



subido

COMUNIDADE SUBIDO DE TRÁFEGO

AULA 1

Posicionamiento

Índice

Introdução.....	Pág. 2
Como se posicionar.....	Pág. 3
Dicas sobre posicionamento.....	Pág. 7

00'02"

Introdução

"Pior do que ser ignorado é chamar atenção pelos motivos errados."

Se eu falasse que você vai publicar 27 conteúdos no seu perfil e, a partir daí, você vai fechar um cliente por semana sem fazer nada, **o quanto rápido você organizaria as suas redes sociais e publicaria esses 27 conteúdos?**

A verdade é que você faria isso rapidamente, mas esse número não é verídico. Não é verdade que você vai publicar 27 conteúdos nas suas redes sociais, vai organizá-las e vai começar a surgir um cliente por semana.

Por outro lado, **é verdade que você está a um número específico de conteúdos de fechar um cliente por semana sem fazer esforço nenhum.**

E isso se dá pelo **posicionamento** que você cria ao longo do tempo — e, entenda: **um dos maiores motivos de fracasso dos gestores de tráfego**, ao tentar fechar clientes, **é ter um péssimo ou inexistente posicionamento.**

Então, preparado(a) para dar o próximo passo e estruturar, da melhor maneira possível, o seu posicionamento?

01'28"

Como se posicionar

Por que as pessoas deixam de se posicionar? Porque, primeiro: se posicionar dá trabalho. Segundo: você não consegue ver os frutos do resultado do posicionamento logo nos primeiros momentos — ou seja, **a estratégia de se posicionar para fechar clientes não é uma estratégia de curto prazo.**

Se posicionar em um mercado é uma estratégia de médio e, até mesmo, de longo prazo, mas fato é que **existe um número de conteúdos que precisam ser publicados por você**, e, a partir desta criação/posicionamento, você vai sim fechar um, dois clientes por semana, através do **tráfego orgânico**.

Seja como for, **o sinônimo de posicionamento não é atrair clientes através das redes sociais**, afinal, **se posicionar é, principalmente, entender o espaço que você ocupa**.

Nós precisamos **ocupar espaços na cabeça do nosso cliente; ocupar espaços dentro das redes sociais**, mas, para isso, precisamos **entender corretamente** cada um destes **“ambientes”**.

Para tanto, se pergunte:

- **Você atua em um nicho específico?**
- **Como eu quero ser percebido pelo meu cliente potencial?**
- **Quais habilidades quero mostrar que domino?**
- **Qual é o meu diferencial?**
- **Qual é a minha especialidade?**
- **Que resultado sou capaz de gerar?**
- **Quais dores específicas eu resolvo?**
- **Que objeções alguém teria na hora de me contratar?**
- **Que tipo de cliente eu não quero atrair?**
- **Que tipo de cliente eu quero atrair?**
- **O que eu sei que poucos gestores de tráfego sabem?**
- **Estou vendendo tráfego ou a solução de um problema real?**
- Entrego um “apertar de botões” ou sou mais tático e estratégico?**



- **Vendo um serviço de tráfego comum ou tenho um framework, um método, um sistema?**
- **Tenho algo validado para entregar aos meus clientes?**

Posicionamento é percepção. Não é sobre o que você diz; é sobre o que o mercado entende quando olha para você.

Criar um posicionamento na internet não é sobre aparecer, ter que gravar vídeos (para os tímidos, podem ficar tranquilos!). Mas, pelo menos, você precisa expor o seu conteúdo, o seu conhecimento, porque é essa exposição do seu conhecimento que cria nas pessoas (e no seu possível cliente) uma percepção de quem você é, do que domina e de como você pode – ou não – resolver o problema que elas têm.

A verdade é que **quem não escolhe como quer ser visto, é visto de qualquer jeito; e quem é visto de qualquer jeito, é visto de forma genérica, fraca e, até mesmo, descartável.**

Um posicionamento forte é diferente de “gritar mais alto”; é deixar claro, e com consistência:

- **Quem você é?**
- **Quem você ajuda?**
- **Como você ajuda?**
- **Por que isso importa?**

Um bom posicionamento responde isso em segundos. Você precisa se posicionar de tal maneira que, rapidamente, a pessoa consiga responder **“Por que eu contrataria você e não outro gestor de tráfego”**.

O seu posicionamento deve “**transbordar**” em tudo:

- **Na sua bio do Instagram.**
- **No título do seu perfil nas redes sociais.**
- **No tipo de conteúdo que você produz e publica.**
- **Nas suas provas e resultados.**
- **Nas palavras que você repete.**
- **Nos problemas que você resolve.**
- **Na sua proposta comercial.**

Posicionamento é construído por repetição, porque **as pessoas lembram do que você repetiu com consistência.**

Tá, Pedro, mas, afinal, eu tenho que produzir conteúdos para as redes sociais e aparecer na frente da câmera o tempo inteiro?

Sim e não! Eu sei que essa é uma resposta ruim, mas eu te explico.

