VIVER DE BLOG

STORYTELLING

COMO CONTAR HISTÓRIAS INESQUECÍVEIS QUE SE VENDEM PRATICAMENTE SOZINHAS

O QUE É STORYTELLING E QUAL A SUA IMPORTÂNCIA PARA SEU NEGÓCIO

STORYTELLING É UMA DAS FORMAS MAIS PODEROSAS DE DAR VIDA A SUA MARCA, SENDO UM DOS PRINCIPAIS COMPONENTES DE UMA ESTRATÉGIA DE MARKETING DE CONTEÚDO.

Uma boa história é autêntica, criativa, faz uma conexão emocional e pessoal, inspira ação e leva o público a uma viagem com a marca.

Storytelling é a mais antiga forma de passar conhecimento e grande parte da forma como olhamos para o que gostamos de chamar de fatos é influenciada por histórias e pela forma como as interpretamos.

Qualquer meio pode ser utilizado para contar uma história, incluindo blogs, filmes, canais sociais e multimídia. Cada meio provoca uma reação diferente em seu público, por isso, as histórias devem ser adaptadas. A chave do sucesso é saber qual história contar em qual meio.

TODOS QUEREM CONTEÚDO MULTIMÍDIA

Comunicados de imprensa que contém multimídia tem 77% mais respostas em comparação a lançamentos contendo somente textos.

Posts de blogs com vídeo tem 3x mais links do que posts contendo apenas textos.

NINGUÉM LÊ

79% das pessoas “varrem” a web ao invés de ler palavra por palavra.

79%

TODOS ESTÃO OCUPADOS

Profissionais gastam 51% do seu tempo gerenciando informações ao invés de agir sobre elas.

90% dos profissionais pesquisados admitem terem jogado fora informações importantes.

MARKETING É BARULHENTO

O número de anúncios veiculados na internet, em 2012, foi de 5.3 trilhões de dólares.

Estima-se que as pessoas veem 5000 mensagens de marketing por dia.

A INTERNET ESTÁ LOTADA DE OPÇÕES E RUÍDO

O Google realiza 700.000 buscas a cada 60 segundos.

COMO AJUDAR SEU CONTEÚDO A SE DESTACAR E PASSAR POR CIMA DO EXCESSO DE INFORMAÇÕES?

Enquadre sua mensagem como uma história

79% das pessoas apenas visualiza, mas não lê artigos na web. Enquadre a mensagem de sua marca como uma história. Não se esqueça de um título forte e convincente para garantir que seu público-alvo leia cada palavra.

Faça sua marca memorável

Assim como autores fazem personagens memoráveis, você pode fazer o mesmo para a sua empresa. Para fazer com que sua marca se destaque, pense nela como um personagem. Descreva sobre o que é a sua empresa e torne-a apresentável.

Mostre, não apenas conte

Este é o clássico conselho para Storytelling. Utilize conteúdos multimídia para mostrar sua história ao seu público.

AS 6 HISTÓRIAS MAIS EFICAZES PARA CRIAR UMA RÁPIDA CONEXÃO COM SEU PÚBLICO

1 JORNADA DO HERÓI

① Vida normal até que surge o chamado para a aventura;
② Resistência ao chamado;
③ Encontra com o mentor e aceita a missão;
④ Enfrenta diversos problemas e obstáculos;
⑤ Prepara-se para uma grande mudança;
⑥ Supera os desafios;
⑦ Retorna à vida normal e inspira os demais.

2 INIMIGO PÚBLICO COMUM

① Se você não é um dos nossos, então você está contra nós;
② Os segredos que "eles" não querem que você saiba;
③ Não é sua culpa... (mesmo que talvez seja!);
④ Você, claramente, não é um deles.

3

A JORNADA DO IDIOTA

① Comece antes com a sua luta e dificuldades;
② Lembre-se de como era no início, antes de você saber o que você sabe;
③ Seja autêntico e não tenha vergonha de mostrar seus erros e tropeços;
④ Incentive os outros a fazer mais;
⑤ Mas nem sempre foi assim...

