



**UNIVERSIDADE CATÓLICA DO SALVADOR
PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E MARKETING DIGITAIS**

LUIA MARQUES TORREÃO SÁ LASSERRE

**SIMPLESCRITA:
LANÇAMENTO DO CURSO DE ESCRITA ONLINE**

Salvador
2022.1

LUISA MARQUES TORREÃO SÁ LASSERRE

**SIMPLESCRITA:
LANÇAMENTO DE CURSO DE ESCRITA ONLINE**

Projeto de conclusão de curso apresentado a Pós-graduação Lato Sensu Comunicação e Marketing Digitais da Universidade Católica do Salvador como requisito obrigatório à obtenção do grau de Especialista em Comunicação e Marketing Digitais.

Orientadora: Profa. Dra. Velda Torres

Salvador
2022.1

À minha família, aos livros e ao encontro diário com as palavras que tornam este projeto possível.

*"O mundo recompensa
quem comunica melhor suas ideias,
não quem tem as melhores ideias".
David Perell*

LISTA DE FIGURAS

Figura 01 – Logomarca Simplescrita sobre fundo bege.	20
Figura 02 - Logomarca Simplescrita sobre fundo claro.	20
Figura 03 - Imagem da logo Simplescrita no perfil do e-mail	20
Figura 04 - Logo Simplescrita na capa do destaque do Instagram	21
Figura 05 - Postagem da marca no Instagram	21
Figura 06 - Formulário do Google de pré-inscrição	22
Figura 07 - Formulário do Google de pré-inscrição	22
Figura 08 - Legenda de postagem no Instagram	23
Figura 09 - Card de postagem no Instagram	23
Figura 10 - Página de vendas na plataforma Livus	24
Figura 11 - Página de vendas na plataforma Livus	24
Figura 12 - Insights de anúncio no Instagram	25
Figura 13 - Insights de anúncio no Instagram	25
Figura 14 - Insights de anúncio no Instagram	25
Figura 15 - Story do Instagram	26
Figura 16 - Print de mensagem no Whatsapp	26
Figura 17 - Print de e-mail de lançamento	27
Figura 18 - Print de mensagem no Whatsapp	28

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	06
2	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	08
3	DIAGNÓSTICO	10
4	PROGNÓSTICO	12
5	PARECER	13
6	DEFINIÇÃO DE PÚBLICO	14
7	ESTRATÉGIAS E AÇÕES DE COMUNICAÇÃO	15
8	CRONOGRAMA	18
9	INSTRUMENTOS DE AVALIAÇÃO E CONTROLE	18
10	ANÁLISE DAS AÇÕES IMPLEMENTADAS	19
	REFERÊNCIAS	29
	APÊNDICE A – PLANO DE CURSO	30

1 INTRODUÇÃO

Imagine que você está em um supermercado de corredores compridos e iluminados por refletores. As gôndolas apinhadas de embalagens oferecem produtos e serviços de todos os tipos. Compra-se quase tudo por ali. É fácil chegar a esse supermercado, não precisa andar muito, está ao alcance dos dedos. Este supermercado é a internet. Expostos nas prateleiras estão os infoprodutos, ou seja, produtos digitais de informação - de e-books a cursos online, sendo expressivo o aumento da oferta desses materiais nos últimos anos. Nesse contexto, não resta dúvida de que o marketing digital veio para ficar, e com ele a ascensão e valorização do marketing de conteúdo.

Se o marketing tradicional era responsável pela criação e entrega de valor para atração e conversão de clientes e consumidores, o marketing digital passou a fazer isso via meios eletrônicos e online. Mas o seu grande diferencial veio com o posicionamento estratégico de marcas focado em conteúdo, que passou a ser a moeda mais relevante no processo de oferta e venda. Com isso, a habilidade de se comunicar bem torna-se um dos insumos essenciais nesse contexto. Se em um supermercado real temos os alimentos que compõem a base das necessidades de consumo humano, nos “corredores da internet” a comunicação é um dos principais itens da cesta básica para sobrevivência no ambiente digital.

Vivemos a era do compartilhamento do conhecimento e de informações; já não basta ser detentor de um conhecimento, pois se ele ficar guardado vale pouco. É reconhecido e recompensado quem comunica o que conhece, partilhando ideias e ensinamentos com quem sabe menos do assunto. A pandemia só acelerou todo o processo que já vinha acontecendo, de avanço das relações comerciais e comunicacionais em meio digital. Quem ainda não havia aderido ao mercado de oportunidades, que é a internet, precisou refazer suas estratégias. Não basta mais olhar de fora o movimento que acontece na internet, é preciso entrar e firmar os dois pés do lado de dentro.

Foi com atenção a este cenário que surgiu a proposta para a criação do Simplescrita, um curso online de escrita, que será detalhado neste projeto executivo. Um produto que está inserido no contexto de valorização do mercado digital, principalmente com relação à alta demanda por aprimoramento da habilidade de comunicação em formações livres. Trata-se de uma oficina envolvendo teoria e prática, na qual será trabalhada a simplicidade da boa escrita

com base nos pilares da clareza, da precisão e do estilo.

O curso é um produto com lançamento vinculado ao perfil profissional no Instagram @luisasalasserre e conta com apenas a idealizadora do projeto para a produção de conteúdo e materiais, condução das aulas e acompanhamento da turma. Será comercializado a partir da divulgação da página de vendas e link de inscrição; e ministrado em quatro aulas, com periodicidade semanal, ao vivo e online, via sala virtual do Zoom. Para isso, serão utilizadas as ferramentas tecnológicas de uma nova plataforma de hospedagem de cursos online chamada Livus.

Através dela, é possível produzir e publicar a página de vendas do curso com todas as informações necessárias; e divulgar a página por meio de link no Instagram. Essa página inclui: texto de apresentação, conteúdo programático das aulas, dias e horários, perguntas e respostas com esclarecimento de dúvidas e o botão de inscrição. Ao se inscreverem, os alunos efetuam o pagamento na plataforma na modalidade escolhida, que pode ser cartão de crédito, pix ou boleto (a quantia fica disponível para eu resgatar depois).

