

2021



O SPRINT FINAL

RESUMO

**AULA 2: O CONTEÚDO QUE SEUS SEGUIDORES
VÃO IMPLORAR PARA RECEBER**

@valeskabruzzi

Independente de qual seja o seu nicho, de qual seja sua área, se você é empreendedora ou autônoma, se ainda não se vê como empresária, mas já empreende, **o Instagram é um lugar obrigatório para você.** É importante você ter um perfil para ocupar o seu espaço e divulgar a sua marca.

O conteúdo é rei, ele é muito importante para atingir as pessoas de forma gratuita.

O **tráfego pago** é quando você paga para o Instagram/Facebook distribuir o seu conteúdo, entregando para mais pessoas.

O **tráfego orgânico** é quando você não paga, as pessoas acessam seu perfil de forma gratuita.

Quando você tem um bom trabalho no orgânico, o seu tráfego pago fica mais barato.

Como ter um bom trabalho no tráfego orgânico?

Se pergunte: o que você oferece de fato?

Como você define a sua oferta?

Na verdade, a gente sempre oferece uma transformação na vida das pessoas.

Exemplo: quem vende roupa, não é apenas roupa que vende. Vende muito mais que isso, vende autoestima, faz a pessoa se sentir na moda, vende estilo, elegância, atualização, posicionamento e sofisticação.

Existem vários outros interesses, desejos ou medos que estão por trás do serviço/produto que você oferece. Se não souber exatamente onde está esse ponto, você vende errado o seu produto.

As pessoas buscam outros valores e não apenas a funcionalidade do que você oferece, e quanto mais clareza você tiver do que as pessoas buscam em você, mais conseguirá jogar com os desejos ou com os medos das pessoas, pois nem sempre vendemos só desejo. Quando você entende com clareza qual é o medo e qual é o desejo do seu consumidor, você fica mais pronta para montar o seu discurso de vendas.

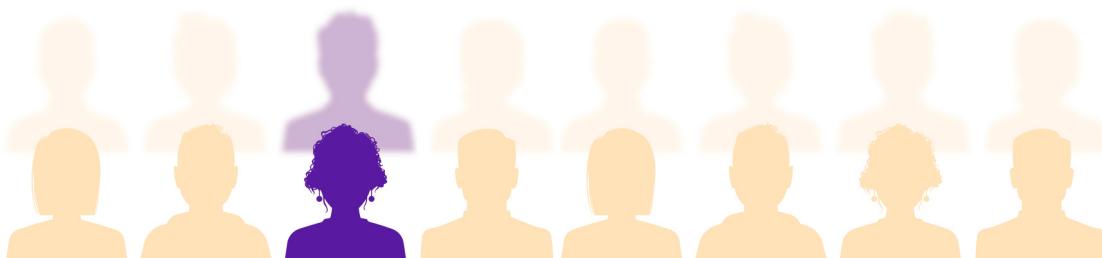
Quanto mais específica você for em relação ao que vende, melhor. E não há como avançar se você não souber o seu nicho.

• Seu nicho:

- Ajudo (quem?) a resolver (qual problema?).
- Em vez de "eu posto conteúdo sobre fisioterapia".
"Dicas de fisioterapia pélvica para ajudar gestantes e puérperas a recuperarem o abdômen".
- Quem quer falar com todo mundo, não fala com ninguém.
- Foque no que você é boa.

• Persona:

- Com quem você quer falar? Quem é o seu cliente ideal?
- Se você só pudesse ter 500 seguidores, como seriam eles? Quais seriam as características, gênero, estado civil, nível de escolaridade, nível financeiro, o que desejam, o que sonham, quais os medos, o que incomoda.
- Encaixe a transformação que você oferece na persona que você quer atingir.
- A persona não é para te amarrar, e sim para te libertar.



• Keyword (palavra chave) no nome do seu perfil:

- Uma das ferramentas que o algoritmo utiliza para agregar e organizar informações é o SEO. Um lugar muito importante para você usar uma palavra chave que identifique o que você faz é no seu nome do perfil. Desta forma, quando alguém fizer uma pesquisa utilizando a palavra que você colocou, o algoritmo mostrará o seu perfil na pesquisa.
- 100% do seu esforço em marketing deve ser para atender seu público dentro do seu nicho
 - Pense com a cabeça do seu cliente. O que ele gostaria muito de saber?
 - Transforme seu conteúdo em algo desejável.

• Formatos de conteúdo mais relevantes:

- **Carrossel:** maior retenção de tempo, legibilidade, espaço para comunicação e fixação da sua identidade visual. Você consegue trabalhar com mais densidade a sua mensagem e fixar a sua marca;
- **Stories:** menor tempo de produção, admite qualidade menor, te deixa mais livre para criar. É um ótimo espaço para você treinar no vídeo, para treinar a sua oratória, sua temporalidade de fala e cadênci;a;
- **Reels:** formato mais disseminado pelo algoritmo. Existem várias maneiras de utilizar o reels, explore e use o que mais tiver relação com o posicionamento que você quer passar.

• Design:

- Faça alguns modelos diferentes de templates.

• Títulos dos posts:

- A regra n° 1 é chamar a atenção, seja nos stories, feed, reels;
- Deve ser curto e possibilitar a leitura em até 3 segundos;
- Deve ser legível;
- Deve ser apelativo e atraente;
- Pense no contraste e nas palavras que serão destacadas.

• Evite textão na postagem:

- As pessoas dificilmente param para ler.

• Banco de imagens:

- Não pegue imagens dos outros.
- Faça uso de banco de imagens, mas pegue imagens reais.
- A imagem humana é um elemento essencial na sua postagem. Nossos olhos buscam sempre referências de imagem, pois é mais fácil de ler e decodificar. Nosso cérebro, ao longo da evolução, foi neuroprogramado para identificar a face humana.
- O algoritmo prioriza postagens que tenham a face humana na entrega de conteúdo.
- Alguns bancos de imagens:

Unsplash

Pixabay

Freepik

Canva

- **Remover fundo de fotos:**

- www.remove.bg • site gratuito e muito fácil de usar.

- **Encerramento do post:**

- CTA (call to action) única: curte, compartilhe, salve esse post, comente aqui embaixo, marque alguém. A audiência é preguiçosa, utilize apenas um comando para a ação. Case o seu conteúdo com a ação que o seguidor está mais disposto a executar.

- **Seu conteúdo importa:**

- A profundidade e densidade de conteúdos ganham cada vez mais espaço.
- Quanto mais conteúdo de qualidade você oferecer gratuitamente, mais as pessoas irão querer conhecer o conteúdo pago.
- Crie trilhas de aprendizado.
- Estabelecer ao menos 5 temas, dentro da sua área, para serem desenvolvidos com profundidade e técnica junto ao seu conteúdo.
- Faça conteúdo bom, relevante, que mude a vida das pessoas, que chame atenção.
- Quem faz mais sucesso são os profissionais que vendem melhor. A coca-cola não é a melhor bebida do mundo, mas é a bebida mais vendida e tem uma razão para isso: sabe fazer uma propaganda bem feita! Seja a coca-cola do seu nicho, seja aquela que é lembrada, a melhor, a mais reconhecida.

LIVRO INDICADO:



Keller, Gary; Papasan, Jay. **A Única coisa:** A verdade surpreendentemente simples por trás de resultados extraordinários. 1ª edição. Rio de Janeiro, Sextante, 2021.

O SPRINT

FINAL

DÚVIDAS?

Pergunte na nossa
comunidade no
Facebook
clicando aqui.

@valeskabruzzi

