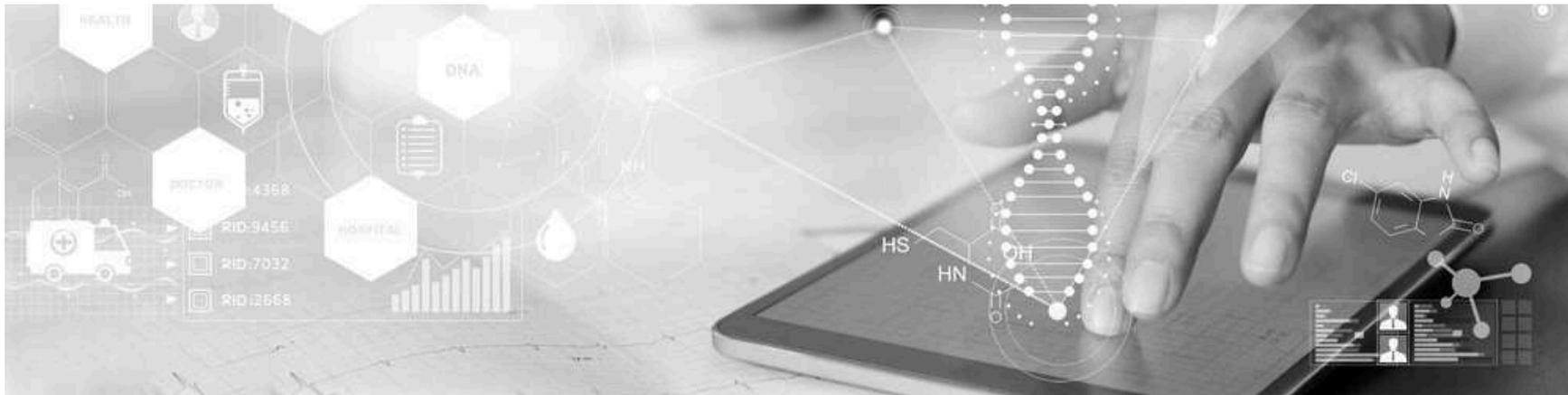


POR EX.

Farma



COMO CRIAR CONTEÚDOS DE FARMA QUE ENGAJAM

Estevão Rizzo para





Estevão Rizzo

LinkedIn



Destrave



nftfy

CONTOS DO
CRIPTO

POR EX.
Farma

Pós-graduado em Marketing e Vendas
19 anos de Experiência como Professor
15 anos de Experiência em Marketing Digital



[linkedin.com/in/estevaorizzo](https://www.linkedin.com/in/estevaorizzo)



estevao@porexemplo.pe



(11) 94606-8020

APRESENTAÇÃO

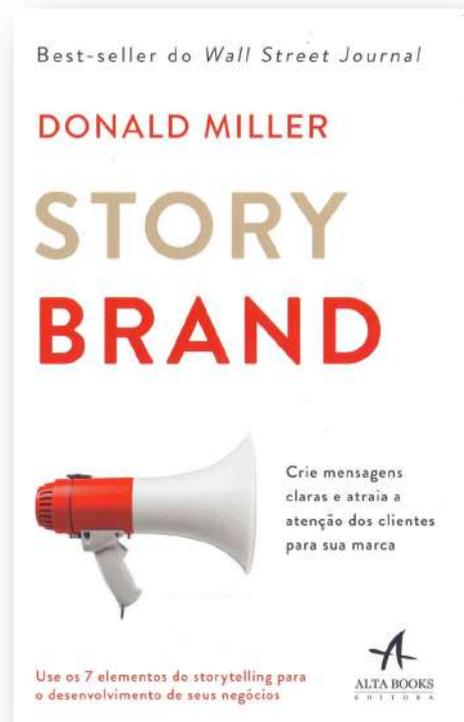
EX.

