

Linha editorial

planeje e organize o seu conteúdo

Linha editorial

A linha editorial envolve a escolha dos temas e assuntos que serão abordados, os conteúdos que serão trazidos que tenham coesão com o propósito da sua empresa, o que faz sentido publicar dentro do seu perfil para atrair o público certo e alcançar as metas e objetivos traçados.

conteúdo com
linha editorial

coeso intencional impactante transformador

atrai o público certo
engaja e se conecta mais
constrói uma base de fãs
que compram por gostarem
realmente da marca .

conteúdo sem
linha editorial

confuso

desinteressante

incoerente

amador

atrai o público errado
não se conecta com o público
não consegue construir uma
base de fãs da marca e por
consequencia disso vende
muito pouco.

Se você leu o e-book anterior, você já sabe que precisa definir primeiro quais os objetivos da sua empresa, quais as metas e a mensagem que ela quer passar, além de compreender os conceitos que envolvem o branding da sua marca, a partir daí você poderá planejar sua linha editorial.

Analise os perfis a seguir.

The screenshot shows the Instagram profile of Nubank. At the top, there's a header with the Nubank logo and navigation options like 'Seguir', 'Enviar mensagem', and 'Mais'. Below this, the profile information is displayed: 764 publicações, 2,8 mi seguidores, and 21 seguindo. The bio states 'Serviço financeiro' and '90 milhões de clientes sabem que #ComNubankÉPossível.' Below the bio, there are icons for various services: Segurança, SOS Nu, NPossibilidade..., Modo Rua, Celular Seguro, and Ultravioleta. The main content area shows a grid of posts, including a 'Manual de Sobrevivência para Shows', a post about '3 inovações criadas pelo Nubank', a 'Black Friday' announcement, and a post about 'A inteligência artificial'.

The screenshot shows the Instagram profile of Paulo Cuenca. At the top, there's a header with the profile picture, name 'paulocuenca', and navigation options like 'Seguindo', 'Enviar mensagem', and 'Mais'. Below this, the profile information is displayed: 2.204 publicações, 1,2 mi seguidores, and 2.070 seguindo. The bio states 'Conteúdo é o único caminho' and 'Mais de 20 mil alunos'. Below the bio, there are icons for various services: O SPP, O CUENCA, O PORTAL, A FEC, POST BOM, OQ POSTAR, and SPP. The main content area shows a grid of posts, including a post about 'Você vendo carros mas não sei como adaptar as trends do momento para o meu nicho.', a post about 'Os dias são duros aqui no Instagram...', a post about 'Qual pãozinho você acha que venderia mais no Instagram?', a post about 'Dica para ganhar mais seguidores sem criar conteúdo todo dia!', a post about 'Nada de bruxas ou fantasmas...', a post about 'Quando conheci a Jaela...', a post about 'Halloween do Instagram?', a post about 'DE CONTEÚDO PARA POSTAR EM NOVEMBRO', a post about 'O TERROR QUE VENDE!', and a post about 'Quer jantar a concorrência?'.

