

Mentoria SMM



**CAROLINA
LUCCHETTI**

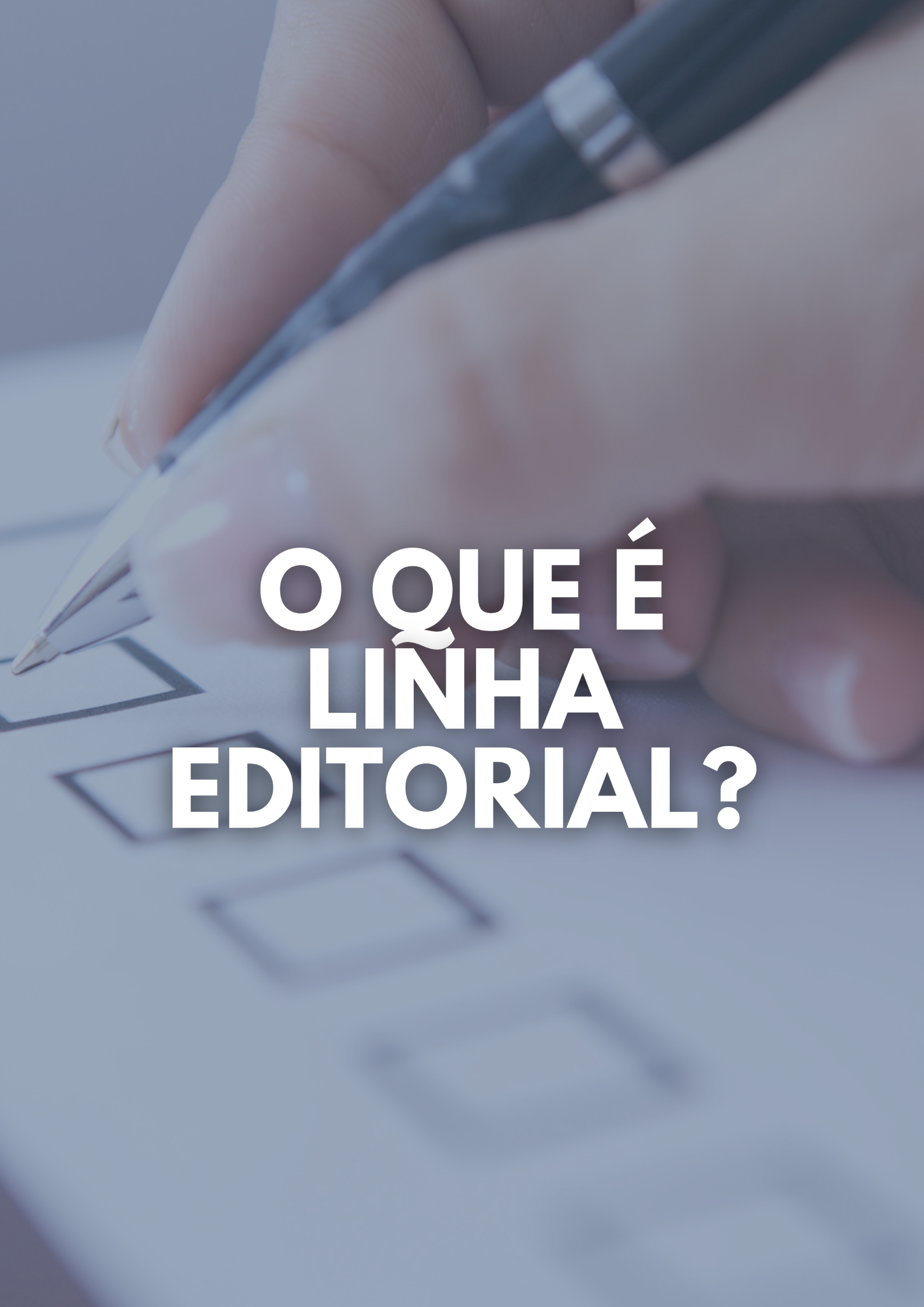


Aula 04

LINHA EDITORIAL PASSO A PASSO

O que será discutido NA AULA?

Nessa aula vou apresentar
o passo a passo para
construção da linha
editorial, que é o primeiro
serviço que entregamos
para o cliente.

A close-up photograph of a hand holding a black pen, poised to write on a document. The document features several empty square checkboxes. The image is overlaid with a semi-transparent blue filter. The text 'O QUE É LINHA EDITORIAL?' is centered in white, bold, sans-serif capital letters.

O QUE É LINHA EDITORIAL?

Definição

São os assuntos que o cliente vai abordar no perfil dele.

Além do tema principal, quais outros assuntos serão explorados para que aquele ambiente se torne interessante para quem acompanha?

Focar o seu discurso o tempo todo com viés de vender, vai deixar o seu perfil chato. Então, o ideal é que você elenque 3 assuntos para fazer parte da sua linha editorial.