STORY BRAND

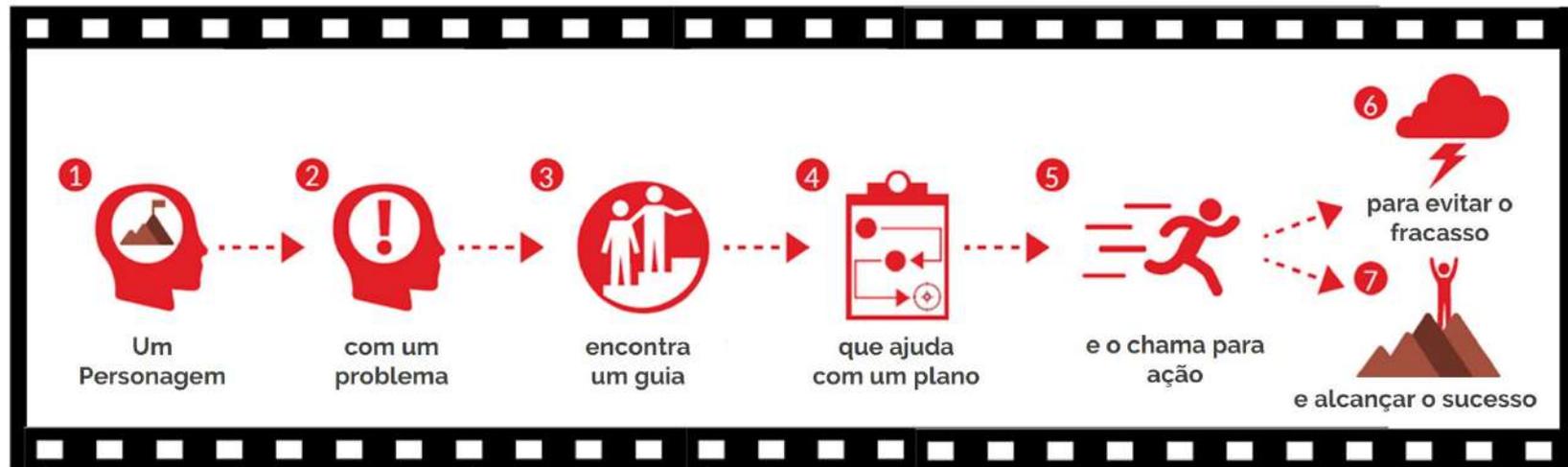
Maior parte dos conteúdos que nos deparamos, só queremos **ignorar** ou consumir o mais rápido possível.

O motivo é simples...

STORYTELLING RUM!!!



STORY BRAND



STORY BRAND

Para criar a história você deve começar fazendo **3 perguntas**:

1 - O que o herói quer? Como vai conseguir o que quer?

O seu cliente (audiência) é o herói, não a sua marca, seu produto ou você!

2 - Quem, ou o que, impede que seu herói consiga o que quer?

Produtos, serviços ou idéias, são "armas" pra vencer o inimigo.

3 - O que está em risco? Qual é o pior que pode acontecer?

Mostrar como o mundo dele pode ser caso ele perca a batalha e como vai ser depois que ele conseguir vencer o inimigo.



STORY BRAND



PONTOS IMPORTANTES - MEMORIZAR

"Contar a sua história é uma forma excelente de falar!"

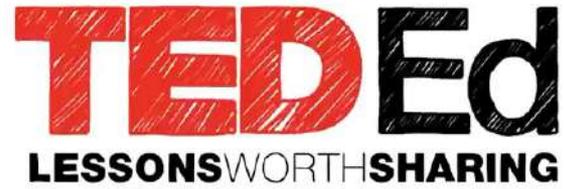
"Ao invés disso, convide o cliente a PARTICIPAR de uma história."

A marca não é o herói, o cliente/audiência é!

O papel da marca é guiar o cliente através dos desafios DELE!

