

SOCIAL MEDIA para NEGÓCIOS LOCAIS





A Profissão

- Pensamento certo
- Pré-requisitos

A Gestão do Negócio

- Portfólio
- Captação de Clientes
- Precificação
- Briefing
- Linha Editorial
- Planejamento e Controle de Produção de Conteúdo
- Modelos

A Carreira de Social Media



Vivi Szabo

Estrategista de Conteúdo

@vivisزابocursos

- Professora Universitária
- Mestre em Administração
- Conteudista
- Estratégia de Conteúdo para Lançamento
- Gestão de Equipes de Social Media



A Profissão de **Social Media**

Pensamento certo e Pré-Requisitos

O que vai determinar se você terá sucesso ou não como social media é a gestão do marketing de conteúdo voltado para redes sociais. Não é só postar! Ele faz a gestão estratégica de conteúdo!





O que é **Conteúdo?**



Um social media tem a capacidade de gerar conteúdo de forma estratégica para alavancar as vendas e se conectar melhor com seus clientes.



Atividades que envolvem a profissão de **Social Media**



Escrever Texto



Editar Vídeos



Filmar



Entregar Resultado



Fazer arte



Tirar Fotos



Criar anúncios



Pré-Requisitos

Estar antenado com
tendências e mercado

Entender de estratégias de
marketing de conteúdo

Conhecer técnicas de
copywriting e ser bom vendedor

Conhecer e dominar as
métricas de cada rede social



Entender o básico das
demais funções que
envolvem a profissão

Dominar
o idioma

Habilidades

Um Social Media pode delegar
muitas funções, mas algumas
habilidades são importantes para o
desempenho da profissão.

Ser um
gestor

Ser
criativo

Gostar de estudar, de ler, pesquisar e resumir
para se tornar um **Curador de Conteúdo**



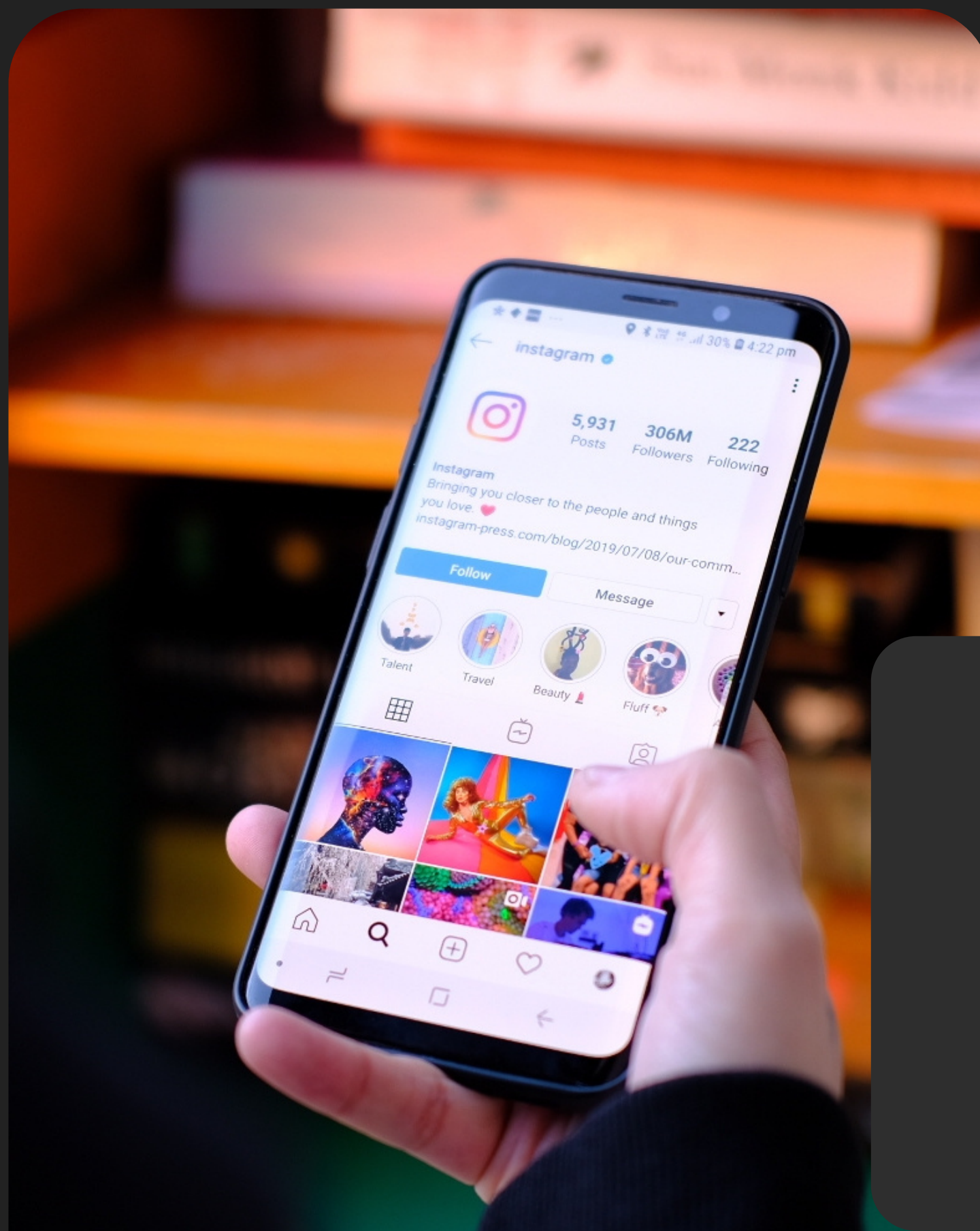
11

A Gestão do **Negócio**





Portfólio Social Media



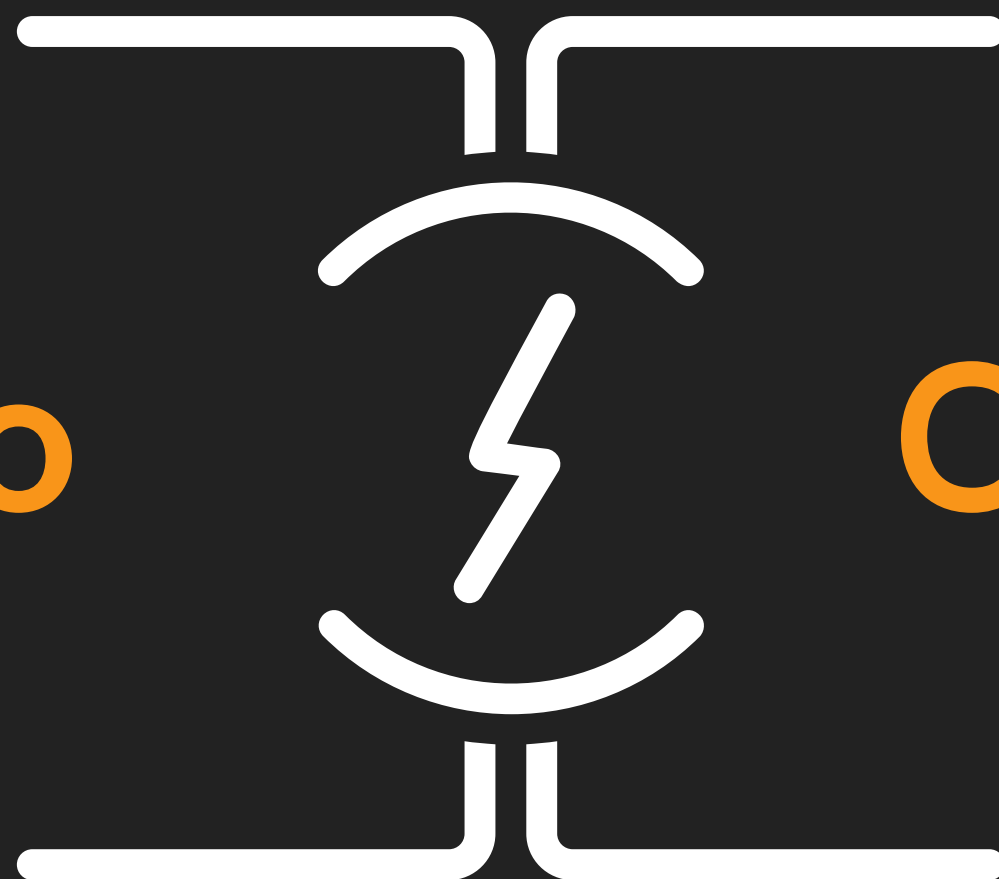
Um portfólio bem-feito é capaz de atrair, engajar e **vender**.

