

REVOLUÇÃO DIGITAL

Aula 04 **A Batalha das Redes**

Resumo



Aula 04 - A Batalha das Redes

Observe os principais criadores de conteúdo do Instagram que estão no TikTok e qual tem sido o comportamento deles. A audiência tem dividido a atenção entre o Instagram e o TikTok, mas a migração total ainda não aconteceu.

Em algumas redes, embora você tenha uma grande audiência, não necessariamente consegue fechar negócio. Sendo assim, existe uma separação muito forte na cabeça do público entre o lugar de se entreter e o lugar de se inspirar, aprender e comprar.

O Instagram foi se construindo, ao longo dos anos, como o lugar onde buscamos aprendizado e também compramos, tanto que o processo de compra foi facilitado com a inserção da sacolinha. O processo de tráfego pago é muito bem feito, o que atrai pessoas que querem fazer negócios, pessoas que não estão apenas para entreter, para produzir conteúdo e se divertir, mas também para fazer dinheiro.

Temos visto muita gente criando conteúdo em paralelo no TikTok, se aventurando e tentando entender o que está acontecendo.

Grandes criadores do TikTok tem feito um esforço imenso para vir para o Instagram e trazerem a sua audiência.

Se o TikTok é a grande tendência, por que eles estão vindo para o Instagram?

As marcas pagam mais caro pelas publicidades feitas no Instagram, ou seja, é o indicativo de que as pessoas compram mais no Instagram.

O TikTok é um ótimo topo de funil, um ótimo lugar para viralizar e conseguir muitos seguidores. Você consegue fazer anúncios com valores bem baixos, mas não é onde as pessoas gastam dinheiro. Ter um milhão de seguidores no TikTok não é a mesma coisa que ter um milhão no Instagram.

O formato do TikTok não é feito para você criar relacionamento com o criador de conteúdo. É muito difícil criar uma narrativa nele. O próprio formato da plataforma fica te sugerindo outros criadores o tempo inteiro. Para desenvolver a sua narrativa e sua autoridade fica muito complicado.

BeReal é uma rede social que não tem filtro e você não pode programar a postagem. De tempos em tempos, o app te avisa a hora que você deve postar e você só consegue ver a postagem dos outros se tiver feito a sua postagem. É uma proposta interessante, pois preza pela naturalidade.

No Instagram, a produção é mais elaborada, mas se você só postar coisas muito bem produzidas a conexão cai. As pessoas querem ter a sensação de que têm acesso à verdade. Então, faça um mix se mostrando bem produzida e também mais realista.

Quando você começar a ver grandes produtores de conteúdo saindo do Instagram e migrando para outro lugar, aí sim você poderá dizer que o Instagram está acabando. Enquanto isso não acontece, continue fazendo conteúdo nele.

O Pinterest é uma rede com um propósito mais inspiracional. É um lugar que você pode estar para fazer captação de tráfego orgânico.

As redes sociais que o brasileiro mais utiliza são: WhatsApp, YouTube, Facebook, Instagram e TikTok.

No YouTube tenha os 10 vídeos com os assuntos fundamentais do seu nicho.

Esteja presente no TikTok e faça também seus 10 vídeos essenciais.

O mais importante é você estar forte em uma das redes.

O Facebook ficou abandonado e os grandes criadores migraram para o Instagram.

Observe o seu comportamento como consumidor. Quais as duas redes que você mais acessa todos os dias?

Quando seus clientes começarem a te cobrar para estar presente em outra rede, é hora de começar a se mexer, de fato. Tenha os pés no chão, observe o movimento e a realidade que está acontecendo.

O público do TikTok ainda não está maduro para fazer compras no app. O dinheiro está no Instagram. Enquanto você está pensando se vale a pena ou não investir nele, você está deixando dinheiro na mesa. É nele que seu cliente está, que te procura, que quer te contratar e comprar o seu produto/serviço.

REVOLUÇÃO DIGITAL

Dúvidas?

Pergunte na nossa
comunidade no
Facebook
[clcando aqui](#) ou
acessando o
QRCode:



@valeskabruzzi

