

Oie! Eu sou a Nicole :)



esse aqui é o meu portfólio!

e não, aqui você não vai encontrar
perfeição! Mas calma, eu já te
explico!

BRANDING • COMPORTAMENTO • ESTRATÉGIA EM DADOS

Para mim, a **criatividade** nunca foi sobre perfeição, mas sim sobre compreender pessoas, construir significados e o principal: intenção para transformar ideias em experiências memoráveis.

Documentando a **minha** jornada

Como eu te disse, aqui você não vai encontrar perfeição. Eu não tenho uma história linear para te vender, mas tenho uma história humana para te contar.

Eu nunca fui a criança criativa que ficava no canto da sala desenhando personagens. Sempre fui a criança que gostava de conversar, observar e entender o mundo.

Bom... o mundo é tão belo por conta das pessoas que colorem ele, certo? Então, se eu tivesse que escolher uma qualidade minha, provavelmente seria a curiosidade em entender esse mundo.

Sempre questionei o porquê das coisas. Mais do que isso: sempre questionei o porquê por trás do comportamento das pessoas – e boa parte do meu pensamento estratégico vem exatamente daí.

Por que as pessoas gostam tanto de um desenho ao ponto de criarem personagens, histórias e comunidades inteiras ao redor deles?

E se você juntar curiosidade + estratégia + uns 60% de criatividade = uma jovem (quase) publicitária em evolução.

Uma mini diva já com muita personalidade.



Colocando em prática o meu maior hobby: o conhecimento através dos livros.

Minhas áreas de interesse

Branding estratégico



Não quero apenas criar um logotipo e mockups, quero criar e conectar marcas, comunicar e transmitir sensações.

Orientação por dados



Estratégia PRECISA de fundamento, nada melhor que dados concretos para isso.

Direção criativa



Levar a marca ao patamar que ela visa alcançar sem perder a personalidade que foi construída e projetada

Case conceitual

Eu era uma criança de 9 anos que amava conversar, interagir e conhecer pessoas. Um jogo online e social era exatamente o que eu precisava para me divertir, criar memórias e fazer amigos.

Infelizmente, o jogo acabou.

Felizmente, anos depois, uma equipe decidiu trazê-lo de volta e eu tive a oportunidade de fazer parte desse processo.

Hoje, continuo participando do projeto e dedicando parte do meu tempo ao desenvolvimento das minhas habilidades em criação, direção criativa, análise de dados e branding, além de interagir com profissionais de diversas áreas. Mais do que isso: também participo da reconstrução daquela sensação que eu tive ao entrar no jogo pela primeira vez — o frio na barriga causado pela nostalgia. Participar de algo que marcou tanto a minha infância me motivou a enxergar a publicidade de uma forma muito mais humana, criativa e significativa.



Esse é um projeto confidencial, mas vou te contar um pouco para você me conhecer melhor, ok?

Mas não se engane... nem tudo são flores. Antes da minha estratégia realmente dar certo, eu precisei de várias dando errado para entender que a nostalgia é algo realmente delicado, mas se bem trabalhada, vira ouro.

Quando a chave virou...

Eu sei disso:

👁 1.821

👁 1.736

👁 2.010

👁 3.233

Para isso:

👁 36,5 mil

👁 181 mil

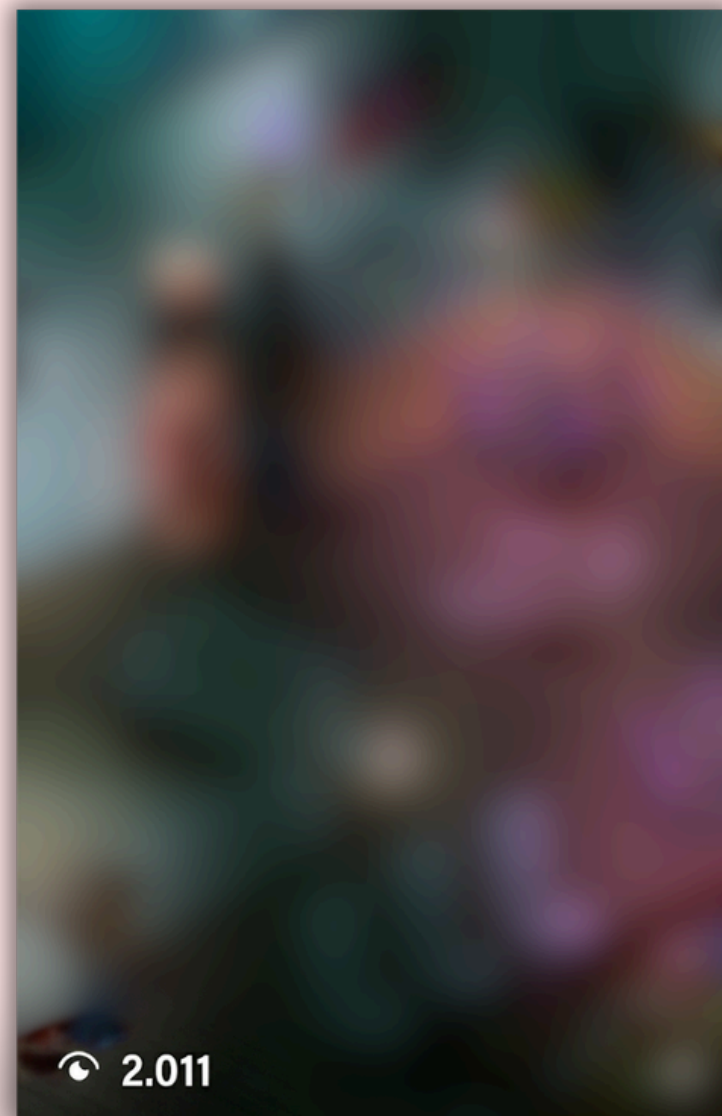
👁 999 mil

👁 2 mi

Não, não foi sorte, foi:

