

WIGG

Planeje o trabalho



EXEMPLO

Perfil de uma psicóloga

- Criou os perfis faz 3 meses;
- Publica um post por semana;
- Aparece no stories de vez em quando, mas só mostrando ambientes;
- Tem perfil no Instagram e Facebook com 890 e 300 seguidores, respectivamente;
- Te procurou querendo a gestão das redes sociais, contratou o mínimo;
- Quer ter mais pacientes;
- Tem pouco investimento disponível (R\$ 1.500/mês);
- Está disposta a gravar o que for necessário!
- Trouxe como referência um perfil de uma psicóloga com 120k de seguidores, com conteúdos variados, ações, impulsionamentos, lives etc.

Perfil de uma psicóloga

- Criou os perfis faz 3 meses;
- Publica um post por semana;
- Aparece no stories de vez em quando, mas só mostrando ambientes;
- Tem perfil no Instagram e Facebook com 650 e 350 seguidores, respectivamente;
- Te procurou querendo a gestão de redes sociais e pagou o mínimo;
- Quer ter mais pacientes;
- Tem pouco investimento disponível (R\$ 1.500/mês);
- Está disposta a gravar o que for necessário!
- Trouxe como referência um perfil de uma psicóloga com 120k de seguidores, com conteúdos variados, ações, impulsionamentos, lives etc.

**E aí, qual/quais estratégias
você adotaria?**

EXEMPLO

Perfil de uma psicóloga

1. A gente precisa de mais informações (mas bora lá);
2. Entenda que TUDO você não vai conseguir fazer;
3. Você vai precisar usar técnicas de priorização com base no objetivo;
4. Sempre considera as estratégias de maior impacto para o objetivo;
5. Com o plano, você vai conseguir mostrar que o recurso limitado também limita a criatividade e as estratégias.

EXEMPLO



Objetivo do cliente

“conquistar mais pacientes (clientes)”



Conteúdo

Frequência alta,
presença nos stories,
reels humanizados,
temas tendências,
visual, copy etc.



Impulsionamento (pago)

Levando para o perfil
e para “agendar
consulta”



Lives

Temas em alta e que
geraram bom
engajamento no perfil.

EXEMPLO

Janeiro	Fevereiro	Março
Construção do tom de voz, identidade, estudo da persona, mercado e concorrentes.	Início da produção de conteúdo com base nas linhas editoriais + testes conteúdos gravados + stories.	Produção de conteúdo humanizado + stories + análise de desempenho dos temas.

Abril	Maio	Junho
Produção de conteúdo humanizado + stories + impulsionamentos foco engajamento.	Produção de conteúdo + stories + impulsionamentos tráfego.	Produção de conteúdo + stories + impulsionamentos tráfego + lives.

EXEMPLO

Julho	Agosto	Setembro
Produção de conteúdo mais temáticos para família + stories + impulsionamentos tráfego + lives.	Produção de conteúdo mais temáticos para paternidade + stories + impulsionamentos tráfego + lives.	Campanha temática - Setembro amarelo + influenciadores.



1. Identidade visual própria (KV);
2. Mote;
3. Press Kit;
4. Workshop (online/presencial);
5. Creators etc.

Dica: brainstorm!

EXEMPLO

Loja de roupas

1. A loja funciona no instagram (não tem site ainda);
2. Faz 5 meses que a loja está ativa;
3. Vende roupa feminina;
4. O perfil da loja tem 6 mil seguidores;
5. Usa bastante os stories, postando foto das roupas todos os dias;
6. Tem fotos estáticas dos looks no feed e faz reels às vezes;
7. O objetivo é vender mais;
8. Hoje o Instagram é sua principal fonte de renda, mas não consegue viver só disso porque acaba vendendo pouco;
9. Não tem loja física!
10. Não tem nada para investir, além do valor que paga para você;
11. Está disposta a gravar o que for necessário!

Loja de roupas

1. A loja funciona no instagram (não tem site ainda);
2. Faz 5 meses que a loja está ativa;
3. Vende roupa feminina;
4. O perfil da loja tem 2 mil seguidores;
5. Usa bastante os stories, postando foto das roupas todos os dias;
6. Tem fotos estáticas dos looks no feed e faz reels às vezes;
7. O objetivo é vender mais;
8. Hoje o Instagram é sua principal fonte de renda, mas não consegue viver só disso porque acaba vendendo pouco;
9. Não tem loja física!
10. Não tem nada para investir, além do valor que paga para você;
11. Está disposta a gravar o que for necessário!

E aí, qual/quais estratégias você adotaria?

EXEMPLO



Objetivo do cliente

“vender mais roupas pelo Instagram”



Conteúdo

Frequência alta,
presença nos stories,
reels, ambientação
dos looks e
conteúdos interativos.



Impulsionamento (pago)

Levando para o perfil
e para o WhatsApp
(local de conversão)



LiveShop

Para vendas e
promoções de peças.



Influenciadores

Nano Influenciadores
no formato permuta,
visando diminuir
custos.

+ campanhas temáticas

EXEMPLO

Janeiro	Fevereiro	Março
Construção do tom de voz, identidade, estudo da persona, mercado e concorrentes.	Ínicio da produção de conteúdo com base nas linhas editoriais + influenciadores + stories.	Produção de conteúdo + impulsionamento para engajamento + influenciadores + stories

Abril	Maio	Junho
Produção de conteúdo + impulsionamento para tráfego + influenciadores + stories + LiveShop	Campanha de Dia das Mães	Produção de conteúdo + impulsionamento para tráfego + influenciadores + stories + LiveShop

Campanha de Dia das Mães

- Convidar clientes e suas mães para participar;
- Desafio entre mãe e filha para ganhar vale compras;
- Look mãe e filha mais criativo;
- Influenciadores;
- Promoções exclusivas e temáticas;
- Brindes para quem comprar durante a campanha
- Frete grátis ou algum outro benefício!

Exemplo de desafio:

“A minha mãe tem mais estilo que a sua”