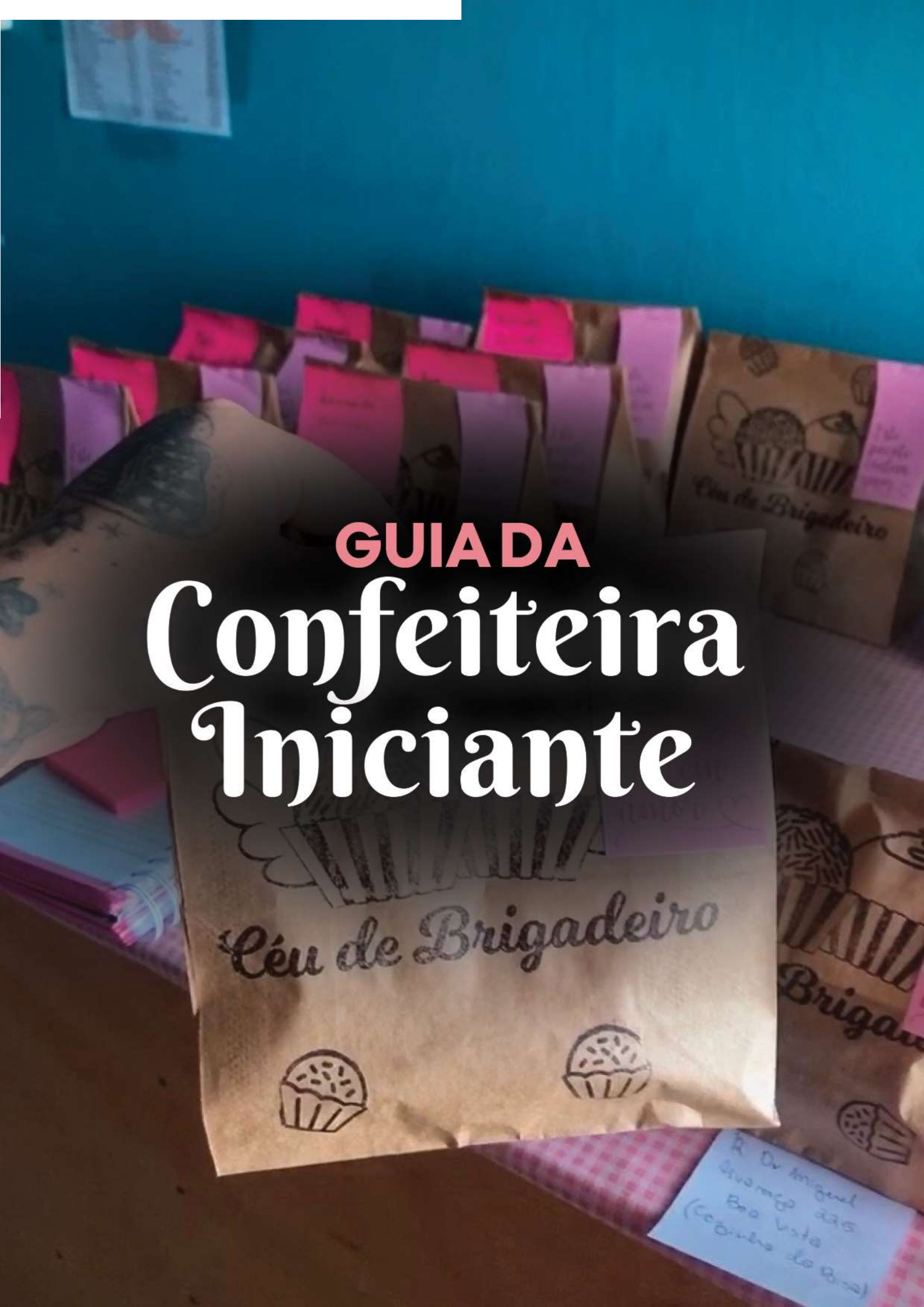

GUIA DA
Confeiteira
Iniciante
Céu de Brigadeiro

Não é só sobre vender um docinho

Eu sei que, na grande maioria das vezes, nós começamos a "vender doces" apenas com uma unica finalidade: GANHAR DINHEIRO.
Mas se tem algo que eu aprendi, e muito, durante todos esses anos é que, a pessoa que fica só nessa mentalidade do dinheiro não vai chegar muito longe.

Vender Doces vai muito além de apenas saber fazer um doce gostoso, para manter a sua Confeitaria e finalmente conseguir conquistar os teus sonhos através dela, você precisa saber:

- Se Planejar
- Precificar corretamente
- Escolher os doces certos para o seu público
- Usar as redes sociais ao seu favor
- Gerar muito desejo para que você transforme doce em dinheiro.