Dentro do painel da Livus é possível criar o link das aulas pelo Zoom e cada participante é avisado por e-mail automático com o link de acesso. As aulas acontecem ao vivo, online e ficam gravadas. No dia seguinte ao encontro virtual, a gravação da aula é enviada e pode ser compartilhada com os alunos. A Livus também oferece suporte tecnológico durante todo o processo de cadastro de vendedores, produção da página de vendas, marcação e execução de aulas. Para esses serviços, cobra um percentual de 6% sobre a arrecadação bruta dos pagamentos do curso - o que é 4% abaixo do cobrado pela concorrente de maior porte, a Hotmart. Essa facilidade tecnológica pode ser apropriada para o lançamento do Simplescrita.

Um dos diferenciais do curso são os 16 anos de experiência profissional, com foco em texto, que asseguram a mim o conhecimento que tenho do tema. Além de base teórica, o curso se destaca por ser ao vivo, oferecendo possibilidade de interação e contato direto comigo. Outro diferencial são os exercícios práticos de escrita em aula e a análise individual que será realizada de três textos de cada aluno durante o período do curso, revisando e pontuando as observações de ajustes e melhorias, uma a uma. Outros cursos no mercado não oferecem interação ao vivo nem exercícios práticos com resposta individual. Um ponto que merece atenção é que nesse formato proposto para o Simplescrita há um limite na capacidade de atendimento a alunos. Conseqüentemente, as turmas não podem ultrapassar 20 alunos, para

que seja possível ler e avaliar o texto de cada um no prazo de uma semana, que corresponde ao intervalo entre uma aula e outra.

A proposta do curso se justifica por atender a uma demanda dos seguidores do perfil. O público que acompanha as publicações no Instagram se interessa por comunicação escrita e, em geral, sente alguma dificuldade em escrever - seja na estruturação de texto, na organização de ideias e objetividade e/ou na clareza do raciocínio na hora da escrita. São pessoas que sentem falta de uma condução, de alguém que oriente o caminho no aprendizado - não só técnico, mas também da experiência de escrita. A viabilidade dessa proposta será apresentada neste projeto.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Mais do que um instrumento gráfico da linguagem, a escrita é social. É por meio dela que são transmitidos e adquiridos boa parte dos nossos conhecimentos, bem como estabelecidas relações, criando conexões. A escrita organiza os pensamentos, comunica as ideias, registra a memória e, portanto, serve ao desenvolvimento pessoal e profissional.

Assim, podemos aprender com o ato de escrever, mas também com a escrita do outro, ampliando essa relação que ultrapassa o texto em si. Na medida em que se configura como experiência, a escrita desempenha um papel importante na formação do sujeito, pois tanto quem escreve quanto quem lê se constituem na mesma corrente (KRAMER, 2000).

Em 2019, a revista norte-americana Forbes publicou uma matéria em seu site, com o título "Por que escrever é habilidade essencial nos negócios", tratando de como a comunicação escrita favorece o desenvolvimento das habilidades empreendedoras. Se comunicar bem é necessário em qualquer empreendimento e a escrita é uma das formas de efetivar esta comunicação (BRADFORD, 2019). Conforme destaca Bradford (2019), pensar claramente é fundamental para o sucesso de qualquer negócio e aprender a escrever bem ensina a pensar.

Em agosto de 2020, em uma matéria publicada na Folha de São Paulo, a comunicação foi apontada como a competência comportamental mais valorizada por empregadores no levantamento global do LinkedIn (BLUM, 2021). De acordo com Milton Beck, diretor-geral

do LinkedIn na América-Latina, esse tipo de competência se destaca por ser mais difícil de reproduzir por uma máquina (BLUM, 2021). Também em 2020, o relatório "Online Education Steps Up: What the world is learning (from home)", da plataforma de educação online Udemy, avaliou a procura de cursos relacionados às habilidades comportamentais e subjetivas. Entre as cinco competências desse tipo que mais cresceram na área de vendas do site, a comunicação ficou em segundo lugar, com um aumento de 131%, abaixo apenas da busca por mentalidade de crescimento (206%) (UDEMY, 2020).

Parte indissociável da comunicação é justamente a habilidade da escrita, e, vale destacar, nunca se escreveu tanto quanto hoje. Foi-se o tempo em que publicar textos era prerrogativa de escritor, jornalista, publicitário, professor. Do e-mail e relatório de trabalho ao post na rede social, a escrita permeia a nossa vida. "Hoje em dia, todos escrevem para todos, no mundo inteiro, estabelecendo contato imediato em todas as fronteiras e fusos horários" (ZINSSER, 2021, p. 92). São milhões de mensagens, e-mails, postagens, documentos, textos diversos enviados e recebidos diariamente. E mesmo com todo o aparato eletrônico e o desenvolvimento tecnológico a que temos acesso, a nossa era ainda se baseia na escrita (ZINSSER, 2021). Todos nos tornamos produtores de conteúdo, independentemente da área em que atuamos.

Sim, escrever todo mundo escreve, mas escrever bem é algo que nem todos sabem como fazer. E, por isso, cada vez mais pessoas buscam aprender e aprimorar essa habilidade fundamental. Uma das principais formas de aprendizado nesse sentido acontece hoje em ambiente digital. Uma prova disso é que o ingresso em cursos de graduação na modalidade a distância cresceu 233,9% de 2010 a 2020 frente a um aumento de apenas 2,3% na categoria presencial (CENSO DA EDUCAÇÃO SUPERIOR, 2020).

Com o distanciamento social imposto pela pandemia, a importância da aprendizagem online apareceu, pela primeira vez, como uma competência valorizada pelos empregadores, segundo a reportagem da Folha de São Paulo (2020). Em levantamento do LinkedIn, a aprendizagem online está em nono lugar, entre as dez habilidades citadas, fruto da demanda profissional por aprendizado contínuo (FOLHA, 2020). Neste cenário, uma das primeiras estatísticas que vimos aumentar no âmbito da internet, nos últimos anos, foi a procura por cursos online. De acordo com uma das maiores plataformas de produtos digitais, a Hotmart, o volume de compras de cursos cresceu 161% em 2020 (MARTINEZ, 2021). Com a Udemy,

empresa de educação online, não foi diferente; aumentou em 95% o número de inscrições em cursos nos dois primeiros meses de pandemia no Brasil (MEDEIROS, 2020).

