

Aula 29/11 - O que uma social media pode fazer

Então a aula de hoje é **o que uma social media pode fazer**. Então não são só pacotes de textos e artes, né? Tem muita coisa que uma social media pode fazer. Então eu vou responder essa dúvida de vocês.

Então vamos lá!

Primeiro, **o que é social media?** Vamos começar pelo começo.

Traduzindo para o português, o que é social media? Nada mais é do que redes sociais. Ou seja, profissão **social media é a pessoa que cuida exatamente das redes sociais de uma pessoa, de uma marca, tá? Ela é responsável pela parte estratégica**, então é uma palavra que deu uma banalizada, o pessoal usa para dificultar um pouco o entendimento de quem segue, fala.. *que nossa estratégia é muito difícil*. Mas não é!

Estratégia é o que? É o que postar. Mas principalmente porque postar. Então, você tem que ter um objetivo na hora de fazer um post. Então nada mais é do que isso, tá? A parte estratégica é exatamente isso, você pensar, antes de postar, tá?

Então, continuando...

A social media não é obrigada a postar pelo cliente, nem fazer arte, nem postar stories, nem fazer legenda, nada disso é obrigação da social media.

Como assim? Não é isso que a gente vende?

A gente vende para facilitar ganhar clientes, né? Então a gente vende porque tem uma demanda muito alta para isso, vai facilitar a vida do cliente, é uma coisa que economiza o tempo dele e também agrega no nosso preço, né? Então a gente fazendo somente a parte estratégica, não tem um valor percebido tão alto. O cliente vai ter que fazer todo o resto, vai ter que fazer as artes, vai ter que fazer os textos, programar os posts, enfim.

Então a gente não consegue cobrar tanto por isso. Apesar de ser a parte mais importante, né? **A parte estratégica**. Mas a gente coloca esses outros plus, vamos dizer assim né? No nosso pacote, justamente para agregar valor para os clientes e também cobrar mais caro.

Mas **a única função obrigatória da social media é pensar justamente nessa parte estratégica**, tá? Ou seja, qual é o objetivo desse perfil, como que a gente vai atingir esse objetivo, tá? Então é justamente a **estratégia, que é a palavra chave dessa aula**. Que é a função de uma social media.

Então opção 1. Eu dei algumas opções aqui de serviços que vocês podem oferecer, tá?

Então a primeira opção é o gerenciamento, ou seja, **cuidar do instagram** de outra pessoa, né? De uma pessoa ou de uma marca, **como se fosse o seu mesmo. Você vai cuidar do instagram do cliente como se fosse o seu próprio.** Então você vai postar, vai fazer stories, vai responder comentário, responder direct, fazer tudo, fazer caixinha, enquete. Então dá um super trabalho, tá? É fazer as legendas, fazer as artes, tudo, tudo, tudo. E depois disso você vai entregar um **relatório de métricas**, que é justamente para você responder para o seu cliente como que está sendo esse trabalho, qual que é o resultado desse trabalho. Porque pensa assim, o cliente quer ver resultado né? Você tá fazendo tudo lá, lindo, maravilhoso, mas não tá tendo engajamento, apesar de ser um trabalho de longo prazo, o cliente quer ver uma pequena melhora, já no começo, então você tem que mostrar esse relatório para ele.

Então o preço. O preço eu pesquisei, a partir de **R\$ 1.700,00**. Eu não trabalho com isso, porque? Porque demanda muito tempo, você não consegue gerenciar muitas contas, porque você precisa fazer tudo, então eu gosto muito de focar e ser especialista em uma coisa. Mas assim, se vocês quiserem prestar esse serviço de gerenciamento também ok, tá? Não vão pensar que estão errados, é só porque eu não faço.

Mas tem um seguidor meu, muito querido que faz, inclusive vou usar o exemplo dele aqui, pedi autorização, é o Diego Montoza, depois até deixo o @ dele, quem quiser conversar com ele sobre esse serviço que ele presta.