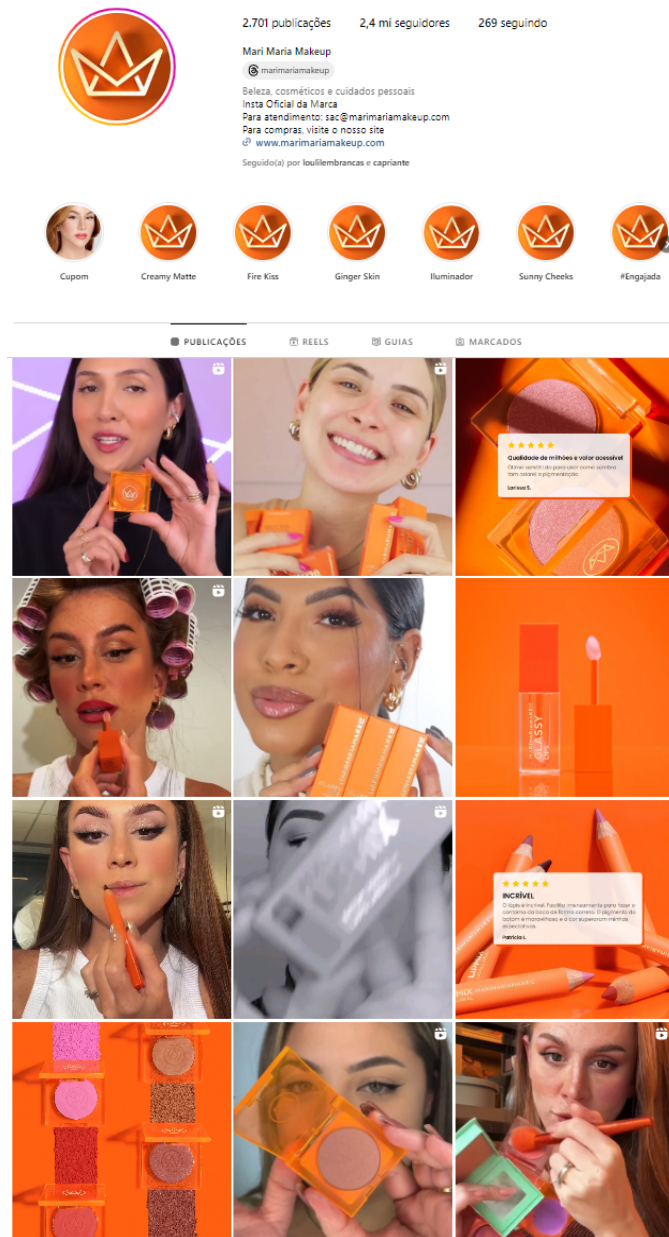
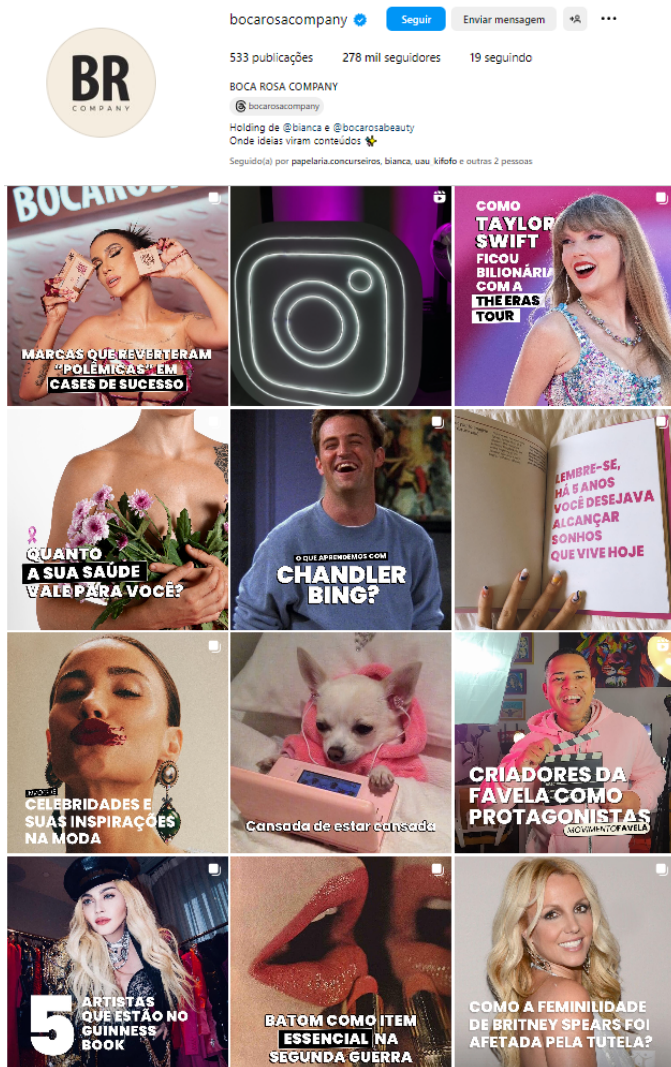
Alguns perfis focam mais em um tipo específico de conteúdo e introduzem o anúncio do seu produto/serviço de forma sutil no mesmo post. É o caso das postagens do Paulo Cuenca, ele sempre publica conteúdo sobre branding, marketing, posicionamento no digital e ao final dos posts, tem uma chamada para ação, convidando o seguidor a fazer parte da sua comunidade, se tornar uma **beselha**, um aluno do seu método de ensino.

É claro que para alcançar mais pessoas, atrair o público ideal, se conectar e vender mais vai levar tempo, é um processo, vai ser cansativo mas vai gerar resultado.

E não vamos acertar de início, não vamos obter resultado no começo, é uma construção de jornada, dia após dia, acostumar a audiência que você já tem com o novo conteúdo e posicionamento vai levar um tempo, você vai perder seguidores, afinal é natural que as pessoas que não tem interesse nessa sua nova forma de gestão, irem embora para que as novas interessadas comecem a surgir, mas é melhor perder 100 pessoas que não se conectam e ganhar 50 que estão interessadas e conectadas com o seu propósito.

De nada adianta seguidores que não engajam, não se conectam, não são admiradores da sua marca e dificilmente se tornarão seus clientes.

Análise os perfis a seguir.



Observe as cores, tipografia, formato das publicações. Perceba que durante a semana os conteúdos publicados no feed seguem uma linha editorial.