Conforme levantamento realizado diretamente no site da Udemy, no mês de abril, a oferta de aulas online nessa instituição foi de 358 cursos na área de escrita, com temas diversos. Na Hotmart, no mesmo período, havia 2.895 cursos na categoria literatura, na qual a escrita e suas variedades estão incluídas, também conforme levantamento realizado no site da instituição. Vale ressaltar que ambas as plataformas trabalham majoritariamente na modalidade de aulas já gravadas, o que se diferencia do formato do Simplescrita, objeto deste projeto, que tem como proposta oferecer quatro aulas online ao vivo via plataforma Zoom.

O modelo de curso online gravado (assíncrono) é voltado para a teoria, com transmissão unilateral do conhecimento, uma vez que o professor dá a aula e o aluno apenas assiste. Já o curso ao vivo (síncrono) tem a vantagem de proporcionar interação entre professor e alunos. Há espaço para teoria, mas também para a prática, perguntas e respostas. À medida que o conteúdo é abordado, pode haver diálogo, além de momentos exclusivos para a realização de exercícios escritos. Essa é uma das principais características que diferencia um curso síncrono, na modalidade remota, dos cursos assíncronos, uma vez que a proposta adotada é similar a de uma oficina de produção textual, com foco nos princípios básicos que regem a escrita com simplicidade - clareza, precisão, estilo e reescrita. É considerando esse contexto e os diferenciais da proposta do Simplescrita que avaliamos a viabilidade mercadológica para o lançamento deste curso.

3 DIAGNÓSTICO

Conforme a análise de mercado realizada, o momento é propício para oferta e venda de cursos online. As pessoas estão buscando capacitação com cursos rápidos e específicos para resolver o problema delas. E a escrita é um ponto de atenção por parte de quem está presente na internet, seja compartilhando conteúdos ou divulgando seu próprio trabalho.

O mercado digital aquecido desde o início da pandemia e a ampla utilização da escrita a partir da valorização do marketing de conteúdo são oportunidades que se revelam no ambiente onde se desenha a proposta deste projeto executivo. Além disso, a habilidade de comunicação tem sido cada vez mais requerida no mercado de trabalho por parte dos

empregadores. Tudo isso influencia no aumento da procura por cursos online, o que potencializa o lançamento do Simplescrita.

Contudo, há de se considerar a concorrência com plataformas de ensino a distância já consolidadas no mercado e uma possível saturação de cursos online pós-pandemia. Isso porque a alta da oferta de formações livres em ambiente digital, verificada de 2020 a 2022, pode sofrer desaceleração após o retorno das atividades presenciais de forma regular. Esse cenário pode impactar em uma baixa procura pelo curso, uma vez que a estrutura de divulgação ainda é pequena.

Não menos importante é reconhecer que uma das fragilidades inerentes ao projeto é a ausência de uma equipe de trabalho, uma vez que há apenas uma pessoa para produzir e conduzir o curso, o que impõe uma consequente limitação no atendimento ao máximo de 20 alunos por turma. Como a correção dos exercícios passados como tarefa para casa é individualizada, não é possível revisar com atenção mais do que 20 textos semanais. Desse modo, as turmas devem manter uma quantidade de 10 a 20 alunos.

Entre as potencialidades internas do projeto está o modelo de aulas online ao vivo (síncronas), o que propicia um contato mais direto entre professora e alunos, troca de ideias e esclarecimento de dúvidas durante a aula. Além disso, há acesso às aulas gravadas, acompanhamento personalizado e correção individual dos exercícios. Todo o conteúdo do curso é estruturado a partir de uma abordagem autoral dos assuntos, com foco na simplicidade do texto. Os 16 anos de experiência profissional asseguram a expertise para a transmissão do conhecimento técnico e prático.

Outro aspecto relevante diz respeito ao processo de compra ser todo digital e automatizado pela plataforma Livus, facilitando a ação do consumidor, que encontra na página de vendas todas as informações necessárias a respeito do curso, bem como o botão de inscrição que leva à página de pagamento. As ferramentas tecnológicas tornam-se, desta forma, um dos itens de grande potencialidade do projeto.

Vale salientar que o curso é resultado de uma demanda dos próprios seguidores do perfil @luisasalasserre. Ativa desde 2012, esta rede social tem funcionado como um ambiente de compartilhamento de dicas e orientações de escrita desde 2020. Dessa forma, vem crescendo de maneira orgânica, apresentando atualmente 1.984 seguidores. Trata-se de um nicho de profissionais de diversos ramos com interesse em aprimorar as habilidades da escrita para melhorar sua performance comunicacional e divulgar seu próprio trabalho.

MATRIZ SWOT

	Negativos	Positivos
Internos	<p>Fraquezas</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Impossibilidade de atender turmas maiores do que 20 alunos; ● Conta com apenas a idealizadora do projeto para produzir o curso, conduzir as aulas e acompanhar a turma, além de gerar conteúdos de divulgação; 	<p>Potencialidades</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Modelo síncrono de aulas, que permite assistir de onde quiser, mas também interagir em tempo real; ● Acesso às aulas gravadas para assistir ou reassistir, quando quiser; ● Processo automatizado de inscrição e pagamento do curso via plataforma Livus; ● Conteúdo do curso autoral com foco na simplicidade da escrita; ● Facilitadora com 16 anos de experiência profissional;
Externos	<p>Ameaças</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Saturação do mercado de cursos online após dois anos de pandemia; ● Concorrência com plataformas de ensino a distância já consolidadas; 	<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Mercado digital aquecido com a pandemia; ● Habilidade de comunicação, cada vez mais, requerida por empregadores; ● Aumento da procura por cursos online;

4 PROGNÓSTICO

Diante do que foi analisado, o curso Simplescrita tem boas chances de obter êxito. Trata-se de um modelo de lançamento de fácil elaboração e aplicação, que não demanda

grandes investimentos, financeiros nem pessoais. Toda a estrutura tecnológica é garantida pela plataforma Livus, o que proporciona segurança na implementação do curso online. Qualquer intercorrência poderá ser resolvida ao acionar a equipe de suporte da ferramenta. E tudo isso sem precisar pagar pelo serviço com antecedência; a Livus cobra apenas uma porcentagem (6%) sobre o valor das vendas.