Que que ele oferece no pacote dele?

O Diego oferece a estratégia da publicação, análise semanal, com reunião de 1h para alinhamento e apresentação de resultados, 7 legendas, 7 artes e a linha editorial, né? Que é o princípio de tudo, a linha editorial é ali no começo do pacote do contrato.

E o preço? A partir de R\$ 1.700,00 começa o pacote e aí se tiverem mais artes, mais legendas, mais reuniões ele vai aumentando, ele falou que chega até R\$ 3.500,00. Então assim, *é um valor legal?* É! Mas quantos clientes você consegue atender, **tem que fazer essa proporção**, tá? Quantas horas tenho para atender, porque óh, ele faz uma reunião de 1h semanal, então toda semana tem 1h já de reunião, fora todo o resto do trabalho, então assim, é um trabalho bem puxado, mas que a remuneração é alta. Porém, é difícil de achar cliente que paga tudo isso, demanda muito tempo, você não consegue atender muitos, então tem alguns contras aí nessa opção de gerenciamento, tá? Mas depois eu deixo o @ do Diego pra quem quiser conversar com ele.

Ele também vende essa, como que fala? Essa análise de métricas, então essa planilha dele ele vende pra quem quiser. Então, tem também a opção da gente conversar com ele pra disponibilizar pra vocês, alunas, tá?

Então, opção 2. **Artes e legendas.**

Então você não vai postar pelo cliente, não é um gerenciamento do perfil, você não vai ter a senha desse cliente, tá? Mas você vai fazer o que? Você vai definir a linha editorial, como eu falei no começo da aula, social media precisa cuidar da estratégia, que nada mais é do

que a linha editorial. Ou seja, que que você vai postar? Além do que você vende, porque que você vai postar aquilo, quem é o seu cliente?

Então depois a gente vai ver também como definir essa linha editorial, tem uma aula só disso, tá? Mas só dando uma introdução do tema aqui, você tem que definir isso primeiro, tá?

E aí depois você vai definir o calendário ou a lista de posts, depende do formato que você quiser, atualmente eu entrego lista de posts, por ser mais prático, funciona muito bem para mim, para os meus clientes.

O calendário eu já vendi separadamente, é muito difícil eu vender ainda, mas se algum cliente pede eu vendo, separado. Aí quando é só calendário eu faço uma coisa mais bonitinha, justamente para agregar valor, né? Ter uma apresentação mais bacana. E eu tenho um template no canva, eu entrego ele e eu vou disponibilizar o link para vocês, tá? Para vocês usarem como template editado.

Então depois disso, as artes fechadas, você pode entregar tanto as artes fechadas, que é **formato PNG**, por causa da qualidade, a Bárbara vai explicar melhor quando ela der a aula dela sobre identidade visual para clientes social media, tá? Ou templates editáveis, que aí o cliente compra esse pack de templates, personalizados para ele e usa sempre. Então dá para oferecer essas duas opções. A Bárbara oferece essas duas e dá muito certo pra gente, tá? Tem cliente que prefere template editável, tem cliente que prefere arte fechada. Eu sugiro que vocês ofereçam as duas, porque a maioria daqui acredito que vai fazer no canva mesmo. Se fizer no photoshop aí dá uma complicada, mas assim, se fizer no canva, meio que não custa nada você fornecer o template.

Então você pode cobrar um valor mais alto, porque é o template a pessoa vai ficar com ela pra sempre, então talvez ela te contrate uma vez só, mas aí você ganha o valor mais alto nessa venda, tá?

E o preço é a partir de **R\$ 397,00** para **16 posts** do meu pacote. Tem 16 posts, então coloquei ali como exemplo de preço, tá?

Então um exemplo de social media, me usei e usei a Bárbara, né? De exemplo que a gente oferece essa opção de arte mais legenda. E aí o pacote. Que que é o pacote?

