

DIGITAL INFLUENCER: O GUIA PARA O SUCESSO NA INTERNET

Seu sonho é ser um digital influencer?

Para ser considerado um influenciador é preciso ser percebido como alguém autêntico, conectado aos seus seguidores e também como um excelente criador de conteúdo. É isso que irá chamar a atenção de marcas anunciantes.

E o fator de sucesso para quem quer trabalhar na internet, seja no Youtube, no Instagram, com um blog e até em outros canais, não é a sorte!

Por trabalharmos diretamente com [influenciadores](#), sabemos que existem muitas estratégias que te ajudam a trilhar esse caminho de forma profissional, acertada, crescente e única. Que tal descobrir quais são elas?

Coletamos muitas informações e compartilhamos neste guia tudo o que você precisa saber sobre o trabalho de um digital influencer e quais são essas estratégias que vão te levar ao sucesso.

Temos certeza que esse material vai te ajudar a realizar seu sonho. Confira porque está imperdível!

Quem é o Digital Influencer?

O tamanho da audiência não é o único critério para definir se alguém é um digital influencer.

Um influenciador digital é aquele que tem, além de uma rede consumindo seu conteúdo, pessoas altamente engajadas com aquilo que ele produz. São seguidores que curtem e compartilham, perguntam, votam, pedem por assuntos, comentam e interagem com fotos, vídeos e textos daquele criador de conteúdo.

Seja no Youtube, Instagram ou até em outros canais online, essa relação de proximidade e confiança é o que gera influência real sobre as pessoas. O influencer conquista um papel de autoridade para seus seguidores, estejam eles em qualquer rede social.

É por isso que esses produtores de conteúdo se tornam excelentes canais de venda para as empresas. Eles têm uma audiência segmentada que os ouve e, o melhor, que tem muito interesse no que dizem.

Outro detalhe importante é que o influenciador digital não é somente quem tem milhões de seguidores. Dependendo do seu mercado de atuação (que pode ser moda, games, gastronomia, dentre outros) e de como quer trabalhar, irá se encaixar entre um dos tipos de influenciador abaixo:

Macro Digital Influencer

Whindersson Nunes e Camila Coutinho são digitais influencers com milhões de seguidores. Enquanto um tem um conteúdo humorístico, a outra fala de moda e estilo de vida e, ainda assim, ambos falam com uma audiência muito grande.

O que eles têm em comum é a facilidade de expandir os temas dos quais tratam e, por isso, agradar mais gente e conquistar mais seguidores.



Já percebeu como Whindersson fala muito sobre sua infância e adolescência, com episódios pelo qual quase todos nós passamos? E que a Camila Coutinho vive a vida que muita gente sonha em ter? Os 2 têm muita empatia com a realidade e desejo das pessoas.

Por esses motivos eles atingem um público gigante! São influenciadores de massa e tratam de assuntos amplos.

Mini Digital Influencer

Perfis com menos de 10 mil seguidores costumam ser de nicho, ou seja, trabalham com temas mais específicos dentro de um assunto maior. E é exatamente por isso que eles são tão estratégicos para empresas: o mini digital influencer tem o poder de falar com a audiência certa.

O pequeno influenciador pode ser aquele que fala de um tipo de estilo na moda, pode ser um chef especializado em uma gastronomia, um profissional de marketing que desenvolve projetos somente para empresas de certo porte ou quem fala sobre jogos de uma determinada característica, por exemplo.

Deu para entender? Eles estão dispostos a tratar de temas nos quais são experts e compartilhar sobre isso.

É bom frisar que isso não é uma desvantagem competitiva. Pelo contrário: existem formas de trabalhar com nicho que são bastante rentáveis.

Quanto ganha?