“

Lembre-se:

A linha editorial
vai te
proporcionar a
construção de
autoridade dentro
do seu assunto
principal..

”

A window display featuring three white mannequins. The mannequin on the left wears a light pink quilted coat with a teal scarf and a light grey belt. The central mannequin wears a white quilted coat with a bright orange scarf and a dark belt. The mannequin on the right wears a lime green quilted coat with a yellow scarf and a matching green belt. The background is a dark, reflective surface.

PERFIL VITRINE

Conceitos

Quem tem loja física é ideal que tenha um perfil vitrine. Como o próprio nome diz, ali estará a foto de todos os produtos disponíveis na loja.

Um ótimo exemplo de perfil vitrine é da marca ByNV da Nati Voza.

O ponto principal é que não é lá que a venda acontece.

Mas então o que a Nati faz?

Ela desperta o desejo da sua audiência no perfil pessoal dela, mostrando bastidores, como usar as peças, spoilers de coleções, entre outros. Além disso, ela mostra não apenas assuntos relacionados à loja, mas a vida como um todo, fazendo com que as pessoas se interessem por ela.



TEMAS DA LINHA EDITORIAL

Divisão dos Temas

Qual é o produto ou serviço que você vende? Esse é o **TEMA 1**. Deve representar 70% do conteúdo do perfil.

O que a sua persona quer aprender? Esse é o **TEMA 2**.

É um tema educativo. Momento de se relacionar com o público. De complementar o seu tema principal. Deve representar em média 20% do conteúdo do perfil.

A humanização do perfil é o **TEMA 3**.

Aqui é o momento de compartilhar os bastidores, quem é você por traz da sua marca. Seus gostos pessoais, curiosidades da nossa vida, seus rituais.

O tema 3 representa 10% do conteúdo do perfil. Os stories são um formato muito bom para explorar nesse aspecto.

A blue-tinted photograph of a computer keyboard with a magnifying glass resting on it. The text 'ONDE PESQUISAR' is overlaid in white, bold, sans-serif font. The magnifying glass is positioned over the center of the keyboard, and the text is centered within its lens.

**ONDE
PESQUISAR**

Fontes de pesquisas

Há uma infinidade de formas para realizar uma boa pesquisa, dentre elas:

- Google;
- Instagram de perfis semelhantes;
- Criar listas das principais dúvidas da audiência;
- Perfis que são referências na área para SE INSPIRAR;

The background of the image is a close-up, top-down view of numerous wooden puzzle pieces. The pieces are light-colored wood, possibly birch or maple, with a visible grain. They are scattered across a dark blue, textured surface. The lighting is soft, creating gentle shadows and highlights on the edges of the puzzle pieces. The overall composition is abstract and suggests a theme of problem-solving or assembly.

**VAMOS PARA
PRÁTICA**

Linha editorial para manicure:

Vamos supor que nós temos uma cliente manicure e a cliente dela é uma mulher vaidosa. Aqui eu preciso reforçar a importância de você saber quem é a cliente da sua cliente, pois isso faz toda a diferença no momento de montar a linha editorial.

Tema principal: Unhas

Exemplo de posts: Cuidado com as unhas, tendências de esmaltação e unhas que ela faz.

Tema educativo: Como a cliente dela é uma mulher vaidosa ela pode falar de beleza. Por exemplo: Dicas de skincare, cuidados com o cabelo, produtos que ela usa.

Esses temas vão gerar relacionamento e proximidade com as clientes.

Bastidores: Aqui é o momento de compartilhar momentos da vida pessoal. Por exemplo: Se arrumando para trabalhar, comprando esmaltes, colegas de trabalho.

Importante: Um passo que deve ser levado em consideração no momento de montar a linha editorial do cliente é o Briefing. Pois aqui vai conter informações estratégicas para que vai auxiliar na construção da autoridade.

Todas as perguntas que temos no briefing servem também de insumo para criarmos mais conteúdos.

A woman with short dark hair, wearing a grey sleeveless top and a dark skirt, is climbing a tall wooden ladder. She is seen from behind, with her arms raised to hold the sides of the ladder. The ladder is made of light-colored wood and extends from the bottom to the top of the frame. The background is a solid teal color. On the far left, a small portion of a white object is visible. On the far right, a person's arm in a blue and white striped shirt is visible, holding onto the right side of the ladder.

DESAFIO

Vamos ao desafio da aula de hoje:

- **Montar a linha editorial do seu perfil;**
- **Praticar 3 linhas editoriais diferentes;**
- **Praticar 2 linhas editoriais para nutricionistas: 1 vende cursos para outras nutris e outra atende pacientes;**
- **Fazer um post ou storie explicando porque postar só fotos de produtos diminui as vendas (Perfil vitrine);**

Independente do dia que você ver essa aula, faça o desafio para colocar em prática esse aprendizado. Assim quando chegar mais clientes você já ficará bem mais tranquila para criar uma boa linha editorial.

CAROLINA LUCCHETTI