É linha editorial, a lista de posts, são 16 legendas e 16 artes. E tem opção do cliente comprar os templates invés das artes, tá? Então o valor atual é R\$ 524,00 com as artes fechadas e R\$ 647,00 com os templates, mas como sugeri ali em cima, pra quem tá começando, eu até coloquei um valor médio de R\$ 197,00 que era o que eu cobrava, que foi o preço do pacote Instagram agora na Black Friday, foi o primeiro preço que eu vendi o meu primeiro pacote e aí era R\$ 197,00. Então eu fiz R\$ 197,00 X 2, aí deu valor quebradinho eu arredondei para R\$ 197,00 que fica um valor mais bonito, tá? Mais uma estratégia de marketing, tradicional, né?

Então, pra quem tá começando **R\$ 400,00** é um valor. Não é baixo, R\$ 400,00 é dinheiro, mas assim, é um valor acessível pra concorrência e é um valor que é legal para começar,

tá? Não é tão abaixo, mas também não é alto. Não é valor de quem já tem experiência de muitos clientes, tá?

Então é um valor legal para vocês cobrarem e começarem a ganhar dinheiro e serem valorizadas pelo seu trabalho, tá? Então, sugestão para iniciantes, dá para oferecer também com 12 posts. O meu pacote é totalmente personalizável, então assim, tem cliente que pega 60 posts, tem cliente que pega 10. Então eu faço o proporcional, como eu sempre falo, a linha editorial é um brinde do primeiro mês, porque não dá para começar sem ela. Então o preço é sempre o mesmo, então é R\$ 297,00 todos os meses.

Se o cliente vai comprar 10 posts, eu faço R\$ 297,00 / por 16 que é a quantidade de posts do pacote padrão, tá? E faço X 10, esse valor e aí dá o valor de 10 posts, tá? Então é uma opção para iniciante legal é R\$ 297,00, ou seja, R\$ 197,00 cada parte, R\$ 197,00? Tô ruim de conta gente, mas vocês entenderam né? 12 posts completos, seria a arte e as legendas, tá bom?

A opção 3. **Especialista em copy**. Também vou me usar de exemplo aqui, porque eu gosto muito desse modelo e tem dado muito certo.

Então que que eu indico para quem não quer fazer artes. É de fazer parceria com uma designer. E por que eu não coloco especialista em arte, então, e fazer parceria com uma copy? Porque a designer, ela é justamente designer, ela não é social media, ela não cuida dessa parte estratégica, ela não define linha editorial, ela não vai cuidar do objetivo do perfil. Ela vai apenas definir as artes, a identidade visual.

Então isso não é social media. **Se ela é uma pessoa que só oferece artes, ela é designer**, ela não é social media. Agora se ela oferece a estratégia e os textos aí sim ela é social media e ela incluiu os textos para poder vender mais. Lembra que eu falei que a gente inclui esses bônus para ter mais clientes? Então, eu tô definindo a estratégia, mas também forneço os textos, justamente para ter mais clientes, né? E cobrar um valor mais alto pelo meu serviço. Então eu **sugiro fazer uma parceria com uma designer**, tá? E aí a gente indica os serviços dela.

Então a minha parceria com a Bárbara, ela não é minha funcionária, não é minha contratada, a gente tem apenas essa parceria, ou seja, uma cliente de arte vai lá contratá-la e ela fala... *ah eu precisava de alguém para fazer minha legenda*. Ela indica a Carol, tá?

E aí se uma cliente minha vem aqui pede o pacote instagram que não tem artes e ela fala... *ah você indica uma designer?* Eu indico a Bárbara, tá? Então é uma opção para quem quer ser especialista mas também você não perde a venda por não oferecer o pacote completo. Isso acontecia antes da Bárbara, então a gente se conhece desde o começo, então eu fiquei uns 2 meses sem oferecer a arte, mas era uma demanda que eu percebia que estava perdendo venda. Então fiz essa parceria e deu muito certo, tá?