Muitos empresários buscam profissionais capacitados que entregam além de posts bonitos, resultados reais!





Portfólio



Currículo



Comece onde você está

Se ofereça para criar posts ou gerenciar as redes da empresa que você trabalha ou a rede de um amigo.

Emprego formal

Buscar trabalho em empresas que estão contratando social media ou em agências podem ser um primeiro passo.

Trabalhe como Freelancer

Ofereça seu serviço para negócios locais, sem compromisso. Sim, trabalhe de graça para ter o case de sucesso. Escolha muito bem a empresa, para que ela possa ser um excelente case para seu portfólio.



Tenha um portfólio que converta!

Foque em estratégias de copywriting e em estruturas de páginas de vendas de alta conversão. Seu portfólio precisa atrair, engajar e converter para uma reunião com o cliente em potencial!



- Dados Pessoais
- Apresentação
- Formação
- Qualificações
- Experiências
- Recomendações



- **Vídeo Apresentação**
- **Serviços Oferecidos**
- **Exemplos de trabalho**
- **Depoimentos** ...



Como apresentar seu portfólio?



Site próprio

ou página de captura



Behance.net

ferramenta da Adobe



Adobe PDF

para encaminhar
por mensagem



instagram

use a rede social
como portfólio



DICAS

- Não invente clientes.
- Crie portfólio personalizado para cada nicho que você atue.
- Inclua elementos estratégicos:
 - Headline
 - Vídeo de apresentação
 - Serviços ofertados
 - Clientes Atendidos
 - Agências que atuou
 - Depoimentos de clientes
 - Exemplos de conteúdo/arte com seus resultados
- Não é sobre você, mas sim sobre o que você faz pelo seu cliente.





Captação de **Clientes**

Estratégias para atrair clientes

Se você não souber o fundamento do trabalho de um social media, se não entender os fundamentos de copywriting (persona, quebra de objeção, dores, desejos), se não souber criar uma linha editorial e criar uma estratégia de conteúdo, não adianta captar clientes ainda. **Lembre-se: presença digital sem estratégia é perder tempo.**





Estratégias de Captação Orgânica

Indicação (boca a boca)

Todos do seu círculo social e profissional precisam saber o que você faz.

Comentário relevante

Siga e comente em perfis maiores do seu nicho e de potenciais parceiros.

Redes Sociais

Mantenha sua rede com conteúdo de valor para ser encontrado por pessoas de fora de seu círculo.

Elogio poderoso

Gere um depoimento ou elogio compartilhável para expandir o seu alcance com público relevante.

Conteúdo gratuito

Mantenha sua rede com conteúdo de valor para ser encontrado por pessoas de fora de seu círculo.





Stories que Vendem

Crie sequência de stories que trabalhem estruturas de copy, AIDA (atração, interesse, desejo, ação), por exemplo.



Conteúdo de valor + resolução de um problema + vantagens/benefícios do seu serviço + chamada para ação



Entre em contato com aqueles que mostraram interesse no seu stories e responderam os elementos interativos.





Saudação + Quebra de Gelo

Oi [NOME], tudo bem? Eu vi a sua resposta na caixa de perguntas do meu stories e que você {dor}, por isso resolvi te chamar aqui.

Vi no seu Instagram que você trabalha com x, y, z... me explica melhor... é nessa área que você quer ajuda? Pode me contar um pouco mais sobre as dificuldades que você anda tendo com seu Instagram _____ pra eu ver se consigo te ajudar?



Problema + Sentimento

Pela minha experiência, as pessoas que querem [desejo] precisam lidar com o [problema], quais são os seus desafios, [nome lead]?

Como isso faz você se sentir/ como você se sente com o seu _____ (corpo, negócio, situação financeira) do jeito que está, e como isso vem impactando na sua vida?



Transformação

Baseado no que você me disse aqui hoje, inclusive, obrigada por ter compartilhado sua história comigo, consegui perceber que você vem tendo bastante dificuldade em _____ e você quer _____ mas o principal motivo que está te impedindo é _____, é isso?

Eu com certeza consigo te ajudar a _____ (fale sobre a transformação que ela vai ter, usando a linguagem dela).



Provas Sociais

Mostre alguns resultados de seus cases e das estratégias que você usou.



Pich + Fechamento

Vou te mandar um portfólio/e-book/guia com mais informações sobre _____. Posso mandar para o seu [email,whatsapp]?

Mande os docs e convide para marcar uma reunião em que vocês poderão conversar mais sobre [problema]. Peça ao cliente em potencial que responda algumas questões que vão te ajudar no briefing. Call de venda NÃO é uma consultoria gratuita! **Tudo bem responder uma pergunta, mas não mais que isso!** Caso a pessoa persista, responda com: "A estratégia/gerenciamento vai te ajudar com todas essas dificuldades! Quer marcar uma reunião?"



Estratégias de Captação com Tráfego Pago



Procura-se

Crie campanhas direcionadas para o nicho em que você quer atuar.
Exemplo: procura-se [nicho: loja de roupas] que [dor: que sofrem para produzir conteúdo para o Instagram].

Amostra grátis

Crie um conteúdo gratuito para download específico para o seu nicho. Exemplo: Guia Completo de Marketing Digital para loja de roupas] (Objetivo é coletar leads)

Vídeo Book

Aulas Completas gratuitas em que você apresenta um conteúdo/estratégia para o seu nicho. (Objetivo é coletar leads)



Funil de Captação de Clientes





SOCIAL MEDIA PARA **NEGÓCIOS LOCAIS**

Precificação





Precificação

O caminho ideal é você analisar quanto que você quer ganhar e criar um plano estratégico! **Meta: 5k em 3 meses.**



1 cliente

Ter um cliente que te pague 5k mês



2 clientes

Ter dois clientes que te paguem cada um 2,5k mês



5 clientes

Ter cinco clientes que te paguem cada um 1k mês



10 clientes

Ter dez clientes que te paguem cada um 500 por mês





Como cobrar?

Práticas que auxiliam a gestão:

- Cobrança antecipada;
- Contrato ideal mínimo ideal de 6 meses (opcional 3 meses);
- Participação ativa do cliente no projeto.





O Briefing do Social Media





Sobre o cliente

- Qual a sua área de atuação (nicho)?
- Quais os produtos e serviços que sua empresa oferece?
- Sua empresa já possui site e redes sociais? Se sim, quais são os links?
- Qual o objetivo do seu site?
- Quem são seus clientes e seu público-alvo?
- Para captar clientes que estratégias você usa hoje? (anúncios, panfletos etc.)
- Qual é o seu principal canal de vendas hoje? (presencial, online via anúncio, Instagram etc.)
- Sua empresa tem um departamento de marketing?
- Quais estratégias de marketing digital você tem utilizado?
- Quais ações de marketing digital te trouxeram mais resultado?
- Quais canais digitais você atua hoje (site, Facebook, Instagram, YouTube etc.)
- Se você pudesse dar uma nota para a sua presença digital, qual seria a nota?
Por quê?
- Cite nome de empresas que você julga concorrentes fortes do seu negócio.



Sobre o conteúdo

- Qual é a sua expectativa em relação a estratégia de marketing de conteúdo para suas redes sociais?
- Como a sua empresa gostaria de ser vista nas redes sociais?
- Cite 5 perfis de pessoas que consomem o seu produto. (personas dos seus clientes)
- Que concorrentes têm conteúdos similares aos que você gostaria de ter?
- Liste 10 assuntos que você acha importante ser trabalhado nas redes sociais do seu negócio
- Quais sites ou materiais você considera como referência de conteúdo?