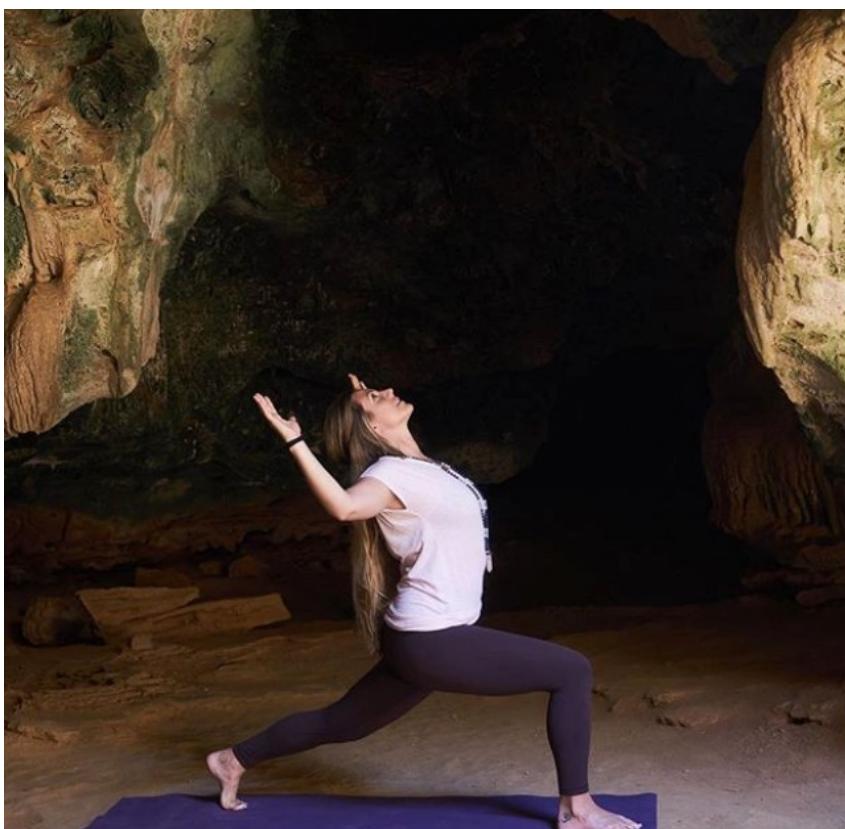
Basta solicitar o mídia kit para ver como os valores variam muito. Via de regra, maior a audiência, maior o valor da publicidade!

Em média, os valores praticados de acordo com o tamanho da relevância são:

Micro influenciadores, costumam negociar valores entre R\$ 1 mil e R\$ 5 mil. Caso eles sejam agenciados, o que é ideal para quem não tem habilidades em vendas, o valor recebido diminui porque a agência fica com uma porcentagem do que a empresa contratante paga.

Grandes influenciadores no Brasil cobram entre R\$ 50 mil e R\$ 150 mil por campanha no YouTube, sendo que muitas vezes esse valor inclui postagens no Instagram. Se o conteúdo se resume a post patrocinado no Instagram ou no blog, o valor mínimo de negociação é R\$ 20 mil.

Influenciadores com uma relevância mundial ganham valores sonhados por muita gente. Rachel Brathen do [@yoga_girl](#) cobra US\$ 25 mil por postagem no Instagram, por exemplo!



yoga_girl • Seguir

yoga_girl Pain is fuel. You can let it burn you up... Or you can use it to make fireworks.

You can use it to light up the whole world. .

⭐️🌟💡💥💣💥⚡️⭐️ #transform
#transmute #change #create #manifest
#fire #fuel #flame #breathe #light #yogagirl
#yogaeverydamnday #yoga #cave
#practice #inspiration #gratitude

Carregar mais comentários

nordicqueen01 True

chandlerbrodie @bekarussell ❤️❤️

megan.heurich @hogansonian

themimmimaria Yes !❤️❤️

pernillasonne Åh. Precis vad jag behövde idag. Tack! 🙏

farktina Still no answer?



21.464 curtidas

28 DE JULHO

Entrar para curtir ou comentar.

...

Ainda assim, as variações entre o valor cobrado para cada tipo de influenciador são enormes. Critérios como ter exclusividade com uma empresa, em quais mídias sociais a publicidade vai estar, a necessidade da campanha, a imagem do influenciador e a precisão do público somam muito no preço final.

Vale a pena investir nessa profissão?

A resposta depende do que você espera e do que tem como objetivos.

Você está disponível para gerar conteúdo a maior parte do seu tempo? Tem emocional para lidar com qualquer tipo de comentário? Aceita focar nos temas que sua audiência quer, em vez daqueles que são a sua preferência?

Como tudo na vida, ser um criador de conteúdo digital tem o lado bom e o lado difícil.

Powered by [Rock Convert](#)

Benefícios em ser um influenciador digital

Falar sobre algo que você ama, usar sua criatividade, ter uma rotina flexível e ser a sua própria empresa pode render liberdade e satisfação.

