



# Storytime™

**Como Criar Valor**  
Sem Perder o Propósito

Lulu Skantze



# Defina os valores do seu conteúdo

- Quantidade
- Criatividade
- Originalidade
- Diversidade etc...



# Setembro 2014

## Storytime é lançada

Histórias para ler, curtir e dividir

### Valores:

Alta qualidade de impressão

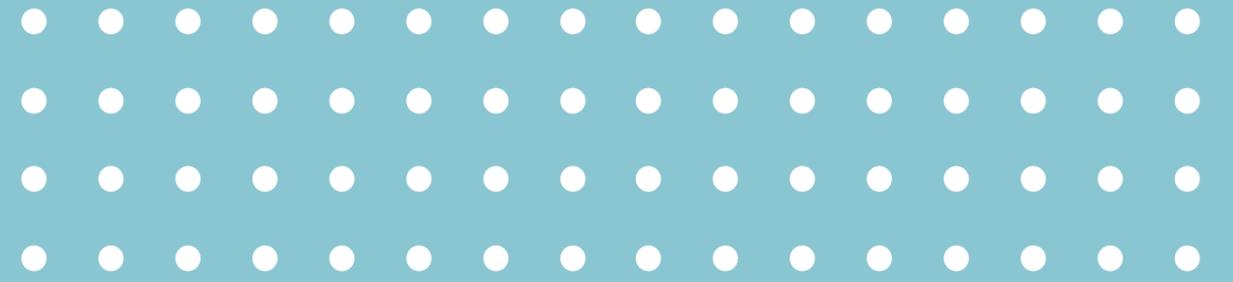
Assinatura mensal

Conteúdo original e sem propaganda

Histórias duram pra sempre (Longevidade)

Diversidade

Entretenimento e Educacional



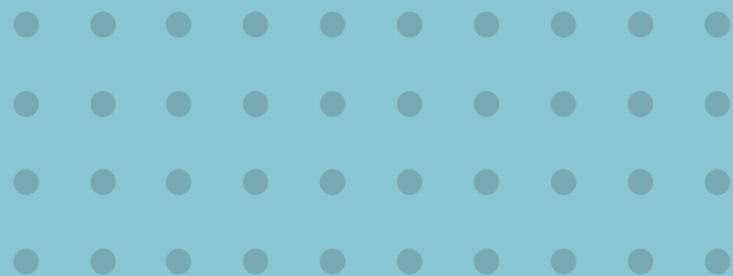
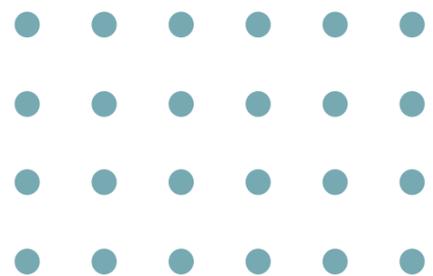
# Plano de ação (com melhor custo-benefício)