Reunião com o cliente para apresentação do trabalho, do serviço e valores para:

- O serviço de criação de estratégia de conteúdo, em que é apresentada uma linha editorial, os tipos de post que vale a pena trabalhar no perfil.
- O que engloba o seu serviço, a quantidade de posts, tipo de posts e o valor mensal que ele vai te pagar.

O que envolve essa estratégia de conteúdo?

- A linha editorial;
- A linguagem que será usada;
- A identidade da marca;
- A trilha da compra do cliente;
- O mapa de conteúdo.



Por trás dos **bastidores**

A Base

- Presença Digital
- Criação de Conteúdo
- DNA do Cliente

A Copy

- Marketing de Conteúdo Emocional

Estruturas Poderosas

- AIDA
- AIDPA
- PEGA
- AIU



A Base: **presença digital e marketing de conteúdo**

"A meta do marketing é conhecer e entender o consumidor tão bem, que o produto ou o serviço se molde a ele e se venda sozinho. "

Peter Drucker



A Base: **presença digital e marketing de conteúdo**

Ramificações do Marketing

- Marketing Tradicional x Marketing Digital
- Inbound Marketing x Outbound Marketing

Presença Digital

- Estar na Internet não é a mesma coisa que presença digital.
- Presença Digital sem estratégia não traz resultado



Criação de Conteúdo

“O Marketing de Conteúdo é uma estratégia de Marketing Digital focada em resultado que consiste em gerar conteúdo autoral útil e engajante para o seu cliente com objetivo de gerar oportunidades de negócio.”

SEBRAE

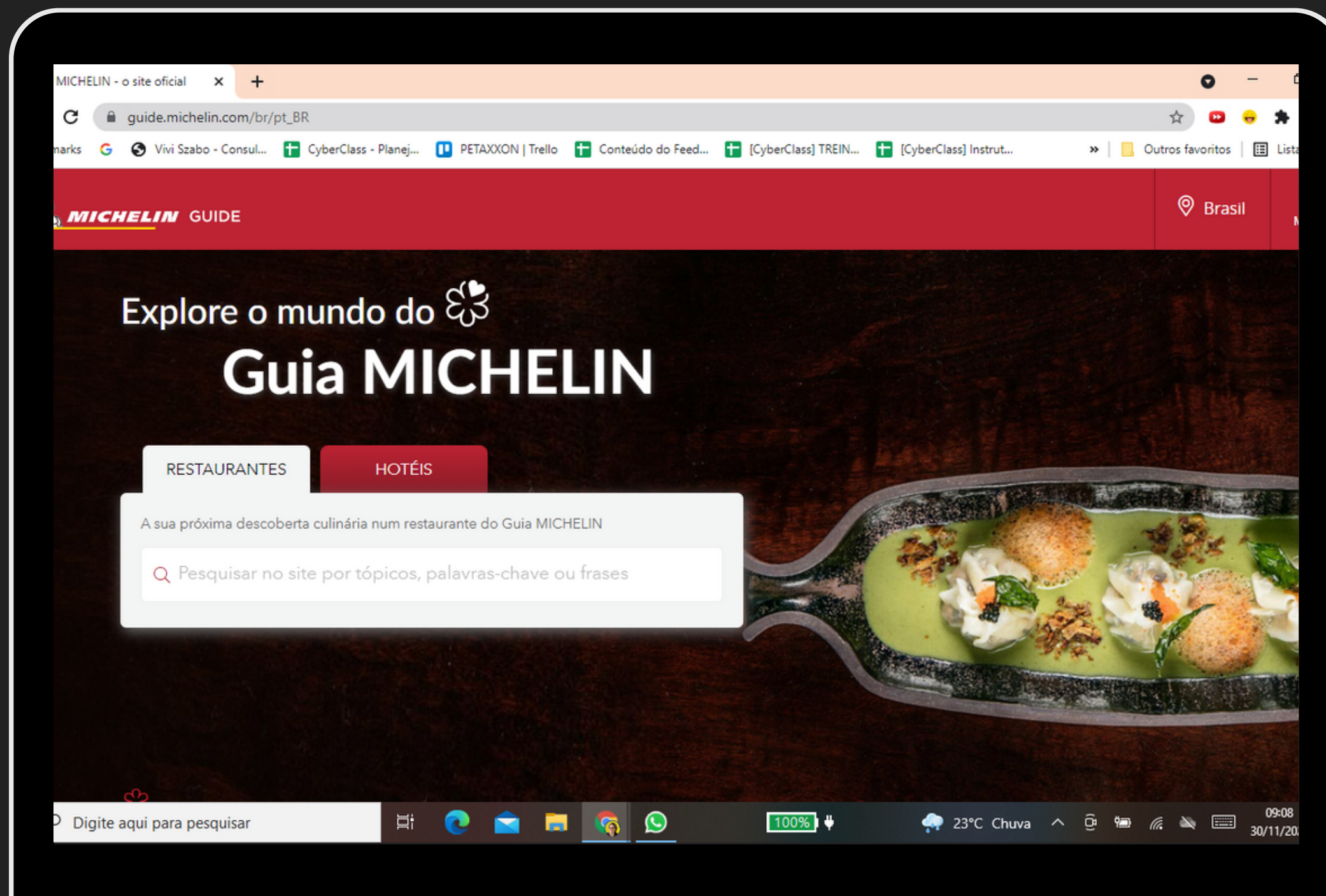




SOCIAL MEDIA PARA **NEGÓCIOS LOCAIS**

Case Michelin

O pequeno guia vermelho foi originalmente concebido simplesmente para encorajar mais motoristas a pegar a estrada. Tudo começou em Clermont-Ferrand, no centro da França, em 1889.





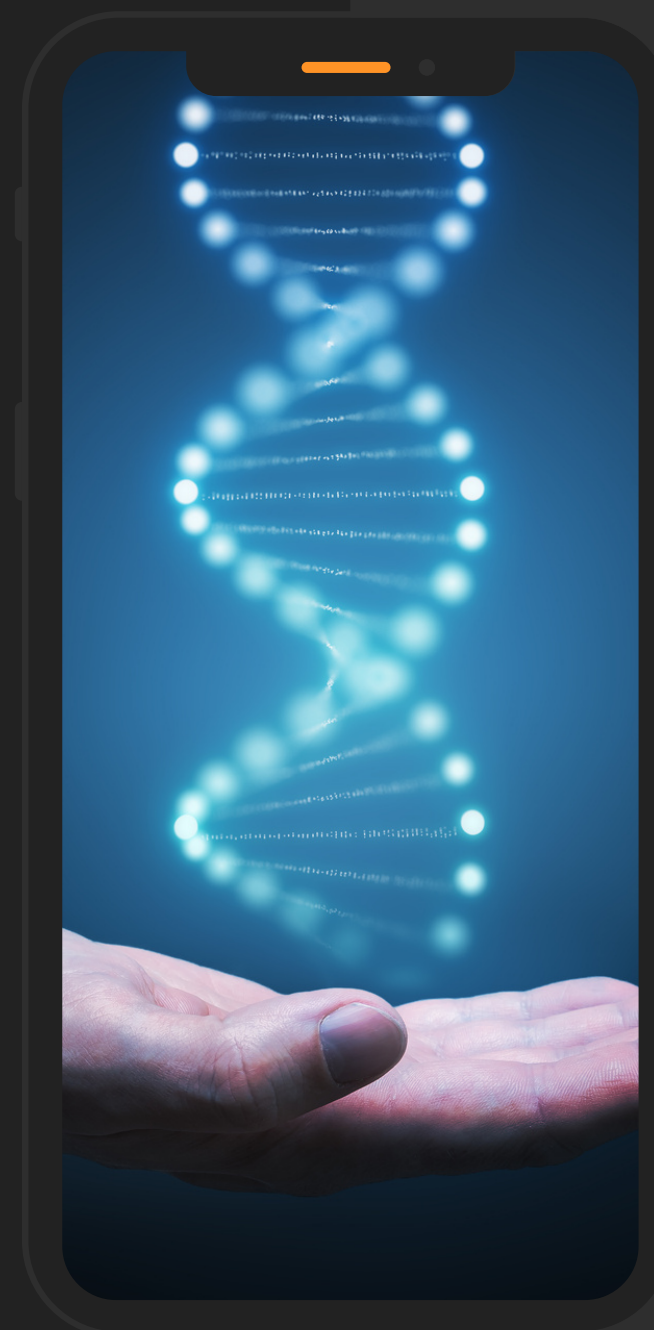
Você pode comprar atenção (propaganda).
Você pode implorar pela atenção da mídia (relações públicas).
Você pode encher o saco das pessoas para ganhar atenção (vendas).
Ou ainda você pode obter atenção das pessoas criando algo realmente interessante e com valor agregado e publicando esse material de graça na web."