Você também terá a oportunidade de trabalhar de onde quiser e viver experiências únicas patrocinadas por empresas que te contratam como influenciador.

Sem dúvida, esses resultados são incríveis, mas até chegar a esse patamar, é preciso trabalhar bastante produzindo um conteúdo muito relevante para seus seguidores e muito interessante para as empresas.

Pontos negativos em ser um influenciador digital

Estar constantemente trabalhando, ter um salário variável e se expor é a parte nem tão boa na rotina de quem faz conteúdo para a internet.

Vale lembrar que, inicialmente, é você quem terá que ir atrás das empresas e negociar as parcerias. À medida em que seu perfil cresce, isso muda. Porém, mais seguidores engajados representam mais comentários e mensagens a serem respondidos.

Ser um criador de conteúdo nas redes sociais tem seu ônus. Apenas não deixe que isso seja uma barreira para seu sucesso!

Como se tornar um digital influencer?

Se você pretende influenciar pessoas, é preciso compreender que terá 2 principais tarefas:

- criar conteúdo de qualidade;
- gerenciar o relacionamento com a comunidade de seguidores.

É com essas atividades que irá usar a maior parte do seu tempo e, assim, [ganhar seguidores](#) e engajamento.

Não importa se irá criar conteúdo em um blog, no Instagram, Youtube, Facebook ou em outras redes sociais: para ser um influenciador é fundamental que você siga os passos a seguir:

Identifique sua paixão e os temas que você domina

Sobre o que você vai falar nos seus vídeos, nos seus posts, imagens e stories?

Essa definição precisa estar relacionada com algo que você gosta e acredita, afinal, sem isso será impossível influenciar pessoas, trazer novos assuntos dentro daquilo que comunica e se dedicar de verdade.

Mas se ama uma área e ainda não pode falar sobre ela por falta de conhecimento, dificilmente irá gerar conteúdo relevante. Por isso, para se tornar um digital influencer é necessário encontrar um assunto que esteja na intersecção entre a sua paixão e os temas que você conhece.

Encontre seu nicho

Depois de identificar sua temática, é a hora de entender que tipo de pessoa se interessaria pelo seu conteúdo.

E por que isso é tão essencial?

- para que as marcas identifiquem seu público e te vejam como um parceiro ideal já que ambos falam com o mesmo tipo de audiência;

- para que você escolha os melhores parceiros para ações em conjunto e falar com quem realmente gosta do assunto que você trata e, assim, passe a te seguir;
- para você melhorar seu conteúdo e conversar fornecendo pontos interessantes à realidade dos seus seguidores. Isso aumenta seu engajamento.

Isso significa que sem definir a sua persona ficará difícil oferecer os melhores posts e fechar as parcerias estratégicas que te façam gerar renda.

Se conceitos de marketing digital são novidades no seu trabalho, entenda que a persona deve refletir o melhor consumidor do seu conteúdo. Assim, criar uma persona é um exercício onde você faz um personagem, entende os pontos principais de interesse e dificuldades na vida dele para , então, oferecer algo relevante e que o influencie de fato.

Coloque um nome na sua persona, pense em idade, o que ela consome, o que ela ouve das outras pessoas, seus sonhos e dificuldades. Depois, pense em temas que se conectam com a realidade dela, com tudo aquilo que ela gostaria de saber.

A partir daí, seu conteúdo será desenhado para atrair pessoas como a persona que definiu.

Mas os conceitos de marketing digital não acabam aqui!

É preciso entender o que é nicho também. É nele onde os temas que compartilha com sua persona estão inseridos. O nicho pode ser traduzido como seu segmento, sua área de atuação.

Em vez de falar sobre moda de forma ampla, é possível se especializar em um nicho como moda para gestantes, moda plus size, moda sustentável, estilo e personalidade, dentre outros temas.

Quanto mais definido for seu nicho, mais fácil será de atrair pessoas e marcas altamente compatíveis com o que produz.

Trabalhe como se os seguidores fossem seus clientes

Influenciar também é criar afinidade: é primeiro saber o que as pessoas querem ouvir e, depois, oferecer isso de forma única.

Trabalhar como se sua audiência fosse seu cliente é fazer seu conteúdo com foco em seu público! Observe quais assuntos e que tipo de post gera mais comentários, curtidas, compartilhamentos e seguidores para explorar essas temáticas ainda mais.