O principal empenho para a realização do projeto deverá ser direcionado à divulgação. Para isso, é preciso investir em comunicação visual e escrita de qualidade para atrair os interessados. A fim de superar possível arrefecimento do mercado de cursos digitais, no contexto de maior retorno às atividades presenciais, é necessário focar nos pontos fortes diferenciais do Simplescrita em relação a outros modelos de ensino-aprendizagem.

Como o projeto conta apenas com sua idealizadora, é preciso conservar turmas pequenas, formadas a partir de lista de espera. A relação de pessoas na pré-inscrição poderá ser maior, porém, o número de inscritos não pode ultrapassar 20, uma vez que é necessário manter a qualidade do acompanhamento individual e da correção dos textos de cada participante.

5 PARECER

Para obter sucesso com o lançamento do Simplescrita é preciso investir em divulgação e compartilhamento de conteúdo complementar aos assuntos abordados no curso. Na montagem do curso, deve-se contemplar estratégias didáticas participativas, evitando que as aulas sejam repetitivas e cansativas para os alunos e para quem irá ministrar. Será importante contar com leituras de textos, exemplos práticos, propostas de exercícios em sala e para casa, vídeos e imagens de referência. Tudo isso irá contribuir para a diversificação da abordagem dos assuntos em aula.

No que se refere à comunicação, deverão ser reforçados os pontos fortes associados ao conteúdo do curso, que é único, voltado para a simplicidade da escrita, com clareza e assertividade. Também deverão ser apresentadas as vantagens relacionadas às aulas com turma ao vivo e online, com acesso à gravação no dia seguinte. Esse modelo síncrono proporciona interação em tempo real, mas com a comodidade de assistir às aulas no conforto de casa, de qualquer lugar do mundo, e podendo ver ou rever o conteúdo posteriormente.

A estratégia deste projeto consiste em realizar uma campanha por um período de três meses com três fases distintas: institucional, propaganda e guarda-chuva. Na fase institucional será realizado um pré-lançamento, compartilhando conteúdos direcionados à proposta do curso, de modo a ressaltar seus diferenciais em relação à concorrência, criando e fortalecendo uma imagem alinhada com essa proposta. A segunda fase da campanha, a propaganda, será voltada para estimular o interesse pela compra do curso, apresentando mais detalhadamente as características do curso e o modo como pode contribuir para o aprimoramento de uma escrita simples e assertiva. Nesse período, serão feitas chamadas para ação ao fim de cada postagem, convidando os interessados a se pré-inscreverem em um formulário do Google, cujo link será disponibilizado na página (Bio) do perfil, também será divulgado um cupom promocional para compra com desconto. A terceira fase da campanha, a guarda chuva, será de reforço ao que foi iniciado nas duas fases anteriores, sendo, portanto, direcionada para o fortalecimento da imagem do curso e a continuidade do estímulo ao interesse pela compra.

O curso será lançado oficialmente no dia 1 de julho com a divulgação da página de vendas da Livus. Os alunos se inscrevem e efetuam o pagamento diretamente na plataforma. A fase de inscrições durará sete dias até a data da primeira aula, no dia 7 de julho.

6 DEFINIÇÃO DE PÚBLICO

O público-alvo principal do curso serão os seguidores do Instagram @luisasalasserre, formado por 78% de mulheres, com maioria residente nas cidades de Salvador, São Paulo e Lauro de Freitas. A principal faixa etária é de 35 a 44 anos, o que corresponde a 38,1% dos seguidores. Em segundo lugar, como público secundário, estão os seguidores na faixa etária de 25 a 34 anos. São pessoas em idade economicamente ativa, com interesse em leitura e que desejam aprender a escrever melhor para se comunicar na internet, no trabalho e divulgar seus projetos pessoais e profissionais.

7 ESTRATÉGIAS E AÇÕES DE COMUNICAÇÃO

A proposta do plano de comunicação conta com três fases a serem implementadas entre os meses de maio a julho. São elas: institucional, propaganda e guarda-chuva. A primeira diz respeito ao fortalecimento da marca; a segunda, às estratégias ligadas à comunicação do lançamento do curso; e a terceira à continuidade de estratégias de posicionamento da marca e do curso em si.

FASE 01 - INSTITUCIONAL

Período: maio de 2022

Objetivo: Esta primeira fase tem por objetivo criar, divulgar e fortalecer a marca do curso Simplescrita.

Estratégia 01 - Identidade visual

Ação 01 - Criar a marca Simplescrita no site Canva; junção das palavras "simples" e "escrita", que resumem o conceito do curso de trabalhar a escrita de forma simples.

Ação 02 - Aplicar a marca Simplescrita em e-mail, formulário, vídeo de reels no Instagram e capa de destaque dos stories.

Ação 03 - Criar material com o conteúdo programático do curso para divulgação.

Estratégia 02 - Web

Ação 01 - Fazer postagens no Instagram, antes do período de lançamento, com o card Simplescrita ao final do carrossel ou do vídeo reels para divulgar a marca para o público.

Ação 02 - Criação de card para estimular a participação na pesquisa que irá coletar dados sobre os interessados em fazer o curso, reforçando o acesso ao link do Google Form disponível na Bio do perfil do Instagram e nos stories.

Ação 03 - Criação de card para divulgar a fase de pré-inscrição, a qual será realizada a partir da aplicação de formulário com sete perguntas, sendo quatro de dados pessoais e três específicas para identificar desejos e dificuldades relacionados à escrita.

FASE 02 - PROPAGANDA

Período: junho de 2022

Objetivo: Divulgar o curso e seus diferenciais e características, nas fases de pré-inscrição e de inscrição, para impulsionar as vendas.

Estratégia 01 - Web

Ação 01 - Fazer postagens no Instagram sobre os temas a serem aprofundados nas aulas e destacando os diferenciais do modelo de curso, com chamada para pré-inscrição no link do formulário.