David Meerman Scott

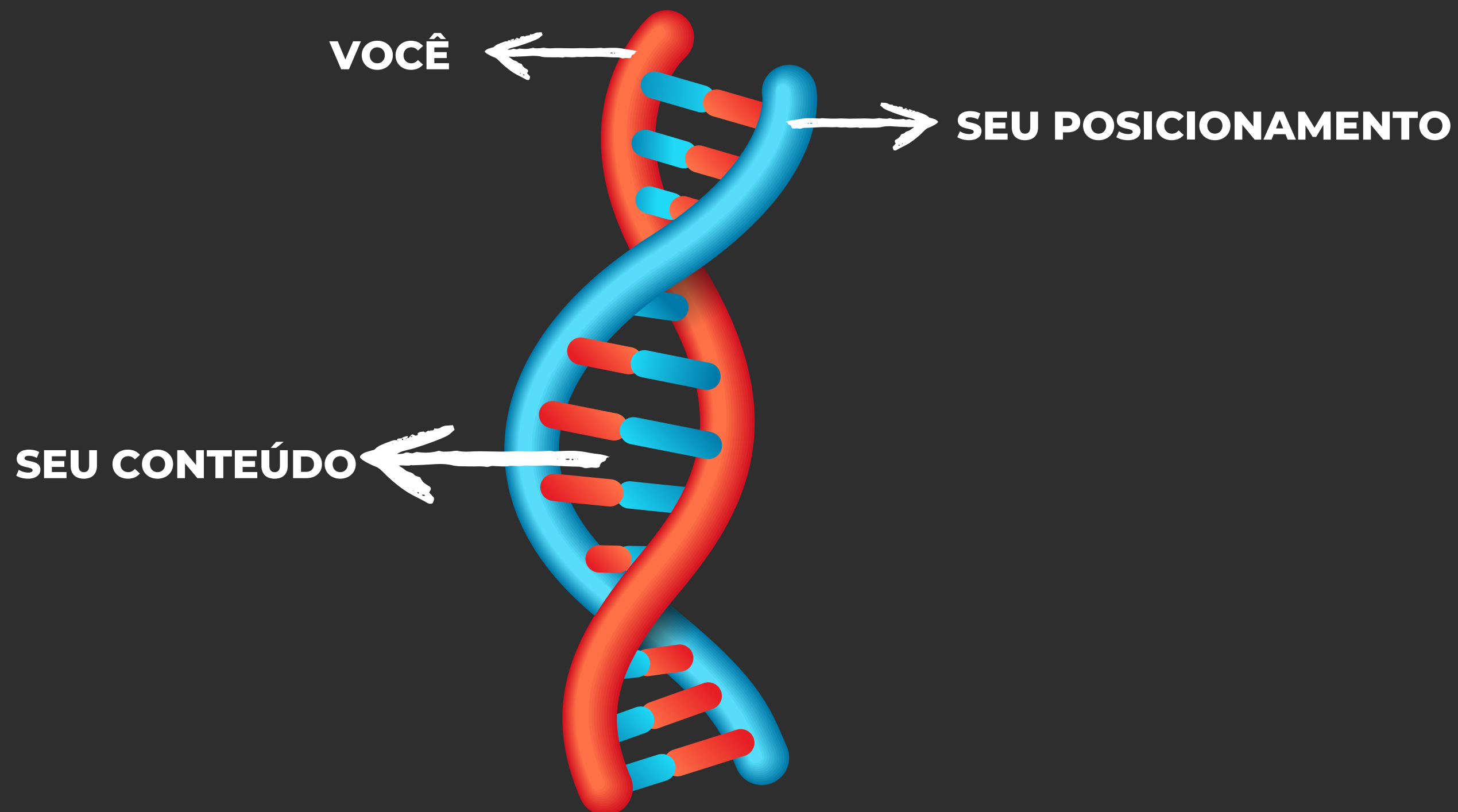


DNA do Cliente

Ao traçar uma estratégia, você precisa entender a natureza do DNA do cliente. Por isso o briefing se torna tão importante.



A combinação de quem é a empresa e o seu posicionamento é o que vai te levar ao que você deve ou não deve produzir de conteúdo para o cliente.





O que você precisa como Social Media?

- Ter clareza sobre o seu próprio trabalho;
- Educar seu cliente;
- Mapear o DNA do cliente para traçar a sua estratégia de conteúdo e ter não apenas uma presença digital, mas um posicionamento único na internet!





A Copy: **Marketing de Conteúdo Emocional**

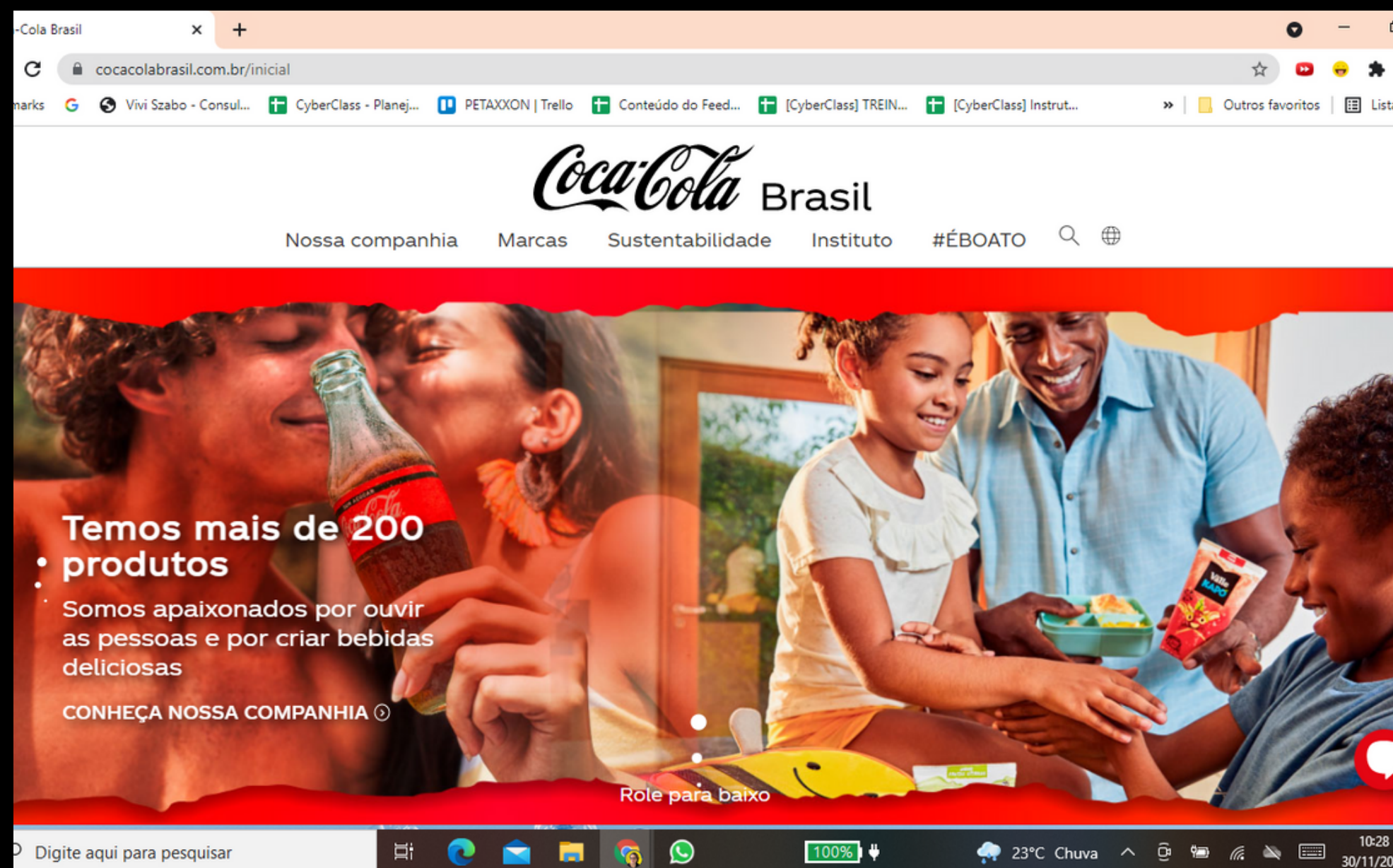
Quando falamos de gestão de redes sociais, estamos falando de redes de relacionamentos. Pessoas se conectam com pessoas!