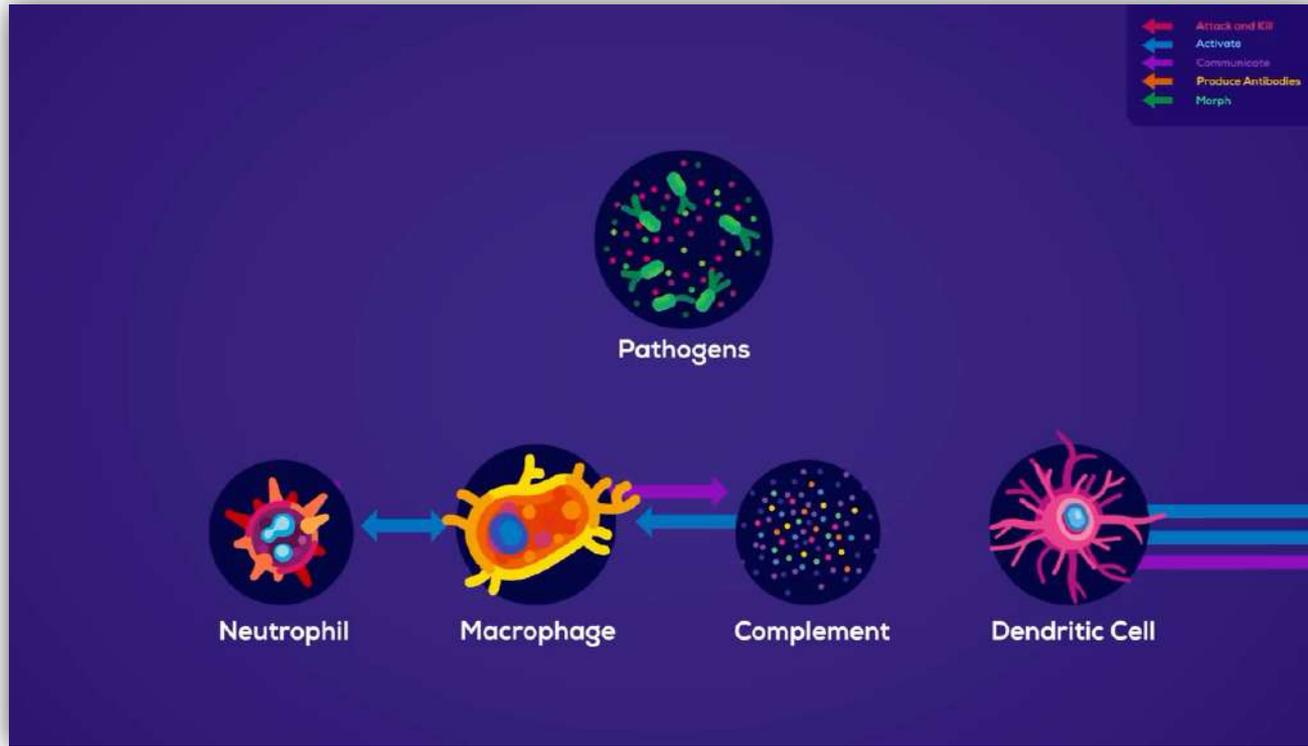


**QUERO VER NA
PRÁTICA!**



EDUCAÇÃO CIENTÍFICA

EX.





TED-Ed •
14,7 mi de inscritos

INSCRITO



It's Okay To Be Smart •
3,99 mi de inscritos

INSCRITO



SciShow •
6,75 mi de inscritos

SEJA MEMBRO INSCRITO



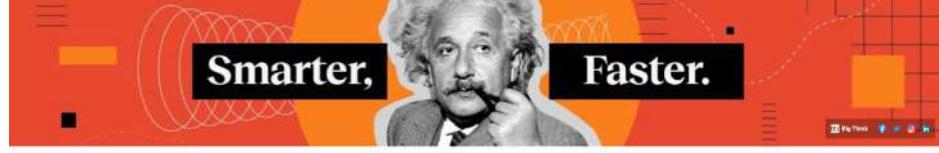
CrashCourse •
12,6 mi de inscritos

INSCRITO



Kurzgesagt – In a Nutshell •
15,9 mi de inscritos

INSCRITO



Big Think •
@bigthink 1,78 mi de inscritos 85 mil de views
Big Think is the leading source of expert-driven, actionable, educational co...

Inscrito

EDUCAÇÃO CIENTÍFICA

EX.

o12min

Comece agora [Entrar](#)

As melhores ideias, no seu bolso!

Faltam poucos segundos para você mudar a sua vida!

COMEÇAR GRÁTIS



 **Blinkist**

For business [Log in](#)

More knowledge in less time

Perfect for curious people who love to learn, busy people who don't have time to read, and even people who aren't into reading.

Start your free trial



Understand books & podcasts in 15 minutes

FACILIDADE DE ACESSO

EX.

Papo de Médico

Grupo Medcof

+ Inscrever-se



Qual residência escolher? Como é a rotina? E o mercado de trabalho? Na dúvida como a gente? Convidamos preceptores e médicos formados pela Residência USP para bater uma papo especial a cerca desses e de outros temas.

6 de jun. de 2023

EP - 7: Papo de Aprovado - A importância de saber o seu tempo de preparação

22 min



Mais episódios

Resultados de episódios



A Pieda do Dia
13 de abr. de 2021

A consulta médica

Com os exames em mãos, o médico fala como será o tratamento do paciente

35 s



CFM Podcast
21 de dez. de 2022

#004 CFM Mundo Médico - A defesa do Ato Médico

CFM Mundo Médico

16 min

FACILIDADE DE ACESSO

EX.

Ideias em Saúde

Dr. Diogo Rodrigues e Dra. Aline Coelho Gonçalves

+ Inscrever-se

Podcast sobre os principais temas sobre saúde com Dra. Aline Coelho Gonçalves e Dr. Diogo Rosa.

