

EDITORIA BECA MILANO

Objetivos de Conversão

Direção estratégica da conversa

O que é:

Objetivos de Conversão são ações que devem ser executadas pelos nossos prospects ou clientes, que geram riquezas para a marca.

Como utilizamos?

Definimos 3 ações principais com as seguintes características:

- Objetivo, Nível de Prioridade, Verbos de Ação, Exemplos, Orientações sobre fazer.

Aplicação neste projeto —

| Prioridade 1 | Prioridade 2 | Prioridade 3 |
|--|---|---|
| Vendas Levar o cliente para a página de conversão do produto. | Reputação Aumentar o Market Share e Conquistar novos Evangelistas da Marca | Engajamento Aumentar o alcance do conteúdo e gerar mídia espontânea. |
| Chamada para Ação: Veja, Clique, Acesse, Conheça, Saiba Mais Exemplos: <ul style="list-style-type: none">• Link para página de captura O que fazer? <ul style="list-style-type: none">• Sempre colocar o Link referente a editoria | Chamada para ação: Siga, Acompanhe, Veja, Clique, Acesse, Conheça, Saiba Mais Exemplos: <ul style="list-style-type: none">• Fotos de bolos prontos• Fotos com celebridades• LifeStyle da Expert O que fazer? <ul style="list-style-type: none">• Reforçar a autoridade da expert• Apresentar o dia a dia como forma de quebrar a distância entre o público | Chamada para ação: Comente, Marque, Compartilhe, Exemplos: <ul style="list-style-type: none">• Vídeos mostrando técnicas• O processo por trás da atividade O que fazer? <ul style="list-style-type: none">• Promover valores que estão diretamente ligados com a confeitaria• Sentir as dores e conquistas de quem está se tornando um profissional da área.. |

Repertório da Marca

O que podemos falar, ou não!

O que é:

O "Repertório da Marca" é um roteiro destinado à pré-seleção das informações a serem publicadas.

Como utilizamos?

Definimos as categorias principais e derivações de acordo com o universo da influenciadora.

Aplicação neste projeto —

Para elaboração das postagens em redes sociais, considerar o seguinte repertório da marca:

| | | |
|--|--|---|
| Feed | Dúvidas | Live |
| Descrição: <ul style="list-style-type: none">• Fotos Lifestyle contando uma história que passa pela dor/oportunidade da profissão;• Fotos de objetos e acontecimentos do cotidiano da expert• Produções prontas | Descrição: <ul style="list-style-type: none">• Card de perguntas e respostas no Stories, com o objetivo de aumentar o engajamento e conhecer mais as perguntas comuns do público. | Descrição: <ul style="list-style-type: none">• O grande objetivo das Lives é se tornar cada vez mais íntima do público, o que facilita na preparação para venda do curso posteriormente. |
| Bastidores | Enquete | |
| Descrição: <ul style="list-style-type: none">• Mostrar nos stories um pouco dos bastidores da produção dos bolos e das gravações. | Descrição: <ul style="list-style-type: none">• Levar para o público perguntas direcionadas que dão a opção de resposta entre SIM e NÃO | |

Linguagem Editorial

Como devemos conversar?

O que é:

A Linguagem Editorial é a indicação de ângulos através dos quais os acontecimentos devem ser observados e relatados.

Como utilizamos?

Definimos a polaridade da comunicação de acordo com os índices de referência.

Aplicação neste projeto —

| Formal | | X | | Informal |
|------------|---|---|---|------------|
| Informação | | X | | Interação |
| Passado | | X | | Futuro |
| Seriedade | | X | | Humor |
| Textual | | | X | Visual |
| Mentira | | | X | Verdade |
| Homem | | X | | Mulher |
| Adulto | X | | | Jovem |
| Respostas | | X | | Perguntas |
| Pessimista | | | X | Otimista |
| Crítico | | | X | Elogioso |
| Triste | | | X | Alegre |
| Complicado | | X | | Simples |
| Egoísta | | | X | Generoso |
| Tímido | | | X | Corajoso |
| Discreto | | | X | Exuberante |
| Recatado | | X | | Vaidoso |

Canais Relevantes

Aonde vamos conversar?

O que é:

Os Canais Relevantes são ambientes que devemos participar para gerar ações que nos permitam alcançar os objetivos de conversão.

Como utilizamos?

Escolhemos as redes sociais da quais o nosso público participa, desde que tenham uma boa audiência e oportunidade de cumprir os objetivos de conversão.

Aplicação neste projeto —

| Instagram | Youtube |
|---|--|
| Justificativas: <ul style="list-style-type: none">• 1 Bilhão de usuários• 65% acessam todos os dias• 40% homens e 60% mulheres• Audiência qualificada• Rede em franco crescimento com muitas oportunidades | Justificativas: <ul style="list-style-type: none">• Brasil é o segundo mercado consumidor de vídeos na internet, atrás somente dos EUA• Segundo site utilizado para buscas na internet• Aderência ao público brasileiro que tem uma cultura de assistir vídeos muito forte por causa do alcance da televisão. |
| Frequência <ul style="list-style-type: none">• 1 Feed por dia• Stories todo dia• 1 Live por semana | Frequência <ul style="list-style-type: none">• Vídeos dos bolos e Lives |

Calendário Editorial

Agenda e frequência de assuntos

O que é:

Planilha organizadora com as editorias e horários para serem postadas dividida em cada Rede Social utilizada.

Como utilizamos?

Foi definida uma agenda de postagens, organizada entre os melhores horários de engajamento e vendas em um período semanal.

Aplicação neste projeto —

| | | |
|--------------|--------------|--------------|
| Prioridade 1 | Prioridade 2 | Prioridade 3 |
|--------------|--------------|--------------|

Vendas

Levar o cliente para a página de captura do produto.

Reputação

Aumentar quantidade de pessoas seguindo a expert.

Engajamento

Gerar engajamento e aumentar o alcance do conteúdo.

Programação Post Instagram Beca

| | DOM | SEG | TER | QUA | QUI | SEX | SAB |
|---------------|------|------|------|-------------------|------|------|------|
| 09h - Stories | LIFS | TEC | DUV | LIVE (A COMBINAR) | MAT | ENQ | BAST |
| 21h | FEED | FEED | FEED | FEED | FEED | FEED | FEED |

LEGENDA:

FEED - Postagem no Feed Instagram

LIFS - Lifestyle - Dia a dia

TEC - Vídeo mostrando alguma técnica

DUV - Card de perguntas e respostas

LIV - Live no Instagram

MAT - Vídeo mostrando a importância de algum material

ENQ - Enquete / Pergunta Sim-Não

BAS - Bastidores da preparação para a festa