TUTORIAL/DICAS - sugestões, dicas, tutoriais que tenham relação com seu nicho, com o público que você quer atrair, vez ou outra você pode introduzir de forma sutil o seu produto/serviço dentro desse tutorial. É o que muitas blogueiras de make fazem, ensinam a make mas enquanto ensinam usam produtos da própria marca.

PROVAS SOCIAIS - depoimento de clientes, relatos positivos, afirmação de benefícios, etc. você pode publicar depoimentos de seus clientes de forma criativa, seja vídeo ou texto e imagem.

ENTRETENIMENTO - imagem e texto ou vídeo que expresse alguma situação que ocorre no seu nicho (não precisa ser algo engraçado sempre) cabe a você analisar o que se encaixa no seu nicho e se é válido trazer para o seu perfil.

ANÚNCIO - post em vídeo, carrossel ou imagem estática anunciando seu produto/serviço, use maneiras criativas para anunciar, não apenas foto de produto sempre da mesma forma.

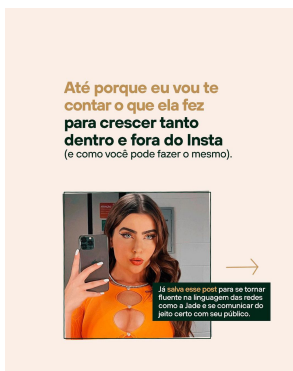
OPINIÃO - trazer algum assunto em que você expresse sua opinião a respeito de algo relacionado a seu nicho.

Tenha em mente o objetivo que você almeja e anote esses objetivos, seja vender mais, alcançar mais pessoas interessadas no seu produto ou serviço, gerar mais conexão, se tornar autoridade para o público dentro do seu nicho, etc.

Ter planejamento estratégico para alcançar esses objetivos é fundamental e não há outra forma mais fácil ou mágica para você tornar sua marca reconhecida e admirada pelo público.

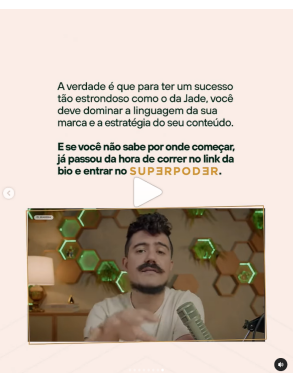
Criar conteúdo não é sua obrigação, mas se você não fizer vai continuar sem ter melhores resultados. Está em suas mãos a responsabilidade de fazer o seu negócio dar certo, então faça escolhas sábias.

Agora vamos analisar um post opinião, no formato carrossel.



O perfil do Paulo Cuenca é sobre marketing ele fez um post opinião, falando sobre Jade Picon, usando o assunto marketing.

No final do post, ele deixa um vídeo onde ele explica algum conceito ou informação sobre marketing e convida para o curso que ele ministra.



É só um dos vários exemplos de post conteúdo que você pode trazer informações, opiniões, dentro do seu nicho, e logicamente não precisa ser dessa forma, nem precisa ser em formato carrossel. Você só precisa encontrar um jeito de inserir temas presentes no seu nicho, trazendo assuntos que gerem alguma conexão. No começo pode flopar e muito, mas é sendo constante que você vai pegando a prática e acertando mais.

Aqui temos um outro post opinião, em formato de imagem estática + texto na legenda.



Talvez você precise ler isso hoje!

Cada momento de dúvida, cada noite sem dormir, cada dia que você se cansa por exigir demais de você trabalhando, cada renuncia, cada livro, cada estudo, cada erro, cada experiência, cada uma dessas coisas estão construindo e moldando o sucesso que você deseja. Não é possível não chegar a lugar nenhum quando se dedica a vida a isso.

@movinggirls

movinggirls ...

movinggirls Eu ouço muitas de vocês dizendo que, não se veem conquistando as coisas que desejam, que sabem o que quer mas não acham que chegarão lá.

Então, eu tenho uma coisa pra dizer pra vocês:

Tudo que você faz hoje pode até PARECER que não vai dar em nada, que tá sendo apenas muito trabalho e energia! Eu sei disso! Eu sei porque passei anos trabalhando como se não houvesse amanhã sem muita certeza do que viria pela frente, sem ver muito resultado imediato, mas com fé que tudo aquilo me levaria para algo maior.

Não é possível tanto trabalho não me levar a nenhum lugar!

Acredite em mim, eu fiquei anos, mais precisamente, mais de 6 anos trabalhando todos os dias, achando que não estava saindo do lugar, mas aos poucos estava construindo o que eu vivo hoje. Demorou muito mais pra mim, pois eu não tinha nada, nem ninguém que pudesse me dizer o que eu tô te falando agora. Eu tive que aprender e caminhar 100% sozinha, sem referência, sem uma comunidade de mulheres que pensavam igual a mim, sem um caminho validado.

