



Aula 24/01/2023

Curadoria de Conteúdo

Maravilhosa Ltda.



Curadoria: o que é?

Curadoria é um tipo de pesquisa mais prática, que coleta referências de conteúdos e inspirações que fazem sentido para o cliente.

Em um mundo digital saturado de dados, a curadoria desempenha um papel crucial na filtragem e entrega de conteúdo significativo, economizando tempo e fornecendo uma experiência mais personalizada aos usuários.



Para que serve?

O objetivo da curadoria é melhorar a experiência do usuário, economizar tempo e agregar valor.

A curadoria faz com que todas as informações relevantes sobre determinado tema estejam em um perfil. Por exemplo: um perfil sobre skincare com uma boa curadoria de conteúdo não tem só os produtos da marca, mas também novidades e tendências do mercado, matérias sobre X famosa que compartilhou um segredo da rotina, etc. Tudo que a cliente dela acha relevante sobre o tema, estará lá.

Assim, você faz com que o seu cliente economize tempo (pois ele acessa somente 1 perfil) e você, social media, também economiza tempo! Com a curadoria, você não precisa criar um tema do zero, você pesquisa algo do universo do cliente e cria um conteúdo a partir daquilo. Maravilhoso para os dois lados!

Para que serve?

E o valor agregado é pela quantidade e densidade de informações compartilhadas. A curadoria de conteúdo evita que um perfil se torne panfletagem de venda de produtos (principalmente) ou serviços.

Porém, é essencial ter um equilíbrio para que o perfil ainda tenha a personalidade do dono e não vire só aquele tipo de perfil que compartilha vídeos alheios.

Ao compartilhar um material de outra referência, além de dar os créditos, é essencial que você coloque a opinião do dono do perfil (seu cliente) ali no conteúdo.

Benefícios práticos

- Economia de tempo para a audiência.
- Criação de uma experiência mais personalizada.
- Fortalecimento da identidade da marca.
- Aumento do engajamento.



Etapas essenciais

1. **Pesquisa:** Encontre fontes confiáveis e relevantes.
2. **Seleção:** Escolha conteúdo alinhado aos interesses da audiência.
3. **Organização:** Estruture o conteúdo de forma coerente.
4. **Apresentação:** Adicione contexto e valor ao compartilhar.

Por onde fazer?

- Portais de notícias. Ex: The News e portal do Paulo Cuenca.
- Ferramentas de análise de tendências. Ex: Google Trends.
- Perfis específicos sobre cada nicho. Ex: canal de transmissão do diretor do Instagram (Adam Mosseri).



Crie um swipe file

Nome chique para banco de dados!
hahahaha Eu amo esse nome!

Assim, você terá acesso fácil a tudo que
achou interessante (gosto de separar por
cliente) na hora de montar o calendário,
criar legendas, etc.



Exemplo:

Um exemplo prático de curadoria de conteúdo seria uma social media que gerencia as redes sociais de uma marca de moda.

Nesse contexto, você pode selecionar e compartilhar não apenas os produtos da marca, mas também tendências, dicas de estilo, entrevistas com designers renomados e até mesmo conteúdo gerado pelos usuários que destaque a experiência autêntica dos clientes com os produtos.

Fora do nicho, também é possível fazer curadoria! Por exemplo: você pode ver um vídeo de maquiagem que tem um formato super bacana e adaptar para a sua cliente de moda.

Fique atenta às mudanças

- Acompanhe as tendências do mercado.
- Atualiza-se constantemente sobre interesses da audiência. As caixinhas de perguntas e comentários dos posts são ótimos lugares para isso!
- Seja flexível na estratégia, ou seja: passe um conteúdo pra frente ou faça um overdelivery para entregar um timing post para o seu cliente.

Elabore uma narrativa coesa

TODO conteúdo, principalmente os que falam de pautas quentes e temas em alta, precisam estar alinhados com a identidade da marca.

Trago sempre esse exemplo da Budweiser pelo fato de uma marca desse tamanho ter cometido um erro tão básico... O que mostra que está tudo bem errado, que acontece. Mas que isso tem graves consequências, dependendo do nível do erro.



Caso Budweiser

Para quem não acompanhou a situação na época, a Budweiser contratou uma mulher trans (me perdoe se tiver errado, mas é uma pessoa que nasceu homem e se identifica como mulher) para a campanha de rebranding da marca.

Até aí, tudo perfeito. O problema é que os clientes da Budweiser são americanos tradicionais e ela é a cerveja mais vendida no Texas, um estado americano extremamente conservador. Não vamos discutir se eles estão certos, óbvio que o preconceito não deve ser incentivado. Mas quando falamos de empresa, cito o professor Ricardo Poli:

"Marketing não questiona, marketing entende e atende."

Cuidado com as trends

Ao fazer uma curadoria, pense no que o cliente do seu cliente gosta e acha importante.
Não traga pautas que ele discorda só para gerar polêmicas.

Polêmicas mal usadas afundam uma marca e trazem prejuízo financeiro ao seu cliente e a você, que provavelmente será demitida. Tome bastante cuidado com o que deseja abordar, sempre peça autorização do cliente e não caia na tentação de abordar uma pauta só porque está na moda.

A moda passa, as contas ficam.

Desafio

- Fazer curadoria de conteúdos para o seu perfil! Sem desculpa pra não ter conteúdo, hein?
 - Envie no nosso grupo do Telegram as referências que você mais gostou!