Pesquisa e entendimento da concorrência

Uso do networking

Aprender o máximo possível sobre os valores do setor

Testar, testar e testar





# Dados Valem Ouro

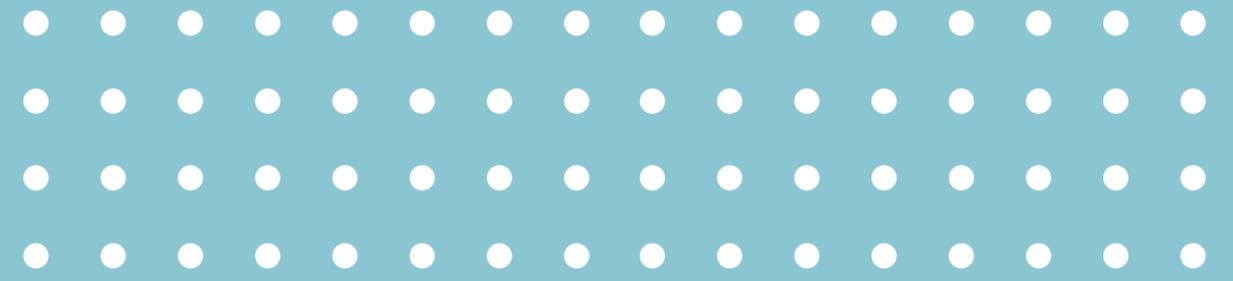
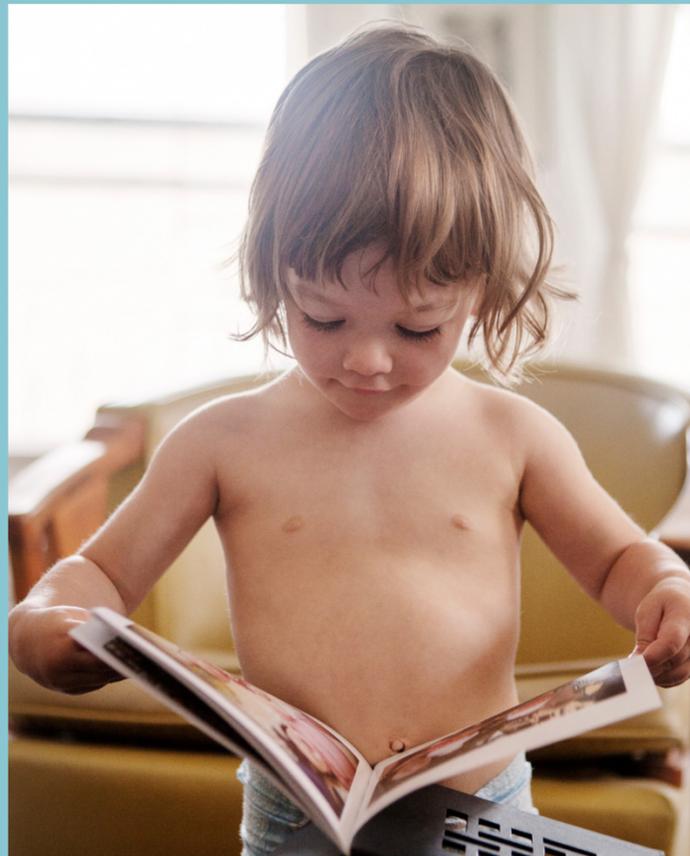
Nunca pare de perguntar (pesquisas)

Conheça seus concorrentes (pesquisa de mercado)

Conheça o seu setor (notícias e feed)

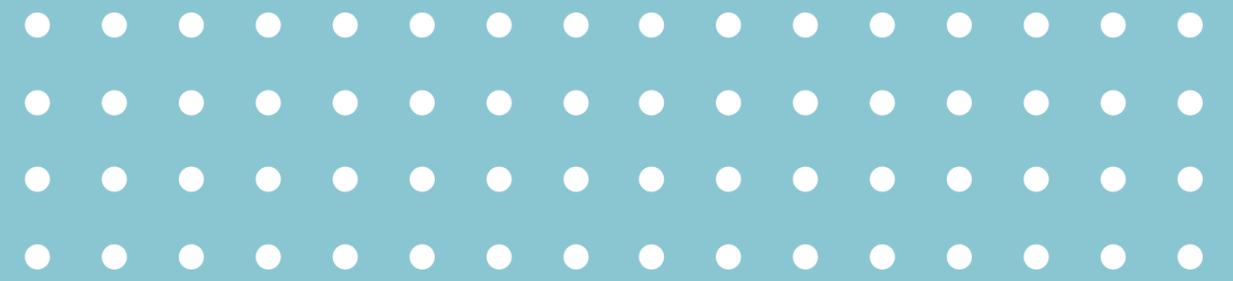
Vários modelos de receita (crescimento)

Leia nas entrelinhas (das estatísticas e dados)



# A história até então...

- 100% de propriedade
- Crescimento ano a ano (35% durante a pandemia)
- Valor de IP superior a €2 milhões
- Expansão global: Vendidos em 60 países e publicados em 5 países (e mais a serem anunciados em 2025)
- Receita de licenciamento triplicou em 2023
- Mais de 2 milhões de crianças já leram nossas histórias



