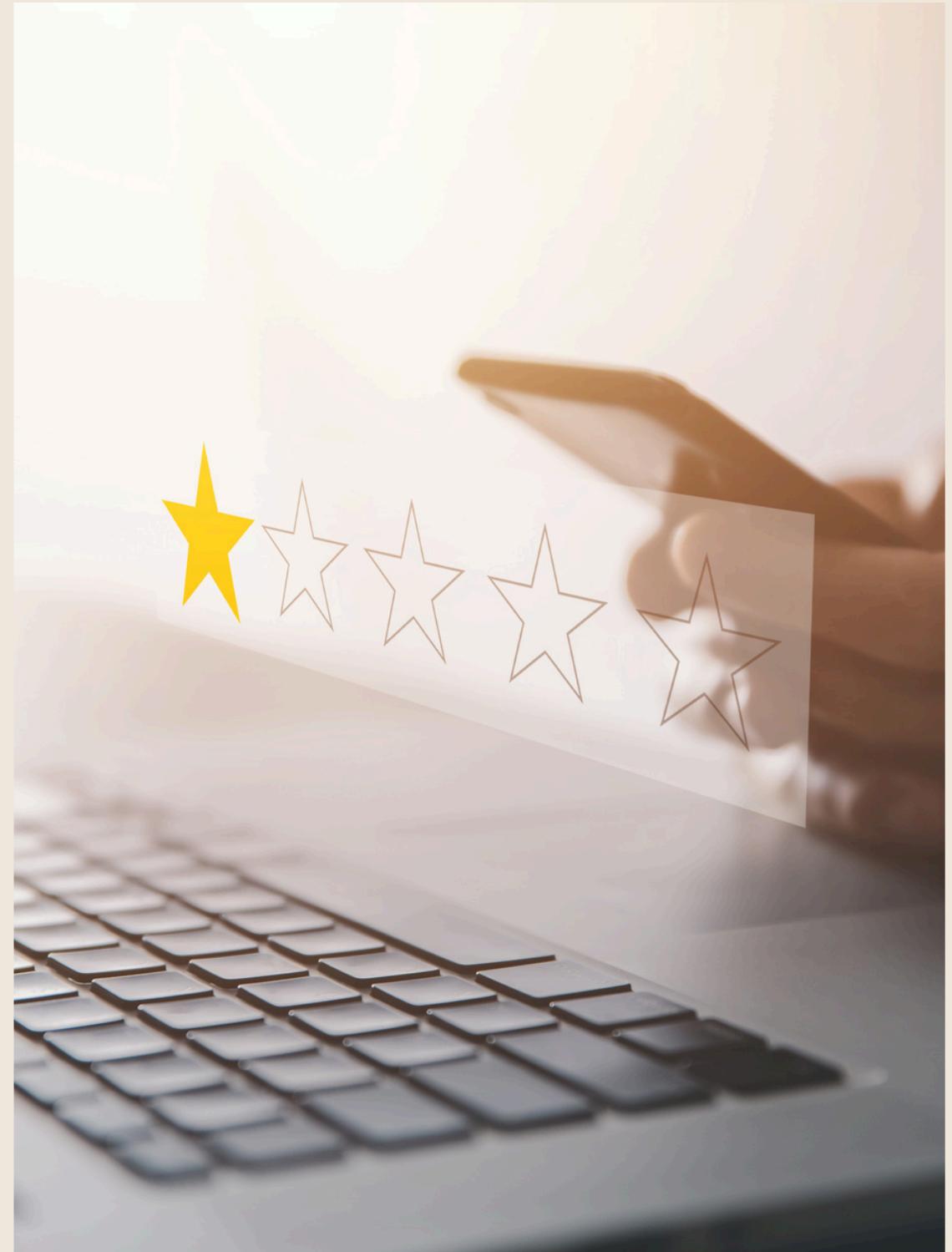




Aula 19/06/2024

# Conteúdo a partir de feedback



# Além do print

Você sabe que a venda é muito mais fácil quando tem outra pessoa, além do dono, falando bem do produto né?

Mas o depoimento por si só não funciona como conteúdo. Precisamos ter uma história por trás ou criar uma história a partir do que o cliente escreveu.



# Somente o print

---

É claro que ter o print do feedback do cliente é melhor do que não ter nenhum feedback.  
Mas você já parou de rolar a tela, ou de fazer o que estava fazendo, para ler um print de depoimento?

Não, né?  
Nem eu.  
Nem o seu cliente.

Por isso que a gente precisa usar a primeira tela do post ou do story, ou os primeiros segundos do vídeo, para chamar atenção e fazer a pessoa parar pra ver aquele conteúdo.

