

Como pensar um produto digital?

Matinal Jornalismo

Curso prático de Podcasts

Outubro de 2021



Olá!

Quem sou eu



FêCris Vasconcellos

Doutora em Comunicação PUCRS/UCP
Gerente de Produto e Estratégia GMJ
Professora Jornalismo Famecos/PUCRS
ZH, Kzuka, Pop Rock, Cartola...



Contexto digital atualidade

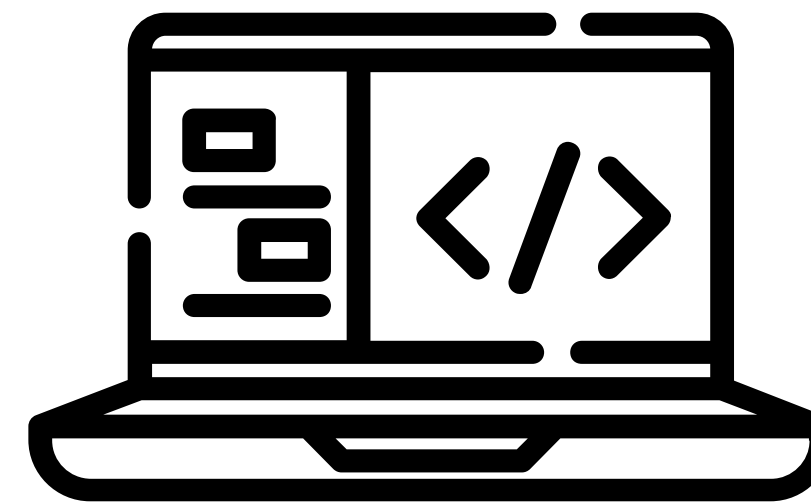
Como pensar um produto digital?

Era de profundas transformações



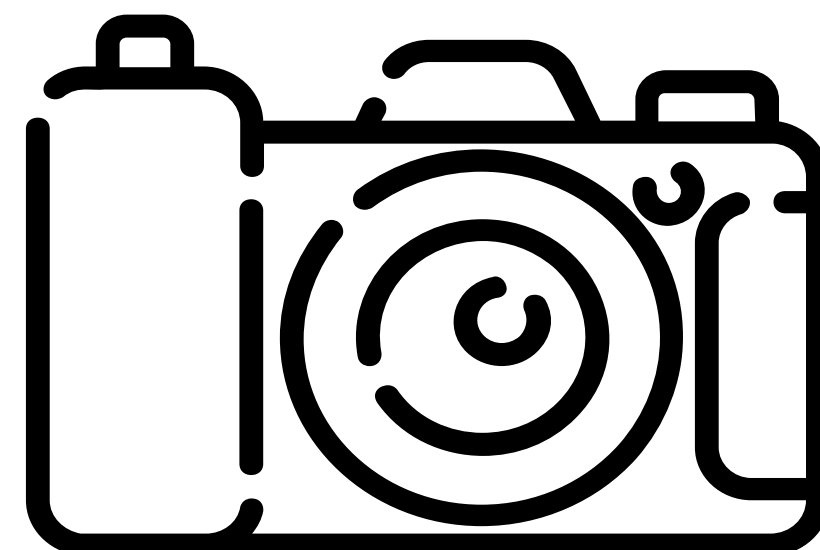
Pós-modernidade

Era das emoções, baixa racionalidade, desconfiança das grandes instituições



Realidade mediada por algoritmos

Nosso consumo de informação e nossa conexão com a realidade são mediadas



Regime das imagens técnicas

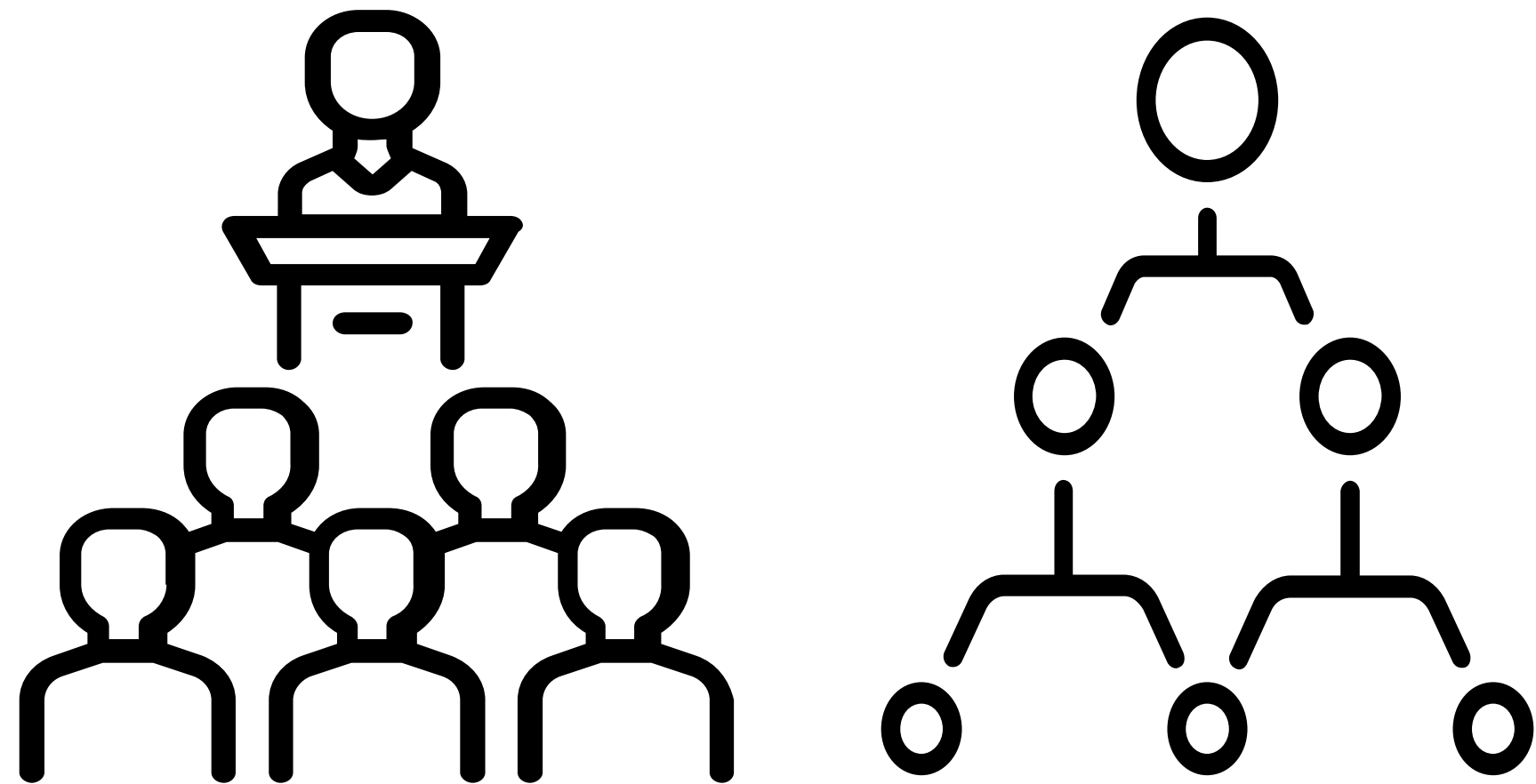
Comunicação mediada por telas e imagens artificiais