Suponhamos que seu nicho é cinema brasileiro. Dentro das análises que produz, seus seguidores reagem bastante quando você fala sobre como ter uma carreira na produção cinematográfica e quando abre para perguntas sobre como foi feita a produção de determinado filme.

O correto é utilizar esse tipo de evidências para encantar seus seguidores! Aposte bastante na informação que é relevante para eles, pensando em como promover mais tais assuntos e se é possível trazer outros formatos, entrevistas, promover uma hashtag, conseguir uma parceria com alguma marca e até mesmo repostar o que seus seguidores têm dito.

Portanto, fique atento àquilo que tem te dado mais retorno por parte do público.

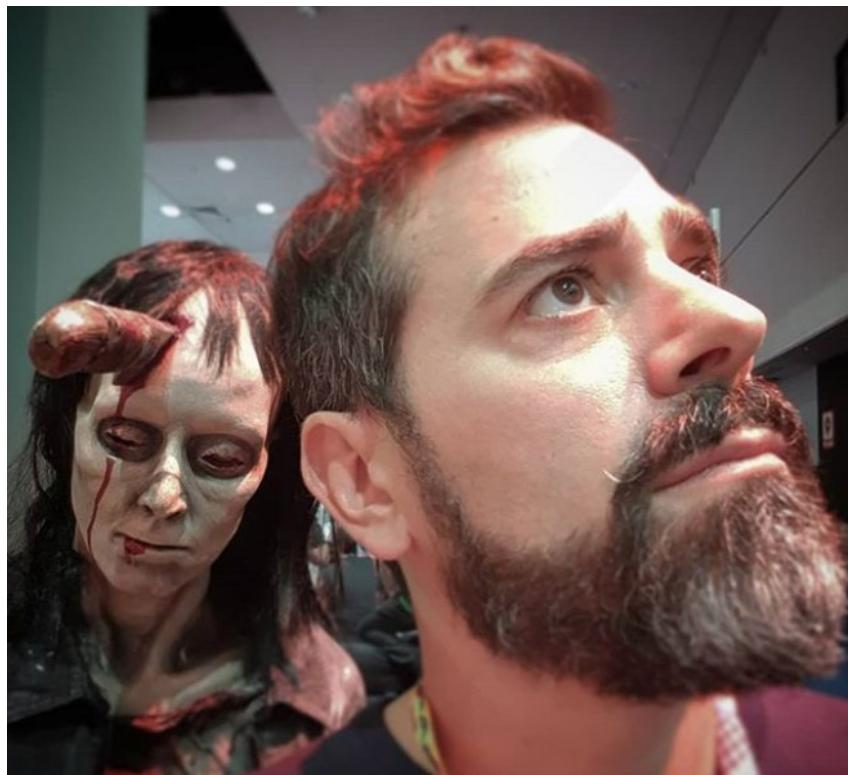
Use imagens que falem por si só e tenha um estilo de fotos

Diariamente, as pessoas são bombardeadas por muito conteúdo navegando em sites, nas redes sociais e, muitas vezes, fazendo isso pelo celular. Todos esses pedacinhos de conteúdo estão competindo por atenção. Já pensou nisso?

É por isso que as imagens que irá utilizar precisam ser originais, autorais e devem causar impacto. Elas irão fazer alguém decidir, em milésimos de segundo, se vale a pena ou não clicar ou curtir.

Mas o que são as imagens que falam por si só?

Elas serão responsáveis por contar uma história e instigar a pessoa que a vê.



 ericoborgo • Seguir

ericoborgo Lembranças da E3.

[Ver todos os 37 comentários](#)

edu_reisneto Tua amiga tá na bad ajuda ela paiva.lucasribeirode Érico cara eu te agradeço por ter trazido Will Smith pra ccxp 2017 vc me proporcionou o melhor dia da minha vida que venha ccxp 2018 te amo muiiiiiito vc ganhou um fã pra vida inteira seu filho Duma mãe kkkkkkkkkk fica com Deus

marciofarok DE TRAS DE TI IMBECIL

gustavofilka Só lembro do video com o Luciano, da Project red

laura97maria OLHA PRA TRÁS

melo_ed Acho q vi um demônio

khaan_soeira Behind you!!!

mrlittlepaul Melhor começar a orar para



8.024 curtidas

23 DE JUNHO



O que a imagem acima causa em você?

