

CRIS HACKL

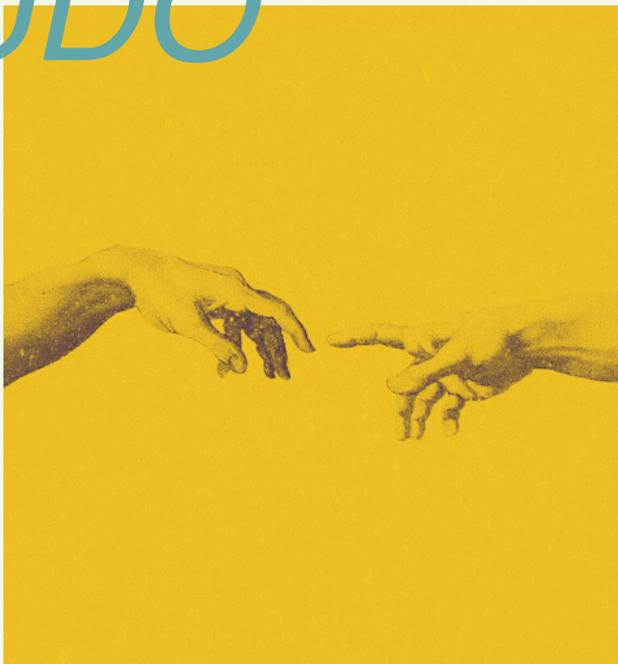
GUIA DE BOLSO

JORNADA EM MARKETING
DE EXPERIÊNCIA

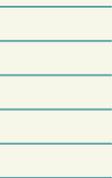


ANTES DE TUDO

No Live Mkt, o planejamento apoia todas as frentes do projeto: desde entender o briefing até transformar o conceito criativo em estratégias que fazem sentido.



Mas vou ser direto com você: em todas as apresentações, logo depois de mostrar aquele conceito lindo que veio da criação, o cliente vai começar a se coçar e mandar a braba: "Eu amei, mas como tudo isso vai acontecer?"



“Neste guia de bolso você verá o conceito mais básico de jornada, o passo a passo para mapear esses momentos e dicas práticas para começar já.”

Sou o Cris Hackl, planner há mais tempo do que me lembro. Esse material é dedicado a quem ama criar experiências, mas que precisa de umas dicas sobre como amarrar tudo isso de um jeito estratégico e quem sabe emocionante.

02



CRIS HACKL



WTF IS A JORNADA?

O QUE É UMA JORNADA?
A PERGUNTA É BÁSICA,
MAS TAMBÉM ESSENCIAL.
EM LIVE MARKETING, A
JORNADA É A
MATERIALIZAÇÃO DA
EXPERIÊNCIA NO ESPAÇO-
TEMPO DE UM EVENTO OU
ATIVAÇÃO.

TEM GENTE QUE USA
OUTROS NOMES COMO
FLOW OU ATÉ MESMO
STORYTELLING, MAS A
TÉCNICA É PRATICAMENTE
A MESMA: NARRAR COMO
TUDO ACONTECE.

A JORNADA, QUE PODIA SE
CHAMAR JOELMA,
SEGUNDO VOZES DA MINHA
CABEÇA, TRANSFORMA O
BRIEFING, A VISITA TÉCNICA
BEM FEITA E O CONCEITO
CRIATIVO APROVADO EM
UMA DANÇA, ALIÁS: UM
STORYLINE, QUE É O FIO
CONDUTOR ENTRE TODOS
OS MOMENTOS DO
EVENTO.