Contexto digital atualidade

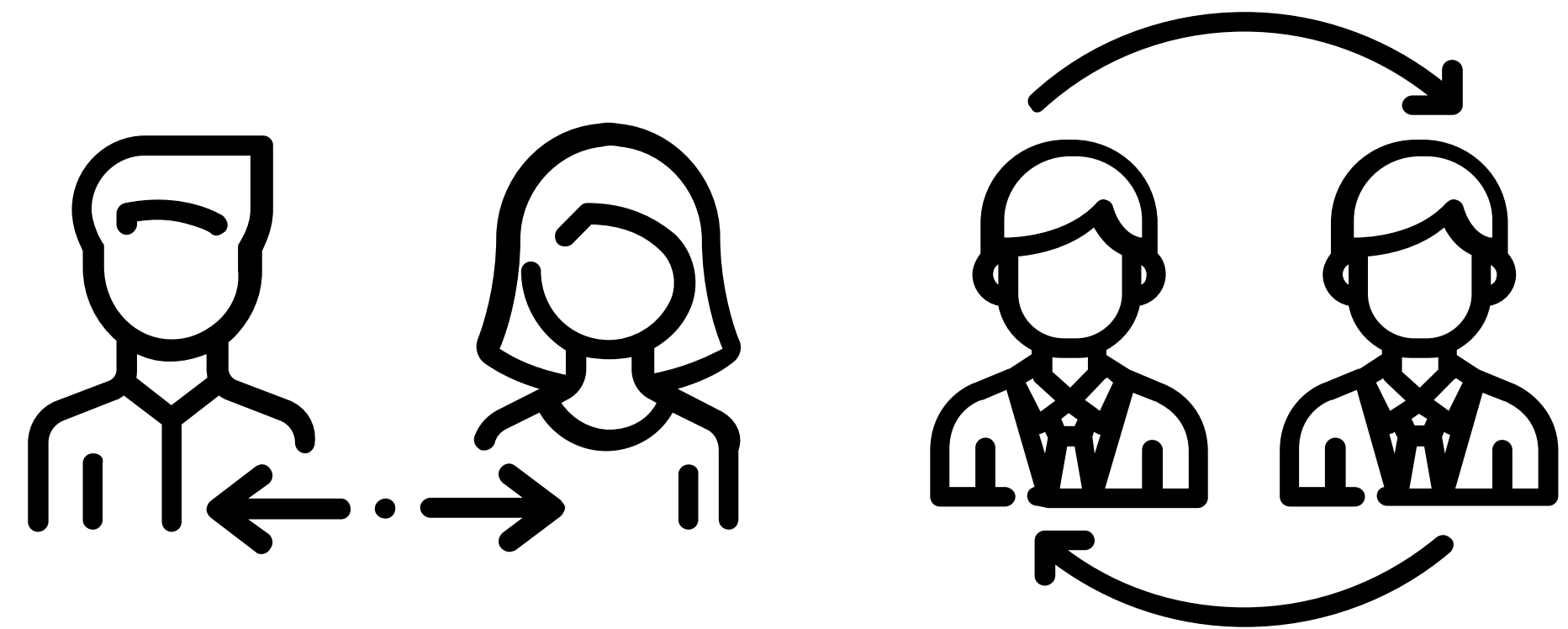
Como pensar um produto digital?

