



2022

@valeskabruzzi

(RE)COMECE

RESUMO - AULA 1

PRODUÇÃO DE CONTEÚDO



Objetivo: Aprender a fazer conteúdo de maneira estratégica para aumentar sua quantidade de seguidores, sua autoridade e sua conversão em vendas.

No marketing há 2 vertentes:

- Ações focadas em aumentar a percepção de valor da sua marca e te dar mais autoridade no mercado.
- Ações focadas em aumentar a quantidade de vendas.

O conteúdo é a nanopartícula da propaganda no Marketing 4.0.

Segundo Philip Kotler (pai do marketing), no Marketing 1.0, o foco das propagandas era falar sobre o produto e suas características. No Marketing 2.0, o foco estava no consumidor. No Marketing 3.0, o foco estava nos valores da marca. E, agora, no Marketing 4.0, o foco está no posicionamento e na humanização da marca, em construir um relacionamento e não só na apresentação e venda do produto.

Vantagens do conteúdo em redes sociais:

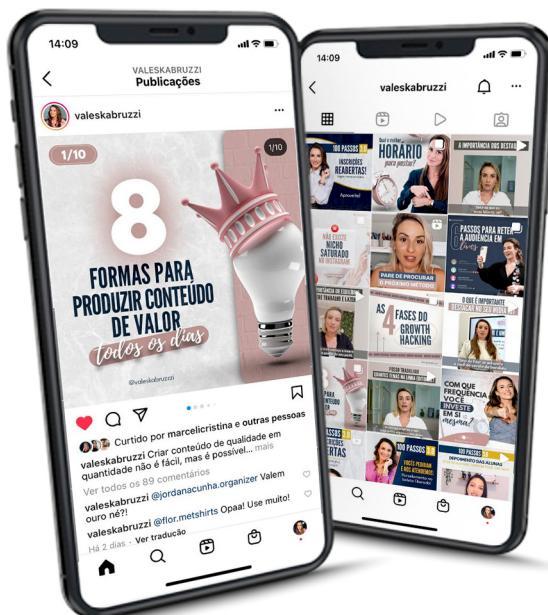
- Possibilita expressar valores da sua marca: Ao criar conteúdo e agregar valor na vida das pessoas, você dá a oportunidade delas conhecerem os valores da sua marca, mesmo que você não fale sobre eles;
- Mais tempo com seu cliente: o conteúdo entretém, fazendo as pessoas passarem mais tempo com você, pois você está oferecendo mais do que a venda de um produto;
- Maior exposição pelo algoritmo em redes sociais: em rede social é preciso pensar não só no consumidor, mas no algoritmo também. A função do algoritmo é manter as pessoas cada vez mais tempo conectadas. Se você faz um conteúdo que mantenha as pessoas fixadas e acompanhando o que você está produzindo, naturalmente ele vai distribuir mais o seu conteúdo.

- Obtenção de autoridade: existem alguns símbolos que transmitimos por meio da nossa imagem e contexto da marca que trazem autoridade ou não. Pelo conteúdo você consegue obter a sua autoridade.
- Aumento do seu tráfego: através de um bom conteúdo, mais pessoas visualizarão seu conteúdo e sua marca.
- Formação do seu funil de vendas: ao fazer conteúdo você atrai pessoas em diferentes níveis de consciência.
- Aumento da percepção de valor da marca: construção de branding.
- Ser lembrada (share of mind): através do conteúdo você faz as pessoas lembrarem de você, da sua marca, do seu produto, do seu serviço.

Objetivos que seu conteúdo deve atingir:

- Engajar;
- Informar;
- Ajudar;
- Gerar valor.

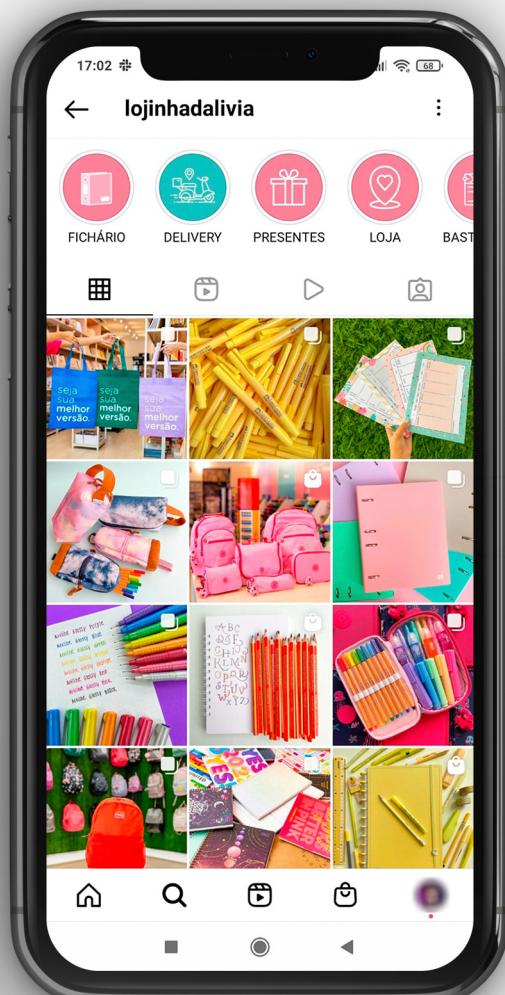
Um bom conteúdo deve ter, pelo menos, um desses quatro objetivos.



Exemplos de marcas que fazem conteúdo:

- santafarrajp
- nicefoodsbr
- las.clothing
- quitandadivino_oficial
- ziovara
- morandoce
- hbsurdinasepneus
- tanamodaacessorios
- vs_cintos
- graodegente
- partiureceber
- naotenhoroupa

- sagrada.magia
- holistix
- donabaunilhadoceria
- brisanoar
- sislla
- pantys
- peixariadivinaprovidencia
- fernandasouzasemijoias
- vovoquemfez
- mameg_home
- lojinhadalivia



@lojinhadalivia



Como ter ideias de conteúdo:

Brainstorm de todos os assuntos que tenham a ver com:

- Interesses do seu público: para definir os interesses relacionados à sua área é preciso entender quem é o seu público;
- Interesses da sua marca: pense em quais conteúdos vão posicionar sua marca e fazer vendas;
- Aumento da consciência do seu serviço/produto: pense em como gerar valor para o seu produto/serviço, fazendo seu consumidor desejar ter o seu produto porque ele é o melhor;
- Colocar palavras-chave na busca do Google e anotar todas as sugestões de conteúdo que ele te der;
- Buscar em outras redes sociais ideias de conteúdos relacionadas ao seu nicho.

(RE)COMECE

COM VALESKA BRUZZI

DÚVIDAS?

Pergunte na nossa
comunidade no
Facebook
clicando aqui.

@valeskabruzzi

