

Como criar uma LINHA EDITORIAL ESTRATÉGICA

AULÃO #067 SOCIAL MEDIA DE ELITE

TREINAMENTO SOCIAL MEDIA DE ELITE



VALTER AZEVEDO

Uma linha editorial bem feita é quase um cardápio, é algo que funciona como uma revista para conduzir o desejo de quem consome o teu conteúdo até o seu objetivo com o que você produz. Ela deve não apenas ser muito bem elaborada como totalmente íntegra quanto ao que você pretende entregar, a transformação que você causa em cada pessoa e não apenas em um número que te segue. Nesta aula disponibilizo a você técnicas que eu aplico no meu perfil e de meus clientes e que geram muito resultado além de imensa satisfação na entrega, a linha editorial permite que você mostre, dê o tom de voz certeiro a marca, se você aprecia de verdade a sua marca ou a marca de quem você atende a satisfação é certa. Você sabe criar uma linha editorial estratégica? Não? Vamos aprender ou recordar agora!

VALTER AZEVEDO



LINHA EDITORIAL ESTRATÉGICA NA PRÁTICA!

Uma linha editorial estratégica serve para guiar o seu trabalho encaixando cada ação exatamente onde deve se encaixar para que as coisas aconteçam. Você deve dividir a sua linha editorial em **tema principal** e **temas auxiliares** facilitando o seu trabalho e a sua comunicação com a audiência.

Antes de mais nada você deve fazer uma pesquisa sobre dores e desejos da audiência, você precisa desenvolver uma persona para conseguir encaixar temas que são extremamente relevantes para ela, porém é preciso cuidado e saber criar uma linha editorial que realmente converse com o público, muitos social medias costumam ser muito técnicos e acabam não gerando uma conexão com as pessoas.

Primeiro a pessoa compra você, depois que ela compra você, ela compra a oportunidade que você gera, a esperança e por último **compra a solução que você dá.**

TUDO COMEÇA PELA
GRANDE IDÉIA



Para gerar conexão individual por temas pessoais você precisa resolver problemas, fazer com que a audiência se veja nas situações que você apresenta independente do formato, é onde acontece o famoso 'isso já aconteceu comigo'.

Quando você grava uma chamada de vídeo, qual a idéia por trás disso? A grande ideia é fazer com que você seja querido pelas pessoas é o que vai ajudar você a mostrar para as pessoas aquilo que você faz ciente que estas pessoas só vão respeitar você, só vão fazer aquilo que você quer que elas façam quando você elevar o nível de consciência delas. elas só vão comprar de você se ela conseguirem lhe admirar de fato.

Fale sobre oportunidades e benefícios antes de ficar tentando apenas vender

Não é porque você tem uma grande ideia, porque você tem uma big idea de conteúdo que você consegue ter um tema principal e causar uma transformação real nas pessoas, não é tão simples assim, é importante que você apresente os benefícios desta transformação real de forma clara mostrando qual o seu diferencial.

Exemplo:

Vamos supor que você esteja atendendo um dentista sabe qual é a transformação que o dentista causa trazendo benefício Qual é a solução que ele traz para a vida das pessoas dá não basta dizer que a pessoa vai ficar com os dentes mais brancos apenas não, você deve dizer o benefício, uma característica individual, se todos os dentistas ofertam apenas clareamento mas o dentista que você atende consegue fazer um clareamento que respeite o tom natural a estética natural do dente da pessoa pra não ficar aquele negócio esquisito que as lentes de contato fazem, este é o diferencial dele, a oportunidade que o cliente dele procura, use isso a seu favor.

Qual é Big Idea? Qual transformação ela causa?

O seu conteúdo precisa ter muita utilidade, muita gente comete um grande erro criando conteúdo com a finalidade apenas de atrair pessoas e elas até seguem a princípio mas vão se desconectando ao passo que o conteúdo deixa de ser interessante, **crie conteúdo que acrescenta e não apenas atrai.**

A pessoa entrou na rede do seu cliente hoje, como é que ela vai sair ? Tem que haver uma transformação tipo a que acontece no desenho do pica-pau na fonte da Juventude onde o cara entra no lado e sai do outro bem mais novinho, a transformação que você gera precisa ser bem clara e real.

Inseguro não sabe cobrar e não sabe o que ele realmente tem que fazer e quais são as suas metas, quais produtos precisa entregar pra alcançá-las.

