



Aula 14/11/2023

O que demonstra nossa autoridade para o cliente?

Maravilhosa Ltda.



Social media com perfil ativo

Vocês, alunas, estão cansadas de saber que eu defendo que a SM precisa ter um perfil ativo. Em algumas profissões, como a nossa, o profissional precisa ser o exemplo dela.

Podemos protestar e atrasar nossos resultados ou, simplesmente, aceitar o fato e acelerar os resultados.

Eu prefiro a segunda opção.



Antes de ter clientes

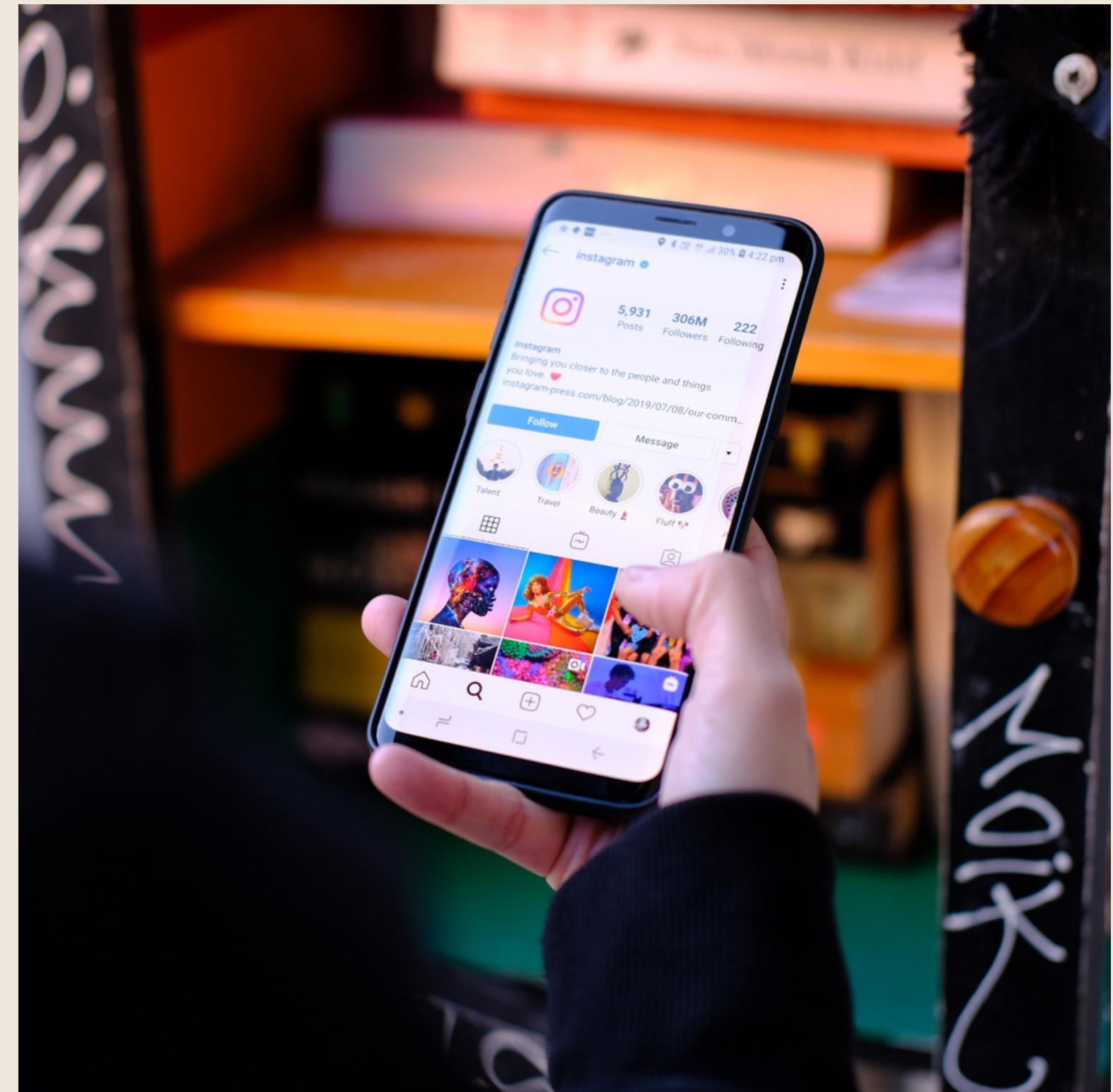
Não dá pra negar que o item de mais autoridade é a prova social, ou seja: outras pessoas atestando a qualidade do seu trabalho.