Ação 02 - Divulgar a página de vendas do curso, hospedada na plataforma Livus, com link na Bio do perfil do Instagram e nos stories.

Ação 03 - Selecionar e impulsionar algumas postagens para fazer tráfego pago.

Estratégia 02 - Promoção

Ação 01 - Divulgar cupom promocional no valor de R\$ 90 para os interessados no curso que preencherem o formulário do Google Form.

Ação 02 - Enviar e-mails de anúncio do lançamento do curso com desconto e de lembrança do prazo de inscrição para os pré-inscritos na lista de interesse.

Ação 04 - Enviar mensagens por lista de transmissão no Whatsapp para os pré-inscritos que deixaram seus contatos com interesse no curso, divulgando lançamento com cupom de desconto.

FASE 03 - GUARDA-CHUVA

Período: julho de 2022

Objetivo: Nesta fase será reforçado o posicionamento do Simplescrita, mesclando estratégias institucionais e de propaganda para continuar comunicando o curso e posicionando a marca no mercado, mesmo após as vendas.

Estratégia 01 - Web

Ação 01 - Criar cards para o Instagram com prints das aulas na sala do Zoom a cada semana para manter o índice de lembrança do público.

Ação 02 - Criar cards para o Instagram com prints de depoimentos recebidos dos alunos, falando da experiência com o curso.

Ação 03 - Criar cards para o Instagram pincelando os assuntos abordados nas aulas, aproveitando dúvidas dos alunos para criar material para stories e feed.

Ação 04 - Criar cards no instagram para estimular a participação na pesquisa de satisfação após a conclusão do curso. A pesquisa incluirá dez perguntas relacionadas à experiência de aprendizagem e aproveitamento do curso e mais um campo de texto para deixar depoimento pessoal;

Ação 06 - Criar cards para divulgar o resultado da pesquisa de satisfação realizada ao final do curso.

Ação 07 - Criar cards para estimular a inscrição na lista de espera para a próxima turma do curso, disponibilizada na bio para preenchimento de dados dos interessados.

Ação 08 - Criar cards para estimular a inscrição na próxima turma do curso na plataforma Livus.

8 CRONOGRAMA

FASES	MAIO	JUNHO	JULHO
INSTITUCIONAL			
PROPAGANDA			
GUARDA-CHUVA			

9 INSTRUMENTOS DE AVALIAÇÃO E CONTROLE

Pré-campanha

- Realização de enquete com o público, em sequência de stories no perfil @luisalasserre, sobre interesse em um curso de escrita online. As perguntas são: gosta de escrever, deseja aprender a escrever melhor, se interessa por fazer um curso de escrita, faria um curso online com turma ao vivo. Esta enquete será repetida durante e ao final da campanha para mensurar o aumento desse interesse a partir das ações de comunicação realizadas.
- Análise do engajamento nas postagens do perfil para identificar os assuntos que geram mais interesses e dúvidas dos seguidores.

- Análise do número de curtidas, compartilhamentos e comentários nas postagens de divulgação para avaliar nível de interesse despertado pelo curso.

Durante a campanha

- Análise do número de curtidas, compartilhamentos e comentários nas postagens de divulgação para avaliar nível de interesse despertado pelo curso.
- Checagem do número de vendas na plataforma Livus.
- Repetir a enquete aplicada na pré-campanha;

Pós-campanha:

- Análise do número de curtidas, compartilhamentos e comentários nas postagens de divulgação para avaliar nível de interesse despertado pelo curso.
- Repetir a enquete aplicada na pré-campanha;
- Checagem do número de inscrições na plataforma Livus para a próxima turma do curso.

10 ANÁLISE DAS AÇÕES IMPLEMENTADAS

Foram implementadas as ações da primeira e da segunda fase do plano de comunicação do projeto, referente às fases institucional e propaganda.

FASE 01 - INSTITUCIONAL

Estratégia 01 - Identidade visual

Ação 01 - Criação da marca Simplescrita no site Canva, com as cores vermelha e preta no nome sobre fundo claro.

Figura 01



Figura 02



Ação 02 - Aplicação da marca Simplescrita em e-mail, formulário, vídeo de reels no Instagram e capa de destaque dos stories.

Figura 03



Figura 04



Estratégia 02 - Web

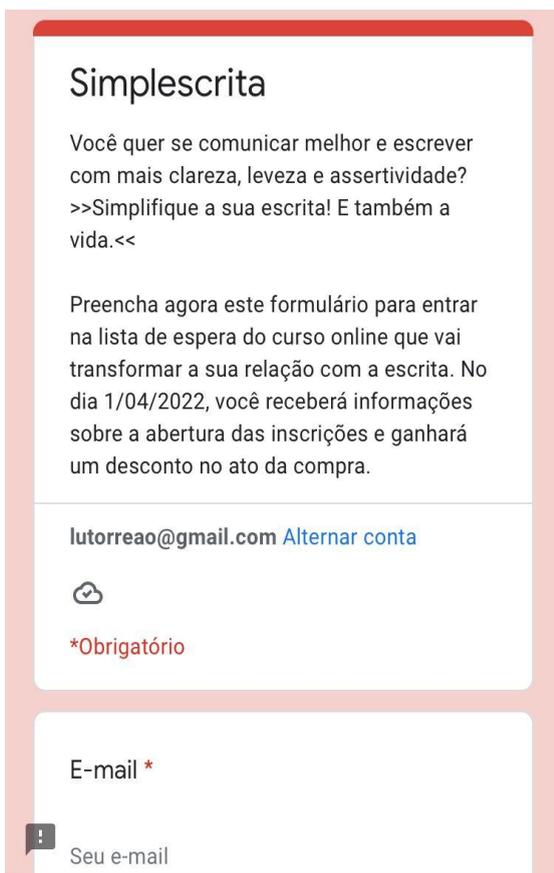
Ação 01 - Foram feitas postagens no Instagram, antes do período de lançamento, com o card Simplescrita ao final do carrossel para divulgar a marca para o público.

Figura 05



Ação 02 - Criação e divulgação do link do Google Form na Bio do perfil do Instagram e nos stories para coletar dados dos interessados em fazer o curso. Ao todo, 24 pessoas se inscreveram pelo formulário.

