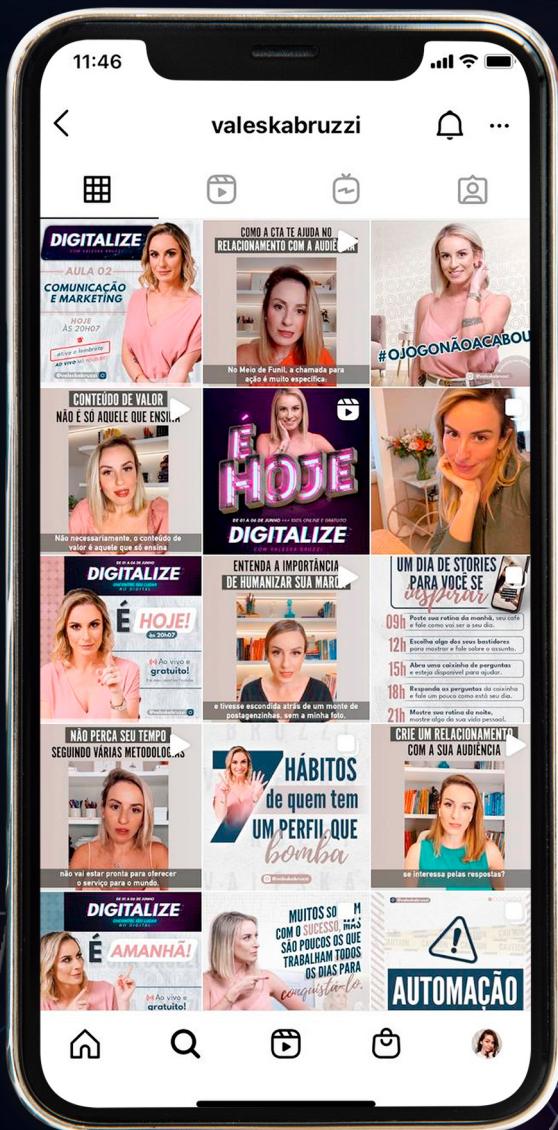


2021

DIGITALIZE

COM VALESKA BRUZZI

RESUMO



AULA 3

GESTÃO E VENDAS

@valeskabruzzi

No **Digitalize** eu vou te mostrar as **7 habilidades essenciais para construir um perfil de sucesso no Instagram**, com seguidores engajados e verdadeiramente interessados no que você tem a oferecer.

AULA 03
03/06 QUINTA

GESTÃO E VENDAS
AO VIVO | 20H07

HABILIDADES DESENVOLVIDAS NA AULA DE HOJE:

- Profissionalizar e organizar suas redes sociais como parte da sua estratégia comercial.



5- VENDAS EM REDE SOCIAL

I- Montagem de Funil de Vendas

A montagem do seu conteúdo requer que seja seguido um processo para que você alcance os objetivos pretendidos.

O conceito de selecionar, segmentar o seu público e trazer cada vez mais proximidade para vender para as pessoas que estão mais receptivas à sua mensagem surgiu há muito tempo.

Quando você posta o que vem na cabeça, você não consegue aprofundar o relacionamento com ninguém porque você não trabalha o funil com o seu cliente. Assim, ao planejar as suas postagens, é preciso pensar em alguns níveis de conteúdo.

Topo de funil: é o conteúdo feito para chamar pessoas novas para o seu perfil. No topo de funil, você não vai aprofundar muito o conteúdo, pois a intenção é trazer mais pessoas para sua página, aumentar o seu alcance para o algoritmo e para os seguidores do seu Instagram.

Como fazer? Criando conteúdos compartilháveis, usando hashtags, usando sempre CTA (Call to Action / chamada para ação). Exemplos de postagens: Fofoca, memes, indiretas, signos, perfil comportamental.

Lembre-se: O conteúdo de topo de funil precisa estar dentro do seu nicho para atrair o seu cliente ideal. Tenha noção de quem você quer atrair para que seu topo de funil não seja apenas para chamar gente, mas sim chamar pessoas que possam se interessar pelo seu conteúdo e pelo que você vende.