Relações mudaram

Um para todos
(vertical)

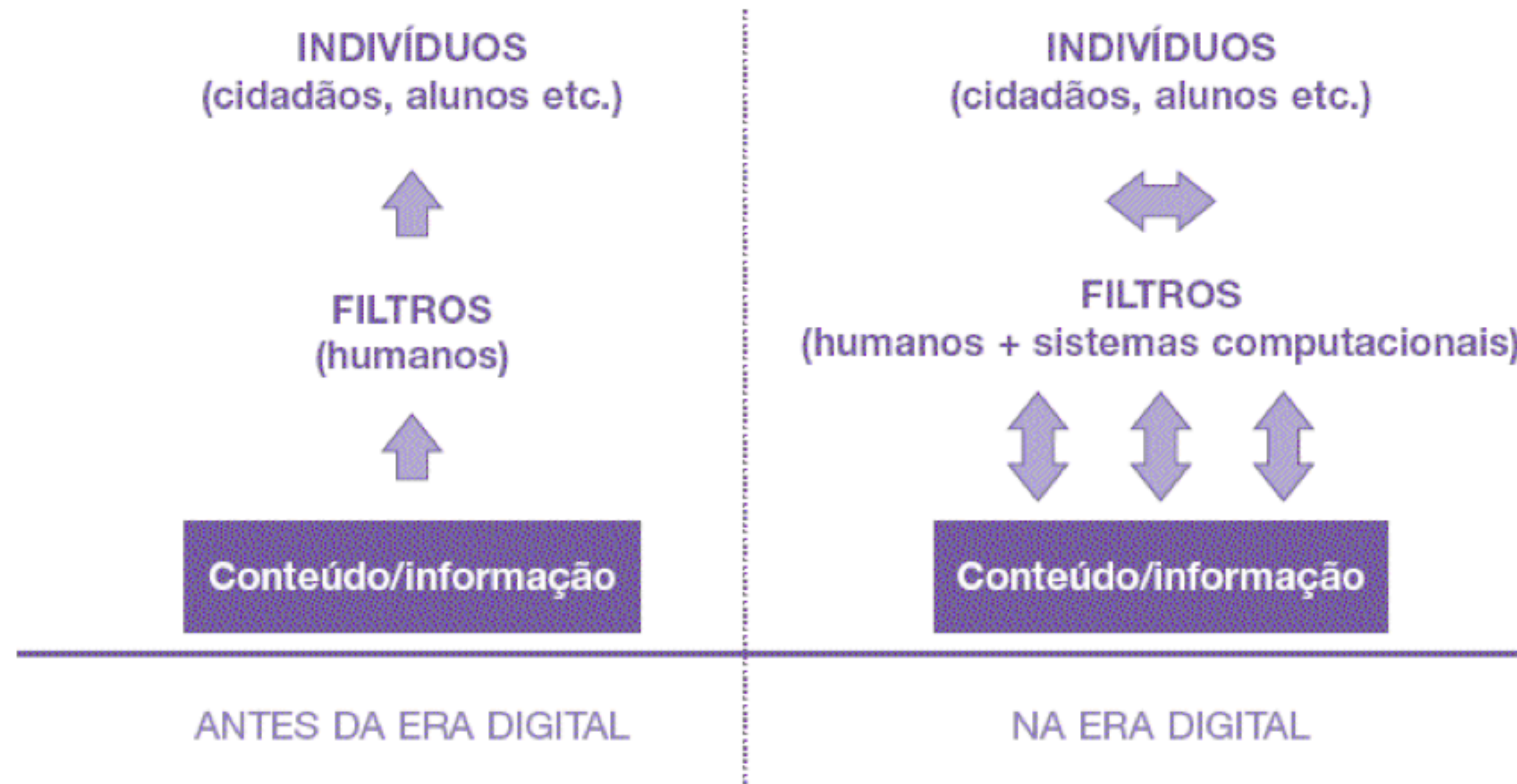


Todos para todos
(horizontal)



Contexto digital atualidade

Como pensar um produto digital?



Fonte: GABRIEL, Martha. **Você, eu e os robôs: pequeno manual para o mundo digital**. São Paulo: Editora Atlas, 2018.



O que as pessoas querem?

Por que algumas coisas fazem sucesso e outras não?



The image shows a YouTube video player interface. At the top left is the YouTube logo with 'BR' next to it. To the right is a search bar with the text 'Pesquisar' and a magnifying glass icon. The video player area shows a scene from a talk where a woman on the left holds a green sign, and Simon Sinek is speaking on the right. Overlaid on the bottom right of the video is the text: 'Tradutor: Fernando Marinheiro' and 'Revisor: Fers Gruending'. Below the video player, the video title 'Simon Sinek: Como grandes líderes inspiram ação' is displayed. Underneath the title, it says '14.828.565 visualizações • 4 de mai. de 2010'. To the right of this information are icons for likes (192 MIL), comments (3,9 MIL), share (COMPARTILHAR), save (SALVAR), and a more options menu (three dots).



Por que pensamento de produto?

Como pensar um produto digital?

Por que eu estou
fazendo o que estou
fazendo?

Por que meu produto
precisa existir?



Por que pensamento de produto?

Como pensar um produto digital?

Começo, meio e fim

Ser relevante

Usuário

Resolver um problema

Compartilhar valores



Por que pensamento de produto?

Como pensar um produto digital?

Que problema do usuário eu estou tentando resolver?



Por que pensamento de produto?

Como pensar um produto digital?

O usuário precisa
estar no centro de
todo o
desenvolvimento do
produto



Primeiro passo: identificar o usuário

Como pensar um produto digital?

