

# ***O JOGO DO DIGITAL PRECISA DE CONSISTÊNCIA E INTENSIDADE.***

## **>> FUNIL DE INFLUÊNCIA (o que observar):**

**Estímulos que fazem o cérebro humano prestar atenção ou tomar decisão.**

- Audiência é número de pessoas;
- Relevância é resultado reconhecido (autoridade);
- Influência é a capacidade de mudar comportamento: PODER;
- Quando você é influente, muda o comportamento de alguém, se torna muito fácil vender pra essa pessoa. Mudar comportamento é mais forte do que convencer à compra. Logo, se você influencia antes de vender, suas chances de venda aumentam.

## **>> OS 5 TIPOS DE PODER DE UM INFLUENCIADOR:**

- **Poder Carismático:** poder exercido através do carisma/conexão.
- **Poder por Recompensa:** poder exercido através da troca de algum benefício (mudar comportamento através de uma recompensa - como uma mãe que recompensa um filho por ter bom comportamento).
- **Poder por Punição:** poder exercido para punir uma pessoa por não fazer o que foi determinado.
- **Poder por Know How (saber como):** quando o poder exercido por conhecimento

(quem sabe mais tem mais Know How - como um professor em uma sala de aula),

- **Poder Hierárquico:** poder exercido através de hierarquia (quem tem um título mais alto, tem mais autoridade, mais poder como um chefe sobre um funcionário).
- A estratégia mais foda de Growth ainda não foi criada,
- A estratégia mais foda de Growth está na cabeça de um ser pensante.
- Não existe receita pronta, é necessário ajustar de acordo com o seu negócio.
- **Escute o SOM do seu cliente:** Sonhos, Objeções e Medos e defina a melhor solução pra ele.

## >> O QUE OBSERVAR EM UM INFLUENCIADOR?

- **Posicionamento da mídia:** É importante escolher as mídias que duram mais tempo (YouTube). Story é ruim para nutrir uma audiência não dura muito tempo. Feed também some rápido de vista.
- **Posição do influenciador:** se ele tem algum posicionamento forte (torcer por algum time, por alguma posição política).
- **Perfil do influenciador:** ele precisa estar inserido no contexto do seu produto/serviço.

## >> OS 4 TIPOS DE INFLUENCIADORES/ INFLUENCERS:

- **Atração:** top player tem maior atratividade (tem resultado em alguma área, tem muita visibilidade).
- **Nutrição:** é falar e mostrar o produto de maneira periódica (fazer SRM - Significado, Repetição e Memória). É necessário seguir esse caminho de nutrição para influenciar o seu cliente.

- **Conversão:** que tem muita relevância, credibilidade e autoridade em algum assunto.
- **Embaixador da Marca:** que a faz a marca alavancar aquele que converte e nutre ao mesmo tempo (representa a marca no mercado, traz reconhecimento), alguém que já tem visibilidade.
- Quando você utiliza mais de um tipo de influenciador, você gera ainda mais resultado (como combinar o Whindersson Nunes com o Thiago Nigro - influenciador de atração com um influenciador de nutrição e ainda em uma mídia de maior visibilidade como Youtube).
- Utilizar mais de um influenciador/tipo de influenciador, promove maiores resultados.

## >> COMO GANHA/RECEBE UM INFLUENCIADOR?

- **Comissionado:** paga mensalmente.
- **Afiliado:** recebe quando promove, por serviço pontuais realizados.
- **Ociosidade:** use como moeda de troca (encontre os micro influenciadores, chame para utilizar o seu produto gratuitamente em seguida, promover a sua marca).
- **Permuta:** é utilizada quando o influenciador ainda é pequeno (mas quase sempre é pago).

## >> COMO PROMOVER A VENDA DE PRODUTO/SERVIÇO ATRAVÉS DO INFLUENCER?

- **Match/sinergia/sentido:** audiência perfil do influenciador.
- **Comunicação:** a comunicação e o posicionamento do seu influenciador atrai o público que é parecido com ele, Observe as métricas do influenciador: realize uma

pesquisa para conhecer seu influencer (o que ele faz, como se comporta), observe o seu Histórico de marcas já divulgadas.

- **O que vende e a novelinha:** capacidade de criar um storytelling com o seu produto.

## >> COMO O INFLUENCER AGE PARA PROMOVER A VENDA DE INFOPRODUTO?

- **Despertar:** eu preciso aprender algo novo (tenho dor/problema).
- **Encontro:** descubro quem pode me ajudar.
- **Conexão:** rolou um encontro com o especialista.
- **Indicação indireta:** resolve o meu problema, faço postagens, começo a inserir no meu lifestyle, crio um storytelling.
- **Projeto:** promove o evento do especialista.
- **Resultado:** mostra que teve resultados.
- **Venda/indicação:** “fiquei sabendo que fulano vai vender tal coisa” (venda de forma indireta/subliminar). Venda explícita: “se fulano vender isso, eu estou dentro.”
- **Intensidade:** coloco mais de um influenciador para promover o meu infoproduto.
- **Para perfis de famosos:** recrutar pessoas com mais de 10 mil seguidores (técnica de alastramento).

## >> COMO RECRUTAR E ABORDAR OS INFLUENCIADORES:

### RECRUTAR:

- **Contratar um RP:** relações públicas.
- **Contratar uma agência de influência.**

- **Técnica do primo de 15 anos + RedBull + caixa de pizza:** peneirar os bons influencers (pesquisar no Instagram a localização). Um influencer segue outro influencer, um influencer tira foto com outros influencers, um influencer comenta na foto de outro influencer,

### >> **ABORDAR:**

- **Posicionamento:** perfil atrativo (seu perfil precisa ser bonito, humanizado e organizado para que alguém se interesse em você),
- **Abordagem:** por e-mail ou direct (caso seja por e-mail/direct, avise por comentário nas fotos).
- **Tenha um e-mail profissional:** escreva um e-mail interessante e bem estruturado (assunto: "proposta parceria produto XX, empresa XX", corpo do e-mail com espaçamento entre os parágrafos e ortografia corretos, parágrafo um sendo direto ao assunto falando sobre a proposta, parágrafo dois com escopo do trabalho bem detalhado, parágrafo explicando divulgação, finalize com agradecimento - preciso do seu retorno até 72h porque estamos fechando com outros influencers, rodapé colocar nome, endereço, contato, logomarca da empresa, Instagram).

### >> **"E SE MEU PRODUTO É B2B", COMO USAR INFLUENCERS:**

- E um sindicato.
- **B2B2C:** empresa que utiliza outra empresa como influência (podendo ser O mesmo produto/serviço ou não), com o objetivo de alcançar o consumidor final.

### **NOVELINHA É O QUE VENDE. O QUE VENDE É NOVELINHA.**

*Sem novelinha você não vende bem.*

*Novelinha é engajar. E publicidade bem feita.*

*A novelinha te ajuda a vender bem. Conte uma historia para promover o seu produto.*

*Pense em como construir aquilo que você precisa.*