

manual *da*  
linha  
*editorial*

CREATED BY  
**THALLYTA CINTRA**

MANUAL  
**DESCOMPLICA**



**ThallytaCintra**

@heb.marketing

Seja bem-vindo ao Manual da Linha Editorial descomplicada. Desde 2020 eu estudo sobre marketing de conteúdo mas confesso que só alguns meses atrás eu finalmente entendi o que era uma linha editorial e qual a sua importância.

Entender a linha editorial tira toda sua dúvida na hora de:

- estruturar sua bio,
- saber quais assuntos deve abordar nos posts
- saber qual linguagem usar nas legendas, nos stories
- saber quais estilos de fotos devem ser usadas

Basicamente: a linha editorial é o ponto de partida, e espero que depois de ler e fazer os exercícios fique muito mais claro pra você também e que você possa começar a colher os resultados em breve! :)

# linha *editorial*

É impossível você ter resultados nas mídias sociais sem ter uma linha editorial definida, isso porquê ela norteia a direção criativa e estratégica do seu perfil.

A linha editorial norteia:

- O que você vai falar;
- Quais os temas abordados pelo seu perfil;
- Quais são os interesses do seu público;
- Quais são as dores desse público.

Nesse Manual você vai entender o que é a linha editorial e como definir a sua de forma simples.



# o que é

Esse nome se dá porque "linha" traz a impressão de algo: reto, constante, linear.

Isso quer dizer que todo o seu perfil segue um mesmo raciocínio, todos os seus posts estão indo numa mesma direção.

O cérebro do ser humano não gosta de ter que se esforçar demais para entender algo, então quando um perfil tem uma linha editorial bem feita e definida, a audiência logo entende do que se trata aquele perfil e a chance de seguir é muito maior, porque é muito claro que você fala daquele tema X que ela tem interesse.



# importância

Além de trazer clareza a quem te acompanha, a linha editorial é a responsável por você se diferenciar do mar de perfis que existem no mesmo nicho que você.

Para ficar claro: sabe aqueles perfis que dão dicas abrangentes demais, não conseguem agregar valor na audiência e não conseguem crescer? Isso muitas vezes acontece porque eles só trazem conteúdo do nicho em si.

Um exemplo prático:

## **Marketing Digital**

Um perfil que não tem uma linha editorial posta conteúdos como:

- O que é marketing digital?
- Pra quem é o marketing digital?
- Os tipos de marketing digital
- Dica de marketing digital pra sua empresa

Todas essas frases pra termos a resposta é só nós colocarmos no google, certo?

# tema *central*

O primeiro passo é você ter bem claro na sua mente o seu nicho, sua especialização, o grande tema que norteia o seu perfil.

Será aquele tópico principal que todos que entrarem no seu perfil precisam ver claramente que é o tema abordado nos conteúdos.

Exemplos de temas principais:

- Design de Interiores
- Marketing de Conteúdo
- Alimentação Saudável
- Nutrição
- Confeitaria
- Moda Íntima

Os temas principais ficam na base que sustentará todos os outros temas apresentados no seu perfil.

É bem simples e você não precisa se preocupar porque o segredo vem agora.

# temas *complementares*

Tendo claro o seu tema principal chegou a hora de abordar os temas secundários que serão as possibilidades de caminhos que o seu perfil pode passear dentro do seu nicho principal.

Os temas secundários te dão muita clareza de quais são os "limites criativos" do seu perfil, pra que você não fuja da sua linha estratégica e do posicionamento que você quer criar.

Existem pessoas especialistas e generalistas.

Perfis sem linha editorial são perfis generalistas: sabem um pouco de tudo mas não sabem tudo de nada.

Perfis com linha editorial são especialistas: ao abordar com consistência os mesmos temas no perfil você cria na audiência que sobre eles você é um especialista, uma autoridade.

O seu posicionamento será cada vez mais claro na mente da audiência quando você começar a dominar os temas que você aborda e repetir sobre aqueles assuntos consistentemente.

# como *escolher?*

Agora que chegou aqui, tenho certeza que já entendeu a importância estratégica de ter os temas muito bem definidos.

Então pra você não errar, vou te ensinar como escolher esses temas secundários pra abordar no seu perfil.

