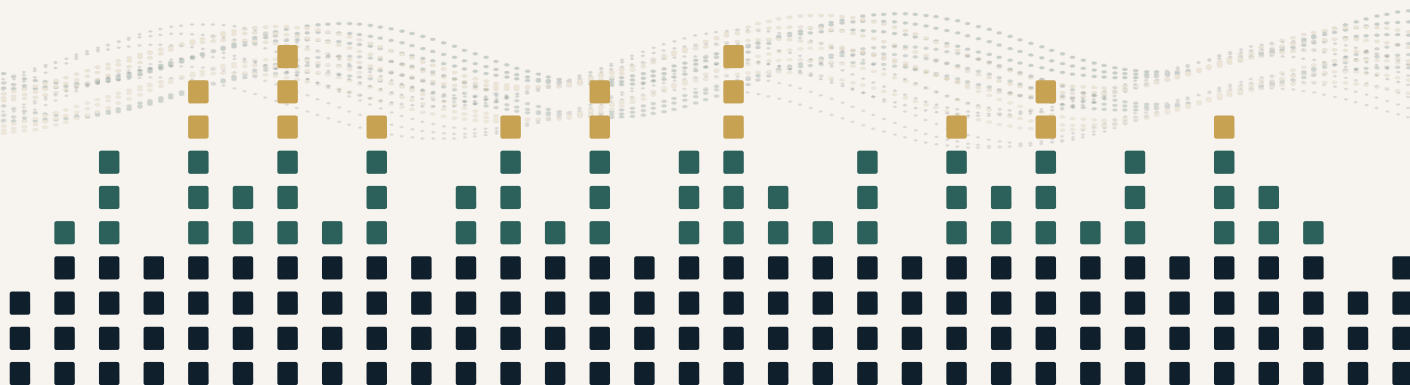


O Equalizador *da* Estratégia



Um guia prático para descobrir se existe
alguma falha na sua comunicação - e
compreender o que precisa
entrar em sintonia
para a sua marca ser percebida com mais clareza.



Autoridade não nasce do barulho. *Nasce da clareza.*

Você aparece. Publica. Divulga produtos,
serviços e bastidores. E, ainda assim,
algo não encaixa.



as pessoas veem, mas não compreendem



perguntam novamente o que você faz



comparam preço antes de perceber valor



**Isso não é falta de esforço.
É falta de arquitetura.**

Antes do conteúdo, existem decisões.



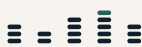
Estratégia é decidir antes de publicar.

1



**O que o negócio
precisa conquistar agora?**

2



**Com quem a mensagem
precisa encaixar?**

3



**Qual percepção
precisa ser construída?**

4



**Que mensagem torna
o valor compreensível?**

5



**Qual sequência conduz
até a decisão?**



Quando essas respostas existem,
o conteúdo passa a cumprir uma função.

Teste rápido de clareza

O seu perfil explica
o seu valor ou exige
que o cliente adivinhe?

- 1 O que a sua empresa faz?
- 2 Para quem isso é mais valioso?
- 3 Por que alguém deveria escolher você?
- 4 Qual próximo passo a pessoa entende que deve dar?