- ☑ Branding estratégico e alinhamento com o público que eu gostaria de atingir
- ☑ Direção criativa para transmitir a teoria criada no branding para a prática.
- ☑ Análise de dados para entender o que e porquê um post funcionava ou não

Análise de processo: como eu saí de 2k para 2M?



Prós

- ✓ Transmitiu a vibe que eu queria
- ✓ Ficou visualmente bonito

Contras

- ✗ Eu não entendia o que estava sendo vendido
- ✗ Não desperta desejo, emoção e nem nostalgia

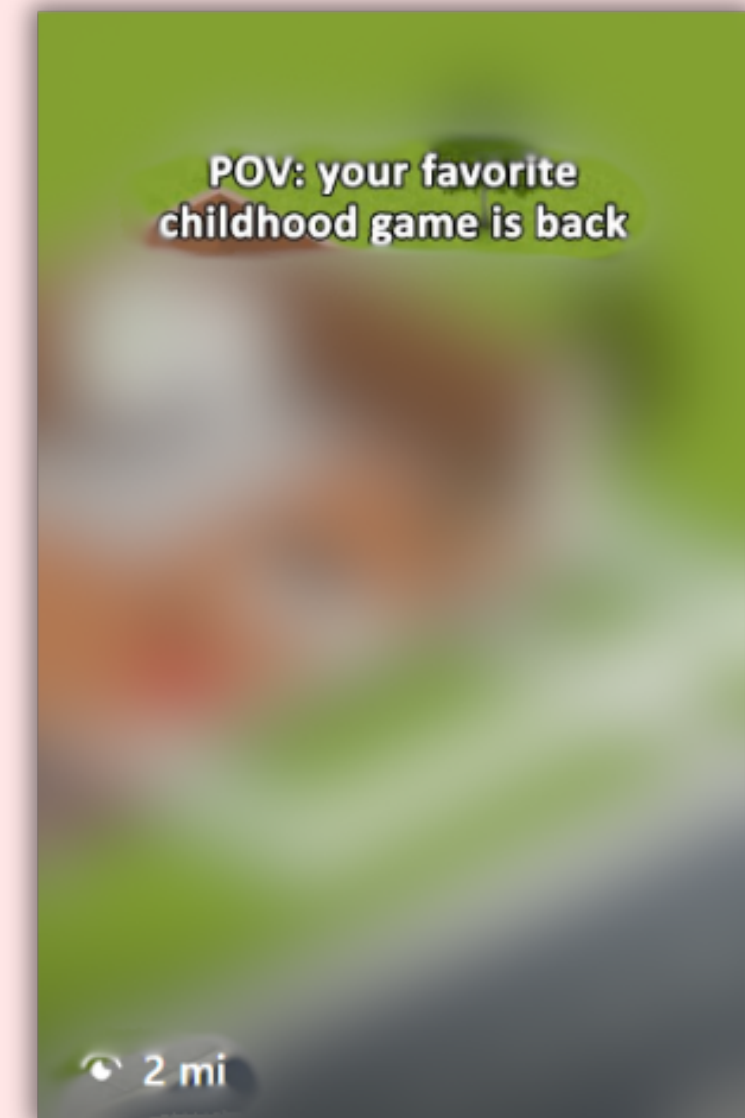


Resumindo, a legenda importa, as hashtags importam e todos os hacks de engajamento, mas sem estratégia, sem conhecer o público para além dos números, o post não vai passar do mínimo.

Análise de processo: como eu sai de 2k para 2M?

- ✓ Entendi que se o meu post for bonito, mas não comunicar nada, ele não vai ser relevante.
- ✓ Entendi o que REALMENTE estava sendo vendido: memórias, sensações e nostalgia.
- ✓ Para conversar com esse público, eu precisava sentir. Eu precisava despertar a sensação que eu tinha quando criança.

Os dados falam por si. Esse é o meu maior exemplo de como o desejo conhecer profundamente o comportamento humano precisa começar com a curiosidade para conhecer a si mesmo.



“Quem olha para fora sonha, quem olha para dentro acorda.”

— Carl Jung.



Eu me despeço aqui, mas...



www.instagram.com/publisdanic/



www.linkedin.com/in/nicole-dias-08234a3b9/



nicoledias.publicidade@gmail.com

Vamos trocar ideias e
desenvolver cases
juntos!

**Obrigada pelo seu tempo e por acompanhar
um pouquinho da minha jornada! :)**