# Depoimento em áudio

---

Além dos formatos em si (story, carrossel, estático e vídeo), tem diversas formas de você criar um conteúdo com um depoimento.

Uma opção bem criativa para usar depoimentos em áudio é assim:

<https://www.instagram.com/p/C710GuxuVvV/>

Dei play na tela e gravei o áudio. Depois, filmei a tela que mostrava a planilha que ele estava citando no áudio. Usei o aplicativo Inshot (versão gratuita) para colocar o áudio do meu cliente: é só adicionar áudio e selecionar a opção de extrair áudio de um documento do seu celular (no meu caso o vídeo).

Fica bem legal, né?

# Gatilho de curiosidade

---

Como estamos falando sobre um dos gatilhos mentais, o da prova social, não poderíamos deixar de trazer mais gatilhos pra aula, né?

O gatilho da curiosidade é o mais utilizado! Tem que ver se o seu cliente gosta, mas costuma funcionar super bem. Um exemplo legal é esse aqui:

[https://www.instagram.com/p/C5TEoInge08/?img\\_index=1](https://www.instagram.com/p/C5TEoInge08/?img_index=1)

Você traz poucas informações na capa, mas foca no que a sua cliente mais quer. Nesse caso: resultado prático com poucas aulas. Os depoimentos que os clientes colocam faturamento são os melhores!

# Desejos subjetivos

---

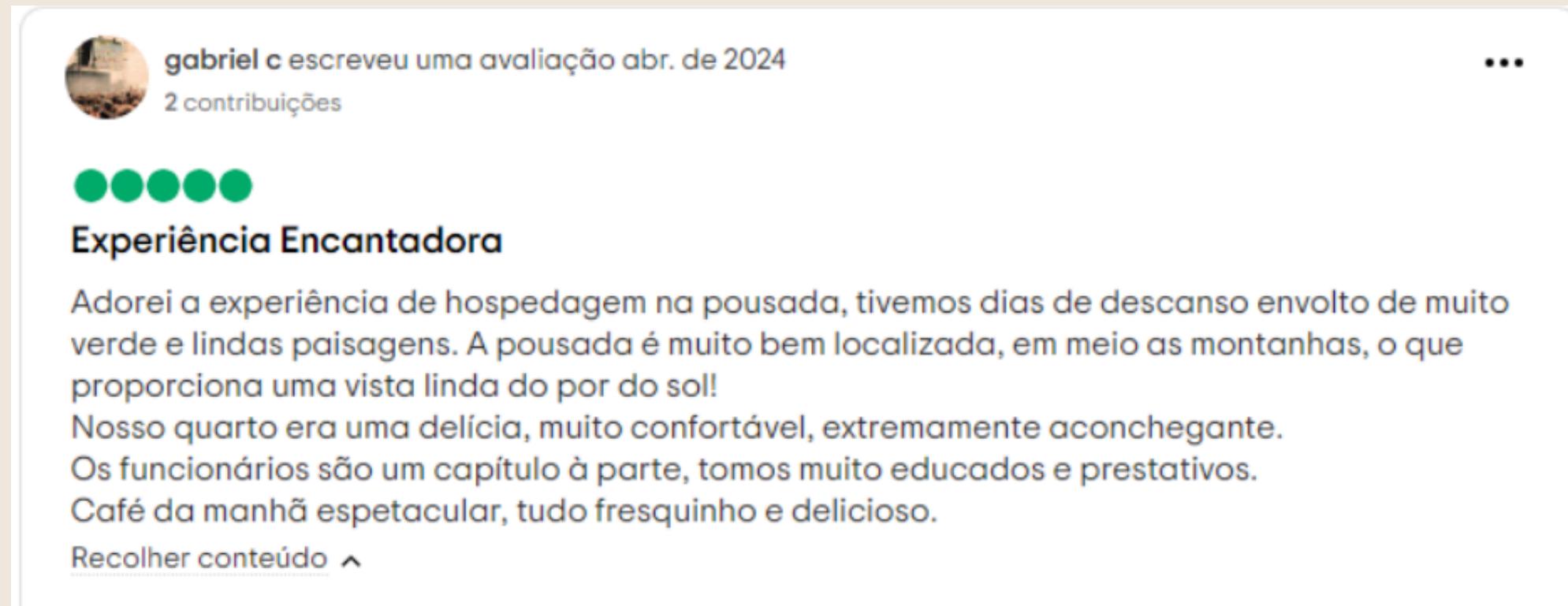
Mas não é todo nicho que tem esse apelo de faturamento né! Pode ser que no caso do seu cliente, o desejo dos clientes dele seja trabalhar menos. Ter mais tempo livre.