Mas esse não é o único elemento de autoridade, aliás, está longe de ser o único. Você consegue cobrar mais quando tem mais experiência, mas você já consegue transmitir valor mesmo sem clientes.

A seguir, coloquei um checklist do que um perfil que vende (amo esse nome) tem.
Vamos conferir?

Checklist perfil que vende

- Bio profissional
- Portfólio
- Consistência visual
- Boa utilização das ferramentas
- Engajamento em ordem
- Conteúdo de qualidade
- Principais dúvidas respondidas.
Exemplos: por que não usar #?
- Stories diários e feed atualizado
- Linguagem profissional
- Cursos (já tem o MM)



Bio profissional

Coloque informações relevantes, pense na bio como o seu cartão de visitas. Aliás, tem uma colega de curso que faz um cartão de visitas em formato de Instagram que é TUDO (Ana, quando você ver essa aula, deixa o seu perfil aqui nos comentários).

Na sua bio, que também considero @ e nome do perfil, você precisa colocar:

- Nome + Social Media (nome do perfil)
- @ sem letras duplicadas, somente com o seu nome. Se necessário, SM. Exemplo:
@carolinaoliveira.sm
- Descrição clara do que você faz. Exemplo de uma aluna (Cassiane) com muita personalidade:

♟ Especialista em criação de conteúdo para Instagram de profissionais liberais

— Seja sempre a primeira opção para seus clientes

Mais informações ↴

Bio profissional

- Explicação do que vai ter no link. Ex: Serviços disponíveis.
- Link: de preferência, um site feito no Canva ou site profissional mesmo. Passa mais profissionalismo do que o WhatsApp.

Falando nisso, esse é o tipo de detalhe que te diferencia. Diversos detalhes juntos fazem MUITA diferença e te colocam a frente de quem não tem uma mentora e aprende sozinha, testando e errando. Eu já errei por você, então pode confiar.

Portfólio

Como assim, portfólio sem clientes? Sim!

Por isso você tem um perfil ativo: para mostrar as métricas do seu trabalho. Que você vai chamar de resultados, não de métricas.

Se você também faz design, passou da hora de criar o quadro mais amado do Instagram: Como eu atenderia um perfil de X.

Se você não faz design, faz no formato que eu faço: estratégia para X perfil ou 5 ideias de post para Y nicho.

Consistência visual

Ou seja: não ir do rosa pro verde neon em uma semana. E na outra semana pro azul bic. E depois pro preto e branco. E assim por diante.

Defina uma paleta de cores com as orientações que têm aqui no curso (módulo principal e módulo Imagem Profissional). Você vai enjoar depois de um tempo, mas se não tiver um outro motivo pra mudar, não mude. Evite confundir a audiência.

Só mude se perceber que a escolha atrapalha os seus resultados. Exemplo: o rosa estava infantilizando o meu perfil, pois eu já falo doce e já tenho essa imagem de menina, de mais fofo. Por isso, precisei equilibrar nas cores mais imponentes.

Veja as aulas que indiquei (id visual no módulo principal e o módulo de imagem profissional) para definir a sua paleta. Outra dica: eu defini a minha paleta pesquisando imagens de coisas que eu gosto no Pinterest. Ao ver chocolate e framboesa, me deu um estalo de que era exatamente aquilo. Pesquisa além das paletas de cores.

