

OFICINA DO BIRUTIA

Ensine a sua marca ao Claude uma vez e pare de repetir

Em vez de explicar quem você é a cada conversa, monte um projeto com o visual, a voz e o público da sua marca. Todo texto novo já nasce com a sua cara.

Todo mundo já passou por isto: o texto sai correto, mas com cara de qualquer empresa. A causa é que a IA não conhece a sua marca. A solução é registrá-la uma vez, em um projeto do Claude, e usar sempre.

O que entra na memória da marca

Quem é: o que faz, para quem e qual a promessa.

O visual: cores com os códigos, fontes e estilo de imagem.

A voz: como fala, palavras que usa e palavras que evita.

Exemplos reais: três ou quatro textos seus de que você gosta.

Regras: o que nunca fazer (por exemplo, promessas de resultado).

Passo a passo

1. Deixe o Claude entrevistar você

Escrever tudo sozinho cansa. É mais fácil responder perguntas.

Pedido: Pedido 1 · entrevista

> Quero montar o documento de identidade da minha marca. Faça-me uma pergunta por vez, sobre: o que faço, para quem, o que me diferencia, como falo, o que nunca digo e o que o cliente sente depois de comprar. Quando terminar, escreva o documento completo, em tópicos curtos.

2. Junte exemplos

Cole três ou quatro textos que representam bem o seu jeito. Eles ensinam mais que qualquer descrição.

Pedido: Pedido 2 · extrair a voz

> Leia os textos abaixo e descreva a minha voz em 8 pontos práticos: tamanho das frases, tom, palavras que repito, o que evito e como abro e fecho. Depois, escreva um parágrafo de exemplo com essa voz sobre [assunto]. [cole os textos]

3. Crie o projeto

No Claude, crie um projeto com o nome da marca. Cole o documento nas instruções do projeto, e anexe os exemplos como arquivos de conhecimento.

4. Use e ajuste

Pedido: Pedido 3 · usar no dia a dia

> Usando a identidade da marca deste projeto, escreva [peça: legenda, e-mail, roteiro] sobre [assunto]. No fim, aponte em uma linha o que você assumiu que eu não tinha informado.

Quando o texto sair fora do tom, peça: "O que, na identidade da marca, você deixou de seguir?" e corrija o documento.

Cuidados

Cores e fontes são melhores como lista exata de códigos e nomes, não como adjetivos.

Revise o documento a cada 3 ou 4 meses. Marca muda.

Não coloque dados de clientes na memória da marca.

Em saúde, finanças e outras áreas reguladas, escreva em "o que nunca dizer" as promessas proibidas pela regra do seu setor.

Oficina do BirutIA - material gratuito. Conferido em 27/10/2026. As ferramentas de IA mudam com frequência.

Quer automações para a sua empresa?
O BirutIA e a MLM Produções podem ajudar.
www.mlmproducoes.com.br