Cores, cenários, o objeto principal da foto, filtros usados, personagem: tudo isso conta muito! Por isso, crie imagens que sejam “possíveis de ler”.

Para o Instagram, elas precisam ser bonitas ou inusitadas. Para usar como a capa de um vídeo no Youtube, imagens devem chamar muita atenção, portanto, use cores, fotos com seu rosto expressando o sentimento capaz do vídeo gerar e um pequeno texto.

Falando em fotos, manter um estilo de temas, cores e filtros é muito importante para que tenha uma identidade de marca. Isso é essencial para que o que você produz seja sempre reconhecido como autêntico e de sua propriedade.

Trabalhe para aumentar a base de seguidores e conseguir engajamento

Se tiver uma base pequena com menos de 10 mil seguidores, suas imagens, vídeos e posts não chegarão às pessoas e, portanto, não vão gerar influência e nem o interesse das marcas.

Não é preciso competir para estar entre os gigantes, mas números importam!

Eles mostram o potencial de influência que você tem, afinal, mais seguidores reais representam mais pessoas interessadas. Isso significa mais parcerias, mais negócios, mais oportunidades e mais vendas! Por isso um bom número de seguidores é tão fundamental.

Em resumo, para conquistar mais seguidores é preciso:

- entender seu público e fazer conteúdo relevante para ele;
- fazer parcerias estratégicas;
- utilizar uma [ferramenta de automação no Instagram](#).

Como esse assunto exige conhecimento e estratégia, temos um post imperdível dedicado a isso com todas as ações que realmente funcionam para aumentar a base de seguidores. Confira o [Ganhar seguidores no Instagram: 18 ações testadas e aprovadas](#) e aprenda como fazer isso de forma correta!

Mas para uma empresa patrocinar algum conteúdo seu, fechar uma parceria ou te chamar para um evento ou iniciativa, ela avalia o número de seguidores como um dos critérios. Ainda assim, sua base de seguidores é muito importante.

Conte com uma agência ou aprenda a vender

Digital influencer é uma profissão e, portanto, precisa ser remunerada, não é mesmo?

E ficar sentado esperando que as empresas te abordem não é uma boa ideia!

Para garantir que possa criar conteúdo e pagar as contas, você terá que aprender a vender o seu trabalho. Nesse sentido, são 2 opções:

•**prospectar empresas e fechar negócios com elas:** o que te exigirá saber quais empresas têm a ver com seu nicho, contactá-las de forma profissional, [ter um mídia kit](#), saber trabalhar em parceria e negociar valores. Se não sabe nada sobre venda e prospecção, a solução é estudar sobre o assunto!

•**fazer parte de uma agência de influenciadores:** já pensou em ser agenciado? Nesse caso, todo o trabalho de prospecção e vendas fica por conta da agência. Porém, eles praticam preços menos negociáveis e ficam com uma porcentagem em cima do seu ganho.

Pense no que você é bom e no tempo que tem para escolher a melhor opção.

Defina em quais redes sociais estará presente

Fotógrafos e influenciadores de estilo de vida precisam estar no Instagram, mas Youtube não é uma necessidade. Por outro lado, quem fala sobre viagens precisa produzir vídeos. O Pinterest é ótimo para quem trabalha com imagens, como quem fala sobre moda ou compartilha receitas. O Twitter é pra quem precisa comentar as novidades e interagir.

Qual rede social faz sentido pra você?

Lembre-se que não precisa estar em todas elas. Isso depende muito de onde seu público está e do formato de conteúdo que você produz.

No entanto, sempre vale muito a pena estar naquelas onde você consegue se aproximar do seu público, compartilhando e interagindo mais. Portanto, o Instagram e o Youtube se sobressaem bastante.

Não pare de crescer

Enxergar o ser digital influencer como empresa é essencial para que as oportunidades não parem de chegar. E é por isso que você não pode parar de crescer.

Por isso, nunca deixe de lado as parcerias com outros influenciadores e a produção de conteúdo bem feita.

Powered by [Rock Convert](#)

De que maneira uma empresa avalia um influenciador?

A lógica do influenciador não é atrair empresas. É atrair o público certo e se relacionar com ele. No entanto, é essencial saber como uma empresa estará avaliando suas redes sociais e seu conteúdo, afinal, estamos falando de negócios.