Hoje, o meu trabalho com a Moving é justamente encurtar esse seu caminho. Mas também te dizer que sim, vai parecer que os sacrifícios não estão te levando para nenhum lugar, mas estão sim!

Cada sacrifício, cada noite sem dormir, cada noite cansada que você passa trabalhando, cada renuncia, cada livro, cada curso,

👍 💬 📌

Curtido por **matarelloisa** e outras pessoas
6 DE NOVEMBRO

😊 Adicione um comentário... Publicar

Qual intuito desse post? Ele passa uma mensagem motivadora para o público alvo que são as mulheres empreendedoras, ao mesmo tempo em que conecta porque gera identificação, afinal qual empreendedora não passa por momentos de grande cansaço ou estresse? No final, ainda gera autoridade com o seu público, porque é uma mensagem que aproxima, identifica e motiva!

O que afinal é criação de conteúdo?

Criar conteúdo nada mais é que você passar a mostrar mais detalhes da sua empresa e do seu trabalho para o seu público usando a comunicação nas redes sociais e não se trata de criar publicações para entreter as pessoas e sim criar publicações intencionais com objetivo de fazer a sua marca crescer, se conectar mais e gerar desejo em adquirir seus produtos e serviços.

Como falamos no E-book anterior, uma marca/negócio que só publica fotos de produto é como uma loja em uma rua movimentada, as pessoas só entrarão lá quando precisarem comprar algo, muitas vezes vão passar pela sua vitrine e não irão entrar na loja, muitas vezes vão entrar na loja apenas uma vez no ano e depois ficarão meses ou anos sem nem pisar na calçada da sua loja porque o produto que elas queriam já foi adquirido uma vez.

Assim é nas redes sociais, um perfil que só tem publicação de produto se torna apenas mais uma loja em uma rua movimentada, disputando a atenção de milhares de pessoas e a chance de ser ignorado é grande, afinal existem inúmeras outras lojas mais interessantes, com produtos mais inovadores e por aí vai...

É por isso que a criação de conteúdo intencional é importante, porque a longo prazo ela ajudará você a conectar sua empresa com o seu público, tornar seu público engajado e interessado por tudo que você fizer, lançar ou criar!

Se você nunca criou conteúdo intencional, não espere que seu público atual aceite de forma tranqüila, eles irão estranhar e talvez nem interajam, você não receberá curtidas ou comentários, mas continue, é a constância que fará com que sua audiência acostume com o novo formato e assim você irá filtrando o público ideal, atraindo o público interessado no seu conteúdo e no seu trabalho de fato.

Ao criar uma publicação para suas redes sociais, ela deverá ter os seguintes pilares.

Tema: os assuntos que serão abordados que tem relação com seu nicho, produto ou serviço.

Linguagem: a forma que você escolherá para cada publicação como irá se comunicar, seja através de texto, vídeo falado ou narrado, imagem estática, post carrossel, etc.

Formato: os formatos que você irá distribuir seu conteúdo. Exemplo: Post no feed, reels, story, live.

A cada post que for desenvolver você precisará escolher o tema assunto a ser abordado, escolher a linguagem que será usada e o formato que será publicado.

TEMA/ASSUNTO	LINGUAGEM	FORMATO
<ul style="list-style-type: none">Lições e aprendizadosDicas/ tutoriais e sugestõesAnúncios, informaçõesFeedbacks, dúvidasBastidoresEntretenimentoHumanização (você escolhe a forma)	<ul style="list-style-type: none">Formato de post carrossel (de 2 a 10 imagens com texto)REELS vídeos curtos: narrado ou falado, vídeo com slides de imagem + texto, imagem + audio narrado, entre outros modos.Post imagem estática com texto + legenda, post com gif, post com vídeo.Vídeo, live, story.	<ul style="list-style-type: none">Formato post carrosselFormato ReelsFormato imagem estáticaFormato vídeoFormato liveFormato story

Esse exemplo é apenas sugestivo, você tem total liberdade para desenvolver as ideias do seu conteúdo. Lembre-se que precisa ser intencional, ter coerência com o seu nicho.

Agora que já sabemos os pilares necessários para criar a linha editorial, vamos organizar o nosso roteiro de publicação, escolha o tema assunto, o formato e a linguagem.

Trabalhe em cima do tema e desenvolva todas ou pelo algumas das formas de conteúdo citadas abaixo.

