

existe tipos de conteúdo c1 que performam bem.

A lógica é assim

Atenção

Interesse

Desejo

Ação

Promessa

Problema

Causa

Solução

Oferta

Headline

Abertura

Conteúdo

Oferta

Ex:

Promessa.

Você pode fazer promessas de ganho, alívio, segurança, previsibilidade.

EX:

Problema:

Você pode falar de medo, bloqueio, insegurança.

É importante trazer variações desses formatos, traga variações que podem ser utilizadas de diferentes formas: foco maior em promessa, foco maior em problema, foco maior na conversa, storytelling, formato mais conversacional.

aqui são os 4 tipos de variações mais comuns:

Aqui estão as principais características que definem esse estilo de **conteúdo conversacional** que você trouxe:

1. Tom de Voz Próximo e Direto

- Usa 2ª pessoa (“você”) e perguntas retóricas para criar diálogo, como se o leitor estivesse conversando com um mentor.

2. Estrutura Clara em Blocos

- Headline → Abertura (história/empatia) → Revelação do Erro (tensão) → Solução/Benefícios → CTA.
- Essa “espinha” facilita a leitura, mantém o ritmo e conduz naturalmente ao próximo passo.

3. Storytelling Rápido e Visual

- Começa com uma cena concreta que o público reconhece, gerando identificação instantânea antes de apresentar a lição.

4. Empatia + Vulnerabilidade

- Mostra um problema comum (“frustração toma conta”) e humaniza o narrador ao relembrar erros ou momentos de estagnação — isso aproxima e constrói autoridade sem arrogância.

5. Linguagem Colloquial, Mas Precisa

- Frases curtas, palavras simples, interjeições (“respire fundo”, “clique para me seguir”).
- Evita jargões técnicos ou excesso de formalismo, mantendo o texto leve.

6. Gatilhos Psicológicos Integrados

- **Dor → Alívio:** destaca a sensação negativa e logo apresenta a solução.
- **Autoridade Velada:** menciona experiência (“acompanho muitos atletas...”, “10 anos de profissão”) sem ostentar.

- **Prova Social Implícita:** cita outros atletas/pacientes, sugerindo resultados comprovados.

7. Mini-Passos Muito Práticos

- Oferece micro-ações claras (respirar fundo, mapear descanso mental, traçar metas semanais) que dão sensação de progresso imediato.

8. CTA Único e Enxuto

- Sempre direciona para **seguir o perfil** — alinhado às regras de C1 que você já enfatizou — evitando distrações como “comente”, “compartilhe”.


9. Ritmo de Conversa

- Alterna afirmações curtas com perguntas, cria pausas (“Foi exatamente assim que me senti...”) e utiliza ênfases em negrito para guiar a entonação mental do leitor.

10. Transição Suave Entre Contextos

- Embora mude de cenário (arena esportiva → carreira corporativa), mantém o foco no tema central de recuperação/emancipação, conectando ideias por meio de valores (controle emocional, equilíbrio de vida).

Estrutura de Storytelling de Transformação

 *Ideal para conteúdos que criam conexão, posicionamento e engajamento orgânico.*

1. Cena Cotidiana com Dor ou Dúvida (Abertura)

Apresente uma situação realista que represente uma dor, dilema ou sensação de vazio.

 Pode ser:

- Algo que **você viveu**
- Algo que **um cliente relatou**


- Uma história **hipotética inspirada na sua audiência**

 *Exemplo:*

“Lá estava ela, indo para o trabalho mais uma vez. Há 10 anos na mesma profissão. Estável financeiramente, mas com aquele vazio que nem ela sabia explicar...”

2. Desejo Interno ou Inconformismo (Chamada à Mudança)

Mostre o momento em que nasce o incômodo com aquela situação.


 Serve para ativar a identificação do público.

 *Exemplo:*

“Ela queria tanto voltar a sentir aquele brilho nos olhos... Acordar com propósito, não só com obrigações.”

3. Virada Pessoal (Decisão ou Quebra de Padrão)

Revele o ponto de virada: a decisão que inicia a transformação.

 Aqui você mostra sua autoridade emocional e sensibilidade com o tema.

 *Exemplo:*

“Foi esse desejo de reencontro com si mesma que me fez largar a advocacia e buscar uma nova forma de viver e trabalhar.”

4. Aprendizados e Solução (Descoberta do Novo Caminho)

Compartilhe a chave que permitiu a mudança: método, novo olhar, hábitos ou ações práticas.