Figura 06



Simplescrita

Você quer se comunicar melhor e escrever com mais clareza, leveza e assertividade? >>Simplifique a sua escrita! E também a vida.<<

Preencha agora este formulário para entrar na lista de espera do curso online que vai transformar a sua relação com a escrita. No dia 1/04/2022, você receberá informações sobre a abertura das inscrições e ganhará um desconto no ato da compra.

lutorreao@gmail.com [Alternar conta](#)

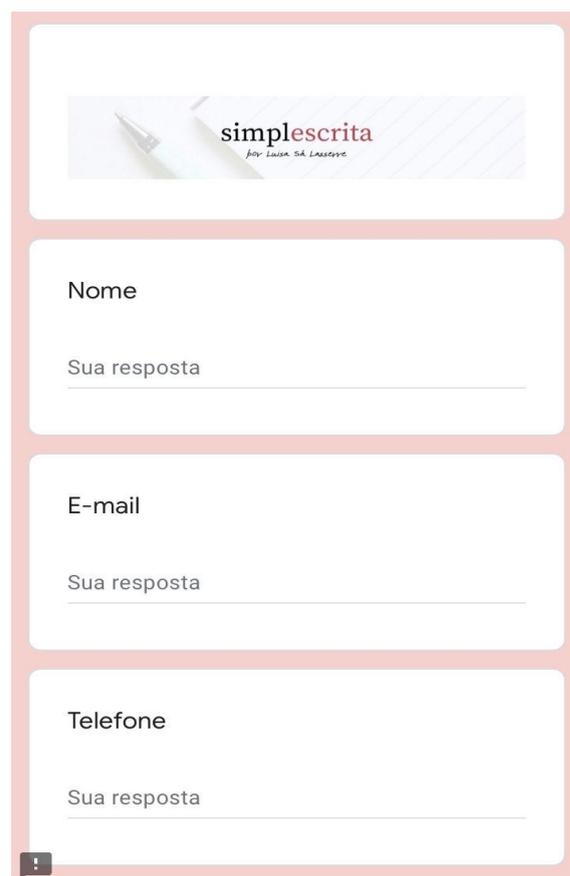


***Obrigatório**

E-mail *

 Seu e-mail

Figura 07





Nome

Sua resposta

E-mail

Sua resposta

Telefone

Sua resposta



FASE 02 - PROPAGANDA

Estratégia 01 - Web

Ação 01 - Foram postados cards no Instagram destacando os diferenciais do modelo de curso, com chamada para pré-inscrição no link do formulário.

Figura 08

luisalasserre O que você quer alcançar com a sua escrita?

Melhoria profissional? Comunicação mais assertiva? Partilha de sentimentos e impressões? Construção de narrativas envolventes?

Escrever é um meio para chegar a tudo isso. É instrumento de expressão e relacionamento. É ponte para cruzar de uma margem a outra.

De um lado, estão todas as ideias dispersas em sua cabeça. Do outro, elas estão ordenadas com clareza. Passam a fazer sentido não só pra você, mas pra quem as lê.

É isso que um texto bem estruturado faz. Entrega uma mensagem clara, cumpre o objetivo traçado e conquista resultados. Tudo isso de maneira simples.

Quem treina e aprimora a habilidade da escrita tem mais chances de chegar aonde quer. Ou você prefere ficar só esperando?

Quem escreve sempre alcança! Mas depende de você.

Quer aprender a fazer isso na prática? Se inscreva na lista de espera do meu curso online Simplescrita e ganhe um desconto especial de lançamento.



Figura 09



Ação 02 - Foi divulgada a página de vendas do curso, hospedada na plataforma Livus, com link na Bio do perfil do Instagram e nos stories.

Figura 10



The image shows a landing page for a course titled "Simplescrita" on the Livus platform. The background is a solid dark red color. In the top right corner, there is a small white box with a blue "L" icon and the text "Feito na Livus". The main title "Simplescrita" is written in a large, bold, white sans-serif font. Below the title, there is a paragraph of white text: "Aprenda a escrever textos que fluem e geram resultados para a sua comunicação, de forma simples. Escreva menos e diga mais!". Underneath this is the author's name "Por Luisa Sá Lasserre" in a smaller white font. At the bottom, there are three icons with text: a laptop icon for "Online", a group of people icon for "Em grupo", and a speech bubble icon for "Ao vivo". At the very bottom, there is a dark red rounded rectangular button with the white text "Entrar na lista de espera".

Figura 11



The image shows a landing page for a course on the Livus platform, focusing on the benefits of the course. The background is a light beige color. In the top right corner, there is a small white box with a blue "L" icon and the text "Feito na Livus". The main heading "Você vai ter acesso a:" is written in a bold, dark grey sans-serif font. Below the heading, there are two white rounded rectangular boxes. The first box contains a Zoom icon, the text "Quatro aulas ao vivo e on-line via Zoom", and the second box contains a clock icon, the text "Duração de duas horas de aula". At the bottom, there is a dark grey rounded rectangular button with the white text "Entrar". To the left of the button, the text "Lista de espera" is written in a smaller dark grey font.

Ação 03 - Foram impulsionadas três postagens via tráfego pago no Instagram. A primeira alcançou 7.071 pessoas e gerou 154 interações com o conteúdo. A segunda alcançou 8.382 pessoas e gerou 63 interações com o conteúdo. A terceira alcançou 3.391 pessoas e gerou 61 interações com o conteúdo.

Figura 12



Figura 13



Figura 14



Estratégia 02 - Promoção

Ação 01 - Divulgação, via e-mail, Whatsapp e Instagram, cupom promocional no valor de R\$ 90 para os interessados no curso que preencherem o formulário do Google Form.

Figura 15



Figura 16

Aproveite o lançamento do curso
Simplescrita! ✨

Confira a página de vendas com
todas as informações que você
precisa saber.