Social media chegou no Valter



@socialmediadeelite

Social media competente, transformado, mais seguros e seguros de si sabendo que o entrega, suas metas, como cobrar, enfim praticamente tudo o que ele deve fazer para ser um profissional muito bem pago e desejado no mercado.

Saiu do perfil do Valter

Quando você não tem clareza na transformação que você gera você não vai conseguir mostrar transformação que o conteúdo causa e não terá nenhum sentido ao produzir conteúdo vai apenas ficar postando todo dia o dia inteiro sem evoluir nível de consciência da audiência e ir do nada pra lugar nenhum.

Já aconteceu com você? Acessar algum perfil com muitos seguidores ou pouquíssimos seguidores atraído por aquela coisa toda, você acessa o perfil e não vê, não encontra nenhum vestígio de transformação e sim um perfil totalmente confuso?

IMPORTANTE

Você tem que entender o público, quem são as pessoas que precisam comprar do seu cliente, se você souber exatamente quem são as pessoas que precisam comprar seu cliente automaticamente você conseguirá gerar conteúdo para essas pessoas.

Você deve entender o público mas você precisa trabalhar no campo da persona porque ela é a pessoa, é a representação fictícia do cliente ideal para esse negócio que você atende, ela vai evitar que você fique sair largando conteúdo a toa sem gerar resultados.

Quando eu sei quem é o meu público ideal, quando eu tenho noção disso eu converso diretamente com ele

Relacionamento de Racionalidade e Conexão

Quando um social media começa acompanhar o Valter e continua cobrando pouco, o que o Valter faz? Te mostra que você pode ganhar mais e porque não vale a pena cobrar tão barato. Quando você cobra R\$ 500 num contrato, vamos calcular isso, R\$ 500,00 dividido por duas horas trabalhadas por dia vezes cinco vão ser 10 horas por semana ou seja 40 horas no mês, logo 500 dividido por 40 dá R\$ 12,00, a sua hora nesse contrato tá custando R\$ 12,00.

Vamos usar a lógica agora, se um flanelinha trabalha no sinal e o sinal abre cerca de duas vezes a cada 60 segundos, então por minuto ele tá cada sinal vamos supor o cara ganha R\$ 5,00 a cada abertura de sinal, logo a cada minuto ele ganha R\$ 10 reais certo? Vezes 60 minutos só o cara ganhou R\$ 600,00, vezes 4 horas ele ganha 2400 reais, enquanto você cobrando R\$ 500 você tá ganhando menos que o flanelinha de sinal que é uma profissão digna também, mas tem lógica você não valorizar o seu trabalho ao ponto de receber menos que o flanelinha de sinal?

Essa é a lógica da racionalidade, é válido utilizar provas, usar cálculo mostrar na prática.

Quando você não sabe se posicionar e não sabe precificar você não sabe como convencer o seu cliente sobre o seu valor, isso não é vantajoso você, você deve se posicionar caso contrário não receberá o justo e será um social media frustado.

CONHEÇA OS PROBLEMAS

Para compreender melhor o seu público você deve listar os problemas da audiência do seu cliente, se você tiver essa lista, esse controle você automaticamente terá vários tópicos de conteúdo para levar solução.

Conteúdo é uma solução, você deve saber qual o problema que a pessoa fala quando ela chega até você.

Digamos que você atenda um dentista, a pessoa vai ao dentista com um problema no dente. Pergunta para esse dentista, seu cliente quando as pessoas o procuram, sobre o que elas reclamam, caso ele responda que elas reclamam que o dente está doendo quando bebe água gelada e o dentista sabe que isso pode ser um sinal de uma cárie oculta. Ciente destas dores você deve criar postagens que abordem o problema e ofereçam a solução. **Toda vez que você tem um problema você tem que levar uma solução . A solução é o conteúdo perfeito!**

Se você já é experiente e continua cobrando valores normais ou muito baixos você está errado e não vai conseguir crescer!

