



# QUAL O PODER DA DOPAMINA NO AMBIENTE DIGITAL E COMO TER ESCATATÓRIA EM MASSA?

---

**DIA 01**

# ▶ RETENÇÃO DA ATENÇÃO

Para nos posicionarmos dentro do mercado digital, onde todos estão fazendo a mesma coisa, precisamos desenvolver **a coragem de fazer diferente**. A maior parte dos profissionais, principalmente aqueles que acham que precisam ser mais sérios, acabam adaptando a sua comunicação para agradar os pares.

Isso não paga boletos, dá errado. Eles alinham a **comunicação para agradar e impressionar aqueles que não os compram**, que são amigos de profissão. Os amigos de profissão não estão preocupados com o nosso sucesso, pelo contrário, irão copiar as nossas melhores práticas.

Então, a nossa comunicação precisa estar direcionada para quem paga os nossos boletos: **a audiência**. Para fazer dinheiro dentro e fora da internet, a mecânica é a mesma. Marketing é a capacidade de transformar segundos em minutos e minutos em horas. Ou seja, **a habilidade de reter a atenção das pessoas**.

Fazemos isso por meio da **dopamina**. Temos que nos perguntar “O que eu estou deixando de fazer que poderia fazer diferença na vida de uma pessoa?”. Às vezes, falta entreter mais, ter uma linguagem clara, perceber o que ela realmente quer para não entregar algo que ela nem precisa, ter **“escutatória”**. Isto é, ouvir mais.

O cérebro das pessoas está mudando e, conseqüentemente, a indústria e a linguagem do entretenimento. As pessoas estão mudando. Com a tecnologia, o mundo ficou “menor” e o cérebro vem generalizando cada vez mais os processos e a velocidade das coisas. **Estamos ficando hiperacelerados e cobrando das relações a mesma velocidade**, então, o nosso cérebro generaliza “Sucesso!”, porque, para ele, sucesso é a velocidade do nosso pedido no Ifood, por exemplo.

The logo for Strider, featuring the word "Strider" in a stylized, handwritten script font.

Estamos ficando cada vez mais imediatistas e, por causa disso, o nível de frustração cresce, pois **tudo** o que mais importa não vem de imediato. **As relações estão ficando cada vez mais líquidas e superficiais e os conteúdos rasos.**

As hiperconexões estão facilitando o encontro de toda a natureza; se tornou fácil pedir demissão de uma empresa, pois parece que ficou mais fácil arrumar emprego e fazer dinheiro com a internet; podemos projetar em qualquer mídia social a vida que queremos que pareça que temos.

Quando não temos treinamento, mas, sim, um **nível de comunicação padrão**, e iniciamos uma conversa com alguém, o cérebro dela envia um comando automático:

***Eu não tenho tempo,  
fale logo, por favor!***

Quem tiver o maior nível de retenção e captação vence. Os recursos nunca estiveram tão a nossa disposição como agora. **Entender de vídeos e lives não é mais uma questão de luxo, mas de sobrevivência.**

## ▶ O PRINCÍPIO DA COMUNICAÇÃO ELETRIZANTE

Primeiro, temos que entender de dopamina. Quando sabemos o que o cérebro das pessoas quer e entregamos isso, damos a elas uma **dose de prazer personalizada.**

*Strider*

O Instagram entende como gostamos de ser estimulados, mapeia todos os perfis que ficamos olhando por meio do *time watch* (tempo de exposição) e nos traz mais imagens parecidas com aquilo que gastamos tempo vendo, então, ele começa a **traçar um comportamento**.

Precisamos entender que sem técnica ou treinamento básico, iremos nos dar mal quando conversarmos com alguém no ao vivo. Para a psicologia do comportamento e do consumo, **o nosso dinheiro vai para onde a nossa atenção estiver**.

Quando entendemos a comunicação “domapinérgica”, começamos a perceber que 99% dos programas de notícias, por exemplo, começam com tragédias. Isso acontece pois há dois tipos de retenção: **prazer e medo**. Assim, ou chegamos para trazer uma grande novidade ou uma grande tragédia.

## ▶ LOOPING DE DOPAMINA

Como as plataformas precisam de engajamento constante e infinito, elas perceberam que precisavam dar **pequenas doses de dopamina diária** dentro de um espaço de tempo. Não é uma superdose, são pequenas doses.

**Qualquer interação que recebemos no nosso perfil nos dá uma dose sutil de dopamina.** O cérebro fica viciado nisso. Por isso que o smartphone é a pior droga de todas. Podemos usar a internet para consumir o conteúdo alheio ou para disparar dopamina.