Case Coca-Cola

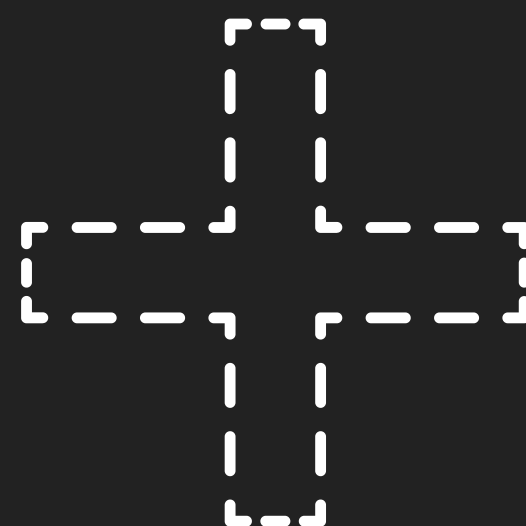
Amor, alegria, felicidade, companheirismo, união, família reunida... esse é o tipo de marketing de conteúdo que a Coca-Cola trabalha: o marketing de conteúdo emocional.





O Segredo:

Copywriting é uma técnica de redação pensada para levar o leitor, ou a persona, a tomar alguma ação.



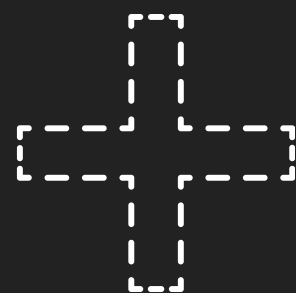
Marketing de Conteúdo é uma estratégia de criação e divulgação de conteúdos relevantes, para nutrir e educar o leitor



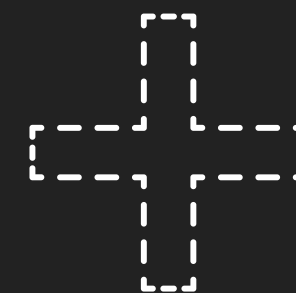
A fórmula:

Atrair + Engajar + Converter

**Headline
com copy e SEO**



**Conteúdo de Valor
com técnicas de
copy e SEO**



**Chamada para
Ação (CTA) com
copy**



Fundamentos de Copywriting:

- Personas ou Cliente ideal
(alguns chamam ainda de Avatar)
- Gatilhos Mentais
- Storytelling
- Níveis de consciência
- Funis de Vendas
- Oferta
- Macro e Micro estruturas

O que as pessoas buscam?

- Entretenimento;
- informação.



Você precisa descobrir:

- o que faz o usuário rir;
- o que os deixam ansiosos ou frustrados;
- que temas, assuntos ou situações os irritam;
- quais são os problemas que eles mais conversam com outras pessoas;
- que tipo de conteúdo que eles compartilham e curtem.

Mapeie as emoções:

- dores e medos;
- desejos e esperança;
- ganância;
- inveja.



A fórmula:

Atrair + Engajar + Converter

Headline

- SEO: use palavras-chave nos seus títulos e chamadas;
- Copy: use gatilhos mentais em seus títulos e chamadas.

Conteúdo de Valor

- Repita a palavra chave ao longo do seu conteúdo;
- Use técnicas de copy que desperte emoções como storytelling, opiniões e experiências, use gatilhos mostrando curiosidades e dados.

Chamada para Ação (CTA)

- Copy: finalize sempre com uma chamada para curtir, clicar em link, comentar ou outra ação.



Estruturas Poderosas

O tempo é o bem mais precioso das pessoas. As estruturas de copy ajudam a conquistar o tempo de atenção das pessoas!





AIDA

**Atenção + Interesse +
Desejo + Ação**

Método que ajuda a conduzir uma pessoa ou um lead de maneira mais planejada por todas as etapas do funil de venda.

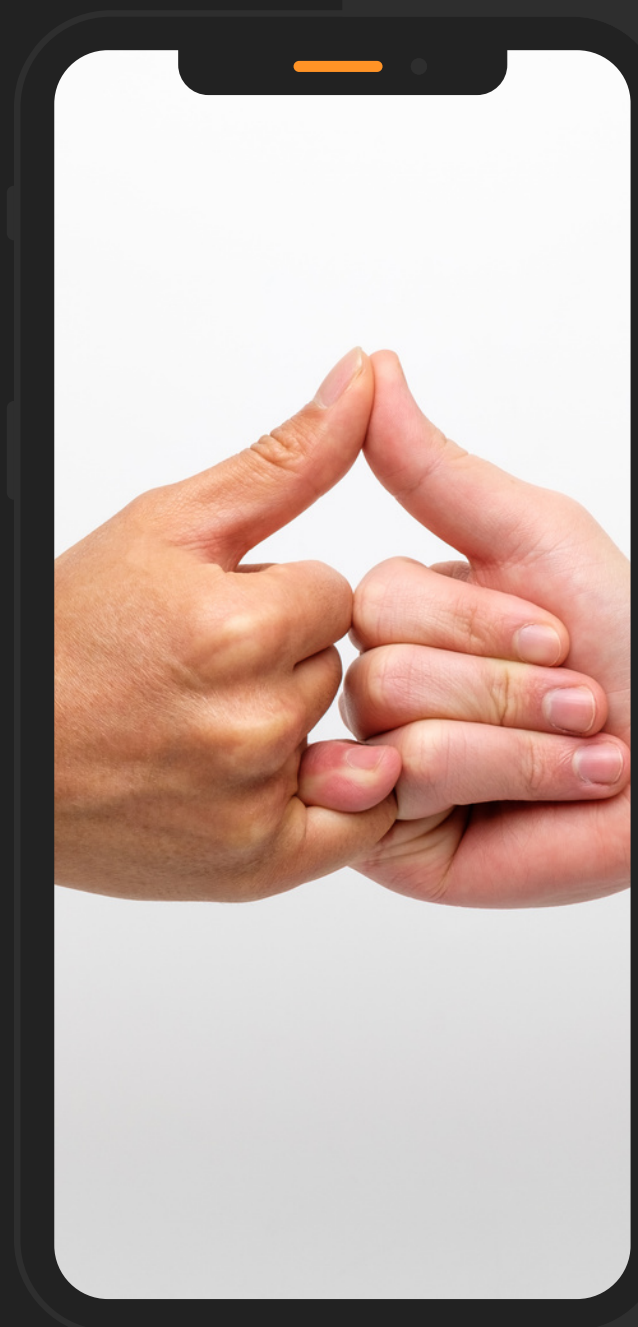


A estrutura AIDA tem mais de cem anos de história e foi criada em 1899, por Elmo Lewis, um guru da publicidade.