 Nome: Idade: Onde vive: Profissão: Cargo: Salário: Experiências anteriores: Futuro:	Minibio Características, crenças, qualidades, valores	Dores ou necessidades Quais são suas expectativas não atendidas?	Atividades O que faz no dia a dia?
	Objetivos O que deseja alcançar na vida? Que sonhos tem? A quem admira?	Como se informa Quais os meios que mais confia para se informar? Usa tecnologia para isso?	Última atualização: xx.xx.xx

Segundo passo: identificar o problema

Como pensar um produto digital?

Que problema do usuário eu estou tentando resolver?

Por que meu produto é melhor do que os outros?

O que já existe no mercado para esse público ou sobre esse assunto?



Terceiro passo: desenhar meu produto

Como pensar um produto digital?

Canvas para
Podcast



Kell Bonassoli
oi@eusouakell.com.br
@eusouakell

1 – Paixão Compartilhada <i>O que você e sua audiência amam?</i>	3 – Ouvintes Potenciais <i>Quais públicos poderiam gostar do seu podcast?</i>	5 – Seu Diferencial <i>O que diferencia o seu podcast dos concorrentes?</i>	7 – Formato <i>Qual o melhor formato para seu tema e habilidades?</i>	9 – Canais <i>Como você pode impactar a sua audiência?</i>
2 – Opções Existentes <i>Quais são seus concorrentes?</i>	4 – Persona (Ouvinte ideal) <i>Como seria o seu ouvinte ideal?</i>	6 – Analogia <i>Compare com a concorrência. É como... mas é sobre...</i>	8 – Frequência <i>Considere a disponibilidade da audiência</i>	10 – Nome e Arte <i>Qual será o nome? Qual será a arte da capa?</i>
11 – Chamada para Ação (CTA) <i>Crie um gatilho que direcione para o seu podcast</i>			12 – Necessidades Técnicas <i>O que o seu podcast precisa para começar?</i>	

Fonte: Mundo Podcast



Quarto passo: desenhar a jornada do usuário

Como pensar um produto digital?

Meu produto é digital,
então meu público
também precisa ser

Onde, no digital, está
esse público?

Em que momentos do
dia está pensando
sobre esse problema?



Quarto passo: desenhar a jornada do usuário

Como pensar um produto digital?

Como eu posso oferecer meu produto?

Como gerar valor?



Quinto passo: proposta de valor

Como pensar um produto digital?

Identifique seus pontos fortes e daí identifique sua proposta de valor

Somos os primeiros a...

Somos os únicos a...

Somos os melhores em...

Nossos

ajudam

que querem

ao

e por



Divulgação

Como pensar um produto digital?

Onde meu público está x estudar essa
plataforma

Que conteúdos eu tenho para divulgação?

Como comunicar?

Investimento x retorno

Divulgação

Como pensar um produto digital?

Trechos do podcast

Barbara Gancia - Mais que 8 Minutos #123
15 mil visualizações · há 16 horas

Yasmin Yassine - Mais que 8 Minutos #122
122 mil visualizações · há 2 dias

Chavoso da USP - Mais que 8 Minutos #121
101 mil visualizações · há 5 dias

Marco Antonio Villa - Mais que 8 Minutos #120
218 mil visualizações · há 1 semana

Diabão Prado (Modificação Corporal) - Mais que 8...
458 mil visualizações · há 1 semana

Carioca - Cortes Mais que 8 Minutos ▶ REPRODUZIR TODOS

PERDI MINHA IRMÃ E MEU PAI
11:27

CARIOCA SE EMOCIONA AO LEMBRAR DA FALECIDA...
Cortes - Mais que 8 Minuto...
84 mil visualizações · há 3 semanas

NINGUÉM QUIS FALAR COM ELA, A GENTE FICOU ENLQUUECIDO!
5:20

CARIOCA E A SAÍDA DA SABRINA SATO DO PÂNICO...
Cortes - Mais que 8 Minuto...
364 mil visualizações · há 3 semanas

O CEARÁ ME IMPEDIU DE SAIR DO PÂNICO EM 2000
3:16

CARIOCA TEM TRETA COM O CEARÁ? (SILVIO DO...
Cortes - Mais que 8 Minuto...
178 mil visualizações · há 3 semanas

MORAR JUNTO DA M3RD4
14:22

CARIOCA CONTA O QUASE FIM DO SEU...
Cortes - Mais que 8 Minuto...
184 mil visualizações · há 3 semanas

FIQUEI 3 DIAS SEM SENTIR GOSTO MINHA BOCA FICOU EM CARNE VIVA
4:54

A PIOR EXPERIÊNCIA GRAVANDO PÂNICO -...
Cortes - Mais que 8 Minuto...
98 mil visualizações · há 3 semanas

Cortes do Flow ▶ REPRODUZIR TODOS

"A GALERA DA DIREITA NÃO TA ACOSTUMADA A SER ZOADA"
3:14

OS ARTISTAS DEVEM SER ISENTOS? | Cortes do Flow
Cortes do Flow [OFICIAL] ✓
136 mil visualizações · há 1 ano

"TRANSAR É COISA DE BICHO"
3:27

E SE O S3XO NÃO FOSSE PRAZEROSO? | Cortes do...
Cortes do Flow [OFICIAL] ✓
264 mil visualizações · há 1 ano

"O QUE EU TENHO A VER COM AS BALEIAS?"
8:32

SKYLAB NÃO GOSTA DO POLITICAMENTE CORRET...
Cortes do Flow [OFICIAL] ✓
240 mil visualizações · há 1 ano

