

02

Ajustando o perfil

Transcrição

[00:00] Eu tenho uma amiga, a Bia, que começou agora um negócio de doces e ela quer divulgar o negócio dela, mas ela não tem dinheiro pra gastar com campanhas de marketing, propaganda, enfim, então ela me pediu pra ajudá-la com o Instagram, porque ela sabe que o Instagram é uma ferramenta super importante pra você divulgar um novo negócio.

[00:19] Existe um dado do Instagram que mostra que 60% das pessoas que utilizam a plataforma conhecem novas marcas pelo Instagram. Então é um jeito superbacana de você captar nova clientela.

[00:33] Pra começar com a conta dela, a primeira coisa que a gente tem que fazer é abrir o aplicativo. Existem duas versões do Instagram, ele existe tanto em desktop quanto o aplicativo no celular, no entanto a versão de desktop é mais limitada, não tem todas as funcionalidades e por isso a gente vai usar o Instagram no aplicativo pro smartphone.

[00:58] A gente abre o Instagram e a primeira coisa que aparece é ou você criar uma nova conta ou fazer um login com uma conta que você já tenha. Caso você vá fazer uma nova conta é importante lembrar algumas coisas.

[01:12] A primeira, o e-mail que você vai fazer o login do seu Instagram tem que ser já o e-mail da sua empresa ou do seu negócio, no caso de um Instagram profissional, o perfil de uma marca, porque esse vai ser o ponto de contato entre os seus seguidores, os seus possíveis clientes com você, com a sua marca. Evitar usar e-mails pessoais.

[01:35] E também, se for mais de uma pessoa que for cuidar dessa conta de Instagram, você tentar diminuir o máximo esse acesso, deixar no máximo uma ou duas pessoas, porque quanto mais pessoas você divide esse login e essa senha, é mais provável de você ter algum ruído na comunicação com seus os seguidores ou algum problema de postagem.

[01:56] E também é sempre bom lembrar que quando a gente for criar uma senha, evitar senhas simples como 12345 ou datas de aniversário, que são mais facilmente hackeadas.

[02:06] Nesse caso a Bia já criou uma conta, então eu vou simplesmente entrar na conta que ela já tem. Eu vou clicar aqui e já entrei na conta dela. A primeira coisa que eu vou fazer é clicar aqui no canto inferior direito pra entrar no perfil dela. Vou dar uma analisadinha aqui no perfil dela.

[02:32] É um perfil super novo, então ela quase não tem postagens nem nada, ela tem um seguidor apenas e a primeira coisa que já me chama atenção é a foto de perfil, porque aqui na foto de perfil ela colocou provavelmente um dos produtos dela, que tem um cupcake aqui.

[02:52] E essa foto de perfil não é ideal por quê? Porque essa foto de perfil aparece na plataforma em vários outros momentos, então quando você está vendo seu feed ou quando você vai mandar uma mensagem pra alguém ou quando você comenta numa foto, enfim. E é importante que essa foto seja identificável, quando é de uma pessoa, quando é um Instagram pessoal é bom sempre ter o rosto da pessoa.

[03:16] E no caso de uma marca o equivalente seria o logo da marca, é bacana a gente sempre colocar uma imagem que seja identificável fácil. De cara, a primeira coisa que eu vou fazer é trocar essa foto do perfil dela. Então a gente clica aqui pra editar o perfil, vou clicar aqui pra trocar a foto dela de perfil. Eu vou escolher uma foto já existente porque ela já me mandou aqui o logo pronto.

[03:50] Aqui a gente tem um logo que está bem limpo, está numa resolução boa e isso é muito importante, porque a pessoa tem que ter a capacidade de ler o seu logo, o nome da sua marca, senão não adianta. Essa parte do logo é muito importante

também, quando você está criando o Instagram você já ter isso tudo pronto da comunicação da sua empresa, da sua marca. E quando você for fazer o Instagram, você já tem esses materiais todos certinhos, na resolução que você precisa ter.

[04:22] No caso dela, por exemplo, ela também não tinha dinheiro pra contratar um designer, então ela fez todo o material dela de marca pelo Canva, que é outro aplicativo super bacana que a gente tem aqui que ela me enviou. Tem várias utilizações das logos dela. E o bacana do Canva é que ele tem templates já prontos pro Instagram. Mais pra frente a gente vai mostrar algumas outras opções, mas é uma ótima opção pra fazer isso se você ainda não tem o logo da sua marca direitinho.

