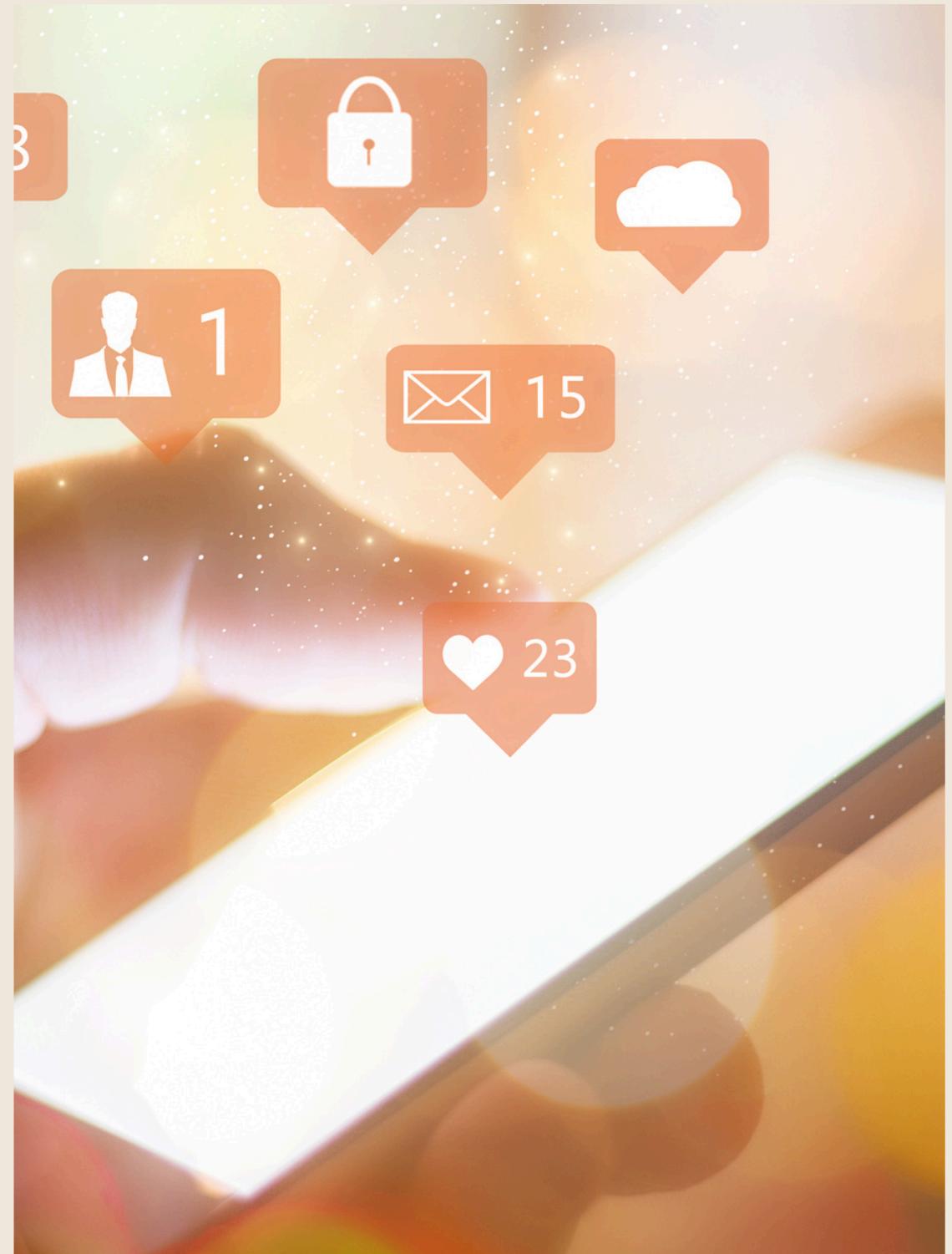




Aula 24/07/2024

Como saber quais redes sociais o cliente precisa



Redes Sociais

Para qual rede social você sabe criar conteúdo? Se você se sente mais confiante em entregar somente Instagram, mas percebe que está perdendo vendas por causa disso:
busque parceiros especialistas em outras redes sociais.

Se você atende médicos, por exemplo, uma parceria com uma gestora de Google Meu Negócio pode ser excelente! E se você atende influencers, que tal uma parceria com alguém que sabe criar conteúdo para o TikTok?

Eu sou sempre a favor de delegar, porque você consegue ter mais tempo pra ficar cada dia melhor no que faz, e entrega um trabalho melhor para o cliente.

Objetivo de cada rede social

- TikTok: maior alcance - perfeito para construir audiência do zero, fazer parcerias com influenciadores e para produtos/serviços de grande massa (ex: maquiagem).
- LinkedIn: é perfeito para carreiras mais tradicionais e para quem deseja atender esse público. Por ex: se você quer ser social media de grandes marcas, a diretora de marketing da marca com certeza está lá.
- Facebook: nunca senti necessidade de criar conteúdo diferente do Instagram, mas o público que consome Facebook costumam ser pessoas mais velhas ou Brasileiros que moram no exterior (a questão dos grupos lá é muito forte).

Objetivo de cada rede social

- YouTube: construção de autoridade. O foco é no longo prazo, e ele é um ótimo app para começar a criar conteúdo se o seu cliente deseja vender um curso mais pra frente pelo fato dos vídeos mais longos mostrarem para a audiência como seria ter uma aula com ele.
- Google Meu Negócio: para quem atende presencial ou tem um negócio físico, como barbearia por exemplo. Se o endereço não importa, EU não vejo vantagem em estar lá. Por exemplo: social media.

Objetivo do cliente

Bom, o primeiro passo foi definir quais redes sociais você pode ofertar para o seu cliente.
Se é só Instagram, tá tudo bem. Mas o restante da aula não vai importar kkkkk.

A partir daqui, vamos falar no caso de você poder/querer entregar mais de uma rede social pra ele. Vamos precisar saber o objetivo desse cliente:

Ele quer atingir pessoas mais jovens?

Ele quer construir uma maior autoridade?

Quer fazer parcerias com influencers? Quais?

Nicho e público-alvo

Quem é o público do seu cliente? Eu acho que esse é o ponto mais importante da aula inteira: entender onde o cliente dele está, o que ele consome.

Se o cliente dele está no Facebook, não tem nenhum motivo para ele estar no TikTok.

O nicho também influencia em questões específicas, pois precisamos analisar o comportamento de consumo desse produto ou serviço. Por exemplo: a maioria das pessoas pesquisa o médico no Google ou no Doctoralia antes de agendar consulta. Não seria interessante ter a prestação de serviço para o Google nesse caso?

Conteúdos específicos

Eu sou super a favor de começar com o que temos, então se você identificou que o cliente precisa estar no Instagram e no LinkedIn, por exemplo, você pode postar o mesmo conteúdo nos dois apps.

Seja porque você não tem habilidade ainda para criar conteúdo específico, ou porque o cliente não tem o orçamento para contratar outra rede social.

O resultado não vai ser mil maravilhas (normalmente), mas já é melhor do que nada, com certeza.

Desafio

- Procurar parcerias com profissionais que saibam criar conteúdo para as redes sociais que você quer ter na sua esteira de serviços.

