

Criando campanha

Transcrição

[00:00] Agora o perfil da Joaquina Doceria já está todo ajustado, a gente já melhorou o perfil, a foto de perfil, a bio; já fizemos posts novos, já postamos no stories. Mas mesmo assim ainda tem pouco seguidor. A gente tinha um, agora passamos pra seis, mas mesmo assim a gente tem pouco seguidor.

[00:21] E essa foi uma dúvida da Bia também, quando ela me chama pra ajudá-la com o perfil. Ela falou: "está bom, a gente começa a postar, mas como é que eu faço para as pessoas começarem a seguir?".

[00:33] Todas essas medidas que a gente já passou até agora te ajudam, principalmente a hashtag, você seguir mais pessoas ajudam a você aumentar o número de seguidores, mas é um processo lento, que demora e que só vai acontecer na medida em que você for postando.

[00:49] Agora uma coisa que a gente pode fazer pra poder dar uma acelerada nesse processo e aumentar o número de seguidores é a gente fazer o dark post ou os posts pagos do Instagram. Como é que funcionam esses posts?

[01:12] A gente cria uma campanha usando a plataforma do Instagram, tem tudo aqui dentro e ele vai jogar esse post pra várias pessoas em formato de publicidade. Você pode fazer isso tanto pelo feed - e vai entrar no seu feed de forma orgânica - ou pelo stories.

[01:33] Digamos que a gente queira promover esse último post aqui que a gente fez. Como é que eu faço? Agora que o perfil dela já é de negócios, quando você postar qualquer coisa vai aparecer essa linha aqui embaixo com a opção de você promover esse post. Até os posts antigos que a gente fez, que já estavam aqui, eles têm essa linha aqui embaixo. Vou colocar nesse aqui mais novo, porque ele está mais arrumadinho. Vou colocar aqui promover.

[02:09] A primeira coisa que aparece pra gente é: o que você quer promover? Pra onde você quer enviar as pessoas? Se é pro seu perfil, pro seu site ou para suas mensagens. Isso é uma coisa que você já tem que definir, "pra que eu quero fazer uma campanha? Eu quero que mais pessoas vejam o meu perfil? Eu quero que as pessoas cliquem no meu site?" que não necessariamente é um site, pode ser uma página do Facebook ou uma página de YouTube, alguma coisa assim.

[02:42] "Ou eu quero que elas me mandem mensagem?", o que é muito interessante pra quem trabalha com encomenda. Então eu vou colocar aqui. No caso do negócio da Bia seria interessante essa parte de DM, pra enviarem mensagens e fazerem encomendas. Mas como o perfil está muito no começo, eu vou clicar pra enviar as pessoas pro perfil, porque o nosso objetivo agora é que ela aumente o número de seguidores. A gente aperta aqui no próximo.

[03:21] Essa parte é muito importante, que é a parte de audiência, a parte de público. Com quem que você quer falar? Aqui eu já tenho algumas coisas criadas, alguns perfis criados, mas a gente vai criar um novo de acordo com o público da Joaquina Doceria, que é o negócio que a gente quer promover aqui. Eu vou colocar aqui o nome "Joaquina Doceria".

[04:02] E a ideia é que se você for criar o público, esse recorte de público, você pode fazer isso várias vezes de acordo com o seu objetivo. Digamos assim: "eu quero vender um produto pro Dia das Mães", então eu vou fazer um público focado nisso, sei lá, vou selecionar pessoas talvez um pouco mais velhas, selecionar homens e mulheres, porque enfim, todo mundo tem mãe e por aí vai.

[04:32] "Eu estou fazendo uma promoção especial pro Carnaval", então eu vou fazer um público de pessoas mais jovens, talvez focado em cidades - se o seu negócio for nacional - onde tenha Carnaval, no Rio, em Recife, em Salvador, enfim.

[04:52] E você pode ir criando esses públicos e nomeá-los de acordo com essas ocasiões. Eu coloco aqui Carnaval, Dia das Mães e aí você já vai ter isso salvo dentro da plataforma. Nesse caso a gente vai fazer uma lista mais geral porque é a primeira campanha dela, então eu coloquei o nome do negócio dela.

[05:10] Localização. Aqui embaixo de "audience" a gente tem localização. No caso do negócio da Bia, ela só atua em São Paulo, então eu vou colocar São Paulo aqui.