PAUSA DRAMÁTICA



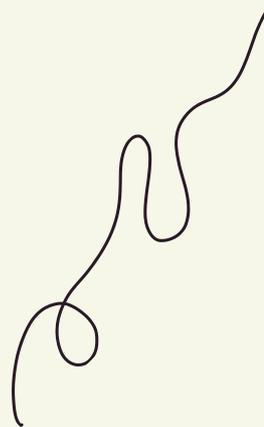
04

SE VOCÊ TEM NOÇÕES DE ROTEIRO CINEMATográfico E AUDIOVISUAL, MELHOR AINDA. PORQUE, AQUI, VOCÊ VAI VISUALIZAR CADA "CENA" EM SEU RESPECTIVO "CENÁRIO", PONTUAR O QUE ACONTECE MOMENTO A MOMENTO E, PRINCIPALMENTE, PLANEJAR COMO CADA INTERAÇÃO VAI GERAR UMA EMOÇÃO OU VIVÊNCIA MARCANTE PARA O PÚBLICO.

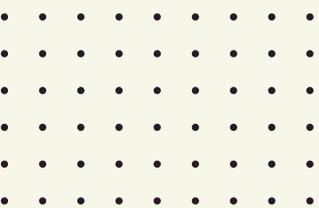
#1

Crie um esboço linear:

Primeiro, imagine a experiência como uma **linha do tempo**, onde cada momento responde a uma estratégia, um insight ou um contexto específico.



PASSO A PASSO



ENTRADA: O QUE O PÚBLICO VE, OUVI E SENTE AO CHEGAR?

ABERTURA: COMO VOCÊ APRESENTA O CONCEITO PRINCIPAL?

ENGAJAMENTO: QUAIS INTERAÇÕES OU ATIVAÇÕES MANTÊM O INTERESSE?

CLÍMAX: O PONTO ALTO DO EVENTO – O QUE EMOCIONA OU SURPREENDE?

ENCERRAMENTO: O QUE DEIXA UMA LEMBRANÇA DURADOURA?

Com esse pensamento você já consegue visualizar se tem algo faltando ou sobrando na sua estratégia.

Agora, para cada momento, considere o objetivo e a **sensação que você deseja despertar** e categorize isso.

MOMENTOS DE ENTRADA:

Objetivo: Dar as boas-vindas e alinhar expectativas.

Exemplo: Uma instalação interativa que apresente o tema do evento.

MOMENTOS DE DESCOBERTA/ABERTURA:

Objetivo: Introduzir novas informações ou experiências.

Exemplo: Palestras, demonstrações ou ativações.

MOMENTOS DE CONEXÃO/ENGAJAMENTO:

Objetivo: Criar espaços para interação entre participantes.

Exemplo: Pausa para networking, mesas redondas ou gamificação.

MOMENTOS DE CLÍMAX:

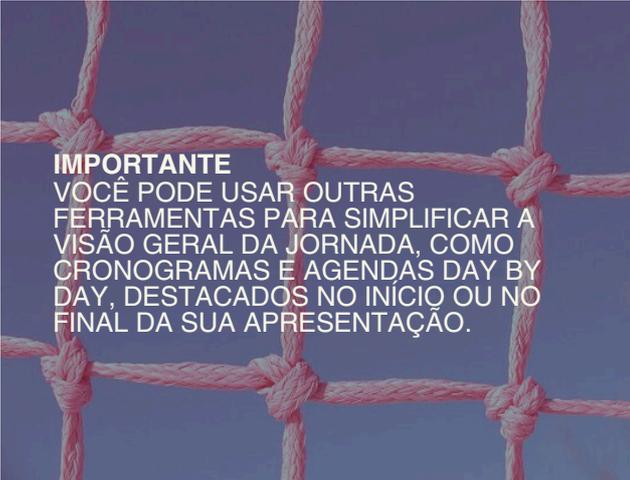
Objetivo: Gerar emoção ou engajamento máximo.

Exemplo: Uma apresentação inovadora ou uma grande surpresa (ex.: sorteio ou lançamento inesperado).

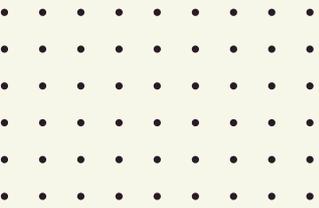
MOMENTOS DE ENCERRAMENTO:

Objetivo: Deixar uma impressão duradoura.