Sim, por quê? Porque **não existe maneira mais rápida e escalável de se posicionar perante muitas pessoas do que produzir conteúdo para as redes sociais.** Se as pessoas buscam empresas antes de comprarem, os empresários buscam os gestores de tráfego nas redes sociais antes de os contratarem — principalmente se você usa a rede social como canal de prospecção.

E um dos maiores erros de quem usa as redes sociais como canal de prospecção, é, justamente, ter boas prospecções, mas não ter um posicionamento que reflete o profissional e o tipo de trabalho que entrega.

Então, sim: **se posicionar é importante**, porque essa é a maneira mais escalável de se posicionar perante um número muito grande de pessoas.

Mas, **ao mesmo tempo, não, porque o seu posicionamento não depende única e exclusivamente de uma produção constante de conteúdo** — para uma pessoa que usa um canal de prospecção como ligação, por exemplo, a rede social

talvez não seja o mais importante para o seu posicionamento (e assim por diante).

Tá, Pedro, mas **se eu produzir conteúdo, eu vou falar sobre o quê?**

O seu melhor conteúdo mora na relação entre o que acontece com você e o seu cliente ideal. Eu sei que é difícil entender, mas, resumidamente, você pode enxergar desta forma: você sempre tem que estar olhando para aquilo que acontece no seu dia a dia e relacionar isso (as suas histórias, a sua vivência, o seu contexto) com o seu cliente ideal.

E se isso for complicado demais para tangibilizar, sem problemas; porque **o seu segundo melhor conteúdo mora no que você não sabia ontem.**

A maior parte dos conteúdos que farão você fechar clientes são conteúdos que você não sabia ontem, que você não sabia anteontem, ou que você não sabia quando entrou pela primeira vez na Comunidade Subido de tráfego.

E, é claro, **quando você produz conteúdo falando sobre tráfego pago, seu conteúdo vai acabar atraindo gestores de tráfego, mas ele não pode só atrair gestores de tráfego.** O seu conteúdo deve, também, **conversar com os donos das empresas.**

Pensando nisso, eu preparei um material com **50 estruturas replicáveis de conteúdo**, oferecendo **frameworks** incríveis para que você tenha um bom apoio na hora de produzir **conteúdos que atraiam, de verdade, empresários/donos de negócio.**

Além disso, se você quiser uma ajudinha de agentes de Inteligência Artificial para te auxiliar na produção do seu conteúdo, nós também temos a nossa ferramenta de IA: **a FuncionarIA, beleza?**

13'31"

Dicas sobre posicionamento

Agora, dicas finais – e rápidas – sobre posicionamento, que fazem a diferença:

1.

Tenha um bom arroba: o seu nome de usuário nas redes sociais tem que ser bom.

2.

Use o mesmo usuário para todas as redes sociais: após encontrar um bom usuário para as redes sociais, de preferência, use o mesmo para todas elas.

3.

Tenha um título de perfil com o seu nicho de atuação: a pessoa tem que bater o olho no seu perfil e saber qual é o seu nicho/área de atuação.

4.

Tenha uma boa foto: com o próprio celular tire fotos suas e suba em uma ferramenta boa de IA que faça um ensaio fotográfico profissional (no **material extra** você encontra alguns links).

5.

Crie uma boa bio: explique o que você faz, a transformação que oferece ao cliente e acrescente um CTA claro para o link da sua bio.

6.

Tenha sempre um link no seu perfil: pode ser um link para ligação, para envio de mensagem, para sua LP, entre outros.

7.

8.

9.

Coloque destaques no seu perfil (Instagram): quem você é, os seus serviços, depoimentos de clientes.

Tenha uma landing page: você pode criar ou contratar um construtor de páginas para isso — não deixe isso ser um empecilho para não fechar clientes.

Contrate um designer: quando você começar a ganhar dinheiro, contrate um designer (freelancer) para produzir as imagens que você vai publicar.

O posicionamento antecede a prospecção, mas, em poucos minutos ou em algumas horas, você consegue já organizar suas redes sociais, colocar uma foto legal, organizar a sua bio, o título do seu perfil. **Você não precisa ter 332 conteúdos publicados no seu perfil para sair abordando as pessoas.**

E **sobre criar um perfil da agência ou ter um perfil pessoal?** Isso é uma escolha sua:

- **Perfil pessoal:** atrai mais rápido, porque pessoas se conectam mais facilmente com pessoas.
- **Perfil da agência:** em longo prazo pode ser uma vantagem, mas em curto prazo cria uma institucionalização que acaba afastando as pessoas.

Lembrando: se posicionar **não é uma etapa facultativa** para você ter resultado. **Você precisa se posicionar.** E posicionamento não é algo pontual, que você começa e termina. **Não tem fim.** É uma tarefa constante, beleza?

Use os materiais extras e todo o conhecimento adquirido aqui para começar a organizar o seu perfil, as suas redes sociais, e, em paralelo, vá implementando, porque é somente a ação da prospecção que vai colocar dinheiro no seu bolso.

Fechou? Tamo junto e a gente se vê no próximo conteúdo!

