

As marcas não se
importam com os teus
seguidores.
Importam-se com
os teus resultados.



IDENTIDADE

ESTRUTURA

ALGORITMO

Não precisas de ser famosa para ganhares dinheiro a criar conteúdo.

A maioria acredita que primeiro é preciso construir uma comunidade enorme, e só depois começar a trabalhar com marcas.

Esse caminho funciona. Mas depende da tua personalidade, do teu humor, da sorte — fatores que não controlas. E demora.

Existe uma forma mais rápida. Resume-se a uma única habilidade: saber criar vídeos que tragam resultados às marcas.

Foi essa habilidade que me permitiu faturar desde o primeiro mês.



Comecei há pouco mais de um ano.

Com 400 seguidores, comecei a trabalhar com o Jardins do Patriota, um dos maiores supermercados de Angola.

Com 8.000, fechei com a Tupuca — uma das maiores empresas de delivery do país.

Hoje, com cerca de 20.000, crio conteúdo para gigantes como a Xyami e a Pizza Hut.

Ao todo: mais de 7 milhões de visualizações geradas para mais de 30 marcas.

Não consegui estas parcerias porque tinha milhares de seguidores. Foi simplesmente porque os meus vídeos traziam clientes para as marcas.



Mas o que faz um vídeo funcionar?

Primeiro, precisas de perceber como funciona o algoritmo do Instagram.

Sempre que publicas, ele testa o teu vídeo com um pequeno grupo de pessoas. Se ficam a ver, interagem e mostram interesse, expande o alcance a mais gente parecida — mas só sabe a quem mostrar se perceber do que fala a tua conta.

Quanto mais fácil for para o algoritmo perceber a tua conta, mais rápido ele te recomenda.



As três métricas mais importantes.

Esquece hashtags, músicas virais e truques mágicos do algoritmo. A única coisa a que precisas de prestar atenção são três métricas: retenção, interação, guardados e partilhas.

Retenção é quanto tempo as pessoas ficam a ver o teu vídeo, do início ao fim.

É a mais importante das três. Ter uma retenção alta é o que mais importa.

Um exemplo de boa retenção: um vídeo que dura 40 segundos, em que, em média, as pessoas ficam a ver até ao segundo 38.

Se as pessoas ficam, o algoritmo entende que vale a pena mostrar o teu vídeo a mais gente.



Precisas de um gancho.

Para teres uma retenção alta, precisas que as pessoas fiquem nos primeiros três segundos. E para isso precisas de um gancho.

Pode ser visual ou narrativo. O importante é mostrares ou dizeres algo que chame imediatamente a atenção de quem está a ver.

Um gancho só precisa de cumprir duas coisas: despertar curiosidade e ser entendível desde o primeiro segundo.

Quando algo é confuso, as pessoas simplesmente scrollam.



Captar a atenção não chega.

Tens de a manter. A atenção reinicia-se a cada cinco segundos — por isso, ao longo do vídeo, tens de continuar a prender quem está a ver.

Frases de causa e efeito — "isto aconteceu → e isso levou a isto". O cérebro quer sempre saber o que vem a seguir.

Deixar uma pergunta por responder (open loop). As pessoas odeiam ficar com algo incompleto — e isso obriga-as a ficar até ao fim.

As pessoas não lembram do que dizes. Lembram de como és.

Comecei no nicho de turismo e lifestyle. O que me destacou não foi o tema — foi a forma como eu gravava e editava, sempre em primeira pessoa.

Com poucos seguidores, já era impossível confundir um vídeo meu com o de outra pessoa. Foi isso que chamou a atenção das marcas: no segundo mês, já tinha fechado uma parceria de 800.000 Kz.

O sotaque. Ser estrangeira. O humor seco. A forma de vestir. Nada disto foi acaso. Pode ser uma frase que repetes, uma forma de editar, um penteado — não precisa de ser complicado, precisa de ser consistente.

Se queres que as marcas te lembrem, precisas de ter algo só teu.





“Não precisei de milhares de seguidores. Precisei de um vídeo que as pessoas quisessem ver até ao fim.”

- Mayra González

Isto foi só a base.

O que viste aqui já é o suficiente para começares a criar vídeos que as marcas notam.

Mas identidade, algoritmo, retenção e gancho são só os primeiros passos. No curso ensino tudo isto muito mais a fundo, com exemplos reais de marcas — partilho recursos que uso todos os dias e dou acesso a uma aula 1 a 1 comigo.

A tua próxima parceria pode estar a apenas um vídeo de distância.

@mayra_ilg