O segredo da precificação

Para precificar você tem que mentalizar o seu valor da sua hora, seu nível de experiência e tudo que você precisa fazer depois disso é atribuí-lo as horas que você vai gastar para tudo o que você faça. Um iPhone não vale o preço de um Celta mas porque as pessoas pagam por ele como se valesse? As pessoas pagam pela marca, pelo valor que ela se dá, se você se posiciona como mais barato você será sempre reconhecido como mais barato se você se posicionar como o melhor, **é você quem dita o seu valor.**

O que acontece na maioria das vezes é que você sabe que o valor do seu contrato é de R\$1500,00 mas quando o cliente diz que está muito caro e não tem dinheiro e você tá precisando de dinheiro você aceita valores absurdos e praticamente vira escravo dele, se você cobrar R\$ 500,00 e o cliente te oferece 300 reais você aceita, você se diminui no lugar de oferecer serviços mais baratos nessa faixa de preço e continuar prospetando até encontrar clientes melhores que te valorizem.

Tenha uma esteira de produtos com produtos mais baratos de R\$ 100,00 e faça o possível pra vender pelo menos um destes todos os dias, social media tem que vender todos os dias para não ficar refém de quem paga pouco e cobra muito.

Existem produtos que tem uma escala absurda, calendário de conteúdo para nichos, você pode criar um calendário de conteúdo de 30 posts para nutricionistas calendário de 30 e 10 de posts para dentistas, calendários de 30 e 10 posts para Hamburguerias, pode entrar nos grupos de Facebook e ir oferecendo nos comentários das publicações dos grupos etc.

Pack de conteúdo editáveis feitos no canva onde a pessoa só pega e edita a imagem no próprio celular, pack de post, prontos para o empreendedor postar sozinho, há uma infinidades de produtos que você pode oferecer no lugar de baixar o preço de serviços mais caros como gestão completa.

Você já imaginou se a coca-cola só tivesse a coca-cola como produto? Já imaginou coca-cola com um único produto alcançando o tamanho do patrimônio que eles tem hoje? É óbvio que não dá! Agora me responde, por que você que é social media acha que o único produto que você vende deve ser gestão de rede social?

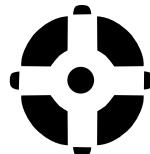
Ofereça o serviço certo pra pessoa certa, se você cobrar 3 mil reais para fazer a gestão das redes de uma empresa de um empreendedor que fatura 300 mil ele vai te pagar porque está contratando seu tempo para que ele tenha paz.

Gestão de rede social é apenas um dos produtos que você vende, é a ponta do iceberg.



Digamos que você conseguiu prospectar um cliente e ele quer fechar um contrato de gestão com você mas alega não ter dinheiro para poder pagar o valor total, como você não quer baixar o valor o que você normalmente faz? Você vai embora sem oferecer nem um pack de conteúdos mesmo sabendo que o cliente gostou do seu trabalho, você chegou a fazer uma reunião com cara, esteve frente a frente com o cliente e não fidelizou, não desenrolou uma venda, colocou na área chuta pro gol, em último caso após oferecer tudo o que você tem vá embora mas vá consciente que gerou desejo e que aquela venda pode acontecer mais tarde, você não perdeu.

**VOCÊ PRECISA ESTAR
NO CONTROLE DA NEGOCIAÇÃO**



Se você for numa loja da Apple e falar que quer um iPhone 13 que custa 10.000 e você disser ao vendedor que só tem 5, ele vai te oferecer outro mais barato e se você não quiser aí sim ele vai te dizer pra voltar pra casa.

VOCÊ PRECISA TER UMA ESTEIRA DE PRODUTOS

Uma esteira de produtos é um sistema de produtos, uma sequência de produtos que estão em níveis diferentes. Para montar sua esteira de produto você deve pensar em produtos de entrada, meio e topo.

Produtos de entrada

Produtos de entrada são produtos que você pode cobrar de 100 a R\$ 300, caixinha de perguntas animadas, cartão interativo uma série de produtos pequeninhos que vão custar de 100 a R\$ 300 reais e você deve oferecer todo dia todo dia.

Produtos de meio

Produtos de meios são produtos como análise de Instagram, produtos numa faixa de preço de 300 até 500 reais no ano de 2022

Produtos de topo

Produtos mais caros como o pack de conteúdo que vão de 600 até 1000 reais, se passar deste valor já é prestação de serviços e deve ser cobrado de acordo com sua experiência e o valor da sua hora.

