

## COMO DIVULGAR SEUS CONTEÚDOS COMO DJ/PRODUTOR DE UM JEITO LEGAL E QUE DESPERTE O INTERESSE DAS PESSOAS

Você está prestes a conhecer uma tática simples de Marketing que comprovadamente FUNCIONA... e é muito fácil e rápido de aplicar em qualquer área de sua carreira.

Mas antes é preciso entender o conceito básico.

### Marketing NÃO É intuitivo

A maioria das pessoas "acham que entendem" de Marketing e fazem isso de forma intuitiva.

Se fazer um bom trabalho de Marketing fosse algo intuitivo, todo mundo faria direito e não haveria tanta gente tentando divulgar suas coisas sem qualquer resultado. Ou pior, com resultados negativos - queimando seu próprio filme no processo.

O problema é: nós, humanos, tendemos a ser egocêntricos.

Não confunda egocêntrico com egoísta. Ser egoísta significa querer tudo pra si mesmo e para mais ninguém. E isso é feio. Ser egocêntrico significa pensar mais em si mesmo e nos seus próprios problemas do que nos outros e nos problemas dos outros. E isso é NATURAL do Ser Humano. Segundo os psicólogos, está associado a nosso instinto de sobrevivência.

Sim, todos nós somos egocêntricos. Alguns mais, outros menos.

Conseguimos ser altruístas por vezes (isso também nos torna humanos). Mas, na maior parte do tempo, estamos pensando em nós mesmos, nos nossos problemas e ansiedades.

O Marketing feito de forma "intuitiva" reflete bem a nossa tendência egocêntrica.

   
February 5 at 11:07am · São Paulo, SP

Fala galera blz? Ontem lancei meu remix para a faixa do Elefantz SHE KNOWS no Beatport para o remix contest que está rolando. Seu feedback é muito importante, então se curtir, deixei seu comentário la na pagina do Beatport, muito obrigado.



   
February 1 at 9:17pm

Galera, ae está minha nova track. Ouçam la, e dão um like se gostarem. Abraços!

(OBS: não estou me referindo ao português errado). 😁

Você já deve ter visto vários posts parecidos, né?

Eles geralmente dizem frases do tipo:

- “Escuta minha nova track”.
- “Me dê um feedback”.
- “Baixe meu novo set”.
- “Me diga o que você achou”.

O autor do post soa como um “pedinte”.



O que estas abordagens têm em comum e por que elas não funcionam?

**É simples: implicitamente na mensagem, o único beneficiado neste processo de troca é quem postou, não quem leu.**

Explicando melhor...

O autor do post (no caso, o DJ/Produtor) é egocêntrico (como todos nós) e está muito preocupado com seus próprios problemas. Neste caso, o “problema” é que ele quer divulgar sua arte e quer que mais pessoas escutem seu set ou produção.

Em suma, ele quer motivar outras pessoas a fazerem algo que é de benefício dele próprio.

Só que quem lê também é egocêntrico!

Eles estão preocupados com os problemas DELES, não os seus. Eles também querem fazer algo em benefício próprio.

Instintivamente, como Seres Humanos, ao vermos um post na timeline (ou qualquer tipo de divulgação), fazemos a nós mesmos as seguintes perguntas:

**“Isso me interessa? O que eu ganho com isso?”**

Se interessa, a gente toma ação. Se não interessa, a gente passa reto.

Volta nos posts acima, releia eles e se pergunte, agora de forma consciente: “O que eu ganho com isso?”.

Você perceberá que, na forma como foi escrito, **as postagens não comunicam NENHUM BENEFÍCIO para quem lê.**

Basicamente, as pessoas só vão reagir a este tipo de divulgação se quiserem lhe fazer um FAVOR.

E eu acho que você não quer viver de favor! 😊

Para que mais pessoas reajam à sua comunicação é preciso inverter totalmente a lógica.

**É preciso posicionar sua mensagem de forma que OS OUTROS vejam vantagem em fazer o que você está pedindo!**

UMA das maneiras de fazer isso é posicionar seus conteúdos como um “PRESENTE” para o público.

Todo mundo vê vantagem e adora ganhar um presente! 😊

Mas você também pode ser criativo e encontrar suas próprias maneiras de comunicar um BENEFÍCIO ou um RECONHECIMENTO ao público, fazendo eles se sentirem prestigiados com a oportunidade de ouvir seu set ou sua música.

O público quer sentir que é POR ELES que você faz o que faz.