## **/1 Reconhecimento de Autoridade**

Ao escolher esse tema, você define um posicionamento que você gostaria de ser uma autoridade no seu nicho.

Por exemplo:

Marketing Digital – Tema Central

Tráfego Orgânico – Tema Secundário de Autoridade

Social Media – Tema Central

Posicionamento de Marcas no Tiktok – Tema Secundário de Autoridade

Psicologia – Tema Central

Psicologia para Mulheres que tem Baixa Estima – Tema Secundário de Autoridade

Consultoria de Estilo – Tema Central

Coloração Pessoal – Tema Secundário de Autoridade

Moda Íntima – Tema Central

Autocuidado & saúde da mulher – Tema Secundário de Autoridade



Consegue perceber claramente aquela questão de "linear" que falamos no início?

É um assunto dentro do seu nicho com o qual você se identifica e tem aptidão para ser visto como uma referência e vai reforçar isso cada vez mais no seu conteúdo.

Isso vai marcar o seu posicionamento na mente da audiência, e é o que nos faz lembrar de experts diferentes para cada especialidade.

Por exemplo o masterchef, os três são do mesmo nicho central: Chefs de cozinha – culinária.

Mas cada um é reconhecido como autoridade em temas secundários diferentes.

Se eu te pedir pra pensar em cozinha tradicional e clássica: Você lembra do Eric Jacquin.

Se eu te pedir pra pensar numa comida que abraça, com ingredientes mais naturais: Você lembra da Paolla/Helena.

E se eu pedir pra pensar numa cozinha mais power, cheia de potência e personalidade: Você lembra do Fogaça.

O "posicionamento complementar" de cada um faz com que sejam únicos na nossa mente ainda que dividam o mesmo nicho (tema central.)

# Como *escolher?*

## **/2 Produtos ou Serviços**

Se você tem algum produto ou serviços que é inovador, diferente do que o seu nicho costuma ter, ou se você já é reconhecido por uma expertise dentro do que você entrega, esse pode ser um tema da sua linha editorial.

Esse tema secundário pode servir como um fio condutor da sua audiência até a compra.

Por exemplo:

Marketing Digital – Tema Central

Posicionamento de Marca no Digital – Serviço

*"Como eu me posicionaria sendo uma loja de acessórios no Instagram" – Ideia de conteúdo*

Social Media – Tema Central

Análise de Perfis – Serviço

*"Como a análise de perfil pode mudar suas métricas em X tempo" – Ideia de Conteúdo*

Moda Íntima – Tema Central

Peças 100% confortáveis para o seu corpo – Produto

*Como sua saúde íntima pode melhorar X% usando peças confortáveis – Ideia de Conteúdo*

Ao usar esse tema secundário no seu perfil, você estará a todo tempo criando oportunidades, retirando objeções e dúvidas do seu público para aumentar a conversão de seus produtos/serviços.

### **/3 Público Alvo**

O seu público alvo também pode nortear um dos seus temas complementares. Isso porque podem existir diversos perfis no mesmo nicho, mas se cada um estiver direcionado a um público alvo diferente: serão perfis completamente diferentes.

Quando você tem a clareza de com quem você quer falar, para quem você está comunicando o seu nicho, o seu posicionamento ou os seus serviços: você sabe quais são os assuntos que podem complementar o seu perfil e te aproximar ainda mais da sua audiência.

Esse é o maior foco de escolher um tema baseado no público alvo.

O que meu público tem dúvida?

O que meu público sonha?

Quais são as tendências que meu público procura?

Quais são os memes que eles engajam?

Um exemplo muito prático sobre isso é a Copa do Mundo.

É incrível como conseguimos ver os perfis usando praticamente as mesmas fotos e vídeos mas cada um adaptando ao que a sua audiência consome. Assim como foi nas eleições, lançamentos icônicos da netflix, etc.

Por exemplo:

Marketing Digital – Tema Central

Pequenas & Médias empresas – Público Alvo

Ideias de Conteúdos para Público:

Como aumentar os clicks da sua empresa no google

Como alcançar mais pessoas com anúncios todos os meses

Confeitaria – Tema Central

Especializada em Casamentos – Público Alvo

Ideias para Conteúdos para Público:

O que o tamanho do bolo do seu casamento diz sobre você

Qual a melhor cor para o bolo do meu casamento?