OPINIÃO

Defina um dia fixo da semana para abordar sobre algum assunto em que você expresse sua opinião sobre algo dentro do seu nicho. A opinião permite gerar o debate, as pessoas engajam com o seu conteúdo e se concordam no geral você gera conexão, se discordam você naturalmente vai filtrando o público que não é ideal para acompanhar o seu perfil, aos poucos quem vai se identificando vai se tornando mais próximo e os que não se identificam vão indo embora, é uma seleção natural para filtrar o público que você pretende alcançar, lembre-se que a opinião não precisa ser sobre assuntos polêmicos, você pode abordar acontecimentos relacionados ao seu tipo de trabalho, a opinião ela precisa ter a responsabilidade de gerar alguma emoção/sentimento.

DICAS

Defina um dia fixo da semana para trazer algum conteúdo de dicas, ajuda, sugestão ou tutorial que tenha algum vínculo com o seu nicho.

EXEMPLO: É dentista? traga dicas de como cuidar da saúde bucal, cuidados com a escovação, os benefícios de passar o fio dental, cuidados para prevenção de cárie evitando alimentos específicos, etc.

É do nicho de feltro? traga dicas de como conservar a peça, como usar na decoração, como lavar, os motivos pelos quais uma peça artesanal merece ser valorizada, etc.

É lojista de roupas? mostre looks diversos, combinações de roupas e acessórios, tendências da estação, etc.

ENTRETENIMENTO

Defina um dia fixo da semana para trazer algum conteúdo que seja voltado ao entretenimento, pode ser um post de frase compartilhável, seja engraçado ou motivacional, pode ser um vídeo de um meme seguido de uma legenda que explique uma situação que você passa ou já passou no seu negócio. Lembre-se que esse conteúdo de entretenimento precisa ser bem menos do que os demais, por isso publique de 1 a 2 posts dessa categoria por semana.

Dentro dessa categoria de entretenimento, você também pode trazer conteúdos informativos, com uma pitada de humor, não esqueça de criar um conteúdo que seja coeso com o seu nicho, use o Reels para criar os posts voltados ao entretenimento assim eles terão maior alcance e repercussão e poderão atrair o público certo.

ANÚNCIO

Se você precisa postar diariamente os seus produtos ou serviços, pense em formas diferentes para anunciar, em um dia publique em formato de vídeo, em outro dia publique em formato de texto e imagem, outro dia publique vídeo narrado com uma música que está em alta, outro dia publique no stories, intercale o post de anúncio do seu produto/serviço com o post de conteúdo, assim você passa a gerar mais conexão e deixa de ser um perfil vitrine que muitas vezes passa batido porque é mais do mesmo. Está cheio de perfil vitrine no Instagram, pense como se destacar.

Vale ressaltar que anúncio não entra na categoria CONTEÚDO.

Imagine que a grade abaixo seja o seu feed, você pode fazer ao menos 1 post por dia, intercalando o conteúdo. Nos dias em que você vai anunciar seu produto ou serviço, você pode inserir de forma sutil em algum post ou pode fazer 2 post no mesmo dia, sendo um do conteúdo e outro do anúncio, intercalando o horário.

Confira exemplos:

FEED

SEG Post Opinião anúncio	TER Post Dicas/ sugestões	QUA Entrete- nimento anúncio
QUI Post Dicas/ sugestões anúncio	SEX Post Dicas anúncio	SÁB Post entretenimento (frases motivadoras, memes, etc)
DOM Post descontração (vida pessoal, passeios, etc)	SEG Post Opinião anúncio	TER Post Dicas/ sugestões

Não é obrigatório, publique se quiser e se não quiser não publique nada, afinal é fim de semana, se não quiser publicar nada sobre sua vida pessoal, publique uma frase motivacional, por exemplo.

REELS

Trends escolha uma trend para participar e encontre uma forma de introduzir dentro do seu nicho.	Bastidores Mostre um pouco da sua rotina de trabalho, produtos ou serviços que você produz, pesquise formas criativas de expor isso.	Dicas Dê alguma dica ou ensine algo que tenha relação com seu nicho, que seja útil para o seu público alvo.	Anúncio Pesquise formas criativas para você divulgar o seu produto ou serviço no Reels.
--	--	---	---

Vale ressaltar que nada disso é uma regra, você precisa testar e analisar quais formatos e tipos de conteúdo trarão melhores resultados dentro do seu nicho.

Você não precisa publicar no feed todos os dias, o Reels também não precisa ser diário, afinal sabemos que empreendedor em sua maioria não possui equipe e mal possui tempo para cuidar de si mesmo. Então planeje da melhor forma, sem prejudicar sua saúde mental.

Como descobrir como criar post em determinadas categorias?

É simples, comece a observar perfis grandes dos nichos variados que você admira, estude a linha editorial deles e adpte para o seu nicho, fazendo conforme a sua disponibilidade.