AIDPA

**Atenção + Interesse +
Desejo + Promessa +
Ação**



A estrutura AIDPA é versátil e se encaixa perfeitamente com as principais estratégias atuais, tais como a utilização de landing page, criação de conteúdo para redes sociais e e-mail marketing.



PEGA

**Pergunta (dor ou desejo) +
Emoção + Gancho + Ação**

A estrutura PEGA é de fácil aplicação para trabalhar o marketing de conteúdo emocional. Inicie com uma pergunta que toque na dor ou desejo do seu cliente, para depois mencionar a emoção que ela tem com essa dor ou desejo.





AIU

Atenção + Interesse + Urgência



A estrutura AIU é recomendada para usar com o gatilho da urgência ou da escassez, sendo muito utilizado em comércios e vendas de produtos. A sensação de urgência tira o cliente da procrastinação e o faz agir.



Os 4Qs do **Sucesso**

O começo infalível





Os 4Qs

QUEM É VOCÊ?

Aqui você identificará o seu nicho. Descreva quem é você (ou a sua marca), os temas que você curte falar, as habilidades que você domina.

QUEM É O SEU PÚBLICO/CLIENTE?

Aqui você identificará a sua Persona. Descreva quem é a pessoa que você quer alcançar, seus desejos, sonhos, problemas e necessidades em relação ao seu nicho.

QUAL É O SEU PROPÓSITO?

Aqui você identificará a sua linha editorial e a sua linguagem. Descreva a solução ou a transformação que você oferece para o seu público/cliente.

QUAL É O SEU DIFERENCIAL?

Aqui você identificará os formatos de conteúdo. Descreva o que te diferencia de outros concorrentes que atuam no mesmo nicho/segmento que o seu.



SOCIAL MEDIA PARA **NEGÓCIOS LOCAIS**

Planejamento Estratégico

A construção da estratégia de conteúdo









Serviços:



Solução de um problema.

Produtos:



Satisfazer um desejo ou
necessidade

Influencer:



Se sentir conectado/próximo.

Infoprodutos:



Satisfazer um desejo ou
necessidade





Linha Editorial

O mapa da criação de conteúdo

1. Tenha um nicho claro.
2. Identifique os macro tópicos que serão abordados;
3. Liste os subtópicos.

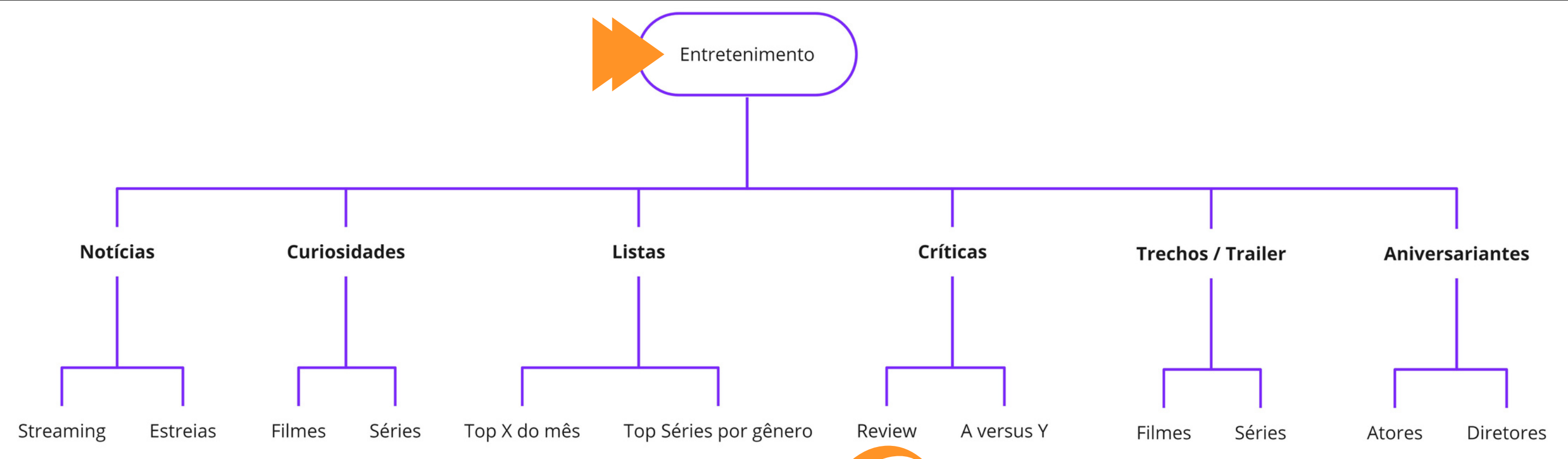




Modelos de linhas editoriais

Nichos:

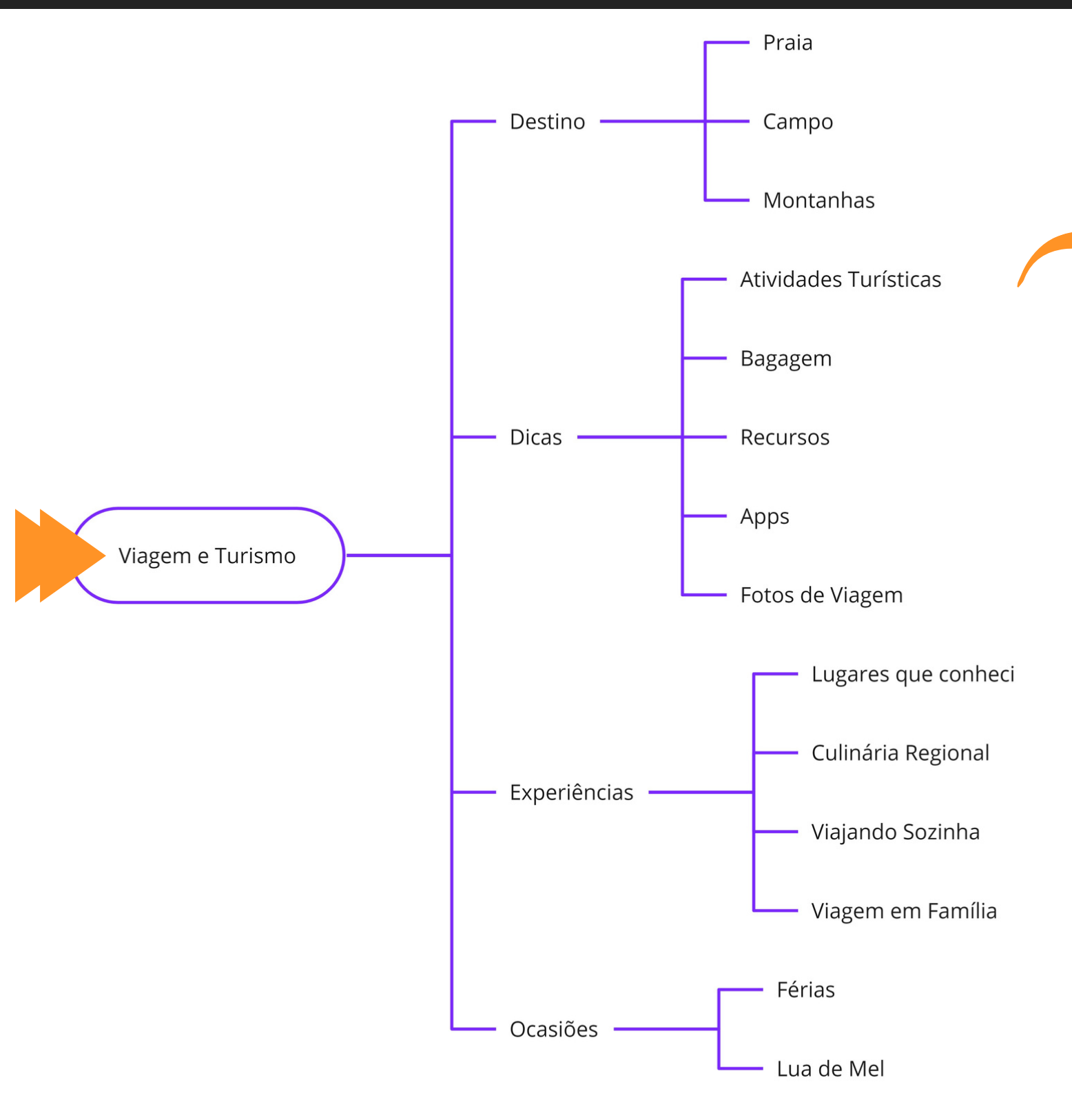
- Entretenimento
- Fitness;
- Viagem;
- Maquiagem e Beleza;
- Cabeleireiros;
- Loja de Roupas.