Boa utilização das ferramentas

Mostrar que você sabe usar as ferramentas da rede social em questão, por exemplo o Instagram, faz com que o cliente cogite te contratar.

Se ele ainda não entende nada de rede social, vai ser mais fácil. Mas se ele já usa ou estuda sobre, vai ser impossível ele contratar alguém que sabe menos do que ele.

Exemplo: como mudar a cor da caixinha de perguntas. Como encontrar áudios em alta.

Engajamento em ordem

Não precisa ter reels com 1M de visualizações, nem 500 comentários em uma foto.

Engajamento em ordem significa você não ter comprado seguidores, responder todos os comentários e responder as caixinhas de pergunta que você ou a audiência enviam.

É só pra deixar claro que, caso a pessoa queira entrar em contato, você irá respondê-la.

Conteúdo de qualidade

O perfil deve conter conteúdo relevante para mostrar que você sabe do que está falando e que ele pode confiar em você para cuidar do perfil dele.

O quadro semanal com diversos nichos entra aqui também, além do portfólio. Se ele ver que você sabe atender o nicho dele, as chances dele te contratar aumentam consideravelmente.

Lembrando que qualidade não significa técnico, aliás é o exato oposto: se o empreendedor não entender o que você fala, ele não vai te contratar.

Principais dúvidas respondidas.

Exemplo: por que não usar hashtags? Como ter respostas na caixinha? O que postar nos stories?

Isso faz com que o seu cliente tenha mini resultados com o seu conteúdo. Conforme ele vai tendo provas de que o seu conhecimento funciona, ele vai consumindo mais o seu conteúdo e começa a te ver como autoridade.

Esse processo leva à contratação ou indicação para amigos.

Perfil atualizado

Uma presença ativa e consistente mostra comprometimento e interesse na profissão.

Um perfil desatualizado joga contra o seu argumento de venda "É importante ser constante no Instagram." É mesmo? Então, por que você não é?

Muito difícil ter uma resposta pra isso.

Se não conseguir postar no feed diariamente, poste na frequência que você recomenda ao seu cliente. Eu recomendo, pelo menos, 4x na semana.

E stories diários para não o ar de perfil abandonado.

Lembrando do ponto de conteúdo de qualidade, hein? Não é só pra postar uma foto do café, do filho e sumir. É pra ter conteúdo relevante para o seu futuro cliente.

Linguagem profissional

Analise a linguagem utilizada nas legendas e interações. Uma linguagem profissional e adequada ao seu público-alvo é essencial.

Evite excesso de emojis e letras duplicadas (quem estava na tentativa de cancelamento? kkkkk). Mas sério: releia tudo antes de postar, assim como a gente pensa (ou deveria) 2x antes de falar algo no ambiente de trabalho.

Não use abreviações exageradas e gírias que não conversem com o seu público.

Aliás, esse é o resumo de todos os tópicos: pense em quem é o seu cliente e entenda o que faria ele contratar você em vez de outra social media.

Cursos e formações

Coloquei a foto da capa de propósito, pois o diploma é muito fácil de transmitir autoridade.

Mesmo no mundo digital, as pessoas valorizam muito as formações pois mostras que a pessoa é inteligente (eu não concordo, só estou atestando um fato).

E partindo desse fato, se você tem isso use a seu favor! Seja esperta, use tudo que você tem a seu favor para sair na frente de outras sociais medias. De mim, inclusive tá? Eu quero formar concorrentes do mais alto nível.

Se você está aqui, já tem uma formação para adicionar na sua bio e na sua criação de conteúdo! Pode colocar pra jogo.

Desafio

- Fazer a análise do seu próprio perfil (pegar material na aula Análise de Perfil) e me enviar pra gente definir os ajustes necessários.