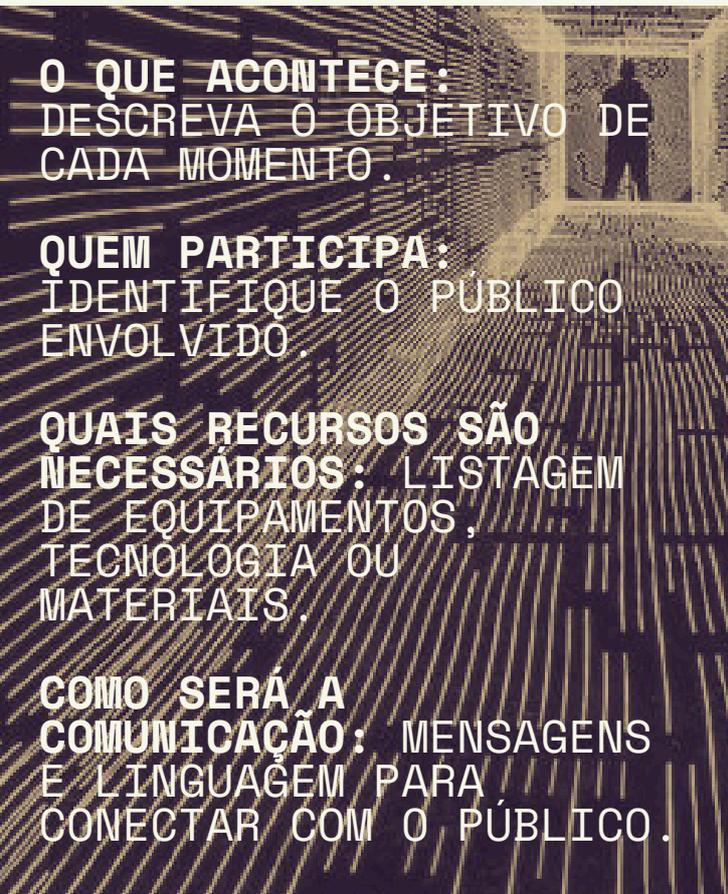
Exemplo: Um vídeo de retrospectiva do evento ou um brinde temático.



IMPORTANTE
VOCÊ PODE USAR OUTRAS FERRAMENTAS PARA SIMPLIFICAR A VISÃO GERAL DA JORNADA, COMO CRONOGRAMAS E AGENDAS DAY BY DAY, DESTACADOS NO INÍCIO OU NO FINAL DA SUA APRESENTAÇÃO.

**Detalhe as ações de cada momento:**

Aqui você verá alguns recursos rápidos para ajudar a detalhar ainda mais a jornada do seu evento. **Chame seus colegas** de produção, criação e de atendimento para esta fase.



O QUE ACONTECE:
DESCREVA O OBJETIVO DE
CADA MOMENTO.

QUEM PARTICIPA:
IDENTIFIQUE O PÚBLICO
ENVOLVIDO.

**QUAIS RECURSOS SÃO
NECESSÁRIOS:** LISTAGEM
DE EQUIPAMENTOS,
TECNOLOGIA OU
MATERIAIS.

**COMO SERÁ A
COMUNICAÇÃO:** MENSAGENS
E LINGUAGEM PARA
CONECTAR COM O PÚBLICO.

3 DICAS DO CRIS + 1

O **planejamento** transforma o conceito em algo executável.

Uma **visita técnica** bem feita traz insights e evita surpresas.

Pense em "momento a momento", como um **roteiro** de cinema.

A jornada não é só sobre o que acontece – mas sobre o que o público **sente**.



Me adicione no LinkedIn.
Bora trocar uma ideia, figurinhas ou
receitas de família.

Criado em dez/2024
Distribuição gratuita. Direitos reservados.