Então o que que vem nesse pacote de especialista de copy, tá? Vamos esquecer a parte de design. A especialista em copy oferece o que?

A linha editorial, que é a parte estratégica, por isso que a gente é considerada social media, tá? Lista de posts e os textos. Os textos, o que é que são esses textos? Pode ser legenda, pode ser roteiro de vídeo, de reels e também prospecção por direct, tá? Então você pode oferecer outros tipos de textos, a gente vai ver ali embaixo uma outra opção que eu vou dar para vocês.

E o preço a partir de **R\$ 197,00**, que foi o que eu cobrei desde o começo para 16 posts, se for menos posts é só fazer o proporcional, tá? Então é só dividir R\$ 197,00 por 16 e aquele valor você multiplica pela quantidade de posts que você quiser oferecer.

E aí um exemplo, vou me usar de exemplo de novo aqui também, tá? Então no meu pacote vai a linha editorial, a bio, a lista de posts e 16 legendas ou roteiros. A quantidade é personalizada para cada cliente. O preço atual é R\$ 297,00. Vai ter ajuste ano que vem, vai para R\$ 347,00. Então vocês já podem usar isso como exemplo e o preço inicial foi R\$ 197,00.

Então como eu sempre falo, a gente começa de baixo, né? Começa cobrando um valor mais baixo, mas sempre cobrando, tá? Para o seu trabalho ser valorizado, porque a pessoa não vai ver valor naquilo que ela não tá pagando, porque ela vai te contratar, você vai ter um super trabalho, vai se dedicar, só que como ela não pagou ela vai falar .. *ah quando ela parar de fazer também, tudo bem*. Então é complicado você tem que cobrar um valor desde o começo. São raros os casos que a pessoa valoriza um trabalho gratuito. Principalmente de social media, né? Que é um super trabalho.

Então a sugestão que eu falei que ia dar para vocês são serviços avulsos, justamente para você ganhar mais dinheiro, né? E também atender mais gente. Porque? Porque são serviços pontuais, ou seja, eles são mais baratos porque são serviços muito específicos.

Arrumar uma bio, fazer uma prospecção de direct como eu falei ali em cima para quem é especialista em texto, você atende quem não pode pagar o pacote completo e também complementa a sua renda, você faz mais vendas, porque as vezes a pessoa não quer o pacote completo, as vezes ela só quer arrumar a bio.

Na semana passada a cliente me contratou para arrumar a bio dela, acabou. Arrumei a bio, ela ficou feliz, serviço feito, acabou. Então é um serviço bem legal para complementar, tá? Eu recomendo para todo mundo, principalmente para quem tá começando, tá? Não é pra quem é avançada. Pra quem é avançada também pode oferecer, eu continuo oferecendo sempre, mas porque que é legal para quem tá começando?

Porque as vezes você se sente insegura cobrando R\$ 400,00 em um pacote completo, só que aí você vai cobrar R\$ 50,00, você já se sente mais segura, né? Apesar de vocês terem a capacidade de cobrar esse valor mais alto, as vezes a gente se sabota, né? Então você fica um pouco insegura de cobrar R\$ 400,00, mas se você cobrar R\$ 50,00, a pessoa vai ficar feliz, você vai ficar feliz, você fez uma venda. Então assim, começa cobrando serviços avulsos que é bem legal.

Por exemplo, um post, eu vou passar ali, tem uma tabelinha, legendas avulsas R\$ 20,00, você vai cobrar R\$ 20,00 da pessoa. Então você não vai sentir assim ... *ai eu não mereço*, né? Não vai sentir que não merece R\$ 20,00 hein, pelo amor de Deus.