- O que eu achei sobre o filme/série X
- Por que eu gostei tanto do filme/série X
- Estava com uma baita expectativa para o filme/série X e quebrei a cara
- Não dava nada para o filme X e amei
- Não souberam terminar a série X



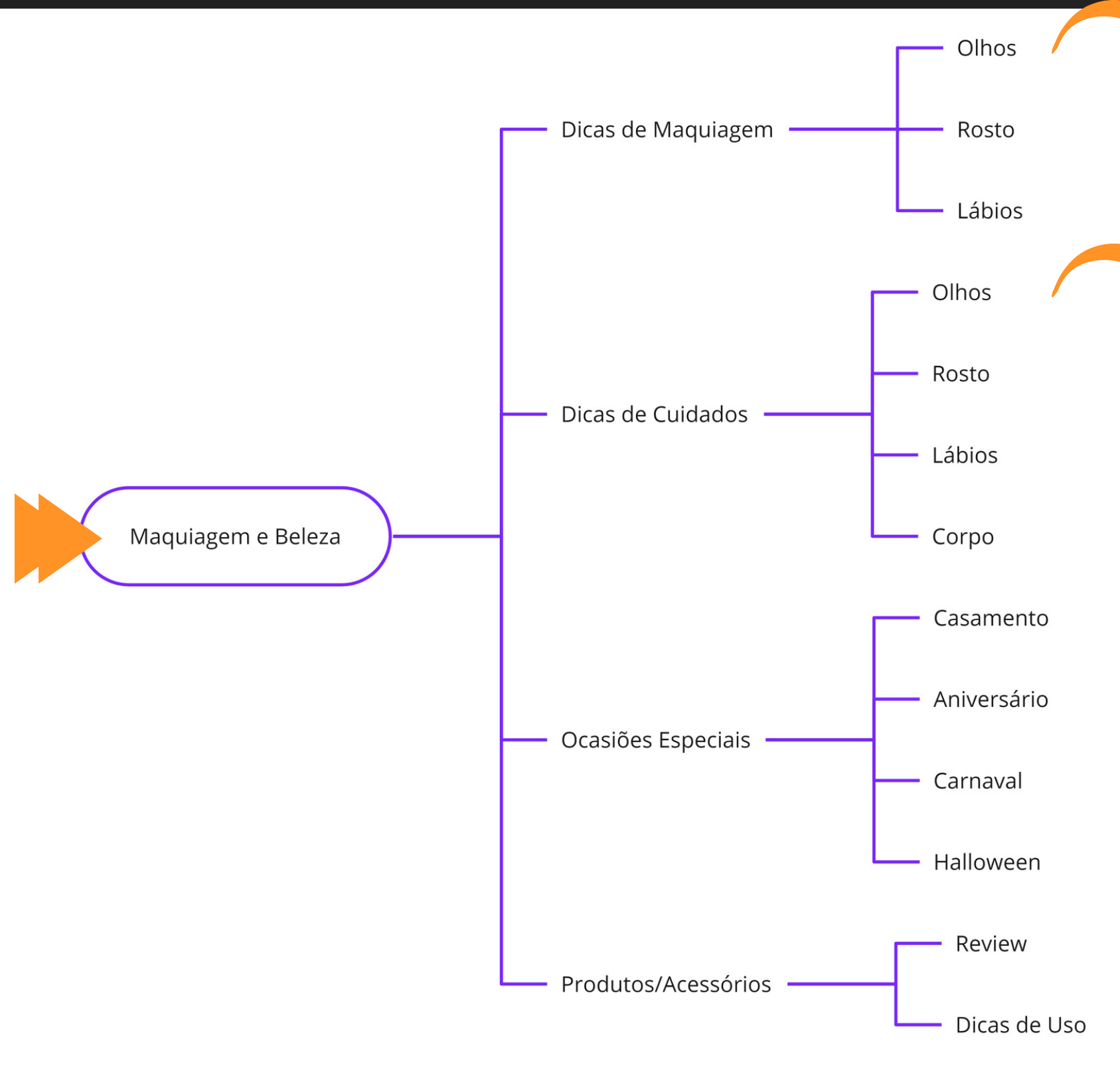
- Antes e depois - Minha transformação
- Como eu fui de uma pessoa fora de forma para um amante da academia
- X Erros que cometi quando comecei a me exercitar
- Como se recompensar depois de um treino pesado
- Como fazer exercícios me ajuda a cumprir meus objetivos



- X coisas que você precisa fazer ao visitar [local]
- Feiras famosas para conhecer em [local]
- Lugares com entrada gratuita em [país]
- X Lugares para sair de noite com seus amigos em [local]
- Como ter um final de semana divertido em [local]