# Três tipos de valores nos quais construímos a marca





## Os valores “originais”

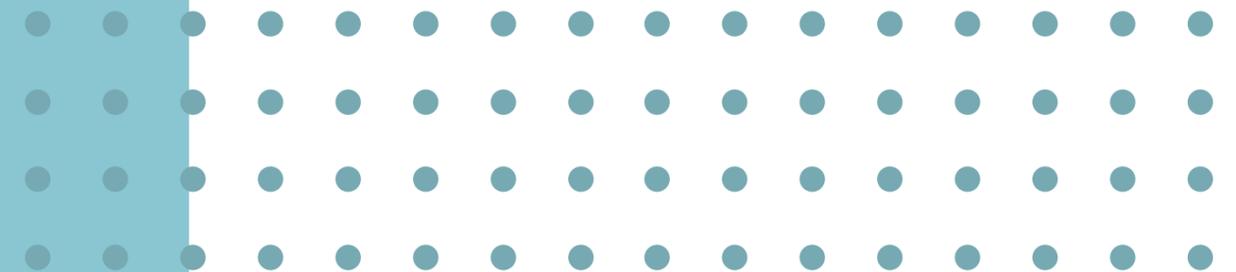
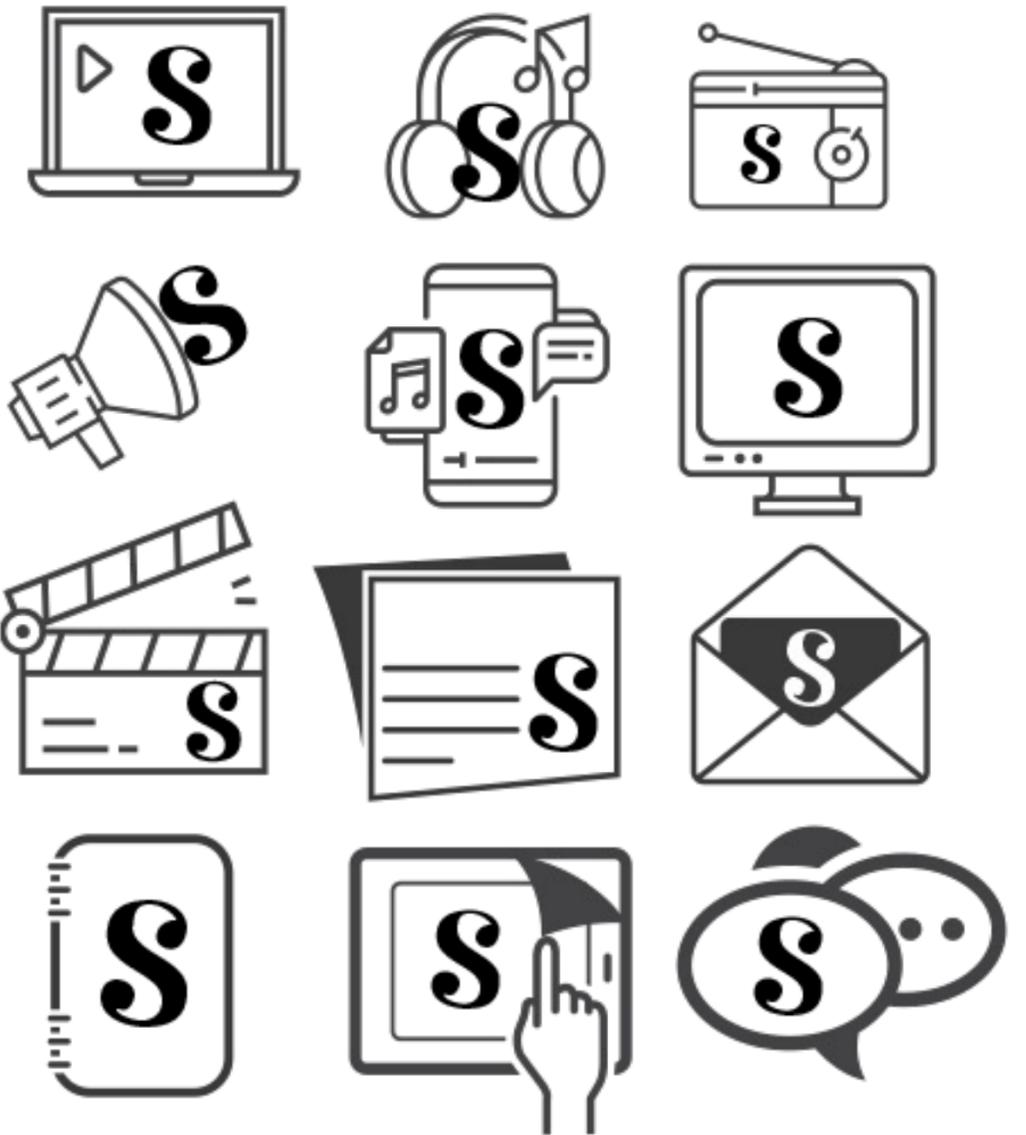
“Valores de vitrine” - típicos do setor.

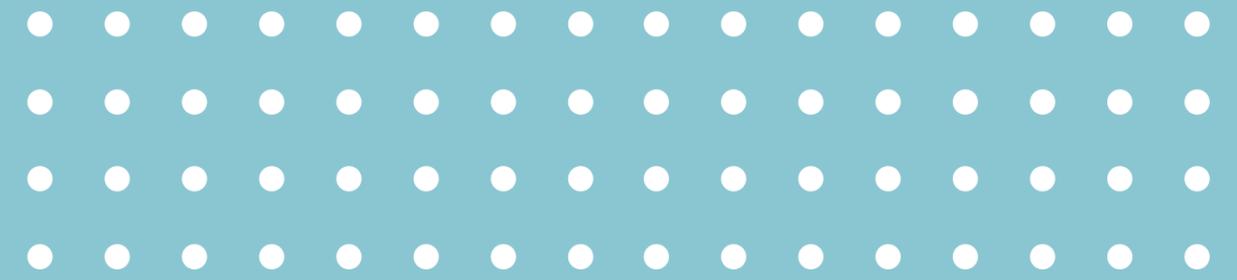
Qual é o real valor deles para a marca?