Então você vai oferecer esse texto, a pessoa vai ficar super feliz. As vezes é um texto de apresentação, eu vendo muito texto de apresentação, porque as pessoas não sabem falar de si. Então elas me contratam e falam ... *ai Carol eu vou começar a postar no meu instagram e ai eu quero me apresentar mas eu não sei falar de mim*. Ai eu falo... *me manda um resuminho da sua história, pode ser audio mesmo, me conta o que aconteceu na sua vida, que eu monto para você*. E ai R\$ 20,00, pronto!

Você ganhou seu dinheirinho, a pessoa ficou feliz e aí você começa a se sentir confiante, porque você vai fazendo mais vendas e a cada venda você fala ... *nossa estão realmente me contratando*. Por mais que seja R\$ 20,00, tá? É uma venda. Você ofereceu um serviço, ajudou aquela pessoa. Então não se rebaixe assim por causa do valor. É um serviço super honesto e é muito legal para começar, para você não ter essa insegurança.

Então eu coloquei aqui umas sugestões de preços, tá?

- A bio R\$ 50,00;
- Texto de pesca em balde vende muito, tá? Ofereçam, R\$ 50,00;
- Texto para direct ou whatsapp, as vezes a pessoa faz todo o funil de vendas bonitinho, mas chega no whatsapp ela não sabe conversar. Eu já vendi texto para o whatsapp também por R\$ 50,00;
- Artes avulsas uma média de R\$ 30,00, eu já paguei, tá? E acho que vale;
- Linha editorial ou calendário de posts. Hoje eu cobro R\$ 147,00, mas eu já cobrei R\$ 97,00 no começo, tá? Então fica a critério de vocês, mas essa é uma média que eu usava e eu vou disponibilizar o template, como eu falei, tá? Para vocês venderem calendário de posts e linha editorial. O resto pode ser em documento do google docs mesmo, tá? Se vocês quiserem salvar em Word ou PDF, fica a vontade, mas é um texto bem simples, que até pelo próprio whatsapp, ela não quer nem um arquivo, tá? Ela já copia, cola, posta, coisa bem prática;

E um ponto importante! **O briefing!**

Que é o primeiro passo né? Que eu falei que a gente vai ter uma aula específica, mas eu já queria introduzir aqui porque é o primeiro passo. Dependendo do serviço que você for prestar, **você precisa ter uma linha editorial** tá? Então defina o serviço que você vai prestar, a gente vai ver ali nos desafios o que eu vou dar de lição de casa para vocês essa semana, mas esse é um exemplo do meu briefing.

Então, o que você precisa para prestar aquele serviço? Você vai prestar serviço de arte, por exemplo? Você precisa saber as cores. Você já tem cores? Coloca ali uma perguntinha... *Ah qual cor você não gosta?* Então se você vai definir as cores, às vezes a pessoa não gosta de rosa. Se você não perguntar, não vai saber, né? Então pergunta ... Qual cor eu não posso usar na sua identidade? Ou então ... Qual letra? Você gosta de letra assim ou assado? Da uns exemplos.

Fala ... *oh, me manda exemplo de 5 perfis que você gosta*. Então pensa em qual serviço você vai fazer, que vai prestar né? Para pensar no seu briefing. Não sei se vocês viram uma sequência de stories que eu fiz semana passada, foi justamente sobre isso, muita gente me pedindo briefing, da linha editorial e eu não compartilhei com elas, não é porque é gratuito, mas é porque é uma coisa muito específica. Então ia mais atrapalhar do que ajudar.

As pessoas iam lá tirar print e não ia ter essa explicação né? Porque isso daqui é uma aula, né? Já tem 20 minutos que eu tô aqui falando, então não dá para só passar o print nos stories, vai mais atrapalhar do que ajudar. As pessoas vão tirar o print e vão usar exatamente isso, mas não vai ajudar, porque não é esse serviço que ela presta, tá?

Então mesmo para vocês que estão aqui na comunidade, talvez não vai ser o mesmo briefing. Talvez vai ser um briefing diferente. Então depende do serviço que você vai prestar.