6 dias atrás

Tecnologia melhorando a assistência: Experiência da W3.care

EP 78 - Dr. Jamil Cade é o nosso convidado deste episódio. Médico há 20 anos, professor de medicina com doutorado em cardiologia e fundador e CEO da W3.care, log-health-tech...

1 h 4 min



Mais episódios



Human: The World Within

TV Series · 2021- · TV-PG

Episode guide 6 >

All topics



Documentary

Diversas histórias pessoais de todo o mundo revelam como vidas, paixões e objetivos são facilitados pelos vários sistemas complexos do corpo humano.

★ 6.8/10 · 505

☆ Rate

Top credits

+ Add to Watchlist



CASO REAL

EX.



**VAMOS FALAR DE
EXECUÇÃO?!**



COMPRIMENTO E FINALIDADE

Quando planejamos nossa estratégia de vídeo, precisamos definir como vamos trabalhar com os diferentes tipos de comprimentos e finalidades dos vídeos... então vamos a eles!

COMPRIMENTO DOS VÍDEOS



BITE (Mordida) - Curto

Vídeos de rápida comunicação para provocar ou ecoar uma mensagem principal. Até 1 minuto.



SNACK (Lanche) - Médio

Vídeos para transmitir a mensagem principal. Entre 1 e 5 minutos.



MEAL (Refeição) - Longo

Vídeos com a capacidade de criar valor para a marca. Mais de 5 minutos.

FINALIDADE DOS VÍDEOS



Help

O conteúdo de **AJUDA** é produzido regularmente mostrando ao seu público tutoriais.

- Como fazer
- Tutoriais
- Demonstração de Produtos
- Testemunhos
- Cases



Hub

O conteúdo de **COMUNIDADE** explora o interesse pelos conteúdos autorais e regulares do seu canal.

- Opiniões
- Análises
- Entretenimento
- Notícias
- Entrevistas

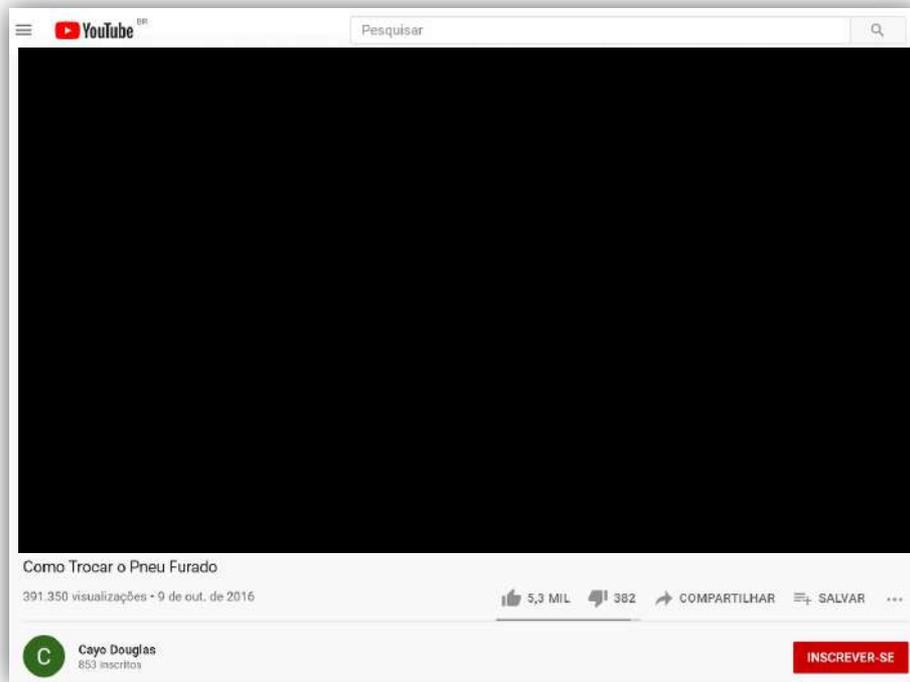


Hero

O conteúdo **HERÓI** é o grande momento do seu canal. O famoso momento "Uau!"