# Os “valores” pessoais

Nem sempre importantes or percebidos como você imagina: eles podem ser economias?

*Papel/ Formato/ Arte/ Mídia Social/ Embalagem*





# Os Valores Adicionais

Valores aprendidos

Valores de tendências

Novos mercados/tecnologia



# Modelo de Crescimento

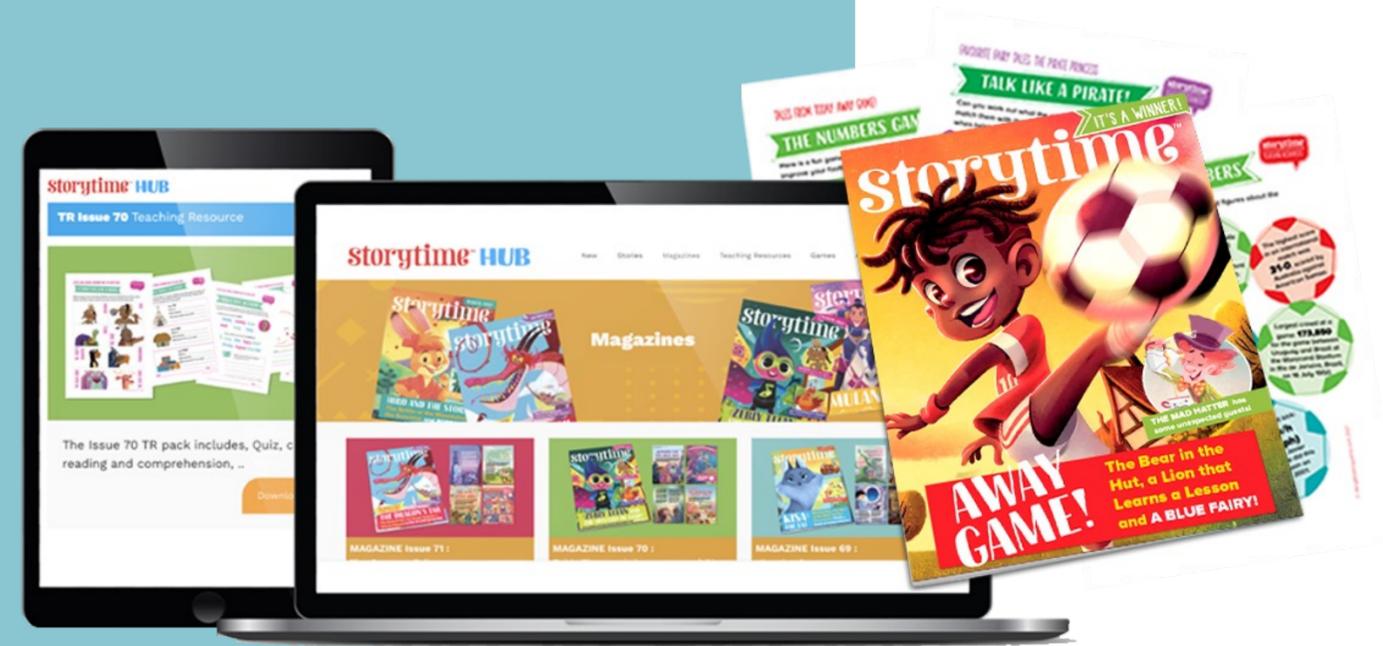
Atender mais de um mercado/demografia

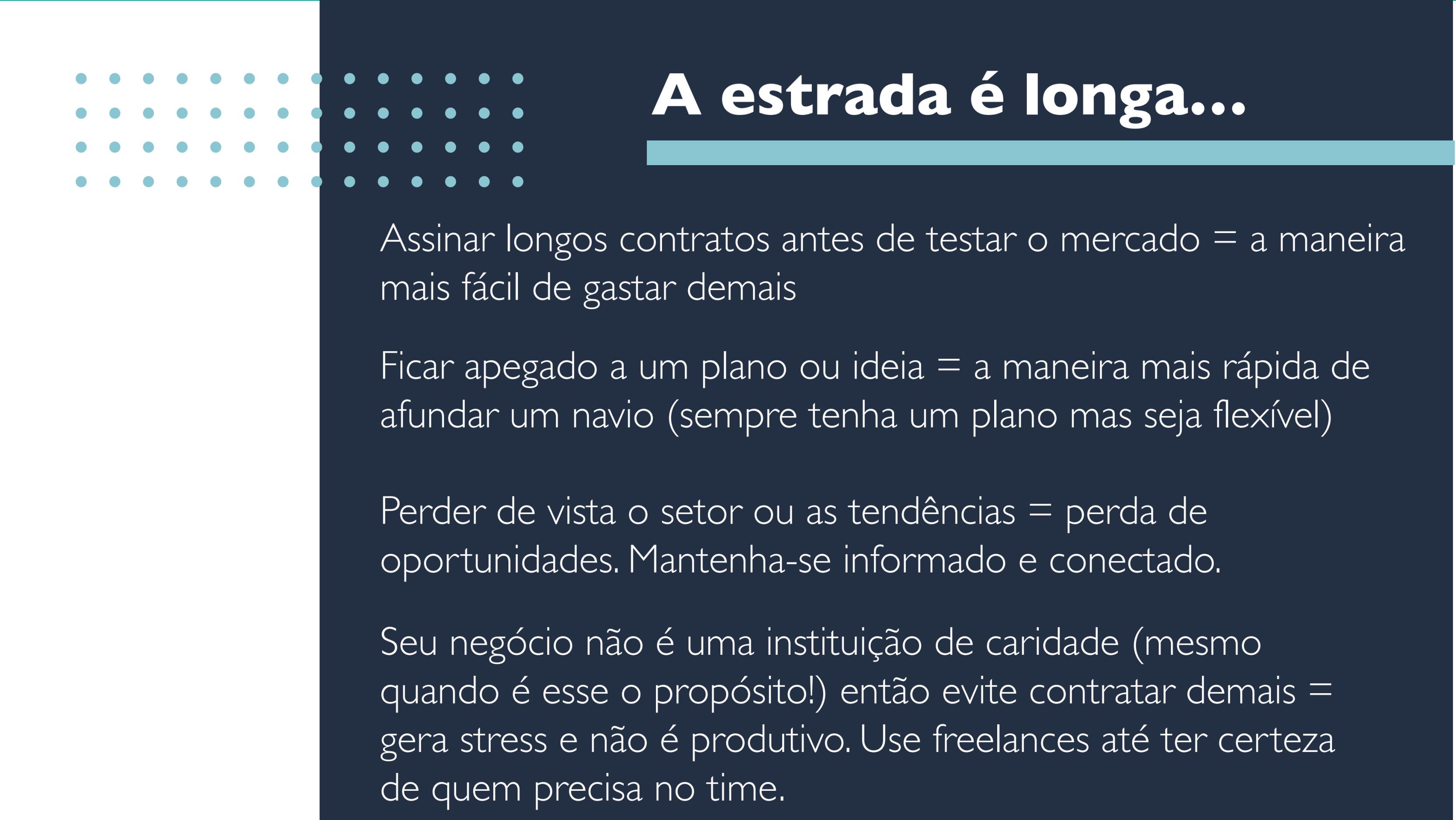
Licenciamento para vários setores

Expansão da marca em vários formatos

# Como estruturar seu preço e negociar com diferentes mercados?

- Comece com uma porcentagem do valor da criação de conteúdo
- Crie uma tabela com variáveis
- Compreenda o modelo de “precificação” do cliente
- Evite direitos exclusivos e faça contratos específicos para tipos de produto





# A estrada é longa...

Assinar longos contratos antes de testar o mercado = a maneira mais fácil de gastar demais

Ficar apegado a um plano ou ideia = a maneira mais rápida de afundar um navio (sempre tenha um plano mas seja flexível)

Perder de vista o setor ou as tendências = perda de oportunidades. Mantenha-se informado e conectado.

Seu negócio não é uma instituição de caridade (mesmo quando é esse o propósito!) então evite contratar demais = gera stress e não é produtivo. Use freelances até ter certeza de quem precisa no time.



# ...mas a vista vale a pena!

Sua expertise adiciona valor. Não pare de aprender.

Esteja ciente dos recursos ao seu redor – troque serviços e ideias. Faça parcerias.

Revisite seus fornecedores regularmente.

Paralisia é letal. Reagir rápido é fundamental.

Implementar processos é mais eficiente do que contratar pessoas para resolver problemas.

Valores podem mudar (e devem).

# storytime™



[www.storytimemagazine.com](http://www.storytimemagazine.com)

[www.storytimehub.com](http://www.storytimehub.com)