"LUCIANO HULK?"
2:09

EM QUEM VOTAR EM 2022? | Cortes do Flow
Cortes do Flow [OFICIAL] ✓
52 mil visualizações · há 1 ano

"EU VEJO MUITO VALOR NO MONAR POR ELE SER ELE..."
2:46

AS OPINIÕES POLÊMICAS DO MONARK | Cortes do...
Cortes do Flow [OFICIAL] ✓
63 mil visualizações · há 1 ano

TIM 51 10:23 93%

MEDODELIRIOEMBRASILIAPODCAST
Publicações Seguir

medoedelirioembrasiliapodcast

Assistir ao vídeo do IGTV

Curtido por patalmeida e outras pessoas

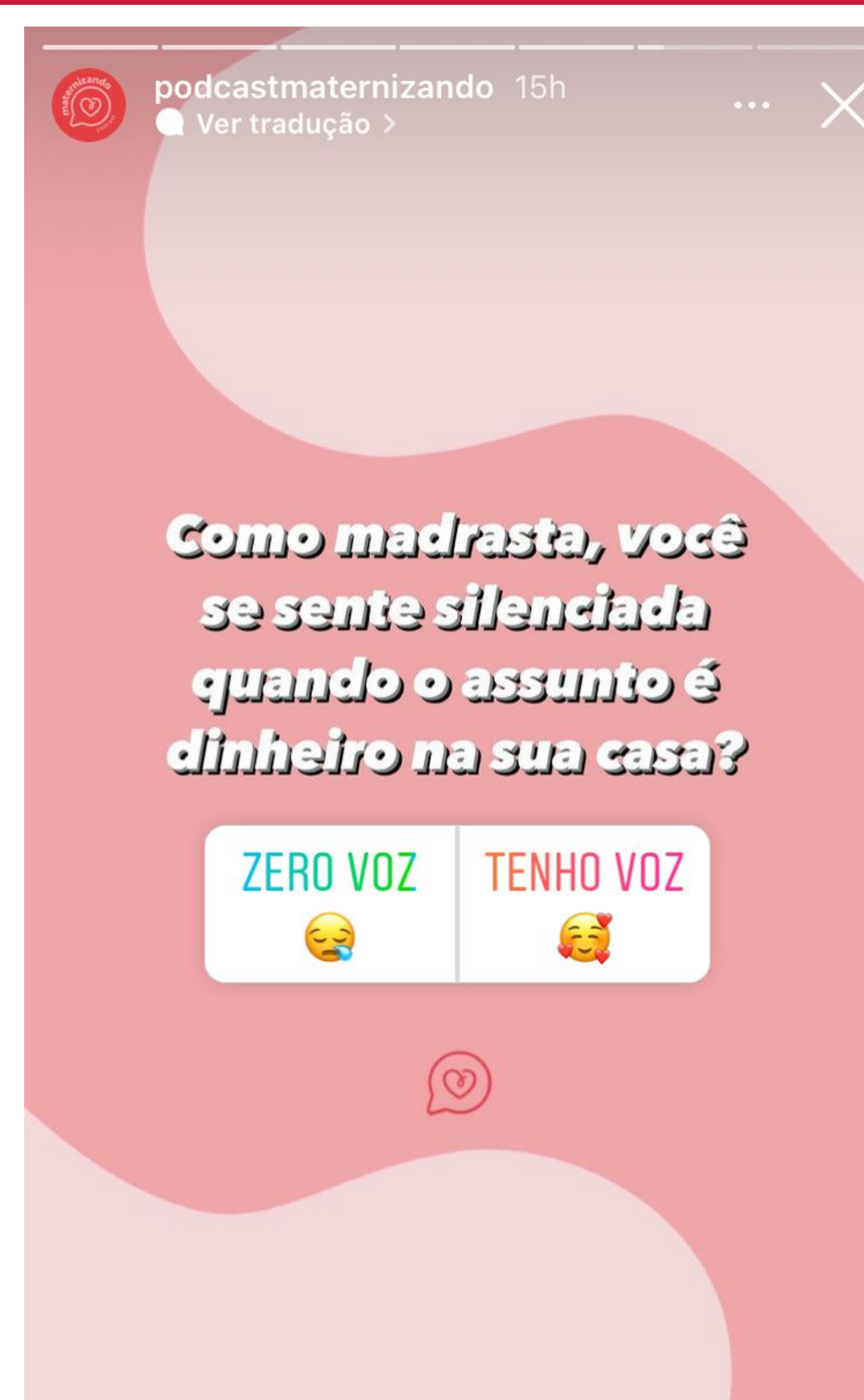
medoedelirioembrasiliapodcast Trecho tirado do episódio dias 986 a 988
Ver todos os 74 comentários
21 de setembro · Ver tradução

medoedelirioembrasiliapodcast

Divulgação

Como pensar um produto digital?

