

100 PASSOS  5.0

AULA 2

Resumo

Valeska Bruzzi
@valeskabruzzi

◆ PERSONA OU AVATAR (1:08)

Chegou a hora de definir a sua persona e entender para quem você vai criar conteúdo com o objetivo de vender seu produto/serviço. Sua persona é o seu cliente ideal, aquele que você quer atrair para as suas vendas. Crie um personagem fictício que vai corporificar todas as características que você quer que tenha no seu cliente ideal, colocando nome, idade, profissão, hobbies, etc. Quanto mais detalhes você tiver da sua persona ou avatar, melhor será a sua comunicação.

◆ DOR E DESEJO DA SUA PERSONA (2:21)

Quem quer atender a todo mundo acaba não atendendo ninguém. Por este motivo, é preciso definir a sua persona para entender de que maneira você vai se comunicar com ela e quais serão os apelos, as dores, ambições e desejos que você vai utilizar para estabelecer essa comunicação.

◆ A TRANSFORMAÇÃO QUE VOCÊ PROMOVE (03:29)

Qual a transformação que o seu produto/serviço causa na vida do seu cliente? Traga para sua narrativa a transformação que você promove, pois as pessoas passarão a te identificar desta forma. Quando você se diferencia é possível, inclusive, cobrar mais.

◆ INTEGRIDADE (10:57)

Não prometa o que você não pode cumprir. Seja assertiva, isto é, uma promessa boa demais para ser verdade é difícil das pessoas acreditarem. Seja íntegra e honesta. Busque gerar as expectativas corretas nos seus clientes. Module essas expectativas, explicando exatamente o que você vai entregar. Isso vai te poupar muita dor de cabeça. Também não prometa resultados que você não pode garantir. Coisas negativas se espalham muito rápido. Um cliente insatisfeito não perderá a oportunidade de falar mal de você para o máximo de pessoas possíveis. A má fama se alastra e leva embora muito mais clientes do que você imagina.

◆ RELATÓRIO DA CONTA (17:28)

Tenha um relatório dos números da sua conta para acompanhar a sua evolução. Entre no Painel Profissional da sua conta, printe e registre suas médias atuais: número de seguidores, views, postagens, stories, curtidas, comentários, salvamentos, compartilhamentos, encaminhamentos, quantidade de contas que você alcança. Sem esses números você não terá como comparar seus resultados após algum tempo.

◆ **CONTA COMERCIAL (18:51)**

Sua conta precisa ser comercial, ou você não terá acesso aos dados do painel profissional. Faça uma página no Facebook e associe a sua conta.

◆ **CRIADOR DE CONTEÚDO X COMERCIAL (19:21)**

A conta de criador de conteúdo tem uma variedade maior de músicas. No entanto, ao fazer tráfego pago costuma dar problema. Ela é uma conta mais engessada. A conta comercial vai te dar muito mais dados e informações, pois quanto mais tempo o tráfego ficar rodando na sua conta comercial, mais informações o algoritmo vai ter de quem frequenta sua página e você consegue atingir um público muito maior. Não abra mão disso!

◆ **PERFIL ABERTO X FECHADO (20:55)**

Seu perfil tem que estar aberto. Como você quer ter uma loja e deixá-la de porta fechada? Conta pessoal fechada não te dá acesso ao perfil profissional e não vai te mostrar as métricas para análise. Perfil fechado é somente para oferecer um conteúdo exclusivo para uma determinada audiência, como por exemplo, o perfil do 100 Passos.

◆ **EM QUANTO TEMPO VOU TER RESULTADO? (22:47)**

São no mínimo 7 meses. É um mês para você dominar a ferramenta, montar o seu plano de ação, imprimir os materiais de apoio, conseguir estudar, fazer os seus registros, definir que tipo de conteúdo você vai trazer, montar seu calendário e sua linha editorial, organizar as postagens em diferentes formatos no feed e stories com sua planilha de derivação de conteúdo e seis meses aplicando todos os dias. As coisas só vão acontecer se você começar a aplicar. Comprou o curso, assista, estude, aplique e me envie os resultados na minha caixinha.

◆ **UM PERFIL OU DOIS? (31:15)**

Tenha um perfil só. Isso vale para quem é prestador de serviços e autônomos, em geral. Se você quiser muito ter um perfil pessoal, ele ficará fechado e não será para aplicar a metodologia do 100 Passos. Quando seu objetivo for profissional no Instagram, não precisa ter um perfil pessoal. Trabalhe somente com um perfil e só poste nele o que o seu cliente pode ver. Se você tem loja pode ter um perfil vitrine e um pessoal/profissional. Mas, o funil de vendas será feito no seu perfil pessoal. Se você tem uma loja com filiais, tudo bem você ter um perfil para cada uma somente se o atendimento e os clientes forem diferentes. Pense de maneira estratégica, por qual motivo ter um perfil para cada uma? Elas terão ações promocionais separadamente? Se as propostas comerciais e de marketing forem as mesmas, tenha um perfil só. Se for apenas para divulgar os endereços, coloque nos destaques. Se você tem duas frentes de trabalho com audiências totalmente diferentes, é válido ter dois perfis por uma questão de tráfego pago.

Resumo Aula 2

PERFIS CITADOS:

@anatomichdesignjoias
@ana.tomich

MATERIAIS DE APOIO:

Calendário de Postagens.
Planilha de Derivação de Conteúdo.
Caderno de Exercícios - Parte 02.

AULAS COMPLEMENTARES

Módulo Avançado

#Aula 1 - Como definir a sua persona.

#Aula31 - Linha Editorial: como montar a sua.

#Aula32 - Como montar seu calendário editorial.

Módulo Tráfego Pago

Valeska Bruzzi

@valeskabruzzi