- Convidados Especiais
- Inspiração
- **Polêmicos**
- Coberturas

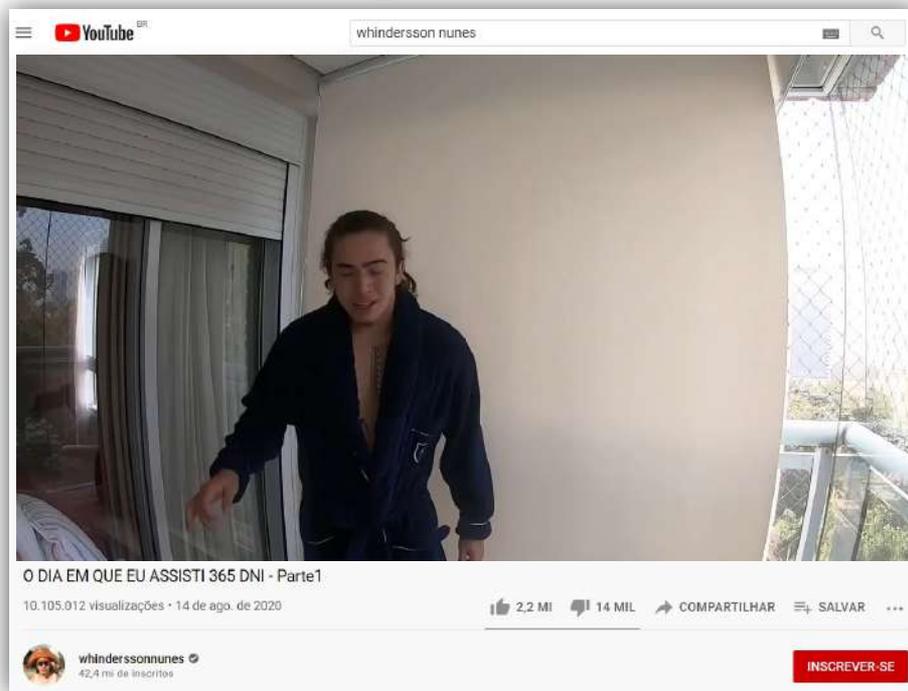
FINALIDADE DOS VÍDEOS



TIRA-DÚVIDAS | **PASSO A PASSO** | TUTORIAIS | DICAS



FINALIDADE DOS VÍDEOS



ENTRETENIMENTO | OPINIÕES | ANÁLISES | TESTES



FINALIDADE DOS VÍDEOS

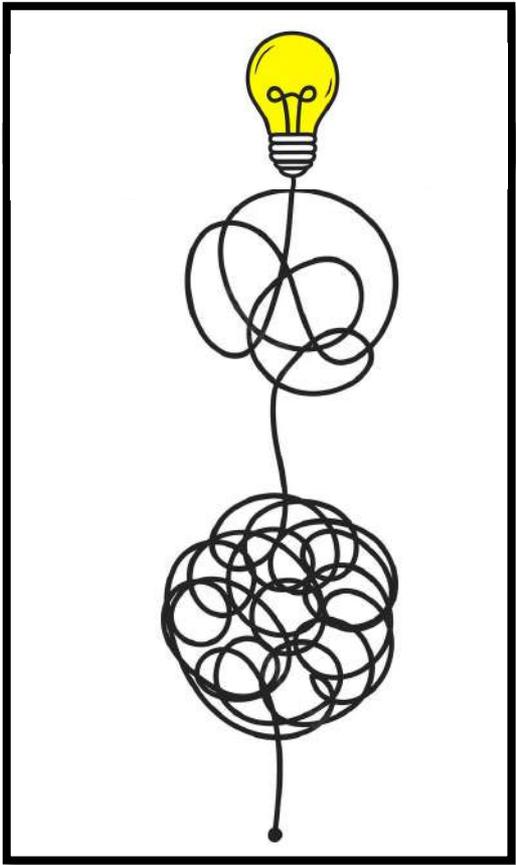


MÚSICA | INÉDITO | POLÊMICO | INSPIRACIONAL



**THE
END**

ENCERRAMENTO



RESUMINDO..

PARA TATUAR NA MENTE

- Fale de temas que as pessoas genuinamente se importam
- Produza conteúdos ligados a temas que estão "bombando"
- Crie títulos **EXTREMAMENTE** atraentes para o seu público
- Crie um gancho para os primeiros segundos do vídeo
- Faça cortes dos melhores momentos
- Uma boa capa (Thumb) é essencial
- Faça bons roteiros e treine quem for ler
- A qualidade do som é mais importante que a do vídeo



“As pessoas vão esquecer o que
você **disse**.

Elas vão esquecer o que você **fez**.

Mas nunca vão esquecer como
você as fez **sentir**.”

Maya Angelou



OBRIGADO!

Perguntas?

Estevão Rizzo
estevao@porexemplo.pe
(11) 94606-8020

