



# AULA 4

## 1. Introdução

### a. Divulgação de trabalho

- i. Mesmo o melhor músico precisa ser capaz de divulgar o próprio trabalho;
- ii. Nunca colocar todos os ovos na mesma cesta;
- iii. Necessidade de foco, de colocar tempo e esforço no portfólio e na divulgação.

## 2. Como Usar as Redes Sociais

### a. Prioridades

- i. Mentalidade de Criação com um Objetivo Específico;

### b. Benefícios

- i. Autoridade;
- ii. Posicionamento de Mercado;
- iii. Facilidade de novas interações;
- iv. Possibilidade de apoio de marcas.

### c. Falta de Entendimento das Redes

- i. O Resultado não é imediato;
- ii. Entender o Objetivo;

### d. Objetivos

- i. Portfólio Vivo para Profissionais (Todo mundo gosta de acompanhar uma série);
- ii. Novas Pessoas da área (Clientes);
- iii. O dia-a-dia (bastidores) é o conteúdo mais simples, potente e visceral;
- iv. O conteúdo precisa ser minimamente interessante.



### 3. Primeiros Passos na Criação de Conteúdos

#### a. Definir o Principal Objetivo com a Rede Social

- i. Posicionamento e autoridade;
- ii. Posicionamento e ser um influenciador;
- iii. Apenas vender serviços ou produtos.

#### b. Os Tipos de Redes Sociais

- i. Perenes (Google, Youtube etc.);
- ii. Não Perenes (Facebook, Instagram etc.).

### 4. Linha Editorial

#### a. Quando eu posso mostrar apenas a música?

- i. Quando o contrato não permite mostrar o jogo;
- ii. Quando o jogo não vale a pena ser mostrado (questões estéticas);

#### b. Criando conteúdos

- i. Tipo de conteúdo (Time-lapse e Passo-a-passo)
- ii. Tipo de Atenção (“onde você imagina essa música?”, “Você acha que essa música combina com X estilo de jogo?” etc.);
- iii. Comparação (mostrar um antes e depois e perguntar se houve evolução);
- iv. Mostrar um Reel explicativo de como fazer (Dawn, SFX etc.)
- v. Diário (Dia 1 de participação do projeto X, Dia 2 etc.)

#### c. Como definir sua linha editorial

- i. Definir Periodicidade (quantidade de reels por semana, por exemplo)
- ii. Definir as Pautas;
- iii. Organização do conteúdo;

#### d. Métricas

- i. Analisar as métricas;



- ii. Focar em fazer tipos de conteúdos que trouxeram bons resultados;
- iii. Métricas não podem limitar testes de novos tipos de conteúdo;

#### **e. O Foco deve ser no Mercado Mundial**

- i. Postagens em Língua Inglesa são muito necessários para um alcance global;

