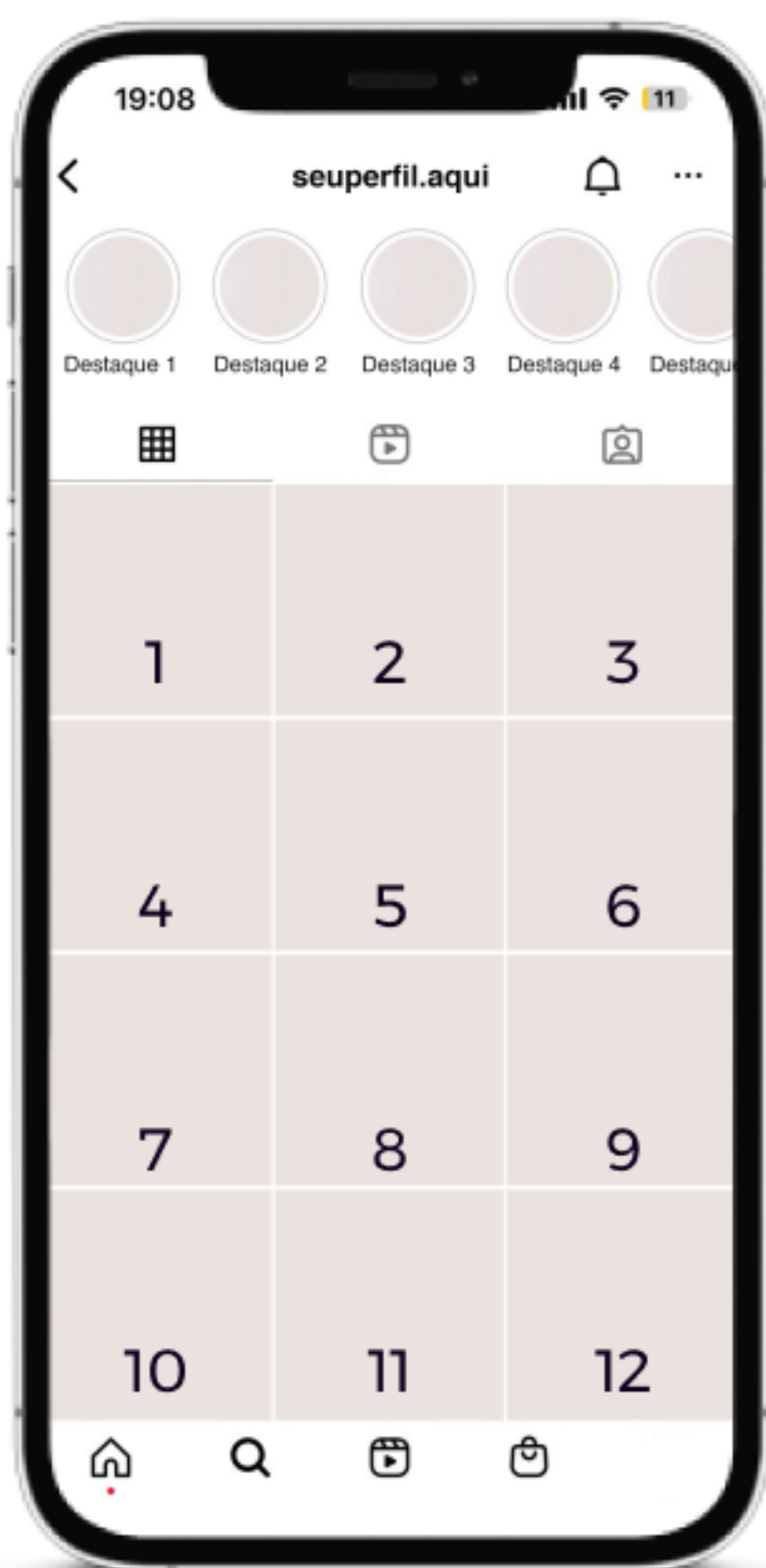
Quais seriam os julgamentos?

Que tipo de postagem você acha que seus clientes não gostariam de ver, ou não despertaria admiração?

Valeska Bruzzi
@valeskabruzzi

Que obstáculos profissionais você já superou e poderia compartilhar com sua audiência para gerar conexão?

Se coloque no lugar de um cliente imaginário e responda: o que ele acharia de cada um dos seus últimos 12 posts do seu feed (pessoais e profissionais)?



- 🥰 CLIENTE AMOU
- 😊 CLIENTE ACHOU BOM
- 😐 CLIENTE ACHOU MÉDIO
- 😞 CLIENTE ACHOU RUIM
- 😬 CLIENTE PENSOU "AFF"

ANOTAÇÕES

ANÁLISE DE MERCADO/TENDÊNCIAS

Quem são as 3 principais referências da sua área no:

INSTAGRAM

YOUTUBE

TIKTOK

Quais são os tipos de conteúdos que eles fazem no:

INSTAGRAM

YOUTUBE

TIKTOK

ANÁLISE DE MERCADO/TENDÊNCIAS

Qual é a frequência de postagem no:

INSTAGRAM

YOUTUBE

TIKTOK

Como é a interação deles com a audiência no:

INSTAGRAM

YOUTUBE

TIKTOK

ANÁLISE DE MERCADO/TENDÊNCIAS

Envie uma mensagem (com outro perfil) simulando ser cliente para saber como é a abordagem que eles utilizam no:

INSTAGRAM

YOUTUBE

TIKTOK

O que você sente falta nesses perfis?

INSTAGRAM

YOUTUBE

TIKTOK

Agora, analise minuciosamente essas e outras questões abaixo e tome notas:

Qual a estética que eles utilizam?

Há cores predominantes?

Como eles se apresentam pessoalmente?

Mostram intimidade?

Postam temas também pessoais?

Produzem conteúdo de valor para a audiência?

Utilizam mais fotos, textos ou vídeos?

QUADROS

Escreva 3 quadros que você pode criar com a sua audiência para aumentar o seu engajamento.

Agora, que você já criou os quadros, defina os dias fixos da semana para fazer cada quadro.

Valeska Bruzzi
@valeskabruzzi

CADERNO DE EXERCÍCIOS

100 PASSOS  5.0

DÚVIDAS?

Pergunte na nossa comunidade clicando aqui:

[COMUNIDADE 100 PASSOS 5.0](#)

Ou mande um e-mail:
alunas@100passos.com

Valeska Bruzzi
@valeskabruzzi