2, 3 ou 4 andares? Como escolher o melhor tamanho

Não cometa esse erro no bolo do dia mais especial da sua vida

Social Media – Tema Central

Para empreendedorAs – Público Alvo

Ideias para Conteúdos para Público:

Como ser vista como autoridade mesmo tendo uma audiência pequena

Como ter constância no mundo digital mesmo sem tempo

Você percebe como as coisas começam a se interligar conforme você vai construindo sua linha editorial?

Qual a melhor cor para o bolo do meu casamento? – Nesse exemplo você está reforçando seu posicionamento e mostrando sua expertise em bolos de casamento, ao mesmo tempo que aumenta o desejo pelo seu produto porque você pode utilizar fotos dos seus bolos, e conversa muito bem com o público alvo que você quer atingir. Então você começa a trabalhar todos os seus temas em um único post.

Isso se aplica a todas as outras ideias de conteúdo que você viu aqui. O seu perfil começa a ser 100% estratégico, comunicando com a audiência certa, trazendo temas relevantes e conduzindo o cliente a comprar de você.

# como não ser *repetitivo?*

Você pode estar se perguntando: mas uma hora minha criatividade vai acabar! Como vou continuar criando em apenas tão poucos caminhos criativos?

Você ainda pode encaixar temas relacionados.

Antes que você surte: calma! É mais fácil do que parece.

Vamos construir juntos um exemplo prático, mas lembre-se de adequar à sua realidade e faremos isso juntos no final com os exercícios.



## Thallyta Cintra

**Tema Central:** Social Media

**Temas Complementares:**

Empreendedorismo Feminino (Público)

Design Minimalista (Diferencial/Serviço)

Multiplataformas Digitais (Autoridade)

**Temas Relacionados:**

Produtividade & organização para  
empreendedoras

Slow Marketing

Tendências & Trends

Social Media que atende empreendedoras.

# como não ser *repetitivo?*



**Thallyta Cintra**

**Tema Central:** Social Media High Ticket

**Temas Complementares:**

Estratégias Digitais (Autoridade)

Construção de Marca (Produto: Mentoria)

Posicionamento & Imagem (Público/Autoridade)

**Temas Relacionados:**

Arquétipos

Tipos de Design

Tendências em Profissões Digitais

Ferramentas Digitais

Social Media que mentora outros Social Medias.

Percebe que mesmo sendo perfis do mesmo nicho, seriam completamente diferentes?

*vamos*  
praticar

**1. Defina o tema central do seu perfil. Qual o seu nicho de atuação?**

---

---

**2. Quem é o seu público alvo?**

*(Para te ajudar: defina o mais específico possível: são só homens? Só mulheres? Ambos? Qual a idade em média? São grandes ou pequenos? Estão começando ou já são bem posicionados? Estão em que momento da vida?)*

---

---

---

---

---

---

*Resuma isso em uma frase simples como:  
Mulheres, empreendedoras jovens que estão começando no digital em busca de mais autoridade e visibilidade para seus clientes.*



**3. Quais são seus maiores objetivos e sonhos?**

---

---

**4. Quais são seus maiores medos e problemas atuais?**

---

---

**5. Como você pode ajudá-las a realizar seus sonhos e fugir desses problemas a partir do que você vende?**

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**6. Quais são seus produtos e serviços hoje?**

---

---

---

---

---

**7. Dentre esses, em qual você pode ser visto como uma referência?**

---

---

**8. Qual seria seu tema complementar de posicionamento?**

---

---

**9. Quais são as maiores objeções dos seus clientes para comprar de você?**

---

---

**10. Quais conteúdos você pode criar que reforçam sua autoridade e tiram as objeções de seus clientes?**

---

---

---

---

---

---

---

**11. Como você quer ser visto pela sua audiência?**

---

---

---

---

**12. Como você não quer ser visto pela sua audiência?**

---

---

---

---

---

---

---

**13. Quais os temas que você pode abordar no seu perfil que reforcem isso?**

---

---

---

---

---

---

---