SOCIAL MEDIA PARA **NEGÓCIOS LOCAIS**

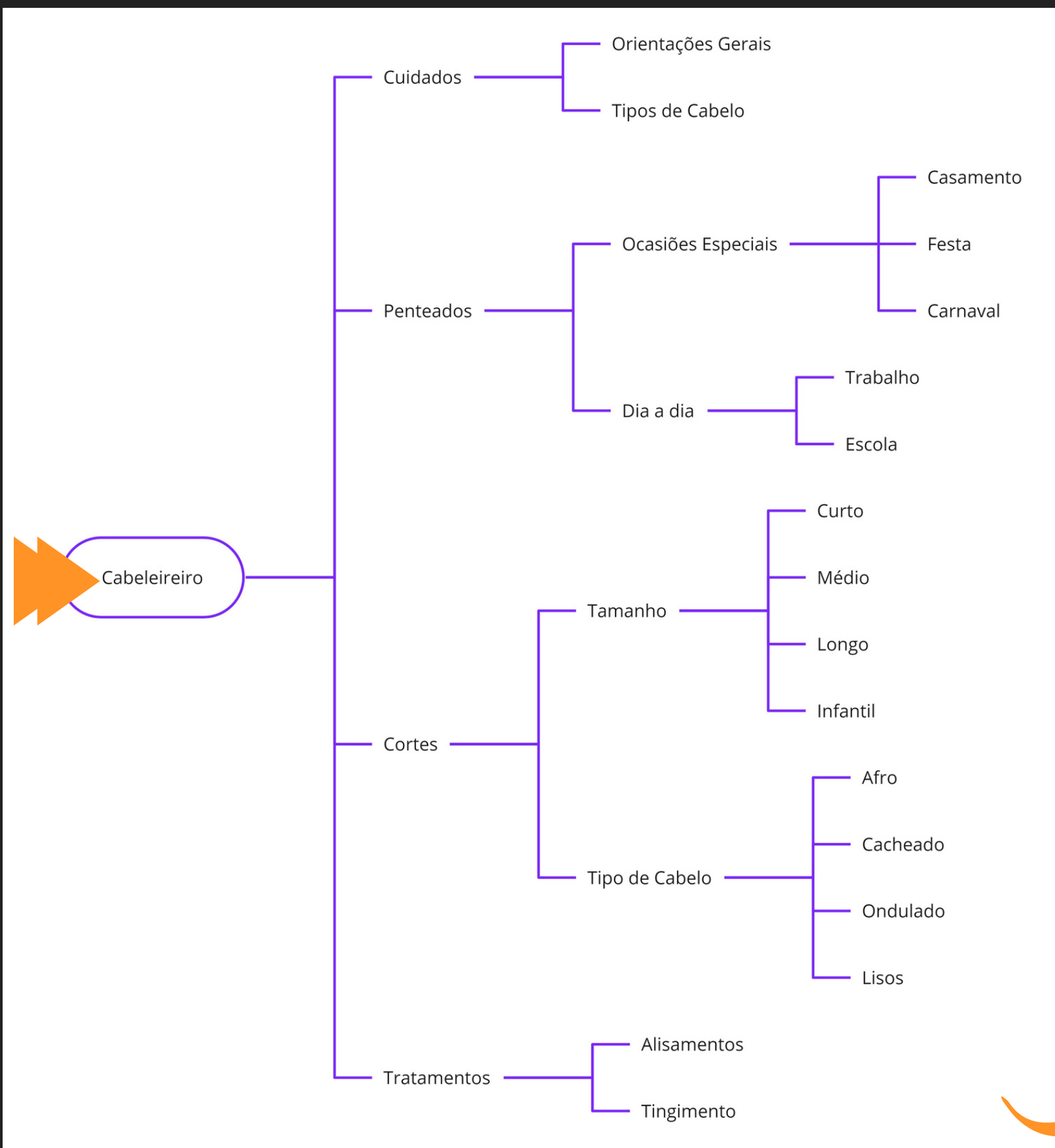


- Qual o segredo do delineado perfeito?
- Como fazer um delineado multicolor?
- X Tipos de delineados para arrasar

- Por quanto tempo posso usar os mesmos cílios postiços?
- Posso compartilhar meu rímel?
- Como tirar cílios postiços?



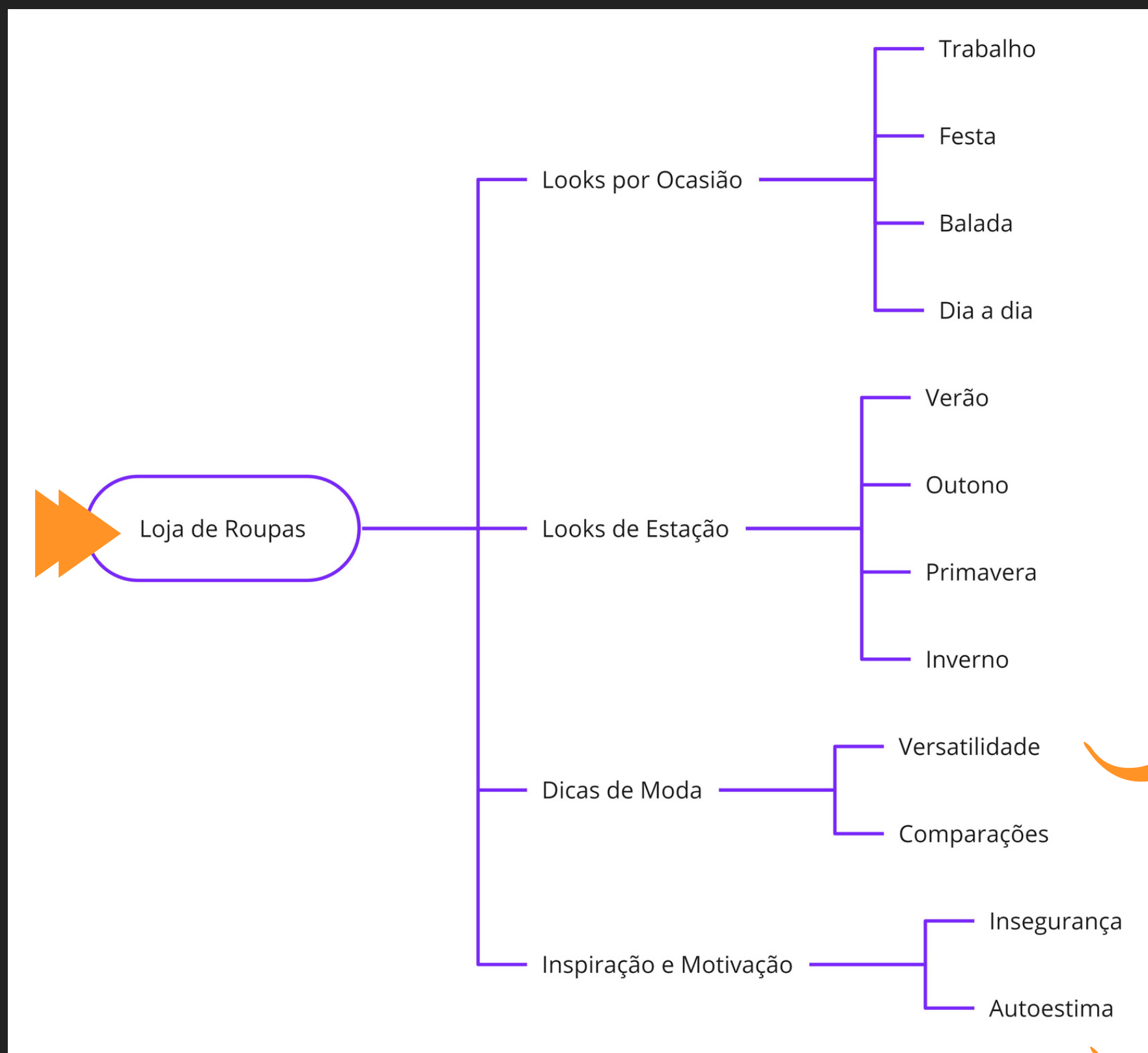
SOCIAL MEDIA PARA **NEGÓCIOS LOCAIS**



- Como retocar minhas raízes?
- Cabelo branco, como lidar?
- X Modelos para você escolher pintar seu cabelo e dar aquela mudada no visual em 202x.
- As tendências de cabelo para 202x
- Cansei do meu cabelo tingido, como faço para voltar ao "normal"?
- X Técnicas para usar para pintar seu cabelo em casa e parecer profissional



SOCIAL MEDIA PARA **NEGÓCIOS LOCAIS**



- X Maneiras de se usar Y peça
- Como usar aquela roupa que ficou grande pra você?
- Roupas para usar com salto e sem
- X Maneiras de reformar sua blusa que manchou
- 1 Look, diversas ocasiões

- Como a roupa que você usa pode te deixar mais confiante
- Looks para se sentir poderosa



Curadoria de **Conteúdo**

É a arte de separar e listar conteúdos produzidos por terceiros.

- Ajuda no SEO;
- Aumenta a produtividade..





Como fazer a **curadoria de conteúdo?**



Flipboard



Alerta Google



Buzzsumo



Pinterest



O que fazer com o conteúdo:

- Usar como backlink em artigos;
- Usar como referência para um roteiro de vídeo;
- Usar como inspiração para novos conteúdos.

O que não fazer:

- plagiar (repostar como se você fosse o autor);
- somente usar conteúdo de terceiros;
- não personificar o conteúdo para o perfil do cliente.



Fases da Curadoria



Pesquisar



Selecionar



Agregar Valor



Compartilhar

Curadoria de Conteúdo + Criação de Conteúdo =
sua marca digital com posicionamento único

...



SOCIAL MEDIA PARA **NEGÓCIOS LOCAIS**

Funil de Conteúdo







Níveis de Consciência



Inconsciente



Consciente
do Problema



Consciente
da Solução



Consciente
do Produto



Completamente
Consciente



Atração

Público frio



Engajamento

Público morno



Conversão

Público quente



Recompra

Cliente fã





SOCIAL MEDIA PARA **NEGÓCIOS LOCAIS**

Conteúdo de **Atração**





SOCIAL MEDIA PARA **NEGÓCIOS LOCAIS**

Conteúdo de **Engajamento**





SOCIAL MEDIA PARA **NEGÓCIOS LOCAIS**

Conteúdo de **Conversão**





SOCIAL MEDIA PARA **NEGÓCIOS LOCAIS**

Conteúdo de **Recompra**





SOCIAL MEDIA PARA **NEGÓCIOS LOCAIS**

Planejamento e Controle de Produção

