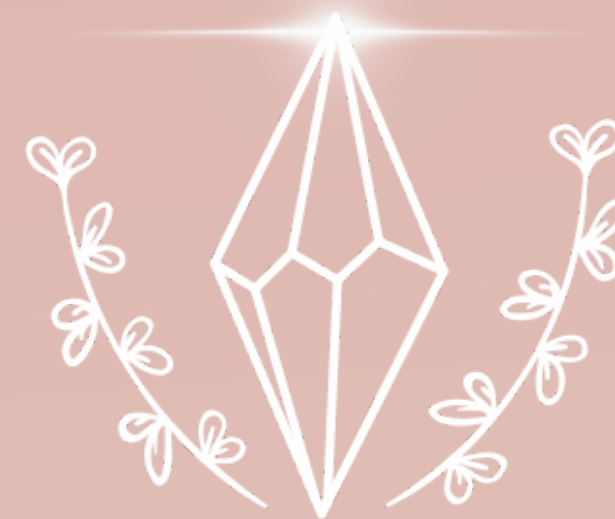


Aula Bônus

Perfil Vitrine

Carolina Lucchetti



O que é perfil vitrine?

É um perfil que mostra o serviço ou produto vendido. É muito usado para lojas e consultórios ou por empresas que já possuem uma equipe muito grande e não é mais o dono quem fica ali no Instagram.

Exemplos:

NV

Imagine Jeans

Clínica Seven

Além dos produtos e serviços

Não caia na cilada de falar somente sobre os serviços e produtos disponíveis.

Eu fiz isso com a loja de roupas que eu tive e foi o maior fracasso. Era um perfil de 30 mil seguidores com apenas 1 venda por mês. Aprendi, na prática, o que NÃO fazer.

Precisamos de pessoas!

Apesar de ser um perfil mais institucional, é importante ter uma humanização da empresa, mostrar que existem pessoas por trás daquilo.

O exemplo da Nati Voza é o ideal: ela é a fundadora da NV e cria conteúdo no seu perfil pessoal de forma espontânea (com muita estratégia!) sobre a sua rotina e mostra como usa as peças da marca com as outras peças do seu guarda-roupa. Isso gera um baita desejo e leva as seguidoras ao Instagram da marca para saberem mais detalhes dos produtos e fazerem suas compras.

E quando o dono não quer aparecer?

Maaas esse é o cenário ideal, nem todo fundador está disposto a criar conteúdo no perfil pessoal, seja porque não gosta de exposição ou porque tem outras funções.

Então, como lidar quando o dono não quer aparecer?

Vamos usar e abusar do storytelling!

Use e abuse do storytelling!

Quais são os diferenciais da marca? Quando ela foi criada? Ela é uma empresa familiar? Quem são os clientes dela? Como usar os produtos? Quais serviços são prestados?

Tudo isso faz parte da estratégia do perfil vitrine. Claro que o engajamento não vai ser mil maravilhas, pois a principal ferramenta de interação são as fotos pessoais. Mas é possível fazer um trabalho de destaque com essas informações.

Olhem o perfil vitrine da minha cliente:

Perfil vitrine de uma cliente real

Empresa familiar: Imagine Jeans

Como montamos o calendário? Primeiro, entendendo qual é o público: revendedoras do Brasil inteiro que vêm pra SP comprar roupas no atacado.

No primeiro mês, definimos a linha editorial com os temas:

Principal - Jeans e Moda

Secundário - Vendas

Perfil vitrine de uma cliente real

Percebemos que os posts de vendas não conectavam muito com a cliente dela, cada uma tinha a sua própria forma de vender e elas não estavam interessadas em aprender sobre vendas de varejo com uma marca de atacado. Fez todo sentido quando identificamos isso.

Mudamos o tema secundário para dicas do Brás no calendário de posts de Dezembro/2021.

Perfil vitrine de uma cliente real

Em Janeiro/2022, mudei o formato de calendário de posts que eu fazia enquanto montava a aula pra vocês e olha como a lista da cliente ficou muito melhor:

Posts de Janeiro/2022

O que colocar no tema de vida pessoal?

Substitua o tema pessoal por bastidores, depoimentos e dicas que a cliente da marca gostaria de saber. Por exemplo: look do churrasco, feedback de um cliente, sessão de fotos da nova coleção, equipamentos usados, fechada do consultório, TBT da inauguração.

Isso mostra que a marca é REAL.

Quais pessoas podem aparecer?

Se possível, coloque fotos dos clientes (sempre peça autorização antes) e da equipe.

Se os donos e a equipe não quiserem aparecer, foque nos clientes: peça fotos e depoimentos em texto mesmo.

Mostre que aquela marca é real, essa é a maior objeção de um perfil vitrine: parece fake.

Sugestões para ter mais visibilidade:

- Contratar influencers do nicho;
- Fazer parceria com pessoas da cidade;
- Criar uma promoção de lançamento;
- Anunciar no jornal/insta do bairro.