OBSERVE COMO SÃO AS PUBLICAÇÕES NO STORIES DOS GRANDES PERFIS QUE VOCÊ ACOMPANHA, COMO SÃO FEITOS SEUS ANÚNCIOS, COMO SÃO AS PUBLICAÇÕES NO FEED, COMO SÃO OS REELS, tudo isso servirá como um estudo, aos poucos você vai entendendo como funciona a criação de conteúdo e conseguindo adaptar o que é útil ao seu nicho.

ALGUNS PERFIS QUE PASSEI A ACOMPANHAR PARA ANALISAR A FORMA DE COMUNICAÇÃO, ESTRATÉGIA, POSICIONAMENTO.

PAULO CUENCA

Eu passei a ter um olhar de observação com intuito de aprender, enquanto analiso, estudo e aprofundo meu conhecimento em assuntos que envolvam a gestão de uma marca/ negócio.

MOVING GIRLS

HELP NO FEED

BIANCA ANDRADE

Se você passar a analisar a forma como essas empresas criam seu conteúdo, fazem seus anúncios, se posicionam, você aprende mais rápido e consegue aplicar no seu negócio também.

LEANDRO LADEIRA

Ok, do feed já sabemos como planejar o conteúdo, mas e o story?

Até mesmo o story pode ser planejado de forma a ser intencional, quem lembra da polêmica quando @bocarosa deixou escapar intencionalmente o seu planejamento de story durante uma reunião e o público ficou perplexo ao saber que ela planejava até o que iria publicar em seus stories? Isso é estratégia de marca e trabalhar o branding.

Ao mostrar no Instagram @bocarosacompany, um cronograma de stories, Bianca Andrade foi um dos assuntos mais comentados nas redes.

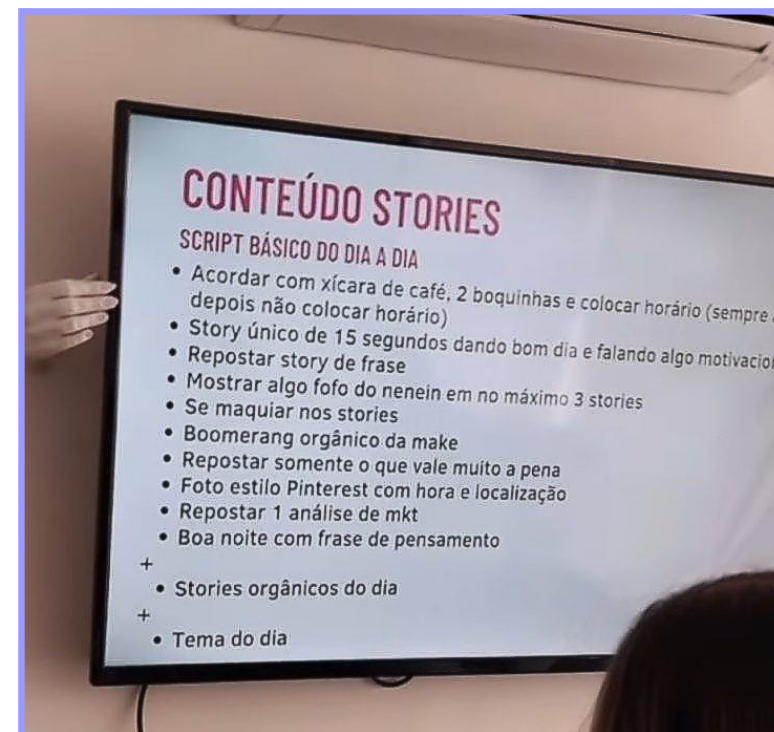
A partir daí, fãs e profissionais da área questionaram sua postura no compartilhamento de conteúdos do seu dia a dia.

No script estavam foto de bom dia, boomerang com café e foto do look do dia, entre outros conteúdos. No dia seguinte, Bianca se justificou dizendo que o planejamento é feito em razão da rotina corrida.

Por outro lado, ela citou que se preocupa com a grande exposição de sua vida pessoal.

Estar nas redes sociais requer disciplina e constância. Mas, não há como ficar 24 horas dedicado ao trabalho, afinal, todos possuem vida pessoal, não é mesmo?

Por outro lado, vemos que por trás de todo o sucesso de uma marca há muito estudo, estratégia e conteúdos direcionados para cada tipo de mídia e público-alvo, planejar os conteúdos faz parte deste processo e evita que seja postada qualquer coisa no seu perfil ou na sua página. Agir dessa forma mostra comprometimento com o negócio, em prol de resultados.