Meio de funil: é onde você desenvolve a sua autoridade, credibilidade e relacionamento. No meio de funil você lida com quem já te segue, mostrando para a sua audiência que ela precisa do seu produto ou serviço. O meio de funil serve para você aprofundar o conteúdo e começar a se vender. Nesse momento você vai gerar muito conteúdo de valor e ativar o gatilho da reciprocidade.

Fundo de funil: É o conteúdo só de vendas, a intenção é apenas ofertar o seu produto ou serviço. Quem só faz fundo de funil não gera valor e não cria relacionamento.



II- LTV (Lifetime Value)

$$\text{LTV} = \frac{\text{ticket médio}}{\text{ticket médio}} \times \frac{\text{média de transações}}{\text{média de transações}} \times \frac{\text{tempo de retenção}}{\text{tempo de retenção}}$$

LTV = Ticket médio x média de transações x tempo de retenção.

Acreditar que se vende apenas uma vez para um cliente é um erro. É importante você construir e nutrir o relacionamento com seus clientes e continuar gerando valor, para que faça novas vendas.

Pensar em LTV é entender que, muitas vezes, o cliente consome uma coisa mais baratinha hoje, mas em outro momento pode estar disposto a comprar algo mais robusto de você.

Pense sempre em ter uma vida longa com o seu cliente.

III- Vender é ajudar

Toda vez que você deixa de oferecer o seu serviço, você deixa de ajudar alguém. Não é errado vender, errado é negar ajuda, não deixar as pessoas saberem que o que você tem para oferecer pode mudar a vida delas. Enquanto você está com vergonha de fazer um perfil decente e deixar as pessoas saberem o que você oferece, vários concorrentes mequetrefes estão vendendo no seu lugar.

6- GESTÃO DE CONTEÚDO

I- Linha Editorial

Quando você vai pensar na sua linha editorial, é melhor tomar a decisão de falar apenas sobre um assunto. Falar de muitos assuntos te leva a dispersão. Concentre a sua energia e foque em uma coisa só.

Significa que você só poderá falar de uma única coisa sempre? Não, mas apenas enquanto você vai amadurecendo a sua relação com a sua audiência. Quanto mais intimidade você tem com o seu público, mais assuntos você vai poder falar.

II- Organização de fluxo

Rede social é lugar de socializar. Se você quer encantar seus clientes, trazer as pessoas para consumir o seu produto, para comprar o seu serviço, se aproxime da sua audiência e mostre quem você é. Vá além de um profissional inatingível. A gente só consegue ser criativa, produzir muitas coisas quando a gente se abastece também de muitas coisas. É preciso ter repertório e para isso você precisa ler, estudar, ampliar seu vocabulário, ver filmes, peças de teatro, etc. Tenha boas referências.

III- Calendário Editorial

Organize o que você vai postar a cada dia e programe no estúdio de criação do Facebook. Não poste conteúdo sem organização, pois isso fica sem ordem, sem fluxo, sua audiência não entende nada, fica sem sentido, sem contexto, sem storytelling, sem estratégia.

Tenha um Instagram não apenas para atrair gente nova e ter mais de seguidores e clientes, mas também para ser um espaço informativo.

IV- Trello/planilhas/calendário

Imprima um calendário para visualizar e pensar em um fluxo de conteúdo. Faça uma planilha de seus conteúdos, organize o que você já falou, o que ainda vai falar. Jogue no Google o assunto a ser falado e anote todas as sugestões que ele der para criar seus conteúdos.

O trello é gratuito e existem vários tutoriais ensinando a usá-lo. Com ele você consegue organizar suas ideias e postagens.

LIVROS CITADOS NA AULA

GODINHO, Thais. **Vida Organizada:** Como definir prioridades e transformar seus sonhos em objetivos. SP: Gente, 2014

KELLER, Gary; PAPASAN, Gay. **A única coisa:** o foco pode trazer resultados extraordinários para sua vida. SP: Figurati, 2014.



DIGITALIZE

COM VALESKA BRUZZI

DÚVIDAS?

Pergunte na nossa
comunidade no
Facebook
clicando aqui.

@valeskabruzzi