Consulte mais informações sobre esteira de produtos no Treinamento Social Media de Elite

Faturando alto com serviços

Para oferecer serviços de gestão de rede social completa, gestão de tráfego, enfim, de umas serie de produtos o valor pode variar entre R\$ 1500 a R\$ 2500 que é o serviço de gestão e tem um serviço de ticket mais alto que são as mentorias para empreendedores com direito a visitas a empresas, existe todo um acompanhamento você se dedica você está junto com o cliente para fazer ele ter resultado, existem mentorias que chegam a custar até 5, 10 mil reais, vai depender do que você tá fazendo, seu posicionamento e para quem você está fazendo, depende de como você faz o orçamento e qual vai ser a entrega. Nesse tipo de mentoria você pode fazer entregas semanais onde você faz um contrato mensal por um valor X, uma mentoria de um social media muito experiente pode chegar até R\$ 12.000,00 ou mais neste ano de 2022, são R\$12000,00 por mês para acompanhar empreendedores fazendo reunião toda semana com a equipe deles de conteúdo ajudando a tomar as melhores decisões e somente nesse estilo de trabalho você vai conseguir ter um faturamento muito alto prestando serviço de ticket alto, **não é mágica é posicionamento, conhecimento e prática.**

Atraia e venda!

Uma forma de abordagem que funciona muito é a de atrair o cliente até você através da geração de conteúdo, é um movimento simples onde primeiro você atinge, os seus familiares, os seus amigos, as pessoas ao seu redor, nesse momento eles vão querer te chamar de blogueirinho, enfim, não interessa, vão querer dizer que você tá querendo virar blogueirinho, você tá virando coache, simplesmente **blinde a sua mente e continue criando conteúdo.** abra algumas turmas de mentoria ou consultoria individual com algumas empresas falando que você é especialista em instagram e gostaria de dar uma consultoria gratuita sem pagar nada, de meia hora com as empresas que te seguem, feche, algumas consultorias individuais, monte uma agenda, começa a falar que você tem horário x para analisar a rede social, dar sugestões, estabeleça esse contato, dê sugestões que são realmente úteis e relevantes, gere confiança e nunca perca venda, se a princípio o cliente não tem dinheiro suficiente pra poder pagar pra você, vende um pack de conteúdo pra ele, vende 12 artes e ele mesmo posta e programa, cobra 600 reais, se ele reclamar por você estar cobrando 2,500 e te oferecer 1000 diga: _Tudo bem, então que tal se a gente fechar aqui só gestão de anuncios e impulsionamento de algumas publicações e anúncios de promoção e packs de conteúdo que você mesmo publica, entendeu? Não perde venda, adapta o produto, coloque o cliente no funil, trabalhe com uma esteira de produtos. O cara não vai chegar e pagar o contrato mais caro, a não ser que seja uma indicação muito forte de autoridade capaz de furar todo esse funil, fora isso ele vai querer começar fazendo um logo, querendo uma coisa mais barata entende, uma consultoria, enfim, é mais ou menos isso. Fez sentido pra você?

**Qual o valor, do seu trabalho a partir de HOJE?
Quanto, onde e como você quer e vai ganhar?**



Construindo uma linha editorial

Uma linha editoria precisa ter o tema principal e os temas auxiliares.

Qual é o tema principal do perfil @socialmediadeelite hoje? **Ensinar técnicas e estratégias de social media para profissionais que querem ser ou já são social medias.**

Qual é o seu tema principal? Se você trabalha como social media atendendo empresas e não ensinando social medias como o Valter provavelmente o seu tema principal deve ser **estratégias de marketing digital para empreendedores.**

Pare de ficar dando dica de aplicativos, isso só vai atrair outros social medias!

Crie conteúdos para empreendedores tipo: qual o melhor horário para postar no Instagram de uma clínica de dentista, ideia de vídeos, atraia e venda a orientação completa, entregue o seu conteúdo direto o empreendedor , tem que ser uma linguagem muito fácil de entender sem complexidade, o seu conteúdo precisa falar com quem você quer atender e não com os seus colegas de profissão entendeu?

Quais são os temas da auxiliares do Valter?

Liberdade é um desses temas auxiliares, liberdade de estar com a família em casa, liberdade financeira saber gerar muito resultado e ser bem remunerado por isso, liberdade geográfica, poder trabalhar de onde quiser.

O tema principal cria vários sub tópicos que vão servir como conteúdo exemplo : Como monetizar a internet , como fechar contratos de 5 k, etc, o tema principal é o norte e os temas auxiliares ajudam a mostrar quem você é o que você vende.