Ou como no caso dessa Pousada que é nossa cliente: os hóspedes desejam sair da rotina e entrar em contato com a natureza.

Para esse desejo mais subjetivo, criamos uma narrativa assim:

# Pôr do sol

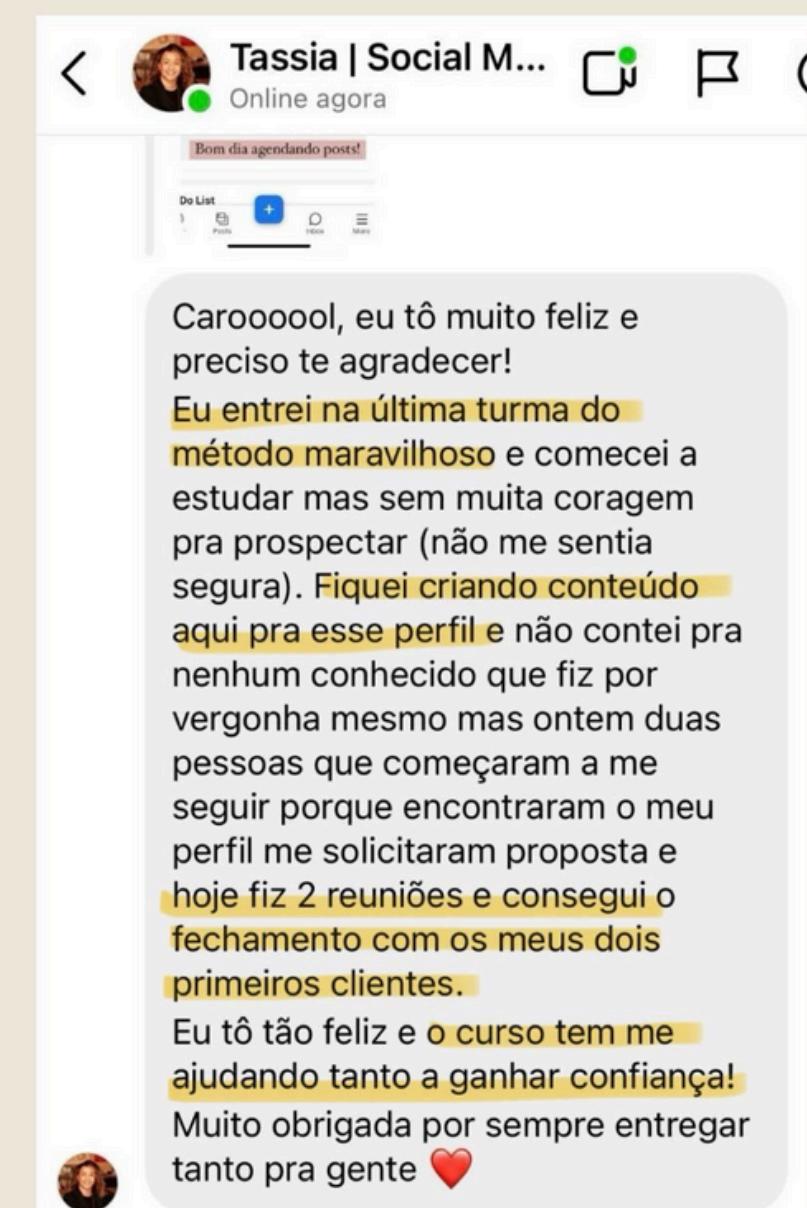
- Capa: Qual foi o pôr do sol mais lindo que você já viu? - texto stories com foto
- Card 2: O nosso favorito é o que vemos todos os dias aqui na Pousada. E não somos só nós que gostamos da vista. O Gabriel também gostou muito - texto stories com foto
- Card 3: feedback + fundo com foto
- Card 4: Incrível, né? Que tal conferir ele de pertinho? - fundo com foto
- Card 5: Faça sua reserva pelo link da bio e conheça o lugar que deixa todos os hóspedes apaixonados! - fundo com foto



# Destaques

Aqui vou abordar dois temas: tanto os destaques do perfil em si, quanto dar uma dica de destacar algumas partes do texto.

Vamos falar sobre destacar o texto primeiro:



# Destaques

---

Sobre colocar nos destaques em si, vou abrir o meu perfil pra mostrar pra vocês como fazer a narrativa de venda de um produto com feedbacks no meio.

# Desafio

- Colocar 1 feedback por semana no calendário do cliente e criar posts com narrativa, não somente o print do feedback.