🌟 Acesse aqui : [https://
www.liv.us/luisa-sa](https://www.liv.us/luisa-sa)

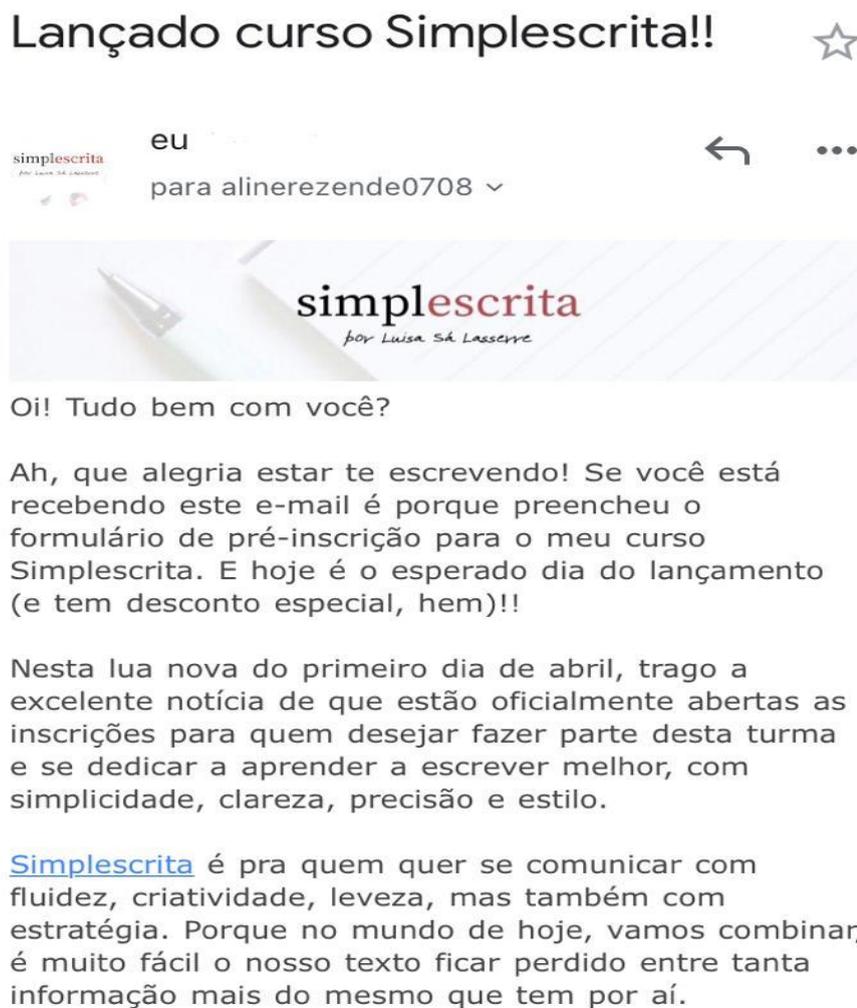
💰 Por apenas 5x de R\$ 94

E ainda tem **desconto** promocional
de lançamento!

É só preencher CUPOM90 no ato
da compra pra ter um
superdesconto de R\$ 90.

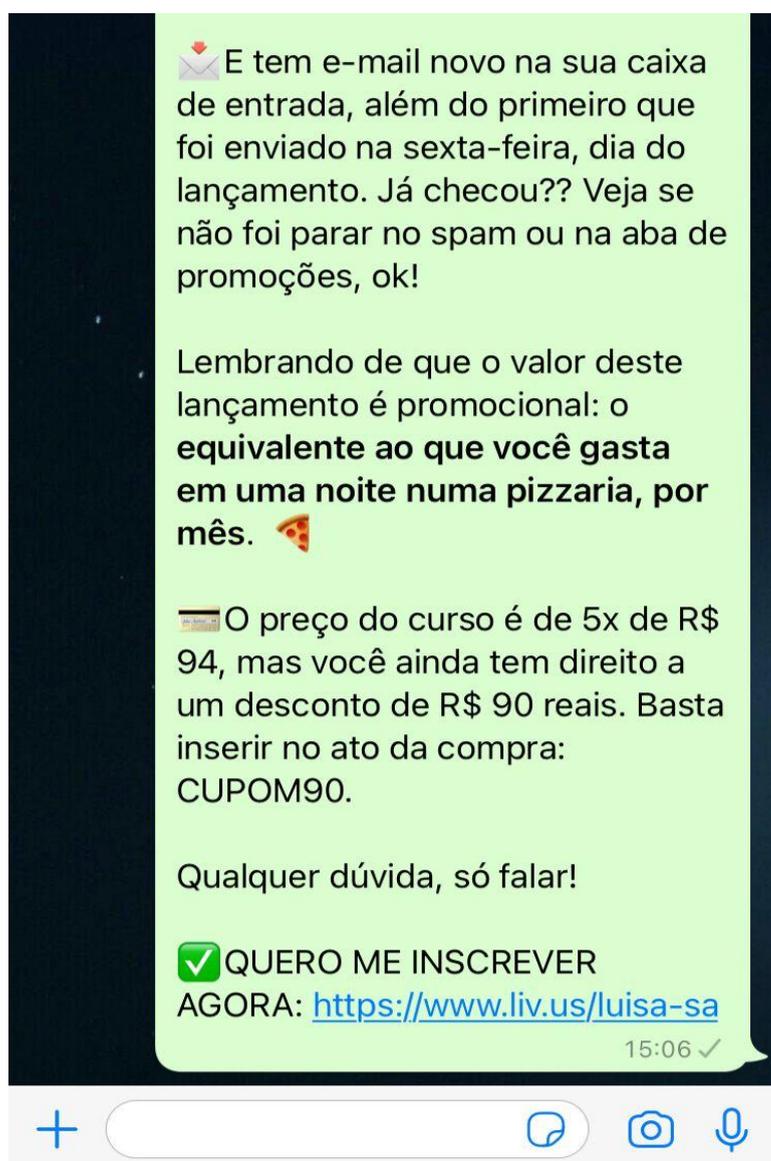
Ação 02 - Foram enviados e-mails de anúncio do lançamento do curso com desconto e de lembrança do prazo de inscrição para os pré-inscritos na lista de interesse.

Figura 17



Ação 04 - Foram enviadas mensagens por lista de transmissão no Whatsapp para os pré-inscritos que deixaram seus contatos com interesse no curso, divulgando lançamento com cupom de desconto.