Os temas auxiliares devem incluir coisas que você se sinta confortável de falar como por exemplo eu consigo falar um pouco sobre a alimentação da minha filha e o quanto é importante você introduzir uma alimentação saudável desde cedo pois isso vai ajudar a moldar o caráter dela, os gostos pautados nesta alimentação, posso falar sobre isso porque já fiz pesquisa de publico e uma grande parcela do meu público também tem filhos então quando eu falo sobre assuntos como esses eu começo a criar ainda mais conexão.

Valter Azevedo

Após definir o tema principal e os temas auxiliares você precisa incluir uma **linha técnica**, se o seu tema principal fala sobre faturar mais com marketing digital para empresa a sua linha técnica vai dar dicas práticas do que ele pode fazer de uma forma rápida para poder aparecer mais nas pesquisas do Google por exemplo, videos ensinando montar o Google meu negócio para sua empresa aparecer na primeira página do Google.

Para atrair as pessoas use a **linha humorada** apresentando situações hilárias que podem acontecer com o empreendedor que não contrata um social media e cuida da rede social sozinho por exemplo mas cuidado para não ficar apenas nesta linha, não basta atrair você precisa vender.

Conte histórias, a **linha de história** é uma grande aliada porque história vende e conecta, você tem que contar sua história o que acontece com você todos os dias onde você mora do que você vive quem são as pessoas que estão com você, isso é muito importante.

Existe também a **linha polêmica** onde você pode desmascarar o que ensinam de errado no marketing digital, o que o empreendedor ouviu do guru mas você sabe que não funciona.

EMPRESÁRIO FAZ NEGÓCIO

quem faz marketing é o profissional de marketing

Esta frase acima pode ser a sua bandeira para mostrar aos empreendedores a importância do seu trabalho, faça vídeos perguntando coisas como “até quando vai ficar acreditando nesses gurus que dizem que você mesmo tem que fazer uns vídeos, pare de ficar quebrando a cabeça, eu posso criar um roteiro e enviar para você só gravar e focar no que você sabe fazer que é cuidar do seu negócio, deixe que eu cuido das suas redes sociais pra você!”

Quando alguém contrata um social media, quer seja empreendedor, infoprodutor, influencer, a primeira coisa que essa pessoa que te contrata busca se chama **tranquilidade** e um profissional especializado para gerar o resultados que ele sozinho não seria capaz de gerar, é isso que ele busca.

Quando o cliente te encontra ainda que ele venha desesperado por resultados imediatos você precisa entender o que ele realmente precisa, convence-lo a arrumar a casa, como está o posicionamento dele? Precisa de algo mais profissional? Ele precisa ter mais cliente só quando ele te busca precisa entender que você não tem uma solução mágica vai precisar desenvolver estratégias e cada caso é um caso.

Se o cliente já na primeira reunião falar cara eu quero vender muito em pouco tempo você deve responder para ele que vai construir junto um planejamento para gerar essas oportunidades de venda mas cuidado para que ele não entenda errado, alguns clientes vem até você procurando um milagre da vida no Instagram ele quer que você faça o 6 em 7 do Érico Rocha, pergunta pra ele se ele quer pagar o 6 em 7 ? Social média não é milagre não.

Anota isso!

Quando um cliente chega até você e diz que está buscando um social media porque eu já não aguenta mais tem que ficar produzindo conteúdo, não tem tempo para mais nada, ele busca mais tempo ele não tá buscando gerar resultados e sim tranquilidade e está disposto a pagar o justo enquanto os que querem pagar R\$ 300,00 procuram um milagre, ofereça um pack de conteúdo de 10 posts no máximo entregar para ele se virar para postar , você precisa ter inteligência para conduzir a negociação.

Da mesma forma que um social media não fica rico da noite pro dia seu cliente precisa entender que ele também não vai ficar, que é preciso fazer um bom investimento antes além de ter um ótimo produto senão as coisas não vão acontecer.

Porque?

Porque que o seu cliente deveria comprar de você? Esta talvez seja a pergunta mais difícil de responder. Porque os clientes do Valter devem comprar do Valter e não de outro social media? Os clientes devem comprar do Valter porque ele tem campo de batalha e ensina o que vive, porque o Valter não quer apenas o dinheiro e sim fazer a diferença na vida de quem compra o treinamento ou contrata o Valter. Essa resposta sobre o porque seu cliente deve comprar de você precisa ser respondida por você e estar muito clara para você e para quem lhe contratar.

