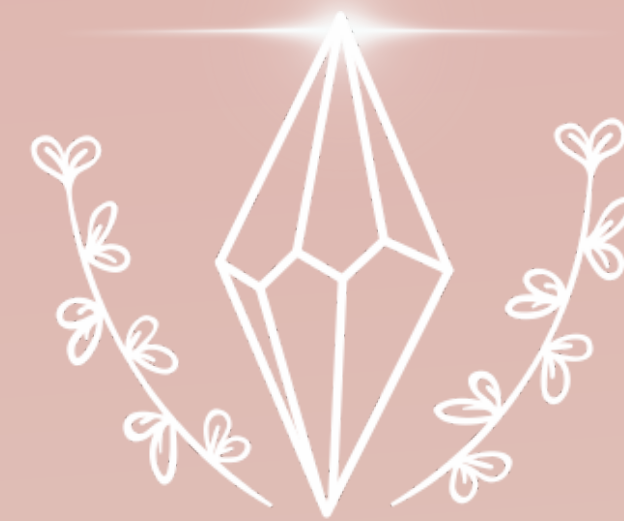


Método 12 Semanas

Linha editorial para e-commerce

Carolina Lucchetti



Linha editorial e suas porcentagens

o que é Linha Editorial?

A combinação de 3 temas:

- O tema principal, o que você vende. Em torno de 70% do conteúdo do seu Instagram. Precisa ser falado todos os dias.
- O tema secundário é um tema que ajuda a sua persona. O que ela gostaria de aprender? Você ensina esse conteúdo em 20% dos posts e stories do seu perfil.
- Os temas de personalidades são os que mostram quem você é, te aproximam do seu cliente. A humanização do seu perfil ocupa 10% do seu conteúdo.

A combinação dos 3 nunca será a mesma para nenhuma outra pessoa. Essa combinação é exclusiva sua. Ela que te diferencia de todos os outros perfis.

Linha editorial e suas porcentagens

Quando eu tinha somente a opção do Pacote Instagram disponível, 90% dos clientes contratava a versão original com 16 posts.

Por isso, eu sempre puxei os 10% do pessoal para os posts que realmente seriam feitos, como explico na aula de linha editorial.

Porém, quando eu desenvolvi o pacote das 12 Semanas, todos os posts passaram a ser escritos e a proporção mudou (não tinha percebido, olha a importância de continuar em contato com os clientes!!).

Linha editorial e suas porcentagens

A porcentagem de cada tema passou a ficar:

40% tema principal

20% tema secundário

40% vida pessoal e bastidores

Isso aconteceu porque eu comecei a fazer todos os posts para o cliente, seguindo a metodologia de 4 posts de conteúdo por semana + 3 posts pessoais (TBT e final de semana).

Linha editorial e suas porcentagens

Isso me deu um bug na cabeça quando eu percebi!! A metodologia é a mesma que eu sempre usei e ensinei, o detalhe foram as proporções.

Ou seja, nada mudou na prática.

Então por que eu fiz a aula?

Atendendo ao desejo da cliente

Porque eu tive uma reunião com uma cliente na segunda-feira, 22/08/2022, que tem um e-commerce de produtos para bebês.

Ela é a minha segunda cliente dona de e-commerce e as 2 me relataram o mesmo problema: o mercado digital não sabe atender e-commerce.

Elas faturam super bem, mais de R\$30 mil por mês, e estão sobrecarregadas fazendo tudo da loja. Porém, não conseguiram delegar porque ninguém atende às demandas específicas que o e-commerce possui.

Atendendo ao desejo da cliente

Só pra vocês terem uma ideia do problema: essa segunda cliente me disse que um coprodutor queria cobrar porcentagem das vendas no lançamento do e-commerce dela. Sendo que somente o site estava sendo lançado, não é um lançamento de infoproduto!!

E isso me deixou muito pensativa, vi uma oportunidade em conseguir clientes super qualificadas e preencher uma lacuna que o mercado tem atualmente.

Voltando às proporções

Isso me fez voltar às proporções iniciais de 70 - 20 - 10 e analisar como ficaria com o pacote das 12 Semanas.

O resultado foi:

21 posts do tema principal

6 posts do tema secundário

3 posts de bastidores (ambas me relataram que as clientes delas não gostam de ver posts sobre a vida pessoal da dona no perfil da loja)

Voltando às proporções

Enviei isso pra elas na segunda-feira à noite (2 dias atrás, vocês estão tendo esse insight em tempo real) e elas amaram.

As duas disseram que precisam de reels e de muito post de produto.

Uma delas faz 3 reels por semana, 2 carrosséis e 1 post estático (deixa o domingo sem post).

A outra intercala 2 fotos e 1 post educativo sobre algum produto.

Quase todo dia é fundo de funil

Estou aprendendo muito com essas clientes!! Pois, na minha percepção, até mesmo como cliente de e-commerce, não era pra ter tanto produto assim. Foi o que fez minha lojinha falir e é o motivo de eu ter vindo estudar marketing.

Mas o que elas estão me relatando vai totalmente na contramão do que eu gosto como cliente! As pessoas querem ver muito post de produto, quase que exclusivamente fundo de funil.

Elas fizeram isso intuitivamente e foram super bem, cresceram, empregaram outras pessoas e estão decolando!

Quase todo dia é fundo de funil

Por isso quis trazer essa aula e furei a programação normal. Achei esse insight revelador!! Estou em choque até agora com essa oportunidade que temos em mãos.

Pra quem quer nichar, fica a dica de um nicho super promissor. E para quem, assim como eu, atende todos os clientes, ofereça uma opção personalizada para os donos de e-commerce. Esse pode ser um diferencial e é algo que eu ainda não vi no mercado (nem as clientes pelo que me relataram).

Vivendo e aprendendo

O pacote funciona com todos os outros nichos, já atendemos: psiquiatras, contadoras, gestores de tráfego, fotógrafas, consultoras de moda, advogadas, faculdade EAD, especialista em intercâmbio, hamburgueria, nutricionista, personal trainer, taróloga...

Até que chegou o nicho de e-commerce e nos trouxe essa necessidade de adaptação.

A minha parte favorita de ser social media é essa: ser paga para aprender!!

Vocês ficaram com alguma dúvida? Perceberam essa necessidade de adaptação em outros nichos?

Desafio da semana:

Acho bacana que você tente abordar um e-commerce (ver a aula de prospecção e usar o texto de direct ou a aula de análise de perfil) e ofereça esse pacote personalizado para lojas virtuais.

