

Guia de Gravação — TikTok Shop

Estrutura do vídeo ideal · use antes de cada gravação

PARTE 1 — ROTEIRO GUIA

1 — Gancho

1

A dor — identificação imediata

A pessoa para o scroll porque se reconhece

Começa nomeando o problema que a audiência sente. Não o produto — a dor. Quanto mais específica, mais forte o gancho. A pessoa precisa pensar: ela tá falando comigo.

Pergunta antes de gravar: o que essa pessoa sente e ainda não falou pra ninguém?

2 — Corpo

2

Aprofundamento da dor

Conexão emocional antes da solução

Antes de apresentar o produto, mostra o quanto essa dor atormentava. Quanto ela sofreu, tentou outras coisas, gastou dinheiro, se frustrou. Só depois o produto aparece como a saída que ela encontrou.

Esse é o momento que cria conexão real. Não pule ele.

3

Apresentação do produto

O que ela encontrou — não o que ela vende

Apresenta o produto como quem encontrou uma solução, testou e ficou surpresa. Menciona ingrediente ou tecnologia que justifica o resultado. Tom de descoberta, não de venda.

4

Quebra de objeções

Antes de gravar, responda: o que faria alguém não comprar?

Anote todas as objeções e responda cada uma ao longo do vídeo:

- Será que funciona no meu tipo de cabelo / pele / corpo?
- É caro demais pra valer a pena?
- Como eu sei que é de qualidade?
- Vai durar ou é efeito passageiro?
- Tem algum ingrediente que pode me fazer mal?

Cada objeção respondida é uma razão a menos pra pessoa não comprar.

5

Comparação de valor

Transforma gasto em investimento

Compara o preço do produto com o procedimento equivalente. Mostra o quanto a pessoa economiza. Isso muda a percepção de preço — ela para de ver como gasto e passa a ver como economia.

6

Prova social

Avaliações + famosos + número de vendas

Mostra prints de avaliações reais. Se uma famosa usou, coloca o print. Número de unidades vendidas no TikTok Shop — é a prova mais difícil de questionar.

7

Resultado — antes e depois

Explícito em voz e imagem

Mostra o resultado e fala em voz alta o que mudou. Não deixa a pessoa adivinhar. É a última prova antes da decisão de compra — não pode ser fraco.

3 — CTA

8

Carrinho laranja — urgência de verdade

Motivo real, sem parecer desesperada

Nomeia o carrinho laranja. Dá um motivo real pra urgência — cupom, promoção, estoque. Urgência sem motivo soa falsa e afasta. Se o carrinho sumir, explica o porquê.

PARTE 2 — CHECKLIST DE GRAVAÇÃO

Marque cada item antes de postar.

ANTES DE GRAVAR

- Escolhi um produto só**
Sem misturar produtos no mesmo vídeo.
- Defini a dor do gancho**
Específica o suficiente pra pessoa pensar 'ela tá falando comigo'.
- Pensei no quanto essa dor atormentava**
Tenho o que falar antes de apresentar o produto.
- Listei as objeções do produto**
O que faria alguém não comprar? Tenho resposta pra cada uma.
- Pesquisei o ingrediente ou tecnologia principal**
Sei explicar o que faz o produto funcionar.
- Tenho a comparação de valor pronta**
Preço do produto vs. procedimento equivalente.
- Separei prints de avaliações ou prova social**
Avaliações do TikTok Shop, famosa que usou, número de vendas.

DURANTE A GRAVAÇÃO

- Falei a dor nos primeiros 3 segundos**
Específica e real — a audiência se reconhece.
- Aprofundei a dor antes de apresentar o produto**
Mostrei o quanto isso atormentava — criei conexão antes de vender.
- Apresentei o produto como descoberta, não como venda**
Tom de 'achei, testei, amei' — não de vendedora.
- Quebrei pelo menos 2 objeções no corpo**
Composição, durabilidade, custo-benefício, funciona pra mim.
- Mostrei comparação de valor e prova social**
Quanto economiza + avaliações ou número de vendas.
- Mostrei o resultado e falei em voz alta**
Explícito — a pessoa viu e ouviu a transformação.

CTA



Nomeei o carrinho laranja com urgência real

Cupom, promoção ou estoque — motivo verdadeiro pra agir agora.



Expliquei o que acontece se o carrinho sumir

'Se sumir é porque a promoção acabou.' Urgência sem desespero.