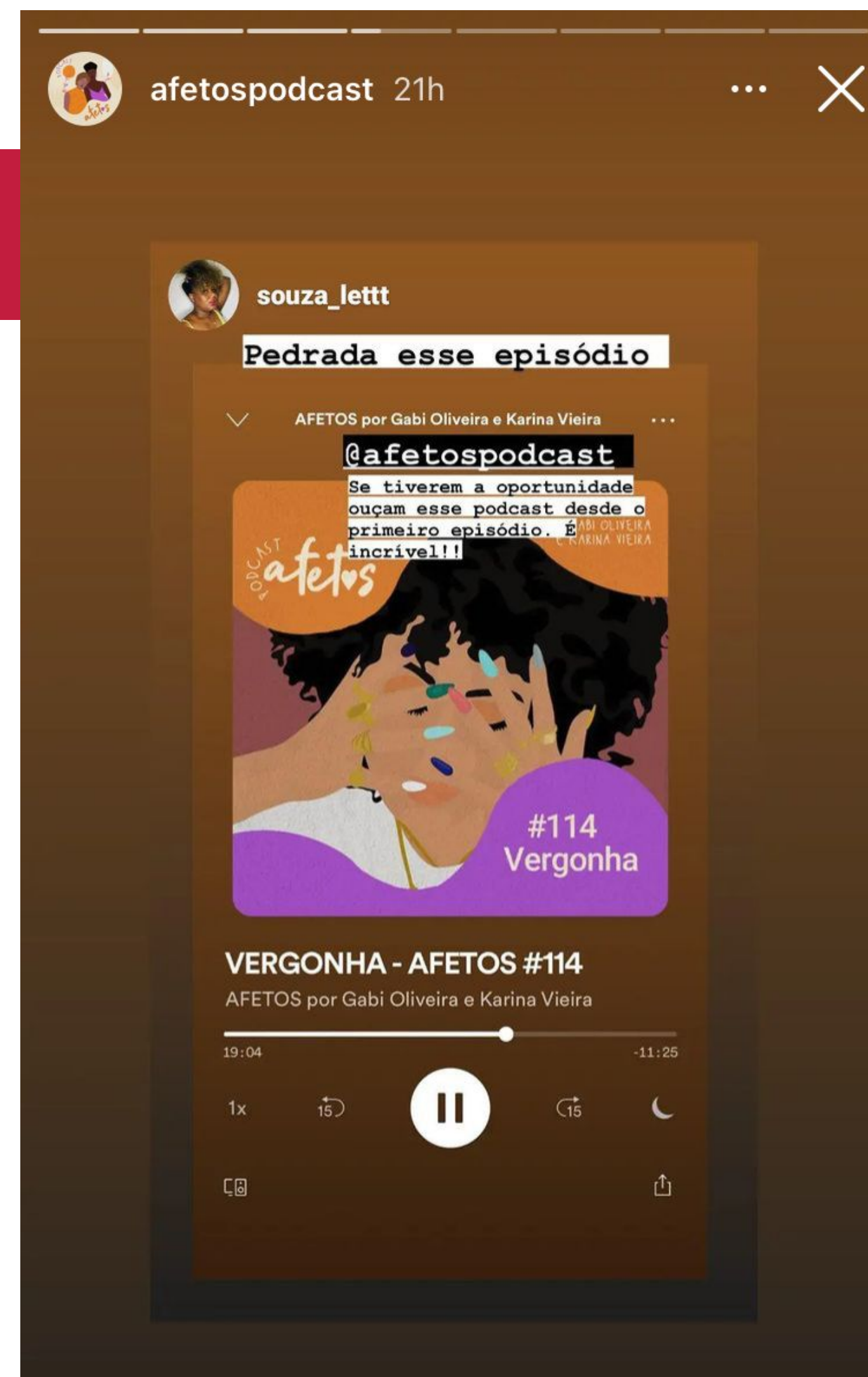
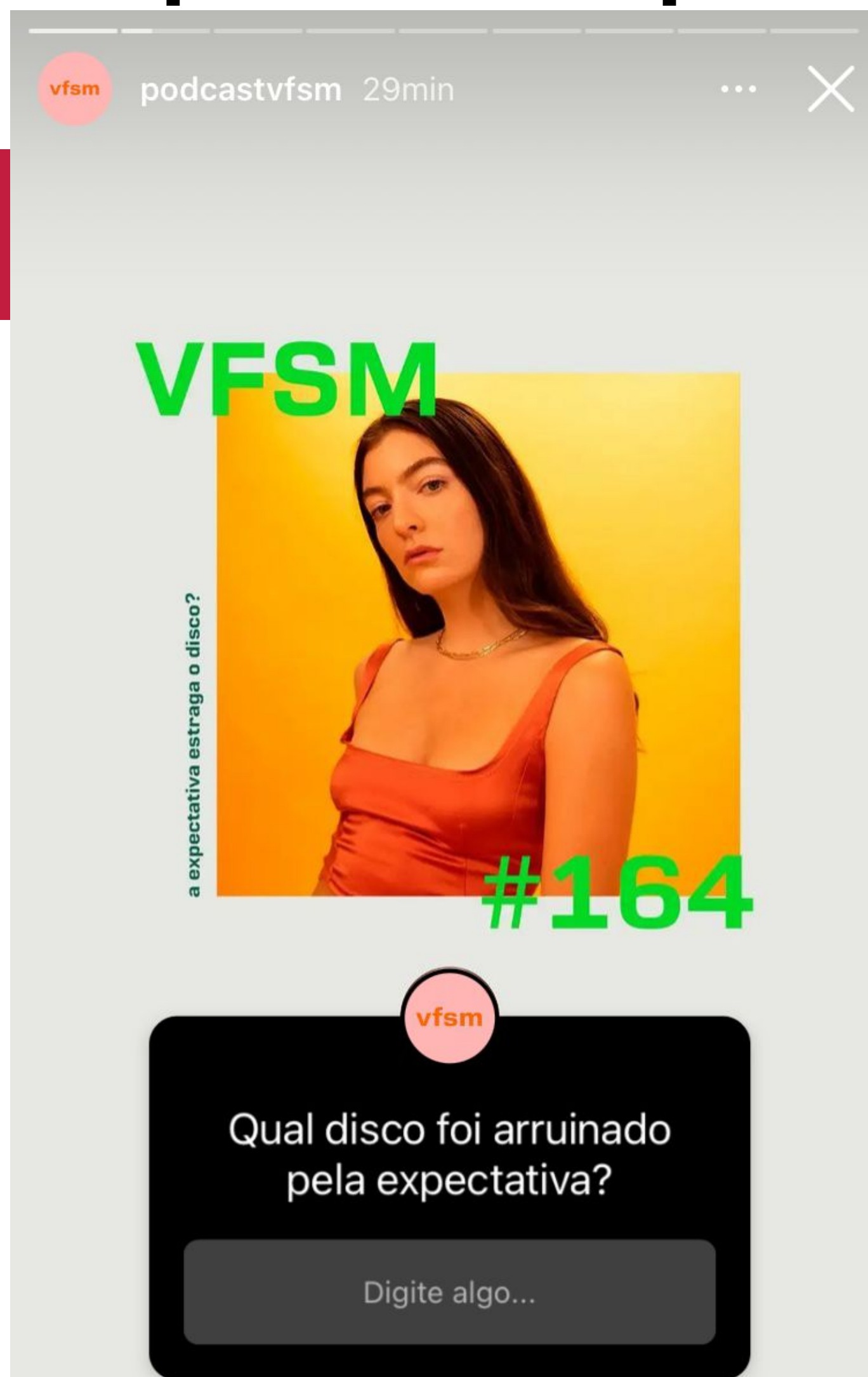
Interação



