

05

Informações do perfil

Transcrição

[00:00] Vamos seguir aqui com o perfil da Joaquina Doceria. Uma coisa que a Bia me perguntou e que eu acho superimportante também é quem seguir. Ela me perguntou: "mas quem eu devo seguir? Eu já vi alguns lugares falando que quanto mais pessoas você segue, melhor. Será que eu tenho que seguir mil pessoas pra poder ter mil seguidores?". Mais ou menos.

[00:25] Sobre quem seguir, a primeira coisa é: claro, quanto mais pessoas você seguir, mais pessoas vão ficar sabendo da sua conta, então no começo é importante sim você seguir bastante gente.

[00:36] No começo você não precisa seguir também cinco mil pessoas, porque não vai fazer uma diferença tão grande assim, pode ser uma coisa bem gradual e orgânica, você não precisa se preocupar no primeiro dia que você abriu sua conta em começar a seguir mil, duas mil pessoas. O mais importante sobre quem você segue não é o número e sim a qualidade.

[00:59] No caso aqui da Bia, o perfil dela é um perfil de uma doceria, não faz sentido eu seguir uma loja de roupas, por exemplo, porque esse não é o perfil dela pessoal, esse é o seu perfil comercial, então você quer estar alinhado a perfis dentro do Instagram que tenham a ver com o seu negócio.

[01:22] Por quê? O algoritmo do Instagram é quem decide, digamos assim, pra quem o seu perfil vai ser mostrado, quantas vezes ele vai ser mostrado, ele leva em consideração isso. Ele coloca assim: "eu tenho aqui o Joaquina Doceria que é esse perfil que segue coisas focadas em gastronomia e coisas focadas em confeitearia e festa, coisas assim".

[01:51] Quando eu, Clarice, por exemplo, estiver procurando um perfil novo pra seguir, o Instagram vai ver: "a Clarisse gosta de confeitearia, então vou mostrar o Joaquina Doceria pra ela, que é um perfil que tem a ver com esse universo". Então é importante que o seu perfil esteja dentro do meio do seu negócio.

[02:13] Por exemplo, no caso dela que faz doces, ela tem um negócio de doces, é importante que ela siga docerias, outras coisas ligadas à gastronomia, à confeitearia, porque o Instagram vai colocá-la dentro dessa caixinha, ela vai ver todos esses interesses que ela tem, porque ele entende que quem você segue é com quem você se interessa ou sobre o que você se interessa. E ele vai começar a mostrar o seu perfil pra outras pessoas que se interessam pelas mesmas coisas que você, então esse é um ponto bem importante.

[02:48] Vamos dar uma olhadinha aqui. Ela segue poucas pessoas ainda, ela segue apenas 27 pessoas, mas aqui de cara a gente tem o Instagram, que tudo bem você seguir. Ela tem alguns perfis aqui que eu vejo que são de confeitearia, Cupcake project, Amor do cake, que é de bolo também. Callebaut Brasil que é uma marca de chocolate, Chocolatria. São coisas relacionadas ao negócio dela, o que é superbacana.

[03:23] Mas aqui a gente já tem Maisa, Katy Perry, Viih Tube, que provavelmente é uma blogueira, alguma coisa assim, Madonna, enfim. Alguns perfis de artistas que são coisas que provavelmente ela se interessa, mas que não têm nada a ver com o negócio dela.

[03:42] Isso não vai ajudar a página dela. Não necessariamente vai ser ruim também, mas como a gente está fazendo uma página de negócios que o objetivo é captar novos clientes, a gente tem que fazer tudo o que pode pra chegar nesse objetivo. Nesse caso aqui esses perfis não vão te ajudar nisso.

[04:01] Eu vou desseguir aqui e esses perfis ela pode seguir no perfil dela pessoal, enfim. Mas não faz sentido você seguir dentro do perfil da sua marca. Nem amigos, parentes, namorado, é melhor você evitar isso no seu perfil comercial e colocar

apenas perfis que tenham a ver com a sua marca.

[04:27] Por exemplo: "mas eu não conheço tantos perfis assim, não sei o nome dos perfis no Instagram, o que eu faço?". Bom, eu vou clicar aqui no perfil do Chef Diego Lozano, que é um chef de confeitoria. Quando você abre o perfil dele ou qualquer outro perfil, sempre vai ter essa opção no Instagram de abrir uma setinha aqui do lado, no canto direito da tela.