4

DO FRACASSO A FAMA

① Você tinha um problema específico;
② Talvez até não era assim antes, mas algo no caminho aconteceu;
③ Você fez uma descoberta;
④ Essa descoberta revolucionou sua vida, mesmo você sendo uma pessoa comum;
⑤ Agora, quero mostrar como você também pode sair do fracasso e ir para a fama.

5

HERÓI POR ACIDENTE (OU HERÓI RELUTANTE)

① Você tinha um problema e descobriu como resolvê-lo;
② Ajudou alguns amigos e eles espalharam a mensagem;
③ Muitas pessoas começaram a pedir sua ajuda;
④ Você é uma pessoa comum, como elas, também apresentando falhas.

6 NÓS SOMOS PARECIDOS

① Eu sou bastante parecido com você (eu entendo você);
② Tenho os mesmos sonhos e medos;
③ Como eu encontrei a solução;
④ Porque eu decidi compartilhar a solução com todos.

AS 17 MELHORES REGRAS DA PIXAR PARA CRIAR HISTÓRIAS INESQUECÍVEIS

1

Um personagem deve se tornar admirável mais por suas **tentativas** do que pelo seu sucesso.

2

É preciso ter em mente o que é interessante para o **público**, não para você. As duas coisas podem ser bem diferentes.

3

As melhores ideias aparecem depois de várias iterações. **Então reescreva.**

4

Era uma vez
um/uma________.
Todo dia,___________.
Um dia, então,_________.

Por causa disso, ________.
Por causa disso, ________.
Até que, finalmente,
____________.

5

Crie o seu **final** antes de saber como será o **meio**. Finais são difíceis, comece a pensar nisso o quanto antes.

6

Termine sua história, deixe-a fluir mesmo que não esteja perfeita. Em um mundo ideal você possui os dois, mas siga em frente. **Faça melhor da próxima vez.**

7

Quando você tiver um **“branco”**, faça uma lista do que não pode acontecer em seguida. Muitas vezes, o material para continuar a história aparece neste momento.

8

Separe as histórias que você gosta. O que você gosta nelas faz parte de você. É preciso **reconhecer essas características** antes de utilizá-las.

9

Colocar no **papel**

permite que você comece a consertar as falhas. Se deixar em sua cabeça, **uma ideia perfeita**, você nunca a compartilhará com ninguém.

10

Ignore a **1ª** ideia que vier a sua cabeça. E a **2ª, 3ª, 4ª, 5ª**. Tire o óbvio do caminho. **Surpreenda a si mesmo.**

11

Crie personagens com **fortes opiniões e visões de mundo.** Ser passivo ou maleável pode parecer bom enquanto você escreve, mas é como um veneno para o **público.**

12

Por que você precisa contar **essa história?** Por que ela merece a atenção do público e o faz aplaudí-la? A resposta é o coração da sua história.

13

Se você fosse o seu

14

personagem, nesta situação, como você se sentiria? **Honestidade dá credibilidade** para situações inacreditáveis.

Nenhum trabalho é desperdiçado. Se não está funcionando, deixe passar e siga em frente. A ideia irá voltar quando for útil mais tarde.

15

Coincidências que coloquem seus personagens em problemas são ótimas. **Coincidências** que os colocam fora deles, são **trapaças.**

16

Você deve se **identificar** com situações/personagens, não simplesmente escrever de qualquer forma. O que faz **você** agir desta maneira?

17

Qual a **essência** da sua história? Qual a forma mais curta de contá-la? Se você souber a resposta, pode começar a construí-la a partir daí.

Seu blog com algo a MAIS.

VIVER DE BLOG

Fontes:

1. http://www.ragan.com/Main/Articles/Infographic_Tips_for_effective_storytelling_47181.aspx
2. http://www.socialmarketingforum.net/2013/02/using-storytelling-to-strengthen-your-brand
3. http://marketingcomresultados.com/membros/conversao/storytelling
4. http://www.slideshare.net/powerfulpoint/pixar-22rulestophenomenalstorytellingpowerfulpointslideshare
5. http://contentmarketingexperience.i-scoop.eu/using-storytelling-strengthen-brand/
6. http://wordstrumpet.typepad.com/.a/6a00d8341cb7f353ef017c3424a7a5970b-pi

yupastudio.com