

100 PASSOS  5.0

# AULA 4

---

## Resumo

*Valeska Bruzzi*  
@valeskabruzzi

## ◆ LINK NA BIO (00:10)

Qual é o link que está na bio do seu perfil hoje? Se você não tem nada para oferecer, coloca o link do seu canal no YouTube, WhatsApp ou Telegram. Tem que ter algum link. Por quê? Porque se a pessoa ao chegar no teu perfil quiser saber mais sobre você, quiser aprofundar o relacionamento com você, é por ali que ela vai te buscar. Não recomendo colocar o link do TikTok, pois é o maior concorrente do Instagram. Sobre reduzir ou não o alcance se você colocar o link não existe de forma concreta essa informação.

## ◆ QUANTIDADE DE VIEWS (01:17)

O alcance, a quantidade de pessoas e contas que têm acesso ao seu perfil, é mediado pelo algoritmo. Não é você que determina quantas pessoas vão ter acesso. Quanto menor a sua conta, maior o seu alcance. Então, se você tem uma conta de até 10.000 seguidores, o que se espera é um alcance de 10% nos seus views. Para contas acima de 100 mil seguidores, se espera 5% de views. Muitas pessoas começaram a fazer conteúdo. Com isso, é natural que seu alcance diminua. Busque sempre ter a maior quantidade de views, mas não fique com esses parâmetros na cabeça. A maneira de consumir conteúdo mudou. Está ruim para todo mundo. Até quem tem uma audiência muito grande tem tido redução nos views e quando tem atualização cai mais ainda. Faça conteúdo com a mesma qualidade, com a mesma empolgação, com o mesmo ânimo, independente de quantas pessoas estejam assistindo. Se compare com você mesmo. Faça o seu trabalho e não olhe para o lado. Organize a sua linha editorial e o seu roteiro. Seu lucro e faturamento não estão associados a quantidade de views, mas sim pelo nível de engajamento.

## ◆ FUNIL DE VENDAS (08:17)

Na montagem de um funil no seu perfil, você deve atrair visitantes, convertê-los em seguidores, desenvolver um relacionamento, apresentar oportunidades e torná-los seus clientes.

## ◆ TOPO DE FUNIL (08:35)

Planeje o seu conteúdo de topo de funil de modo que seja algo muito compartilhável. Escolha o dia mais adequado para postar. Você não aprofunda seu conteúdo, é algo bem superficial, apenas para atrair gente nova. Crie narrativas envolventes de modo que as pessoas que cheguem no seu perfil comecem a descer no seu funil.

## ◆ MEIO DE FUNIL (12:01)

Meio de funil é o conteúdo que você vai mostrar sua autoridade, vencer objeções e despertar desejo. Depoimentos, ideias de quadros, ideias de conteúdo, mostrar seus resultados são conteúdos de meio de funil. Atualize-se e busque referências sobre o seu nicho. Você precisa ter repertório.

## ◆ FUNDO DE FUNIL (18:18)

O fundo de funil é quando você faz a venda. Exemplos: Inscrições abertas, marque aqui o seu horário, clique no link da bio, clique no link dos stories, marque sua consulta.

## ◆ CASA ARRUMADA (18:46)

A pessoa que entrar no seu perfil precisa encontrar a casa arrumada, isto é, um perfil organizado e bonito. Bio, foto, feed, stories, destaques, tudo isso deve estar harmônico. Cause uma ótima primeira impressão.

## ◆ FEED (22:09)

Quem acaba de chegar no seu perfil hoje, sabe quem é você, o que você oferece, que solução você promove, tem ideia de que produto você fornece, de que serviço você presta, em que localização você atende? Suas últimas nove postagens tem que mostrar quem você é e a que veio. Use seus últimos posts no feed de maneira inteligente, fazendo com que as pessoas conheçam você. Fixe as três postagens mais relevantes, demonstrando valores e porque a pessoa que acabou de chegar deve ficar.

## ◆ FEED HARMÔNICO (23:43)

Foi moda há um tempo atrás. Mas, mais importante do que um feed harmônico, é um feed que mostre a maneira como você quer ser vista.

## ◆ DISTRIBUIÇÃO DE CONTEÚDO (24:00)

Busque segurar a audiência não apenas com o seu tema principal, mas também com outros assuntos paralelos para manter um público fiel. De que maneira você pode ser menos específica e pontual para estreitar os relacionamentos?

## ◆ CONTEÚDO PESSOAL (28:28)

Reserve pelo menos 10% do seu conteúdo para conteúdos mais pessoais. Traga temas que digam respeito a quem é você. Por que você é diferente de todas as outras? Quem é você? O que você tem de diferente? Busque se aproximar de maneira diferente para gerar conexão.

## ◆ CONTEÚDO DE VIRALIZAÇÃO/CRESCIMENTO (29:22)

As pessoas não estão no Instagram para comprar, mas sim para se entreter. Além de vender, busque entreter. Para isso, o melhor é fazer conteúdo de viralização. O que você pode fazer que te traga viralização? Existem duas coisas que viralizam: fazer as pessoas concordarem ou discordarem muito de você, através de um determinado posicionamento ou uma opinião polêmica.



## ◆ CONTEÚDO EDUCACIONAL/EXPLICATIVO (32:30)

Esse conteúdo te dá a oportunidade de se colocar numa posição de autoridade. Se coloque na posição de professor. Sempre que você ensina algo, você se posiciona de uma determinada maneira na mente da sua audiência. Explique, mostre, eduque. O trabalho de demonstrar que você é incrível é seu. Ninguém fará isso por você.

## ◆ CONTEÚDO DE VALOR (34:35)

Conteúdo tem que ter valor. Seja qual for o seu nicho, você precisa produzir conteúdo. É o conteúdo que faz com que a pessoa te siga, passe a interagir com você e vire seu cliente. Cada tipo de conteúdo exerce uma função e é importante que você trabalhe todo o seu funil.

## ◆ CONTEÚDO GRATUITO X PAGO (37:24)

No conteúdo gratuito você ensina “O quê?” e no conteúdo pago ensine o “Como”. Não tenha medo, dê muita informação no gratuito e no pago ensine a aplicação do conteúdo, aprofundando.



## Resumo Aula 4

### **MATERIAIS DE APOIO:**

Caderno de Exercícios - Parte 04

### **AULAS COMPLEMENTARES**

**Conteúdo Avançado**  
**#Aula34:** Funil de Vendas.

*Valeska Bruzzi*

@valeskabruzzi