Antigamente, tínhamos a mentalidade de consumistas diante da televisão. Depois, vieram os celulares e as mídias sociais, mas,

Strider

como não tivemos a **implementação comportamental de alguém que cria conteúdo**, continuamos apenas consumindo. Se repararmos, temos aplicativos para fazermos um monte de coisas, menos dinheiro. **Todos os aplicativos que usamos é para dar dinheiro a alguém.** Onde podemos transbordar, compartilhar, entregar? Como usar plataformas de distribuição de conteúdo para que a nossa mensagem se torne escalável e, conseqüentemente, façamos mais dinheiro?

Antes de pedir ou vender algo, temos que “dar” dinheiro. Esse é o mercado da reciprocidade, onde **entregamos o melhor que temos.** A partir dessa amostra grátis, as pessoas nos “compram”. Primeiro, nós entregamos.

**Criatividade, comunicação, liderança e marketing pessoal** são as principais habilidades necessárias no mercado digital. Quanto mais aperfeiçoamos e entregamos, mais longe chegamos com a nossa mensagem.

## ▶ REGRAS DO DIGITAL

Há duas regras importantes no digital:

Regra nº 1:

**Entrega e não se apegue.**

Regra nº 2:

**Entenda e atenda.**

Entender e atender é o ciclo da prosperidade. As coisas não dão certo pois não investimos o suficiente; queremos atender sem entender. **Isso se trata de “escutatória”.**

*Strider*

No primeiro momento, temos que ouvir e ver, estimular o comprador da nossa “droga” a revelar informações sobre ele de forma natural. Quanto mais entendemos o outro, mais a nossa entrega é personalizada. **Conteúdo personalizado dá mais prazer que conteúdo generalizado.**

O Instagram tem várias **ferramentas para trabalharmos a nossa “escutatória”**:

- ▶ Enquetes;
- ▶ Caixa de perguntas;
- ▶ Quiz;
- ▶ Direct;
- ▶ Comentários.

Esses são os melhores lugares para atingir pessoas em escala, para ganharmos tempo. Com isso, criamos a nossa **base de informações da audiência** que nos dá ibope hoje.

**Olhamos para o que já temos** para, a partir disso, construirmos “pontes” para o que precisamos, senão pagaremos mais caro na “ponte”. Assim, conseguimos saber quais podem virar checkout no agora.

E, falando sem romantismo e de forma pragmática, nossos atuais seguidores são uma rampa de crescimento. **Se formos apegados aos seguidores que já temos, não iremos nos desbloquear na “internetosfera”**. Seremos mais da versão que eles já conhecem ou acham que conhecem e eles não nos “comprarão”, pois já estão acostumados com isso.

No início, **temos que ouvir a nossa audiência, para mapearmos as dores dela**. Como dizer o que ela tem que fazer, se nem separamos um tempo para saber o que ela precisa!? Por isso, temos que estimular as pessoas a falarem e interagirem.

# ▶ C.T.A. E PSICOLOGIA DO EGOÍSMO

Antes de aplicarmos uma C.T.A. (*Call To Action*), uma solicitação para uma ação, temos que entender que **as pessoas são muito egoístas**, só fazem aquilo que percebem que terão um benefício pessoal.

Então, o **processo de ouvir consiste em deixar o outro ganhar**, entregar a vitória para ele. Quando damos espaço para as pessoas falarem e as escutamos, estamos dando dopamina para elas.

Quando solicitamos para a nossa audiência comentar em uma determinada postagem e dizemos que quanto mais a pessoa comentar mais chance ela tem de ganhar um sorteio, por exemplo, **o cérebro dela vê uma vantagem**. No final, haverá muito mais comentários. Há a C.T.A. que parece ser boa apenas para nós e há aquela que parece ser boa também para o outro.

Se queremos ter sucesso no digital, temos que ser bons em fazer com que **os outros sintam que o nosso conteúdo é bom para eles**, não para nós. A curtida de uma postagem nossa em estilo “musa fitness”, por exemplo, dá dopamina para nós, não para o outro.

Ficar rico na internet precisa ser bom para todo mundo. Temos que ser **líderes de movimento de benefício coletivo**. Precisamos postar algo imaginando que a pessoa que verá ganhará algo com isso. Só conseguimos fazer isso, sendo bons em ouvir demandas.

Quando fazemos uma postagem querendo receber curtidas, estamos querendo ser atendidos. E nós **não fazemos**

The logo for 'Strider' is written in a cursive, handwritten style. The letter 'S' is large and loops around the 't', and the word 'trider' follows in a similar script.

**dinheiro sendo atendidos, mas, sim, sendo os atendentes.** Porém, não é para ser apenas sobre o outro, é para ser sobre nós, também precisamos ter dopamina. **Mas temos que ter em mente que é muito mais sobre os outros do que sobre nós.**

## ▶ MELHOR FORMA DE DESPERTAR DOPAMINA

Qual a melhor forma de despertar dopamina? **Mostrando para a audiência como fazer, ajudando-a.** Por exemplo, nossos rells precisam ser um passo a passo. A pessoa sai do nosso conteúdo sabendo que aprendeu algo novo e fica querendo mais.