Linha editorial

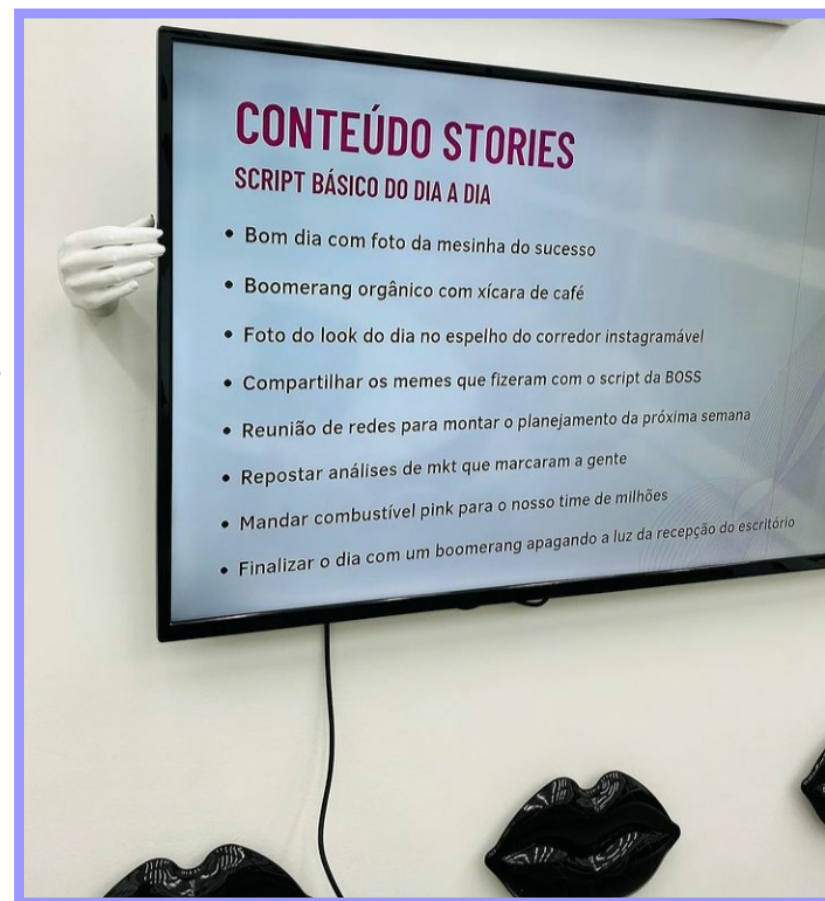
Logicamente **não dispomos de uma equipe** e nem temos conhecimento suficiente para planejar e estruturar um roteiro intencional de conteúdo, mas podemos melhorar o nosso conteúdo existente.

Podemos pensar um pouco mais sobre o que faz sentido dentro do nosso nicho e de acordo com os nossos objetivos, **o que é importante compartilhar** no story e o que não é. O que vai agregar para a nossa marca/empresa e o que não vai.

E só conseguiremos publicar conteúdos cada vez mais coesos e intencionais se estudarmos a respeito de marketing, posicionamento estratégico, imagem pessoal, branding, etc.

Tornar a nossa marca e empresa de sucesso no futuro requer que hoje façamos pequenos esforços, mesmo sem equipe e sem muito conhecimento, sabemos que o conhecimento é algo que se adquire e a prática é a única responsável por fazer um amador se tornar profissional em algo.

Dito isso, vamos planejar o nosso conteúdo de forma intencional?



Calendário de postagem

Frequência de postagem Assinale os dias que você se comprometerá a publicar conteúdo.

REELS	FEED	STORY	LIVE
SEG <input type="checkbox"/>	SEG <input type="checkbox"/>	SEG <input type="checkbox"/>	SEG <input type="checkbox"/>
TER <input type="checkbox"/>	TER <input type="checkbox"/>	TER <input type="checkbox"/>	TER <input type="checkbox"/>
QUA <input type="checkbox"/>	QUA <input type="checkbox"/>	QUA <input type="checkbox"/>	QUA <input type="checkbox"/>
QUI <input type="checkbox"/>	QUI <input type="checkbox"/>	QUI <input type="checkbox"/>	QUI <input type="checkbox"/>
SEX <input type="checkbox"/>	SEX <input type="checkbox"/>	SEX <input type="checkbox"/>	SEX <input type="checkbox"/>
SAB <input type="checkbox"/>	SAB <input type="checkbox"/>	SAB <input type="checkbox"/>	SAB <input type="checkbox"/>
DOM <input type="checkbox"/>	DOM <input type="checkbox"/>	DOM <input type="checkbox"/>	DOM <input type="checkbox"/>

Sabemos que a rotina de trabalho de um empreendedor é na maioria das vezes, muito desgastante e por isso não se obrigue a seguir regras, isso pode acarretar em problemas de saúde como o esgotamento mental e físico, até mesmo a síndrome de bournout.