Divulgação

Como pensar um produto digital?

Interação



Divulgação

Como pensar um produto digital?

Bastidores

TIM 51 10:25 91%
PODPAHPODCAST
Publicações Seguir



Curtido por isaa_ferreira135 e outras pessoas
podpahpodcast Milene Domingues

TIM 51 10:37 83%
MAMILOSPOD
Publicações Seguir



Acesse a COVID-19: Central de
Informações para obter recursos sobre a
>

Lógica das redes sociais

Como pensar um produto digital?

NATIVOS DIGITAIS

são a geração que mais está em contato com seus pares



Lógica das redes sociais

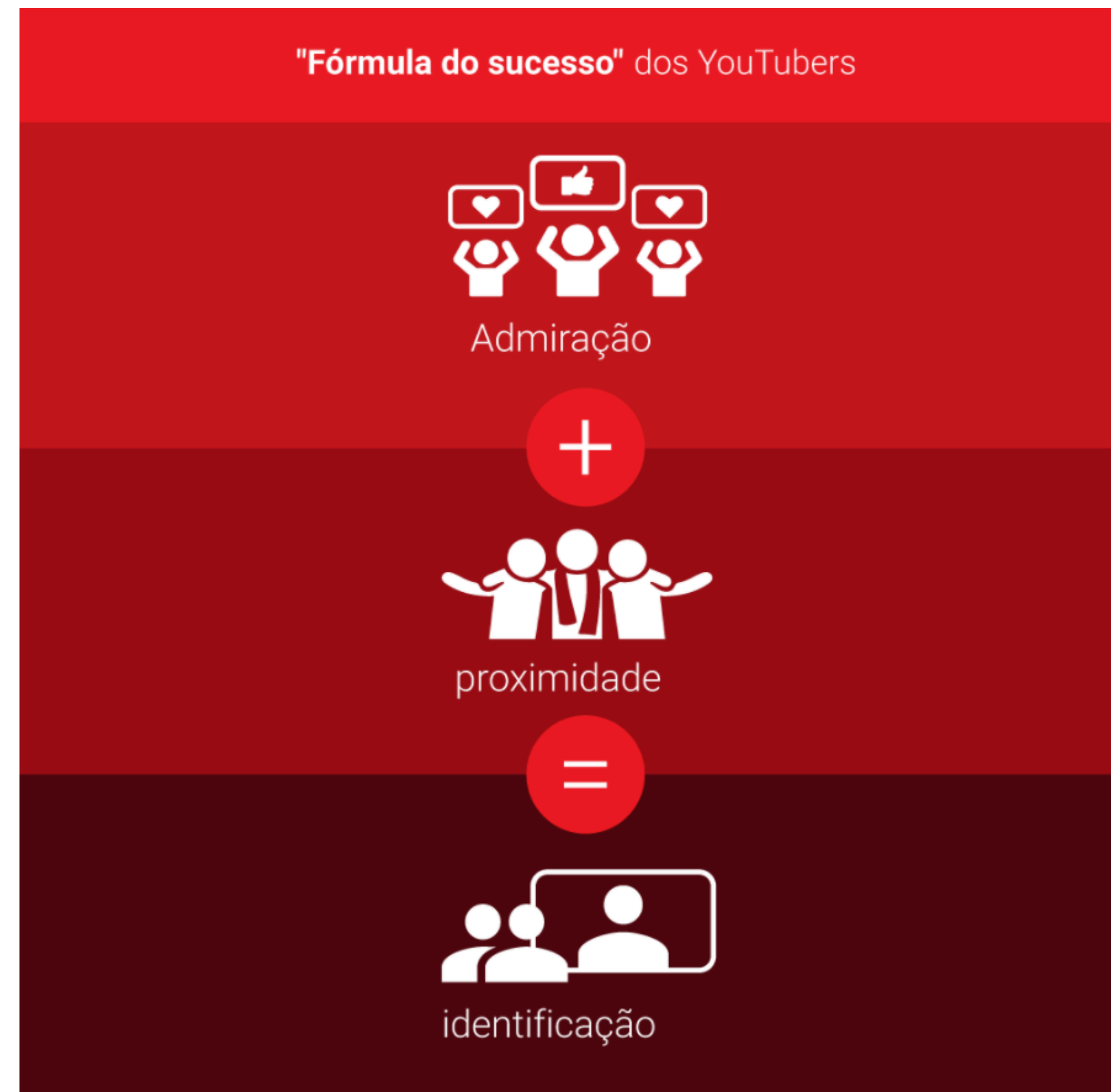
Como encontrar meu público?