Portanto, o cérebro engajado é aquele que está sendo movido de um ponto a outro o tempo inteiro.

Temos que analisar:

***Estou entregando o tema da minha live porque eu quero ou porque fiz uma pesquisa e descobri que é algo que a minha audiência gostaria de ouvir, baseado, também, no que eu gostaria de entregar?***

Nós não entregamos nem apenas o que queremos, nem apenas o que a nossa audiência quer ouvir, mas **o que queremos entregar e o que a nossa audiência quer ouvir.**

*Strider*

# PHC - CAIXA DE PERGUNTAS

Temos que **aprender a contar histórias e a incluir as pessoas nelas**. Aplicamos o PHC:

**Pergunta** para *abrir*  
**História** para *aquecer*  
**Conteúdo** para *colocar*

Antes de abrir uma caixinha de perguntas, **precisamos criar um contexto** para que a pessoa sinta que está sendo atendida pela pergunta que está fazendo. Para isso, gravamos uma sequência de 3 stories:

## Stories 1 e 2:

Contamos uma história nossa dentro de, por exemplo, medo de julgamento e timidez.

## Stories 3:

Perguntamos para a audiência se ela também já teve uma história assim e pedimos para que aqueles que querem ajuda mandem uma pergunta sobre esse assunto na caixinha de perguntas.

**Contextualizamos e incluímos a audiência.** Aplicamos a Jornada do Herói. “Eu era você, era tímido.”, Stories 1. “Veja o que eu fiz para resolver!”, stories 2. “Joga a tua pergunta aqui para eu te ajudar.”, stories 3. Quebramos a percepção de que a caixa de perguntas está sendo aberta para sermos atendidos e, sim, para atendermos.

Quanto maior a autoridade que temos dentro da cabeça da audiência, **menos precisamos usar dessas técnicas e estratégias da psicologia para gerar engajamento**, pois a cabeça dela já sofreu uma “lobotomia”.

Nós não fazemos lives ou uma sequência de stories, mas uma **sequência de empilhamento emocional positivo**. Dentro das nossas lives, temos que colocar as pessoas em modo aventura, que gera muito mais dopamina e adrenalina. Ao fazermos stories, precisamos criar uma novela e incluir a audiência nela.

Estimule o outro a falar, trabalhe o teu poder de escuta. Escute, inclusive, aquilo que não é dito. Quando aprendemos a ler e ouvir de verdade as pessoas, **percebemos que temos que conversar com o cérebro límbico, o emocional**. Por meio dele, elas revelam coisas da vida delas que não percebem estar revelando.

Qual a chance de uma pessoa revelar publicamente, nos comentários, uma dor dela? Baixa. No direct e na caixa de perguntas, é maior, pois tem menos exposição.

## AS 6 FORÇAS DO INSTAGRAM

- *Reels* •
- *Feed* •
- *Stories* •
- *IGTV* •
- *Live* •
- *Direct* •

De todas essas forças, precisamos dominar fortemente 3 delas: **direct, reels e live**. Direct é intimidade. Com o reels, exercitamos a nossa capacidade de síntese e entrega rápida. Nas lives, mostramos o nosso “poder de fogo”, é onde temos que aguentar a pressão, onde a maioria das pessoas não querem estar.

# ▶ MELHOR FORMA DE DESPERTAR DOPAMINA

A maior parte das pessoas precisa realmente de ajuda. Por isso, **precisamos nos posicionar como alguém que ajuda pessoas.**

Jung mapeou **12 estações arquetípicas**. Delas, 6 são de frequência alta e 6 de frequência baixa. Dentro daquelas de frequência baixa, estão implementados todos os nossos comportamentos que fazem com que transfiramos a pressão que aparece na nossa vida.

As de frequência mais alta dominam a rejeição, logo, dominam a "guerra". Via de regra, **para termos algo, precisamos tirar algo de alguém**. Temos duas formas de tirar dinheiro da carteira de uma pessoa: entendendo e atendendo ou roubando.

Não existe conquista na paz, apenas na guerra. É 5 vezes mais fácil, rápido, prospero, seguro e interessante fazer dinheiro na internet, por causa da **escalabilidade**. O jeito sexy é o jeito do herói.

É sobre se posicionar dentro de uma plataforma gratuita de distribuição de canais e fazermos a nossa mensagem chegar em escala, entendendo de pessoas. Precisamos entregar **conteúdo nutritivo e vitaminado**, de forma ativa.

Strider

• TUDO COMEÇA  
• E TERMINA COM  
• PESSOAS

*Strider*