Se você vai prestar só copy, esse daqui funciona que é o que eu faço, tá? Mas se você for prestar serviço de arte aí já é diferente, tá? A gente pode até conversar com a Bárbara na aula, ela vai passar o briefing né? Que ela usa para as clientes de identidade visual que contratam ela do pacote instagram, tá? E ela vai dar o briefing certinho, mas já pensa nas perguntas ... *ah então eu vou prestar serviço* ... aqui óh o desafio ... tá cheio hoje o desafio.

Definir o seu pacote de serviços complementares. Então seu pacote vai ter 16 posts, 16 artes e 16 legendas, excelente! Ai para arte eu preciso saber o que? *Você quer template ou você quer arte fechada? Eu posso usar foto da internet? Você tem fotos próprias? Ah me manda o perfil que você gosta, que você quer um exemplo assim, que eu faça parecido, né? Que eu me inspire.*

Porque aí a pessoa entende melhor se ela manda print. Porque aí você vai perguntar ... *ah letra cursiva*, mas às vezes a pessoa não sabe o que é letra cursiva. Fica um pouco complicada a comunicação. Então pede para ela mandar print ou mandar o link do @, tá? Então vai pensando, ou seja, o primeiro passo é definir o pacote, depois o briefing vai vir automaticamente, porque você vai precisar daquelas informações. Se não você não consegue trabalhar.

Então faz um fictício, tá? Como se um cliente tivesse te contratando e aí faz as perguntas. Essas perguntas você vai colocar no seu briefing, tá? E pode ser uma arte. Eu também vou disponibilizar o meu, mas é uma arte super simples, tá? Vocês podem fazer num documento se você já quiser que a pessoa digita ali, pode fazer um questionário no google forms, do jeito que vocês preferirem. Uma coisa bem prática, tá? Não precisa inventar muita moda não.

E serviços complementares. Você vai oferecer serviço de bio? Você vai oferecer texto avulso, texto de pesca em balde? O que pode complementar a sua renda?

E ai depois de definir isso você vai precificar. Quanto que eu me sinto confiante em cobrar hoje? Eu me sinto confiante para cobrar R\$ 400,00? Ah, acho que não, então vou cobrar R\$ 200,00. Ok, está muito bom para começar. Não tenha vergonha de colocar um preço baixo, porque depois você vai aprendendo.

É muito difícil a gente acertar no primeiro preço, tá? Teve uma época que eu fui lotando minha agenda e eu seguia aquele conceito de lotou a agenda aumenta, só que tava lotando todos os meses, graças a Deus, mas assim tava uma loucura para os clientes, todo mês aumentava R\$ 50,00, não dava. Ia chegar a R\$ 1.000,00 no final do ano.

Então eu aprendi. Eu aprendi que não é pra aumentar todo mês, é pra aumentar, sei lá, uma vez por ano. Uma vez a cada 6 meses. Fazer uma coisa mais estratégica. Mas a gente aprende com os erros. Sem errar também não tem graça.

Então depois você precifica, tá? Aí vão montar o briefing. Então faz aquele cliente fictício, se quiser mandar pra mim fala.. *Carol vou fazer isso daqui para você*. Ai vou te fazendo as perguntas.. *ah gosto de letra assim, letra assado*. A gente vai fazendo juntas, tá? Pode mandar no meu whatsapp, no direct, onde vocês quiserem.

Explicar nos stories o que cada uma inclui. Porque? Pode ser texto, tá? Não vou fazer em vídeo não, porque eu sei que algumas ainda tem um pouquinho de vergonha, pode ser texto, mas porque? Para deixar em destaque né? A pessoa chega lá no seu perfil, ela já vai encontrar um destaque "Serviços" e coloca as informações, quando a pessoa chegar lá ela já sabe, fala ... *ah a Camila presta esses serviços, excelente eu preciso dela pra isso*. E coloca os preços. Por favor, coloque os preços. Porque? Porque se não você vai ter um trabalho de atender muitas pessoas e muitas não vão fechar, porque elas não têm a menor noção de quanto custa.