**Numa rápida olhada no Instagram achei 2 artistas fazendo isso bem....**





Repare que eles não disseram "Escuta meu set", "Me diz o que achou". Eles contaram uma história sobre a incrível energia que rolou na festa do Laroc. E como AGRADECIMENTO (presente?) gravaram o set e disponibilizaram no Soundcloud, para ser apreciado sem moderação. 😊

UAAAAUUU.... quem lê isso se sente até prestigiado com a oportunidade de ouvir o set do Fancy Inc e poder sentir um pouco daquela energia.



Divulgar seu trabalho de um jeito que desperte o interesse das pessoas também vale para artistas under, ok? 😊

Neste exemplo a BLANCAh começou com "NEW SET ALERT!" bem no começo do post, o que é uma ótima forma de chamar atenção para a pessoa clicar em "Ler mais" na timeline do Instagram.

Depois, perceba os ganchos que ela usou:

- "Famosa série do Warung" (ou seja, é coisa boa!)
- "NOVO podcast fresquinho e cheio de NOVIDADES".



Quem não quer ouvir um set fresquinho e cheio de novidades? E sendo de um canal que só divulga coisa boa, melhor ainda.

Outra tática legal que a BLANCAh usou neste post foi fechar com uma CHAMADA PARA AÇÃO: *"Aperta o Play e me leva com você nesta sexta feira!"*.

Fazer uma chamada direta para ação como essa, comprovadamente, aumenta o número de pessoas que fazem o que você está pedindo que elas façam.

Mas a chamada para ação precisa ter voz de comando. Não é *"Quem sabe, se você estiver afim, talvez aperte play se não for um incômodo muito grande"*. Tem que ser na linha *"Vai lá e faz isso"* para ter efeito. Tem que transmitir confiança.

Olha que lindo este "sanduíche" que a BLANCAh fez no post:

1. Abriu com algo que chama atenção, pra pessoa ler mais;
2. Falou sobre os benefícios de escutar o set;
3. Fechou com uma chamada para ação.

BÔNUS: usou uma foto que chama atenção, pra pessoa parar de rodar a timeline feito louco e ver do que se trata. 😊

**Olha como o Vintage Culture aplicou os mesmos fundamentos em VÍDEO.**

Assista este pedacinho do "On The Road 7", entre 00:35 e 01:10.

<https://youtu.be/38sqa9UEfIA?t=35s>

(e depois volte aqui, pois ainda não terminou!) 😊

**Preencha as lacunas com as PALAVRAS-CHAVE que ele usou:**

*"O 'On The Road', antes de tudo, é um \_\_\_\_\_ que a gente faz aí para os \_\_\_\_\_ que estão querendo saber o que acontece com a gente durante as viagens.*

*Então este trabalho todo aqui que a gente tem é feito pra quem está aí querendo ver a gente, querendo informação.*

*Este é um último 'On The Road' do ano, então quero que \_\_\_\_\_ aproveitem bastante, assistam com carinho, por que a gente faz isso aqui é para \_\_\_\_\_."*



## Moral da História

Marketing não é intuitivo. Intuitivamente somos egocêntricos e, quando pensamos muito em nós mesmos, não conseguimos despertar ação nas outras pessoas.

O segredo do bom marketing é motivar as outras pessoas a fazerem o que você quer que elas façam pelos motivos que ELAS PRÓPRIAS querem fazer. E ainda fazer isso de forma íntegra e autêntica.

A única maneira de conseguir isso é deixando de ser egocêntrico e pensando mais em como você pode gerar valor PARA OS OUTROS através de seu trabalho e seus conteúdos.

Fale menos sobre você e mais sobre como você pode tornar as vidas das outras pessoas melhor, mais divertida, mais interessante.

Tudo na vida é uma troca. Mostre como você pode proporcionar bons momentos aos OUTROS e eles proporcionarão bons momentos a você também.

## Seu próximo passo

Obviamente, este rápido PDF não pretende “esgotar” o assunto “Marketing para DJs”.

Esta é apenas UMA SACADA que você pode aplicar imediatamente e já começar a melhorar sua comunicação. **É um presente meu para você!** 😊

Se você está SÉRIO na carreira de DJ/Produtor e quer elevar seu jogo ao próximo nível, o melhor atalho é o Treinamento de Elite, o curso COMPLETO da AMD.

As vagas sempre esgotam rapidamente então, para saber mais e receber todas as informações, coloque seu nome na Lista de Espera em:

<http://www.marketingparadjs.com.br/elite>

Um grande abraço,  
Everson K