 Esse é o **coração estratégico** do conteúdo — onde você educa de forma inspiradora.

 *Exemplo:*

“Descobri que não era sobre trocar de profissão. Era sobre reconectar meus valores, talentos e propósito àquilo que eu entregava ao mundo.”

5. Convite ao Leitor (Identificação + CTA)

Finalize com uma **mensagem inspiradora** que valida a audiência e convida à ação — leve, empática e inclusiva.

 *Exemplo:*

“Se você também sente que existe uma nova versão sua querendo emergir, me siga. É aqui que você vai encontrar os passos para viver essa transição com clareza, coragem e propósito.”

Resumo Prático (Template)

css

CopiarEditar

11. 1. [Cena realista com dor ou dúvida]
 12. 2. [Desejo ou inconformismo oculto]
 13. 3. [Decisão de mudar ou momento de virada]
 14. 4. [Aprendizados e nova direção]
 15. 5. [Convite suave para quem se identifica com a história]
-

Dica Final

Esse formato funciona com:

- Histórias pessoais reais
- Depoimentos de clientes (preservando identidade, se necessário)
- Narrativas hipotéticas que representem seu público-alvo

 **Você pode começar assim:**

“Essa pode ser sua história, como já foi a minha... ou a de tantas outras mulheres que chegaram até aqui.”

Se quiser, posso te entregar esse modelo em PDF com espaços para preencher e adaptar — deseja?

1. Conceito Central

Um conteúdo em formato de lista organiza ideias de forma numerada, objetiva e sequencial, tornando a informação fácil de consumir, lembrar e aplicar.

Serve para:

- Ensinar
 - Inspirar
 - Informar
 - Destruar objeções
 - Posicionar autoridade
-

2. Características do Conteúdo em Lista

Elemento	Característica
Clareza	Cada item é direto ao ponto — fácil de entender
Organização lógica	Lista numerada ou com marcadores facilita a leitura e retenção
Escaneabilidade	Leitor pode “bater o olho” e captar a ideia sem ler tudo
Entrega rápida de valor	Cada item entrega um micro-conhecimento ou insight aplicável
Abertura com promessa clara	Começa com um gancho que apresenta o tema e os benefícios da lista
Aplicabilidade prática	Itens acionáveis, que o leitor pode usar ou refletir na hora
Estrutura modular	Pode ser adaptado para reels, carrossel, e-mails, legendas ou blogs
Alta compartilhabilidade	É fácil de salvar, compartilhar e comentar, aumentando o alcance

3. Estrutura Típica de um Conteúdo em Lista

1. **Headline ou Gancho**

- Chama atenção e apresenta o *porquê* da lista.
- Ex: “5 hábitos que estão destruindo sua produtividade sem você perceber”

2. **Mini-introdução (opcional)**

- Contextualiza e gera conexão com a dor ou desejo do leitor.
- Ex: “Você trabalha o dia inteiro e ainda sente que não fez nada? Talvez o problema esteja aqui...”

3. **Lista com 3, 5, 7 ou 10 itens**

- Cada item traz um **insight direto, provocação ou passo prático**.
- Ex:
1. Começar o dia respondendo mensagens
Isso te coloca no modo reativo e tira seu foco do que realmente importa.

4. **Encerramento com CTA suave**

- Pode reforçar a transformação possível ou convidar para seguir.
- Ex: “Quer aprender a criar uma rotina mais leve e produtiva? Me siga aqui.”

4. Tipos de Conteúdo em Lista

Tipo de Lista	Exemplos
Passo a passo (educativo)	“7 passos para se reconectar com sua carreira com propósito”
Lista de erros	“5 erros que te fazem estagnar na carreira sem perceber”
Checklist / Diagnóstico	“Você está pronta para uma transição de carreira? Veja os 6 sinais”
Listas inspiracionais	“3 verdades que toda mulher precisa ouvir antes de desistir de si”
Listas comparativas	“Antes x Depois: 5 mudanças que fiz quando saí do automático”

5. Gatilhos Mentais Presentes

- **Curiosidade:** "3 coisas que ninguém te contou sobre..."
 - **Prova:** "Esses 5 passos já ajudaram mais de 100 mulheres..."
 - **Autoridade:** "O que aprendi em 10 anos de carreira sobre..."
 - **Escassez/urgência:** "Se você está fazendo o item 4, pare agora mesmo."
 - **Organização mental:** Alivia a sensação de confusão e mostra o "caminho"
-