Quem não é social media não tem a menor noção de quanto custa um serviço de social media. As vezes ela tá achando que é R\$ 20,00 você vai fazer o instagram dela e aí você fala pra ela que é R\$ 200,00 e aí ela não tem esse orçamento. Então assim, **você economiza o tempo de todo mundo**, você faz um filtro já ali com a questão dos preços. Você não atrai tanto curioso.

E que mais? Ah, fazer ajuste necessário na BIO. Porque? Para deixar claro o que você faz. Então eu defini que vou fazer pacote de legenda, escreve lá na sua bio. Eu fiquei com um tempão na minha bio, pacote de legendas e linha editorial. Então coloca ali na sua bio o que você faz, como você pode ajudar a pessoa, coloca um link, pode ser link do whatsapp, tá? Fica bem tranquila.

Vi nos seus destaques que você colocou somente o valor dos seus pacotes. Sim! Porque? Porque eu não ofereço mais abertamente linha editorial e calendário. Eu só ofereço pra quem já me conhece e pede. Fala ... *ai Carol você faz pra mim*. Eu faço! Mas o meu negócio principal é o pacote.

E fica extenso demais colocar os avulsos. Dá pra fazer.. deixa eu subir ali Sa. Dá pra fazer assim óh. Aqui óh, serviços avulsos. Faz no formato de storie, bio, pesca em balde. E aí dá pra fazer talvez um textinho menor embaixo, só pra explicar o que é cada um. Mas também você pode deixar tipo um cardápio e a pessoa né? Escolhe. Mas sabe o que eu gosto? Você coloca ali ... Bio, aqui onde tá esse azul, então vamos supor, aqui óh, escreve Bio, aí aqui embaixo o que você faz? Coloca o preço, né? Aqui embaixo você coloca um print...

Bio, te ajudo a arrumar a sua bio. E coloca um print o que é bio. Ai você pode circular de vermelho e aí cada storie você faz isso.

Pesca em balde, coloca um resuminho e aí você coloca. Vai dar uma sequência ali de storie, mas fica organizado. Eu gosto desse formato, tá?

E o de copy, porque eu não coloquei preço? Porque copy é muito variável, é muito orçamento, então assim, copy varia demais. Pode ser email, que é R\$ 100,00. Pode ser página de lançamento que é R\$ 1.000,00. Pode ser várias coisas. Pode ser um lançamento completo que da R\$ 4.000,00 / R\$ 5.000,00 depende da quantidade de emails. Então copy eu escrevi que é personalizado.

Então, caso vocês vão postar serviço personalizado, também coloca, tá? Uma falha que eu ainda não coloquei lá foi minha consultoria, eu acho que ainda não tá. Tá só o meu pacote. Preciso colocar, inclusive. Já vou participar do desafio com vocês. Preciso explicar a consultoria lá no stories.

Então é isso a aula de hoje, deu pra entender? Vocês estão quietinhas. Tá calor né? Também tô com calor. Tô vendo a Sa aí de regatinha, também tô morrendo de calor.

Deu? Ai que bom Ca.

E qualquer dúvida, quando vai fazer na prática surgem as dúvidas, me mandem, tá? Vocês tem meus contatos. Mandem direct, mandem pelos comentários.

Fico muito em dúvida sobre uma boa BIO.

Vamos lá! A gente vai ter na aula de linha editorial, aula de bio também, porque eu entrego junto a **linha editorial com a bio**, mas o que eu gosto de fazer?

Vou até abrir o meu instagram aqui. Vocês estão vendo?