[04:54] Seguindo aqui nessa página de editar o perfil, depois da foto a gente tem nome e nome de usuário. Isso é super importante você entender que eles não são a mesma coisa. O nome vai aparecer no seu perfil, mas ele não é o nome do seu perfil, esse é o nome de usuário. Se eu quero procurar alguém no Instagram eu vou sempre procurar pelo nome de usuário.

[05:21] No caso dela o nome de usuário dela é Joaquina Doceria. Se eu colocar só Joaquina vai aparecer várias coisas, mas não vai aparecer o perfil dela. E no nome ela colocou só Joaquina, o que não tem problema, mas o ideal é sempre, como a gente está falando de marca, você reforçar o nome da sua marca. Então eu vou alterar aqui também o nome e vou colocar Joaquina Doceria, porque desse jeito fica mais claro que é uma página de um negócio.

[05:55] A terceira opção a gente tem aqui site, que no caso dela, ela não tem, mas se você tiver pode colocar aqui o link do seu site ou se você tiver algum negócio relacionado a vídeo, alguma coisa assim. Por exemplo, você não tem um site, mas você tem uma página no YouTube ou em alguma outra rede social, você pode colocar o link aqui pra pessoa chegar até você. E no caso dela eu vou deixar em branco porque ela não tem nenhuma outra plataforma.

[06:25] E aí a gente chega numa parte superimportante, que é a biografia. A biografia é um resumo do que é o seu negócio, é como se fosse o seu cartão de visitas. É super importante que ela seja bem direta e objetiva, e comunique o que você está fazendo. No caso dela, ela colocou: "bolos e cupcakes" só isso.

[06:49] Aí eu me pergunto, será que ela tem uma loja? Será que ela faz só sob encomenda? Será que ela faz encomenda? Você fica meio em dúvida aqui, porque eu não tenho essas informações. É muito importante que aqui você explique um pouquinho do que é o seu negócio, obviamente você não vai escrever muito, mas tem que estar o mais informativo possível.

[07:11] Eu pedi pra ela definir em duas linhas o que era o negócio dela. Esse é um exercício super importante pra você fazer, você tem que saber definir o que é o seu negócio, o que ele faz e o que o diferencia, no mínimo de palavras possível. Se você é pioneiro em alguma coisa ou se você faz produtos personalizados ou se você tem um material exclusivo com que você trabalha.

[07:36] Por exemplo, no caso dela que é uma doceria, se ela trabalha só com chocolate ela podia falar: "bolo e cupcakes usando apenas chocolate", porque isso é um diferencial do trabalho dela.

[07:47] Eu pedi pra ela me enviar essa frase e ela me enviou a frase: "somos especialistas em bolos e cupcakes cheios de sabor, beleza e amor. Feitos sob encomenda". Então aqui define bem o que é a marca dela e é essa a biografia que a gente vai colocar.

[08:14] Ela tinha colocado na biografia original um emoji, que no caso do negócio dela, que é um negócio de doce e tal, é mais divertido e mais descontraído, não tem problema nenhum e dá essa linguagem de Instagram. É legal você usar emoji na sua descrição se isso faz sentido com o seu negócio.

[08:42] E aqui embaixo a gente tem um telefone, que também a gente tem um emojizinho de telefone só pra chamar mais atenção e o número pra entrar em contato com ela. E aí está pronta a nossa biografia.

[08:58] Pronto, eu já editei o perfil e agora ele vai ficar um pouco mais claro. A gente vai voltar aqui, finalizar. Você pode ver aqui que fica bem mais claro o perfil dela, porque antes só tinha escrito: "Joaquina bolos e cupcakes". Agora a gente tem: "Joaquina Doceria, somos especialistas em bolos e cupcakes cheios de sabor, beleza e amor. Feitos sob encomenda".

[09:20] Agora eu sei que o negócio dela é específico de bolos e cupcakes e que eles só trabalham sob encomenda, então fica mais fácil de você se interessar e querer saber mais sobre esse negócio.