

Ilza Suêlo

Manifesto de posicionamento com base identitária

Querida Empreendedora e Líder 50+

O mercado convencional costuma mandar você começar pelo Instagram: escolher cores, definir um nicho, organizar uma bio e produzir conteúdo. Eu digo BASTA a essa ordem.

Porque tentar se posicionar no digital sem saber com clareza quem você é, o que quer construir e como deseja ser reconhecida é como começar uma casa pelo acabamento.

Você trava, muda de direção o tempo inteiro, se compara e tenta seguir regras que muitas vezes foram criadas para uma realidade muito diferente da sua.

O Método BASTA parte de uma tese simples:

Antes do CNPJ, da missão e do digital, existe uma mulher.

E essa mulher tem história, experiência, valores, saberes e escolhas que precisam sustentar o negócio e não desaparecer quando ela entra no digital. Por isso, o Método BASTA foi

construído sobre três pilares estratégicos:

Base Pedagógica: Andragogia

Uma mulher adulta não chega até nós vazia.

Ela chega com uma vida inteira de experiências, saberes, tentativas, medos, conquistas e repertório. Por isso, a base pedagógica do Método BASTA é a **Andragogia**: uma abordagem de aprendizagem de adultos que reconhece a experiência já acumulada pela mulher como parte fundamental do processo.

Aqui, não ensinamos partindo do que supostamente lhe falta. Partimos do que ela já carrega. Novos conhecimentos, estratégias e ferramentas são conectados à sua realidade, aos seus objetivos e àquilo que ela precisa colocar em prática, respeitando sua autonomia, seu ritmo e sua capacidade de fazer escolhas. A experiência não é descartada para que ela aprenda o novo. É transformada em matéria-prima para autonomia, posicionamento e ação.

Pilar 1 — Mapeamento de Essência

Antes de olhar para a tela do celular, nós olhamos para a sua bagagem.

No **Mapeamento de Essência**, revisitamos sua trajetória, seus saberes, valores, experiências e aquilo que se repete ao longo da sua história. Também identificamos sua forma própria de falar, seus valores inegociáveis, aquilo que você defende, aquilo contra o que se posiciona e os elementos que não podem desaparecer quando você começa a comunicar o seu trabalho. O objetivo aqui não é inventar uma nova identidade. É reconhecer e organizar aquilo que já existe em você para que o

digital seja uma ferramenta de expressão e autonomia e não um lugar onde você precise se transformar em outra pessoa.

Pilar 2 — Direção

Depois de reconhecer aquilo que sustenta quem você é, chega a hora de ganhar clareza sobre como você quer ocupar o digital.

No pilar da Direção, nós organizamos o que hoje pode estar espalhado: ideias demais, referências demais, dúvidas sobre o que postar, dificuldade de saber o que mostrar e a sensação de estar sempre começando de novo.

É aqui que você define com mais clareza:

- o que deseja comunicar;
- para quem essa comunicação precisa chegar;
- quais temas sustentam a sua presença;
- o que merece ser mostrado;
- o que não precisa entrar;
- quais objetivos o Instagram deve ajudar você a alcançar;
- e quais escolhas fazem sentido para a fase profissional que você está vivendo.

Direção é parar de usar o Instagram no improviso.

É saber por que você está ali, o que quer construir com a sua presença e quais caminhos combinam com a profissional que você é.

Com essa clareza, você deixa de correr atrás de todas as tendências, de mudar de estratégia a cada nova referência e de produzir conteúdo sem saber para onde aquilo está levando. Você passa a usar o digital com critério, intenção e autonomia.

Pilar 3 — Posicionamento

Com a sua essência mapeada e a sua direção definida, chega o momento de transformar tudo isso em uma presença clara, coerente e reconhecível.

No pilar do Posicionamento, trabalhamos em duas camadas.

1- Primeiro, o posicionamento estratégico.

Aqui definimos a mensagem que você quer sustentar no digital: como deseja ser percebida, qual é o principal benefício do seu trabalho, para quem você fala, quais temas fortalecem sua autoridade e o que faz alguém entender por que deve lembrar, acompanhar, indicar ou contratar você.

É aqui que organizamos a base da sua comunicação para que você não precise falar de tudo, para todo mundo, o tempo inteiro.

2- Depois, o posicionamento visível.

Com essa base definida, traduzimos sua estratégia para o perfil: bio, foto, destaques, paleta, fontes, estética, organização visual, formatos de conteúdo e chamadas para ação. A estética não vem antes da estratégia. Ela passa a expressar aquilo que você já decidiu comunicar.

O objetivo não é criar um personagem para a internet nem transformar você em blogueira.

É fazer com que, quando alguém chegue ao seu perfil, consiga

perceber com mais clareza quem você é, o valor do seu trabalho, para quem ele existe e por que vale a pena continuar perto de você.

Você passa a usar o Instagram estrategicamente para comunicar sua experiência, fortalecer sua autoridade e atrair clientes, parceiros e oportunidades com autonomia, identidade e critérios próprios.

Com carinho, Ilza Suêlo

Sua Mentora

.