[04:50] Quando eu clico aqui ela põe sugestões pra você e põe perfis que são parecidos e se relacionam com o perfil dele, do Chef Diego Lozano. Isso reforça o que eu estava falando um pouquinho antes, que é importante você se cercar de coisas que tenham a ver com o seu negócio, você estar dentro do universo do seu negócio, porque o Instagram faz isso, ele sempre vai te colocar aqui.

[05:14] Se eu fizer direitinho o perfil da Joaquina Doceria, seguir as pessoas certas, um dia uma pessoa vai estar num outro perfil e ela pode clicar nessa setinha e o perfil da Joaquina aparecer aqui.

[05:27] Por isso que é importante também seguir pessoas dentro do seu meio, dentro do seu negócio. Aqui, Escola da confeitoria, que talvez seja um perfil bacana pra eu seguir. Tem Callebaut Chocolates que a gente já segue. Tem outros chefes aqui também, tem outras coisas pra gente ver, enfim.

[05:47] Aí você fala: "Dani Noce, não sei o que é, será que é bacana?", a gente vai aqui, clica. Então entrei aqui no Dani Noce receitas. Eu vejo aqui o perfil dela, no feed dela, que é onde você tem todas as fotos que a pessoa postou. Tem várias receitas, vários doces. "Superbacana, tem a ver com meu negócio, vou começar a seguir", então eu venho aqui, sigo.

[06:15] Automaticamente, quando você segue alguém novo, já aparece aquilo que eu tinha falado, que é essa barra com outras contas pra você seguir também, que têm a ver com o assunto da conta que você acabou de seguir. Por isso que é importante quem você segue.

[06:32] A gente coloca aqui: "Ju Ferraz, não sei, será que é bacana?". Eu vejo aqui que também ela provavelmente é confeiteira, tem várias receitas aqui. E eu a sigo também. E assim vai, ele vai sempre mostrando mais pessoas, enfim.

[06:52] Outra dica legal pra você encontrar novos perfis pra seguir que tenham a ver com o seu negócio é pegar um perfil que você já goste bastante. Ela me falou, por exemplo, que ela gosta muito da Carole Crema, que é uma chef de confeitoria e eu vejo aqui que ela está seguindo 1200 pessoas.

[07:10] Eu posso clicar aqui em quem ela segue e vai abrir pra mim todo mundo que ela segue. E aí eu posso ver, esse aqui pode ser legal pra mim, isso aqui não é legal pra mim, enfim, você pode descobrir outros perfis desse jeito também, que é buscando dentro do perfil de pessoas que você já segue, que você gosta do conteúdo e enfim.

[07:39] Por exemplo, ela tem um negócio aqui em São Paulo, talvez seja bacana seguir a Veja São Paulo, que fala de comida e restaurantes aqui em São Paulo, então a gente segue. E de novo, aquela mesma dica, "não sei muito bem o que é esse perfil aqui, mas parece interessante", Confitare. Eu clico aqui e vejo o feed deles. Vejo aqui que é de chocolate, tem umas coisas de Páscoa já, superbacana. "Gostei, tem a ver com meu negócio" e sigo de novo. E fica esse ciclo de ele sempre te mostrar coisas novas.

[08:12] Como eu disse, você não precisa fazer isso tudo num dia, você não precisa começar a seguir 100 pessoas no dia, pode ser uma coisa mais orgânica e pouco a pouco, mas é importante ter sempre em mente isso, num perfil de negócios, num perfil profissional, num perfil de uma marca sempre seguir outros perfis que tenham a ver com a sua marca e com o que você está fazendo.

[08:37] Agora eu voltei aqui pro perfil da Joaquina Doceria. A gente já arrumou a foto de perfil; a biografia, que é superimportante você encontrar uma biografia que fale bem sucintamente, mas bem objetivamente sobre o que é o seu negócio.

[08:56] A gente deixou um número de contato que é muito importante, porque a gente está fazendo um perfil de Instagram pra divulgar o seu negócio, se as pessoas não tiverem como falar com você não adianta de nada, então sempre tenha o número atualizado, sempre tenha os contatos atualizados.

[09:11] E as pessoas que a gente seguiu, que eu também dei uma limpada, comecei a seguir outras pessoas e é um trabalho que a gente vai fazendo aos poucos, de encontrar outras pessoas pra seguir.

[09:20] Agora com esse perfil mais organizado, a gente pode começar a mexer em outras funcionalidades dessa plataforma. Bora lá?