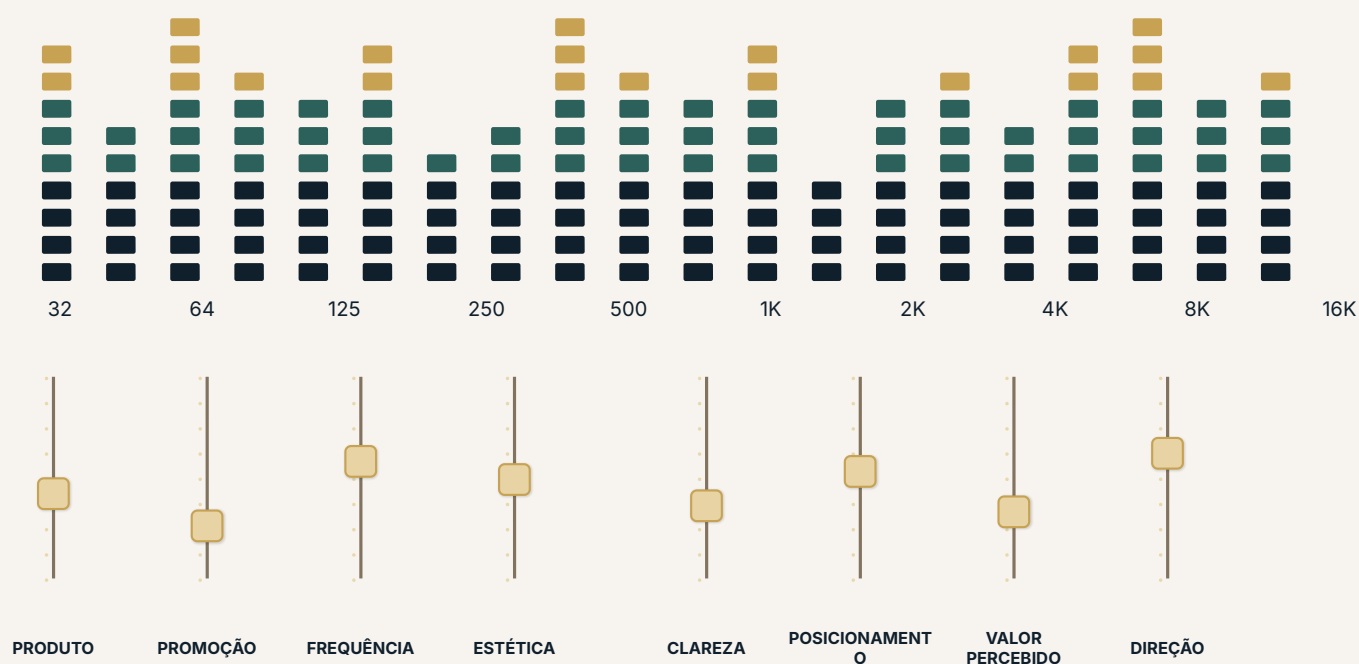
Se as respostas ficaram genéricas, longas
ou parecidas com as dos concorrentes,
talvez exista uma falta de sintonia na comunicação.

**Clareza não simplifica o seu trabalho.
Ela simplifica a decisão do cliente.**

O Equalizador da Estratégia



Quando tudo encontra
o equilíbrio, a marca
para de gritar - e
começa a ser escolhida.



Alguns controles recebem toda a atenção:

produto, promoção, frequência e estética.

Outros ficam baixos: clareza, posicionamento,
valor percebido e direção.



O Processo SB



Eu construo a estratégia a partir
de quatro pilares que se conectam.

O Equalizador ajuda a perceber onde existe falta de sintonia.
O Processo SB organiza o caminho.



Susane Bragança

Publicitária e estrategista de conteúdo

Fundadora da SB Estratégia

*Nenhuma estratégia começa no post. Ela começa
entendendo quem existe por trás da marca.*



1



Diagnóstico

Onde a comunicação
está travando hoje?

2



Posicionamento

O que a marca precisa
representar?

3



Arquitetura de Conteúdo

O que comunicar, com qual
intenção e em qual ordem?

4



Direção Estratégica

Como transformar presença
em direção clara?

Os pilares não funcionam separados.
Quando se conectam, a comunicação encontra
coerência, direção e continuidade.



Quando a comunicação encontra direção, *tudo começa a fazer mais sentido.*

Sem direção



you publish, but you still
need to explain several times
what you do



each content seems
to start from zero



the public sees, but doesn't
perceive why they should
choose you



comparison ends
up being about price



you feel like you're
always testing

Com direção



the message starts to be
recognized



one piece of content talks
with the other



the right public understands
the value of your delivery



the brand stops seeming
like just another



you know what to communicate
and why you're communicating

It's not about producing more.

**It's about feeling that what you produce is
taking the brand to some place.**

Olhe para o seu cenário. *antes de produzir o próximo conteúdo.*



Você não precisa ter todas as respostas agora.
Às vezes, o que falta é alguém olhar de fora,
organizar o que está confuso e mostrar por onde começar.

Agora eu gostaria de entender o seu trabalho.

Conte um pouco sobre o seu cenário.

Na nossa conversa, você receberá um Mini Diagnóstico SB,
com uma visão inicial sobre a comunicação do seu negócio.



Cenário

- o que a sua empresa faz e comunica hoje



Ruído

- onde a mensagem perde força



Diagnóstico

- o que pode estar por trás
dessa falta de sintonia



Direção

- qual é o primeiro ponto
que precisa ser organizado



ME CONTE SEU CENÁRIO



Conteúdo não começa no post.
Começa na estratégia.