

EXERCÍCIO PRÁTICO CRIAÇÃO DE HEADLINES

CRIAÇÃO DE HEADLINES

INTRODUÇÃO

As headlines são fundamentais para capturar a atenção do público e incentivá-lo a continuar lendo ou assistindo. Uma boa headline combina unicidade, utilidade, urgência e ultraespecificidade, alinhando-se ao público e ao contexto. Este exercício ajudará você a criar headlines impactantes para diferentes situações.

ESTRUTURA DO EXERCÍCIO

Parte 1: identificação de elementos-chave

- 1** Liste três problemas ou desejos específicos que o público-alvo de um produto ou serviço enfrenta.

Exemplo:

- “Dificuldade em economizar dinheiro”
- “Falta de tempo para exercícios”
- “Desejo de aprender um novo idioma rapidamente”

- 2** Para cada problema ou desejo listado, associe um benefício que a solução oferecida proporciona.

Exemplo:

- “Economize dinheiro facilmente com um plano simples”
- “Treine por 10 minutos e alcance resultados visíveis”
- “Domine um idioma em 30 dias com aulas práticas”.

Parte 2: criação de headlines

- 1** Escolha dois dos tipos de headlines apresentados (ex.: curiosidade e transformação).

- 2** Com base nos problemas e benefícios listados, crie três headlines para cada tipo escolhido:

- Público frio, morno e quente.

Exemplo:

- Curiosidade (Público frio): “Você está desperdiçando dinheiro sem perceber?”
- Transformação (Público quente): “Você está a um passo de dominar seu novo idioma.”

Parte 3: ajuste e aperfeiçoamento

1 Analise cada headline criada no exercício anterior para garantir que atendam aos “quatro Us”:

- **Unicidade:** a headline é única e se destaca?
- **Utilidade:** ela apresenta um benefício claro?
- **Urgência:** há um motivo para agir agora?
- **Ultraespecificidade:** os resultados ou promessas são detalhados?

2 Reescreva as headlines que não atenderem a pelo menos três desses critérios.

RESULTADO DO EXERCÍCIO

1. Lista final com seis headlines (três para cada tipo escolhido).
2. Indicação clara do público-alvo (frio, morno ou quente) para cada headline.
3. Destaque dos “quatro Us” presentes em cada headline.

CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO

1. Clareza: fácil de entender e atraente.
2. Conformidade: segue o tipo de headline escolhido.
3. Quatro Us: atende a pelo menos três critérios (unicidade, utilidade, urgência, ultraespecificidade).
4. Alinhamento: ajusta-se ao público-alvo (frio, morno, quente).
5. Criatividade: ideias originais e destaque.

DICAS

1. Use números e prazos específicos para reforçar a ultraespecificidade.
- Exemplo: “Aprenda inglês em 30 dias sem sair de casa.”
2. Evite jargões complexos; seja direto e claro.
3. Insira um benefício claro para o público em cada headline.
4. Revise sempre para eliminar promessas vagas ou genéricas.
5. Teste suas headlines em diferentes contextos para observar qual gera mais impacto.

Com esse exercício, você praticará a criação de headlines persuasivas, aprendendo a capturar a atenção e motivar ações do público em diferentes cenários.