Você sabe da importância de ser constante e criar o seu conteúdo nas redes, mas faça isso conforme você conseguir e faça no seu tempo, respeitando seus limites e priorizando sua saúde mental.

Você **não precisa postar todos os dias**, criar conteúdo precisa ser prazeroso, algo que você se sinta bem em fazer, então sempre respeite os seus limites e faça tudo com equilíbrio.

Calendário de postagem

Agora é o momento de organizar o seu calendário de conteúdo, ele vai te ajudar a definir quais temas serão trazidos no seu perfil e de que forma serão publicados.

Separe um dia da semana para anotar suas ideias e preparar alguns desses conteúdos.

Na página a seguir, há um calendário para você anotar seu conteúdo semanal, na faixa rosa você irá anotar as ideias do conteúdo que será publicado no Feed.

Na faixa amarela, você irá anotar as ideias do que será publicado no Story.

Na faixa verde, você irá anotar as ideias do que será publicado no Reels.



FAIXA ROSA - FEED

FAIXA VERDE - REELS

Defina, dentro do seu nicho:

O que faz sentido publicar no Reels, no story e feed. Antes de publicar, pense na mensagem que você quer transmitir, no objetivo que você pretende obter com cada uma das formas de publicação.

Se possível, defina horários para suas publicações:

Você pode programar suas postagens usando o [Meta Business suite](#), do próprio facebook que controla o Instagram também, você consegue programar posts e stories. [SAIBA MAIS AQUI](#)

Calendário de postagem

TEMAS ABORDADOS DENTRO DO MEU NICHU:

TIPOS DE REELS QUE FAZEM SENTIDO TRAZER PARA O MEU NICHU:

IDEAS QUE ENCONTREI EM OUTROS PERFIS E GOSTEI:

segunda

terça

quarta

quinta

sexta

sábado

domingo

FAIXA ROSA - FEED

FAIXA VERDE - REELS

imprima essa folha semanalmente e faça seu planejamento. O ideal é tirar um dia da semana para programar o seu conteúdo, vá testando os formatos que performam melhor e fazendo as melhorias e adaptações necessárias, sempre de olho nas métricas do seu perfil.

segunda

terça

quarta

quinta

sexta

sábado

domingo

imprima essa folha semanalmente e faça seu planejamento. O ideal é tirar um dia da semana para programar o seu conteúdo.

A seguir confira algumas sugestões de modelo de roteiro para story.

segunda	terça	quarta	quinta	sexta	sábado	domingo
foto ou boomerang do cafe com frase de bom dia + mensagem positiva	foto ou boomerang do cafe com frase de bom dia + mensagem positiva	foto ou boomerang do cafe com frase de bom dia + mensagem positiva	foto ou boomerang do cafe com frase de bom dia + mensagem positiva	foto ou boomerang do cafe com frase de bom dia + mensagem positiva	foto ou boomerang do cafe com frase de bom dia + mensagem positiva	foto ou boomerang do cafe com frase de bom dia + mensagem positiva
check list das atividades que terei que fazer na semana	bastidores da producao de algum item que esta sendo desenvolvido	bastidores do dia de trabalho + enquete sobre algo interessante a falar	conte uma historia que envolva a satisfacao de um cliente ao adquirir seu produto	parte do dia, que seja interessante mostrar	_____	_____
parte do dia, que seja interessante mostrar	fale sobre algo, assunto ao qual voce quer gerar duvidas que voce responderá	feedbacks de clientes, e repost de depoimentos	depoimentos de clientes + anuncie seu produto proximo storie	bastidores da producao de algum item que esta sendo desenvolvido	parte do dia, que seja interessante mostrar	parte do dia, que seja interessante mostrar
falar de alguma novidade ou assunto interessante relacionado ao trabalho	abra a caixinha de perguntas, se nao houver ninguem, responda voce mesmo e compartilhe no proximo storie as respostas	fale sobre algo relacionado ao seu trabalho ou algum assunto relevante que considere util compartilhar	parte do dia, que seja interessante mostrar	feedbacks de clientes, e repost de depoimentos	_____	_____
foto + mensagem de boa noite	boomerang, foto ou video + mensagem de boa noite	foto + mensagem de boa noite	boomerang, foto ou video + mensagem de boa noite	foto + mensagem de boa noite	boomerang, foto ou video + mensagem de boa noite	boomerang, foto ou video + mensagem de boa noite

Escolha um ritual para iniciar seu story diariamente, nesse caso o exemplo citado foi publicar uma foto do café com uma frase motivadora, mas há diversas formas de criar seu ritual diário nas redes sociais, pesquise a respeito para encontrar algumas sugestões que se encaixam melhor no seu perfil.