Figura 18



REFERÊNCIAS

BRADFORD, Jeff. Por que escrever é habilidade essencial nos negócios. **Forbes**, 2019.

Disponível em:

<<https://forbes.com.br/carreira/2019/02/por-que-escrever-e-a-habilidade-mais-importante-nos-negocios/#foto1>>. Acesso em maio de 2022.

BRASIL. Instituto Brasileiro de Estudos e Pesquisas Educacional Anísio Teixeira (INEP).

Censo da Educação Superior. Brasília, DF, 2022. Disponível em:

<<https://www.gov.br/inep/pt-br/areas-de-atuacao/pesquisas-estatisticas-e-indicadores/censo-da-educacao-superior>>. Acesso em: maio 2022.

BLUM, Bárbara. **Comunicação vira a habilidade mais valorizada por empregadores**.

Folha de São Paulo, 2020. Disponível em:

<<https://www1.folha.uol.com.br/sobretudo/carreiras/2020/08/comunicacao-vira-a-habilidade-mais-valorizada-por-empregadores.shtml>>. Acesso em maio de 2022.

KRAMER, Sonia. Leitura e escrita como experiência - seu papel na formação de sujeitos sociais. **Presença Pedagógica**. Belo Horizonte, v.6, 2000.

MARTINEZ, Fernanda. **Busca por cursos on-line dispara na pandemia; veja dicas para empreender no universo digital**. G1, 2021. Disponível em:

<<https://g1.globo.com/economia/pme/noticia/2021/08/03/busca-por-cursos-on-line-dispara-na-pandemia-veja-dicas-para-empreender-no-universo-digital.ghtml>>. Acesso em maio 2022.

UDEMY. **Online Education Steps Up: What the world is learning (from home)**. Udemey, 2020. Disponível em:

<https://research.udemy.com/research_report/online-education-steps-up-what-the-world-is-learning-from-home>. Acesso em maio 2022.

ZINSSER, William. **Como escrever bem**. Digital: Fósforo, 2021.

APÊNDICE A – PLANO DE CURSO



SOBRE O CURSO

Chega de não conseguir comunicar exatamente o que você quer. Chega de sentir insegurança por não saber expressar com clareza as suas ideias. Chega de não ser capaz de sintetizar o seu raciocínio em palavras. Chega de sentir sua escrita travada e sem graça. Chegou a hora de você aprender que não precisa escrever muito nem difícil, ser sisudo e usar termos rebuscados. Escrever bem é comunicar as suas ideias com simplicidade dentro de uma estrutura textual organizada e coerente. Com clareza, precisão, estilo. E eu te mostro como fazer isso com leveza e criatividade, dando lugar à sua própria voz no texto.

Simplescrita é um método de aprendizado mão na massa e direto ao ponto. Porque escrever bem se aprende na prática. Neste curso, teremos leituras com exemplos, exercícios e propostas de textos que vão te ajudar a transformar a sua relação com a escrita. Além das aulas ao vivo, com acesso às gravações, teremos um grupo fechado no Whatsapp, cujo objetivo não é te encher de mensagens sem propósito - será um grupo exclusivo para trocas, inspirações e dúvidas durante o período do curso. Farei também a leitura com apontamentos de edição em três textos de cada aluno, que serão passados como tarefa da semana. Você não se sentirá solto sem saber se está seguindo na trilha certa. Pelo contrário, iremos juntos!

OBJETIVOS DO CURSO

- Entender como funciona a estrutura textual
- Compreender os princípios do texto de qualidade: clareza, precisão, estilo e reescrita
- Simplificar o processo de escrita
- Aprender a limpar elementos desnecessários do texto
- Inspirar autoconfiança e autenticidade na escrita

O QUE VOCÊ TERÁ ACESSO

- Quatro aulas ao vivo e on-line via Zoom
- Duração de duas horas de aula
- Sempre às quartas-feiras, às 19h30
- Acesso às gravações das aulas
- Exercícios práticos em aula
- Acompanhamento pessoal
- Grupo de Whatsapp para inspirações
- Leitura e apontamentos em textos individuais via e-mail

CONTEÚDO DO CURSO

AULA 1: CLAREZA

7/07 | 19h30 às 20h30

- Lugar da Escrita
- Partida e Chegada no Texto
- Abertura | Desenvolvimento | Conclusão
- Objetividade e Assertividade
- Vícios Textuais
- Palavras Comuns

AULA 2: PRECISÃO

14/07 | 19h30 às 20h30

- Escolha dos Verbos
- Adjetivos | Advérbios | Substantivos
- Pronomes
- Contextualização e Concretude
- Especificidade

- Não é só dizer, mas como dizer

AULA 3 : ESTILO

21/07 | 19h30 às 20h30

- Autenticidade
- Conexão a Partir das Emoções
- Criatividade | Imaginação
- O Ordinário de Forma Extraordinária
- Ritmo do Texto

AULA 4: REESCRITA

28/07 | 19h30 às 20h30

- Escrever é Reescrever
- Autoconfiança
- Fluidez na Escrita
- Leituras e Feedbacks
- Dúvidas

PARA QUEM É

Pra quem quer se comunicar melhor. Pra quem escreve cotidianamente e pra quem ainda não tem prática constante. Pra quem quer treinar a escrita com objetivos profissionais ou de estudo. Pra quem quer produzir conteúdo na internet. Pra quem almeja uma escrita mais criativa. Pra quem gosta de escrever e pra quem ainda está aprendendo a gostar. Não importa a sua área de atuação, a escrita serve pra todos que acreditam no poder das palavras e querem conquistar resultados com elas, na vida pessoal e profissional.



FACILITADORA

Luisa Sá Lasserre é jornalista e escritora, com especialização em comunicação e marketing digitais. Tem mais de 15 anos de experiência no mercado e uma relação com os livros e as palavras que começou na infância. Iniciou a carreira em redação de jornal impresso, onde lapidou sua habilidade com a escrita e a edição de textos. Trabalhou em projetos diversos e atuou na preparação de livros. Publica crônicas em jornal, poesia e prosa em coletâneas, compartilha conteúdo em seu instagram e escreve a newsletter Trilha da Palavra.