Eu sempre usava essa fala, eu dizia isso tempo inteiro para meus clientes, eu quero construir cases de sucesso e eu vi um grande potencial de crescimento da sua empresa por isso eu quero lhe atender, pode ter certeza que eu vou vestir a camisa do seu negócio. eu vou lutar junto com você a gente vai abraçado pra onde for. eu vou fazer de tudo pra transformar a tua realidade, eu acredito muito nessa empresa.

Valter Azevedo

Você precisa encantar o seu cliente, acreditar nele fazendo com que ele acredite em você.

Quando seu cliente chegar até você ele deve entrar de um jeito e sair de outro, nunca igual. Quando um cliente chega no seu perfil ele não quer comprar de você, primeiro ele vai entender o que você faz, ele vai considerar solução que você entrega e vai decidir comprar de vocês são os níveis de consciência. Você tem que produzir conteúdo para todos os níveis de consciência pois as pessoas estão em momentos de consciência diferentes.

Produza para todos os níveis de consciência

IMPORTANTE



Você não é especialista em ensinar marca, pare de ficar nessa corrida de ensinar como fazer stories alcançar mais pessoas, você vai atrair o público que não vai contratar você. No lugar disso você pode dar dicas de como vender mais produtos usando os stories, qual a importância dos stories, ofereça algo como: stories para postar numa hamburgueria, coloque ideias simples e desperte o desejo de querer mais idéias, faça ele precisar do seu serviço, da sua ajuda para realizar o que você ensina.

Montando a nova Linha Editorial do Valter

BIG IDEA

Ensinar social medias a se posicionarem como social media profissional e faturando R\$ 5000 todos os meses.

AVATAR

Não tinha um avatar mas agora tem e ele aparece bastante nas publicações.

TEMA PRINCIPAL

Ensinar como ser um social media muito bem pago.

PERSONA

pessoas que querem trabalhar com as redes sociais têm liberdade de tempo, dinheiro e geográfica trabalhando com internet e sendo bem remuneradas por isso, fazer das redes sociais sua profissão. pessoas que já fazem gestão de redes sociais mas não sabem ganhar dinheiro.

Média de idade: 18 a 45 anos com ensino médio completo.

Principal canal de comunicação é o instagram e o secundário é o youtube.

PROBLEMAS

Não sabe como cobrar pelo trabalho de gestão de rede social, não sabe prospectar cliente, não tem confiança para cobrar um valor justo pelo trabalho, não sabe como montar uma estratégia que traga resultado para o cliente, não sabe por onde começar a atuar como social media, não sabe o que postar no perfil do Instagram de social media, quais são os conteúdos que devem postar para atrair mais clientes, não sabe como conseguir mais clientes de Social media, não sabe qual o primeiro passo para ter sucesso na gestão de rede social, não sabe ser um social media disputado e bem pago, não sabe se posicionar

TEMA PRINCIPAL

Ensinar como ser um social media muito bem pago.

TEMAS AUXILIARES

Tema auxiliar técnico

Ferramentas e ajudam a conseguir clientes e otimizar o tempo de trabalho.

Tema auxiliar humor

Brincar muito com situações do dia a dia que o social media enfrenta como por exemplo pagamento atrasado cliente fica mandando postagem de guru, etc.

Tema auxiliar finanças

Como organizar as Finanças de um social media e como investir.

Tema auxiliar pessoal

Mostrar mais família e relacionamentos.

IMPORTANTE:

Durante muito tempo optei por não mostrar muito minha família e relacionamentos por questão de segurança, você nunca sabe quem está do outro lado da tela e as pessoas com quem você se relaciona não podem ter a privacidade delas expostas por você sem o consentimento delas, muito cuidado ao se expor na internet, esteja preparado para se defender e defender o seu cliente.

**Agora que você já sabe muito sobre linha editorial estratégica e
acompanhou a construção da linha editorial do @socialmediadeelite,
que tal praticar construindo ou inovando a sua?**



A sua rede social é praticamente a extensão da sua personalidade, é o seu escritório virtual e até a sua casa, faça dela um lugar prazeroso pra você e pra quem te visita ou resolve passar um tempo ou até mesmo a vida toda com você....

Nós somos a elite do mercado de Social Media

Valter Azevedo