Quando uma empresa procura por um influenciador, ela avalia:

- se ele atende aos interesses da sua audiência, ou seja, se conversa bem com o mesmo público que a empresa gostaria de atrair;
- em qual nicho ele se insere;
- olha o número de seguidores no Instagram, bem como nas outras mídias sociais, e se eles são reais;
- analisa o engajamento das postagens, como são os comentários e se há diálogo entre audiência e influenciador;

- verifica se é autêntico, o que significa ter particularidades e estilo mesmo estando dentro de um nicho;
- analisa as imagens e vídeos que posta, porque quem faz o conteúdo combinado normalmente é o influenciador e não a empresa que contrata;
- procura por postagens patrocinadas e vê como o influenciador trabalha com outras marcas;
- confere com quais marcas trabalha atualmente para não patrocinar quem já é parceiro do concorrente.

Lembre-se que uma marca irá associar o seu nome ao dela. É por isso que essa verificação é tão criteriosa.

E a melhor forma de ser bem avaliado em todas essas etapas é sendo autêntico e atendendo todas as dicas do tópico [Como se tornar um digital influencer](#).

As melhores formas de colaborar com marcas

Você faz um trabalho incrível como digital influencer e tem a oportunidade de ser contratado por uma empresa. O que faria em parceria com ela?

O ideal é que conversem e definam a melhor opção, afinal, é o influenciador que interage com aquele público e sabe o que gera mais interações. Mesmo assim, como se trata de uma parceria comercial, é imprescindível que tanto você quanto à marca contratante fiquem satisfeitos com o que for produzido em conjunto.

Há várias as formas de um digital influencer trabalhar com uma marca. As principais são:

Conteúdo patrocinado pela marca

A marca explica o produto ou campanha e suas diretrizes de comunicação para texto, imagens e hashtags para que o influenciador faça um conteúdo mencionando a empresa. Poderá ser um post no Instagram, no blog, nos stories e até mesmo vídeo no Youtube.



thaisfarage • Seguir

pra misturar um pouco mais! coloquei uma meia comprida mas com transparência, esse aparece-esconde vira uma camada linda, né? eu amo! tênis com vestido é um jeitinho bem bom de deixar a peça mais casual pro dia a dia - e deixa mais moderno também, né não? observa que o cadarço do @onitsukatigerbr é mais fino, super moderno, isso também entra na minha conta visual, sinto que dá mais leveza! #OnitsukaTiger | publicidade

marianacyrnej Amei 😊



743 curtidas

HÁ 59 MINUTOS

Entrar para curtir ou comentar.



...

É a forma mais comum de colaboração, mas como ela acontece varia muito. Há empresas que tem regras bem fechadas sobre como deverá ser seu conteúdo, enquanto outras permitem maior liberdade. Cabe a você definir se o ideal é aceitar uma proposta fechada ou se é melhor negociar.

Produtos recebidos

Os famosos recebidos são uma maneira de parceria entre influenciador e marca.

Quando você for abordado por uma empresa para receber presentes dela, deixe bem claro quem é seu público, seus valores e o que você compartilha em seus perfis. Além disso, escolha aquilo que realmente usaria.

Autenticidade e coerência nas dicas que divide com seus seguidores é crucial.

Takeover

Em crescimento no Instagram, o takeover é quando a marca pede que o influenciador utilize os stories da própria empresa para conversar com a audiência.

A ideia funciona bastante quando o digital influencer deve mostrar algo da sua rotina, cobrir um evento, responder perguntas e contar experiências.

É uma excelente maneira de gerar conteúdo relevante, colaborar e ainda receber por isso.

Participação em eventos

Marcas podem chamar um influenciador digital para marcarem presença em eventos como convidados, divulgadores, palestrantes e participantes de alguma mesa redonda.

Além de uma forma bacana da marca te associar a ela, é ótimo pra você engajar com seu público também no offline,

As 6 atitudes dos influenciadores digitais de sucesso

[Bônus]

Ainda vale a pena ser influenciador digital no Instagram, fazer vídeos para Youtube, fazer fotos para o Pinterest, ter um blog e afins?

É claro que sim! Atualmente, a maioria das profissões é competitiva, com grande número de profissionais fazendo a mesma coisa. Em todo lugar tem espaço se você for muito bom naquilo que faz!

E uma das questões para o sucesso nesse trabalho que ninguém te conta é que é preciso desenvolver seu lado comercial e ter a mesma atitude que os grandes profissionais de mercado têm.