INFLUENCIADORES DIGITAIS

Estamos ingressando numa época de mudanças radicais para os profissionais de marketing. A fé na propaganda e nas instituições que pagam por ela está diminuindo aos poucos, enquanto a crença nos indivíduos encontra-se em ascensão. As pessoas confiam em outras pessoas iguais a elas, ou os pares creem nos pares. As mensagens de cima para baixo estão perdendo a força, ao passo que as conversas de baixo para cima estão ganhando poder (ANDERSON, 2006, p. 97).

Lógica das redes sociais

Como encontrar meu público?



Lógica das redes sociais

Como encontrar meu público?

Presença

Linguagem
apropriada

Comunicação
constante

Mensuração
de sucesso

Variação de
argumento

Lógica das redes sociais

Como encontrar meu público?

Para podcasts =
relacionamento +
engajamento

Como usar cada rede?

Como encontrar meu público?



44% dos jovens ainda indicaram que o Instagram é a rede que mais utilizam.

Esse número cai conforme aumenta a faixa etária:

34% dos entrevistados de 40 a 49 anos disseram que o Instagram é sua preferida.

Entre os maiores de 50 anos, são 17%.

- tenha um perfil de empresa
- vídeos bombam mais
- não use imagens com muito texto - coloque o texto na legenda
- presença nos stories
- link na bio
- imagens aspiracionais
- seja útil
- hashtags para entrar nas conversas

Como usar cada rede?

Como encontrar meu público?



Forte no Brasil.
Forte no público jovem.
Forte para informação

- presença constante
- entre nas conversas
- siga, indique

Como usar cada rede?

Como encontrar meu público?



Forte no Brasil.

Forte no público adulto.

Favorece conteúdos postados por usuários.

Chave é interação.

- crie grupos/comunidades
- marque pessoas
- participe das conversas

Como usar cada rede?

Como encontrar meu público?



Geração Z

Música/DIY

Algoritmo favorece novos usuários

- fique atento às conversas
- participe
- challenges
- seja autêntico

Como usar cada rede?

Como encontrar meu público?



Profissional
Aspiracional
Compartilhar aprendizados

- presença
- fique atento às conversas e participe
- seja útil para outras pessoas
- seja profissional

Onde mais eu encontro meu público?

Como encontrar meu público?

**Criatividade
(oportunidades offline)**

**Parcerias com outros
produtores de
conteúdo**

Trabalho constante

**Investimento em
anúncios**

**Conversa e
mensuração**

Onde mais eu encontro meu público?

Como encontrar meu público?

Obrigada!

fecris@matinaljornalismo.com.br



@afecris



@fecrisvasconcellos



/fecrisvasconcellos

Bibliografia

Como encontrar meu público?

ANDERSON, Chris. **A Cauda Longa**: do mercado de massa para o mercado de nicho. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

DURAND, Gilbert. **O imaginário**: ensaio acerca das ciências e da filosofia da imagem. Tradução: Renée Eve Levié. 3 ed. Rio de Janeiro: DIFEL, 2004.

DURAND, Gilbert. **A imaginação simbólica**. Lisboa: Edições 70, 1995.

FLUSSER, Vilém. **O universo das imagens técnicas**: elogio da superficialidade. São Paulo: Aleph, 2008.

GABRIEL, Martha. **Você, eu e os robôs: pequeno manual para o mundo digital**. São Paulo: Editora Atlas, 2018.

MAFFESOLI, Michel. **O tempo retorna**: formas elementares da pós-modernidade. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2012.

MUNDO Podcast <https://mundopodcast.com.br/podcasteando/canvas-podcast/>

LEMOS, André. Celulares, funções pós-midiáticas, cidade e mobilidade.

Urbe. Revista Brasileira de Gestão Urbana, jul./dez./ 2010, v. 2, n. 2, p. 155-166. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/48198371_Celulares_funcoes_pos-midiaticas_cidade_e_mobilidade.

Acesso em: 12 out. 2020.

MARTINS, Moisés de Lemos. **Crise no Castelo da Cultura**: Das telas para os ecrãs. Coimbra: Grácio Editor, 2011.

VASCONCELLOS, Fernanda Cristine. **As Crises do Jornalismo no Contexto Digital Brasileiro**: um estudo sobre produção e imaginário. 2020. Tese (Doutorado) Faculdade de Comunicação Social, Pós-Graduação em Comunicação Social, PUCRS. Porto Alegre, 2020.

VASCONCELLOS, Fernanda Cristine. **A Influência nos grupos de nativos digitais**: uma análise da comunicação na rede Facebook. 2014. Dissertação (Mestrado) Faculdade de Comunicação Social, Pós-Graduação em Comunicação Social, PUCRS. Porto Alegre, 2014.

WATKINS, Craig. **The Young & The Digital**: What the Migration to Social-Network Sites, Games, and Anytime, Anywhere Media Means to Our Future. Boston: Beacon Press, 2009.