Eu mudei hoje inclusive, porque a imersão de pesca em balde ainda está à venda, né? Mas eu gosto de colocar o que? O que você faz? Coloco alguma prova social, alguma prova de autoridade. Então desde que eu fui contratada pelo favelado eu coloco aqui que eu sou copywriter dele, porque isso dá muita autoridade.

E que mais? Se você ainda não é copy do favelado, o que você faz? Você coloca alguma coisa assim ... Já atendi mais de X clientes, mais de X anos de experiência... *Ah Carol não tenho nada disso*. Então gente não coloca. Não precisa colocar, tá? Coloca quando tiver. Não é pra inventar as coisas só pra vender, mas assim coloca uma informação do que você faz.. ah eu sou social media, então coloca ali só social media, excelente, não precisa por a mais de 10 anos se não é verdade .. ah mais de 100 clientes, se não é verdade.

Ai você coloca uma frase, eu gosto de colocar lá em cima. Uma dica quando tá no começo, coloca assim ... Carolina ai coloca um tracinho, né? Ou hífen, social media. Porque quando você vai aqui na busca óh e digita social media, quem tem social media no nome aparece. Então esse é um truque bom.

E aí depois do nome você coloca aqui embaixo .. Te ajudo a ter um instagram profissional...
Te ajudo a vender mais pelo instagram... a ter um instagram que vende. Alguma coisa assim, alguma coisa chamativa mas que explique ... ah você me ajuda no que? Eu cheguei aqui mas tá como que eu posso te ajudar? Porque eu vou te seguir? Então você faz um resuminho ali. Te ajudo a fazer alguma coisa.

Aí embaixo você coloca social media e embaixo você coloca o link. Eu gosto de colocar sempre um link com o whatsapp. O linktree é bom. Eles dizem que diminui um pouco o engajamento, mas eu acho que é um pouco de teoria da conspiração, eu nunca percebi isso. Você pode colocar linktree se você tiver mais de um link, tá? Mas só o whatsapp tá excelente também.

Coloca naquele site. Vocês conhecem? Esse daqui óh, chama bit, vou escrever aqui, bit.ly, assim, tá? Ele encurta o link, não fica aquele link extenso com número do whatsapp que eu acho um pouco feio.

Depois eu escrevo ali na descrição da aula para vocês o site. E é só você copiar o seu whatsapp ali e você encurta o link, então fica bit.ali/, fica um código, tipo esse da hotmart, depois da barra, fica um código. Aí fica mais curtinho, tá? Ai eu gosto de colocar uma mãozinha com uma setinha aqui pra baixo e aí .. entre em contato comigo.

A minha frase quando não tava a imersão de pesca em balde é ... Quer ter um instagram maravilhoso e aí eu coloco uma setinha para baixo. Aí você pode colocar .. Quer ter um instagram que vende... Quer ter mais tempo para cuidar do seu negócio... Quer ter um instagram profissional. Enfim, você coloca alguma chamadinha ali e o link, tá? Pra pessoa quando clicar facilita a vida, não precisa te adicionar no whatsapp. Facilita bastante.

Ficou mais alguma dúvida? Tô vendo a Sa de papel e caneta. Cheia de anotações.

Bom! Vai ficar gravado, tá? Então qualquer dúvida vocês vejam, revejam, me falem. Na hora de fazer sempre a dúvida, tá? Então é normal. Vocês me avisem que aí a gente revê e eu ajudo vocês.

Tenho me provado abrir caixinha todos os dias. Ai que excelente, parabéns! É muito bom. Tá tendo perguntas já ou você tá fazendo suas próprias perguntas?

Tá tendo! Olha, arrasou!

Eu demorei um tempão pra ter viu. Nossa! Eu perguntava pra mim mesmo e eu mesma respondia, era ótimo. Era uma conversa comigo mesma.

Então é isso gente! Vamos encerrar a aula de hoje, vou parar aqui a gravação. Qualquer dúvida deixem nos comentários, me mandem mensagem e façam o desafio, por favor, é pra colocar em prática.