O que eles fazem? Listamos aqui como um bônus para você garantir que tenha uma atitude profissional e ganhe destaque nesse meio.

1. Tenha um mídia kit

O mídia kit é um material com as informações do canal anunciante e é útil para convencer a empresa que quer contratar que aquele veículo realmente tem valor e que uma parceria ali tem chances de sucesso.

O que deve entrar em um mídia kit são dados como seu nicho, o número de seguidores, de alcance, o perfil da audiência (como sexo, faixa etária e geolocalização), seus posts ou vídeos de mais sucesso, cases de alto engajamento, como você pode colaborar com uma marca e, claro, o preço.

Além dessas dicas, o ideal é que seu mídia kit tenha uma apresentação bonita e fácil de ler, com um design que remeta à identidade da sua marca.

2. Se relacione com as marcas antes de apresentar uma proposta

Enquanto você for um influenciador de um porte menor, terá que prospectar as empresas com as quais quer ter algum tipo de parceria comercial. No entanto, uma simples mensagem como “vamos trabalhar juntos. Segue meu mídia kit” pode não ser a melhor estratégia.

Se você quer muito vender para uma marca, considere tornar-se conhecido a ela primeiro. Mande mensagens e comente nas fotos do Instagram dessa empresa, bem como nas outras mídias, faça um conteúdo mostrando para sua audiência que usa tal marca e a mencione na sua postagem para ela te notar.

Esse relacionamento vai colaborar muito para que um contato comercial aconteça.

3. Se enxergue como criador de conteúdo

Um digital influencer cria afinidade com as pessoas por meio de conteúdo, esteja este em forma de imagem, de texto ou de vídeo. É por isso que a sua principal função é essa: ser um criador de conteúdo de excelente qualidade e que seu público ama.

Mas você somente fará isso bem se enxergar como tal, se investir tempo, recursos e aprendizado nisso.

E nunca se esqueça que quem determina o norte do seu conteúdo é a sua audiência!

4. Defenda seu conteúdo

Todo influenciador digital de sucesso já precisou dizer não a alguma empresa que propôs um tipo de parceria que ia contra seus valores ou contra a sua entidade.

Essa é a hora de saber dizer não. Você cria para as pessoas e não para as empresas.

Portanto, em momentos de planejamento de uma parceria, deixe muito claro o que você não faz. Tudo pelo bem do seu público e do seu engajamento e o que, consequentemente, irá colaborar com o sucesso da estratégia da marca contratante.

5. Invista no Instagram

Antes apontado como mais uma forma de promover o conteúdo publicado nos outros canais como blog e Youtube, hoje o Instagram é visto de outra forma.

Essa rede social é um espaço para aproximação e relacionamento entre o digital influencer e sua audiência. É onde ele se torna real.

Portanto, trabalhar pelo crescimento do seu perfil e das interações ali é essencial. Saber [gerenciar Instagram](#) é uma habilidade de todo influenciador!

Powered by [Rock Convert](#)

6. Não veja suas redes sociais como um hobbie

Profissão não é hobbie! Não dá pra fazer só quando você está inspirado, não é mesmo?

Se enxergar o seu conteúdo e como o compartilha como aquilo que faz quando tem tempo, nunca terá sucesso. Portanto, crie rotina e sempre planeje seu conteúdo com antecedência para não deixar os seguidores de lado.

E lembre-se que, como isso não é um hobbie, analisar o engajamento de cada postagem e de cada vídeo tem que fazer parte do seu trabalho!

Pronto para ser um digital influencer?

Não foi por acaso que estendemos esse guia de modo a dar todas as informações importantes sobre o trabalho de um criador e influenciador digital.

Sabemos que tem muita gente fazendo sucesso e isso pode gerar o sentimento de que não tem espaço para você nesse meio.

Todo bom conteúdo tem espaço garantido na internet. seja qual for o objetivo dele. Isso ocorre porque as pessoas não deixam de seguir um influenciador para seguir outro, como é o caso de uma compra onde é preciso escolher.

Então, além de seguir todas as dicas que compartilhamos aqui, é muito importante você estar emocionalmente preparado. Tenha paciência porque o sucesso não chega da noite para o dia e lembre que você é único!

Já imaginou que podem ter pessoas que terão muita afinidade com um conteúdo que só você produz e ainda não está disponível?

Isso é real!