

100 PASSOS 3.0

#AULA29

COMO MONTAR
desafios
PARA ENGAJAR

SUA AUDIÊNCIA



**Não precisamos, necessariamente,
criar um grupo para fazer desafios.**

É importante colocar sua audiência em movimento rumo à conquista de um objetivo. Qualquer nicho pode ter o seu desafio.

Pontos necessários para montar um desafio:

1. LIDERANÇA:

O líder é a pessoa que incorpora os valores do movimento e direciona a audiência para o objetivo a ser conquistado. Traga clareza do que você vai oferecer, para que serve e qual o objetivo. É o líder que vai incorporar os valores que serão buscados por meio do desafio, dando exemplo, conduzindo, corrigindo, trazendo e mantendo o assunto em alta.

2. TENHA UM PROJETO CLARO:

- ▶ Qual o foco do desafio? O grande objetivo precisa estar claro. Quando você não dá clareza, a sua audiência não engaja ou desiste pelo caminho.
- ▶ Quais pequenas vitórias sua audiência consegue mensurar, perceber que está conseguindo ao longo do desafio até chegar na grande vitória final?
- ▶ Qual a duração do desafio? Estabeleça a quantidade de dias e atualize a cada dia o prazo que falta para finalizar.
- ▶ Estabeleça regras: Sem regras fica solto e as pessoas não levam a sério. Crie as regras e divulgue-as com uma certa antecedência.

3. PARA QUE SERVE UM DESAFIO?

Para engajar a audiência, dar uma sensação de pertencimento e também fazer com que o seu perfil cresça.

Peça para as pessoas te divulguem, te marcarem.

Pense no que você vai oferecer a mais, ativando o gatilho da reciprocidade. Exemplo: Close Friends, e-book, acesso a um perfil fechado ou canal do Telegram.

Crie um micro procedimento de matrícula para dar a sensação de comprometimento. Conduza as pessoas a se comprometerem publicamente.

4. VOCÊ PODE FORMAR UM GRUPO:

As pessoas gostam de trocar, conversar, falar.

Pontos negativos ao criar grupos no WhatsApp:

- ▶ Nos grupos de WhatsApp, as pessoas têm acesso ao número de telefone dos integrantes e podem usar para aplicar golpes.
- ▶ Mini rebeliões.
- ▶ Pirataria de materiais.

Pontos positivos ao criar grupo no Telegram:

- ▶ Os números ficam ocultos.
- ▶ A moderação do grupo é mais fácil.
- ▶ Você pode deixar o grupo fechado e programar horários para abrir.
- ▶ Pode definir se vai ou não ter áudio.
- ▶ Pode programar as postagens.

Uma desvantagem do Telegram é o nível de acesso. Poucos acessam com frequência. Então, grupos menores podem funcionar melhor no WhatsApp.

Precisa criar um grupo? Precisa ser em rede de troca de mensagens? Não. Conheça o seu público e entenda onde ele estará presente. Tenha muita atenção na moderação, pois podem aparecer situações desagradáveis.

5. CRIAÇÃO DE RITUAIS:

Quando você começa um desafio as pessoas esperam a continuidade daquele assunto. É preciso ter a habilidade de contar histórias. Quais os rituais que irão aparecer no seu perfil todos os dias sobre o desafio? Que significado você atribuirá que consolide a conquista que você quer trazer para seu seguidor?

6. EXPRESSÕES E PALAVRAS:

Qual o nome do desafio e qual a piadinha interna que você vai usar para gerar a sensação de pertencimento? Faça as pessoas se sentirem parte de um todo. Qual nome de grupo, emoji, hashtag você vai usar para criar um movimento, um grito de guerra?

7. COMPARTILHAR OS RESULTADOS:

As pessoas que estão participando do desafio querem saber como estão progredindo as outras pessoas que estão no desafio também.

Reposte-as.

O objetivo do desafio não é simplesmente aumentar a audiência. A função primordial, quando se pensa em funil de vendas, é o meio de funil, é desenvolver relacionamento. O desafio pode ser feito sem a intenção de vender, mas não se esqueça que vender é ajudar. Você também pode fazer desafios que aumentem a consciência do seu consumidor para o próximo passo: te contratar, comprar um e-book, pagar para entrar no close friends ou para continuar participando de outros desafios mais aprofundados, receber uma newsletter semanal, marcar uma sessão com você, contratar um projeto seu, aumentar o relacionamento e a percepção de valor da sua marca, etc. Sempre deixe sua audiência saber seu próximo passo e não deixe para falar na última hora.

8. PREMIAÇÃO:

O prêmio pode ser o alcance do objetivo ou algo que conecte com aquilo que você oferece profissionalmente.

9. IDENTIDADE VISUAL:

Tenha uma identidade visual relacionada ao seu desafio: uma cor, um filtro, uma borda, um símbolo, um emblema, um lugar da sua casa.

Dá para monetizar?

É interessante oferecer primeiro de graça e monetizar, conforme as pessoas forem pedindo mais. Conheça sua audiência e comece a errar o quanto antes. Ofereça material de apoio e envie para quem se inscreveu, envie as regras, um calendário para as pessoas irem dando checks diários. Faça algo muito bem feito, entregue ao máximo e, ao final do desafio, as pessoas estarão muito mais engajadas, interessadas e conectadas com sua marca. O ganho que você terá não é um ganho que vai chegar na sua conta corrente imediatamente, mas um ganho em branding. O seu valor de marca cresce muito, conforme você gera muito valor para o seu cliente. Numa próxima edição você já poderá cobrar, nada impede.

Não comece um desafio para abandonar as pessoas no meio do caminho, cuide dessas pessoas. Entenda que vai ter gente reclamando mesmo sendo de graça.

Lives são ótimas durante o desafio. O maior ganho que você vai ter vai ser conhecer muito bem a sua audiência. Quanto mais você conhece a sua audiência, mais você saberá como se comportar na rede social, para ter mais do que seguidores, ter fãs e fãs são muito mais importantes do que clientes, pois os fãs trazem muito mais clientes quando defendem a sua marca. Reforce sua base de fãs fazendo com que os desafios sejam realmente pontos de melhoria na vida dos seus seguidores.

Use sua criatividade, sempre dá para fazer e, com certeza, se você colocar em prática, terá uma ideia muito boa de infoproduto e começará a ganhar dinheiro posteriormente.