Eu sabendo disso, não poderia apenas te entregar o Ouro com as receitas validadas e te deixar "na mão" em relação a todos esses itens, por isso se prepara porque esse guia que criei vai te ajudar e muito a aplicar tudo isso na sua Confeitaria!

Siga os próximos passos em ordem, sem pular nenhum para realmente tudo funcionar como deve.



Modelo de Negócios

Nada mais é do que você planejar e colocar no papel: O QUE, COMO E PARA QUEM você irá vender.

Ele é extremamente importante para você nunca sair fora daquilo que você sabe que vai te levar ao resultado que deseja com a Confeitaria. Sem ele a sua empresa até pode crescer, porém, quanto mais cedo você estruturar como você quer que ela funcione, melhor.

Eu mesma só fui conhecer essa novidade 3 anos depois de ter começado a vender doces, por mais que tenha sido no momento certo, se eu tivesse feito isso antes teria me poupado muitas frustrações durante a caminhada.

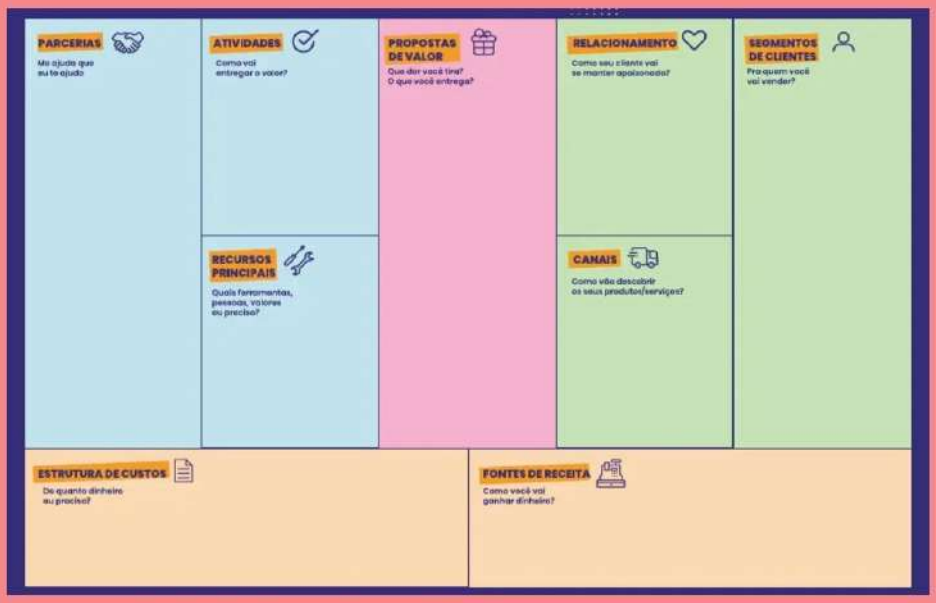
Fazer o seu modelo de negócios é fundamental para sua empresa porque ele vai te deixar claro como o dia 3 coisas que muitas empreendedoras deixam passar e por isso acabam desistindo e dizendo que a confeitaria não dá certo:

- **O que você faz**
- **Para quem você faz**
- **E Porquê você faz**

Isso é fundamental para qualquer empresa crescer e finalmente empreender com "liberdade".

Montando o seu Modelo de Negócios

A carinha do Modelo de Negócios e assim:



Agora eu vou te explicar cada passo para você montar o seu modelo de negócio, siga todos os passos sem pular nenhum, afinal tofos são extremamente importantes!

O Que é a sua empresa?

Proposta de valor: Qual é o "valor" que você entregará? Qual a dor que você tira? Oque você entrega? isso não ficará explicito em tudo porém irá te guiar em todas as suas ações.

Temos exemplos como:

- Facilidade (delivery, pagamentos, etc)
- Transparência (ao mostrar seus bastidores e como seu trabalho é feito, poucos fazem isso)
- Custo-benefício (mesmo que use materia prima de primeira e seja considerado "um doce mais caro" os feedbacks de clientes satisfeitos provam o custo beneficio do doce)

Montando o seu Modelo de Negócios

Para quem você vai vender?

Segmentação de Clientes: Normalmente a maior parte do público de Confeitarias são as mulheres adultas, jovens, 90% das vezes.
Porém você precisa analisar bem qual será o tipo de doce escolhido pois pode atingir púbicos diferentes, por exemplo:

- **Aqui na minha doceria nosso forte são os docinhos gourmet (coxinha, brownie, copo da felicidade) e o nosso público são mulheres, normalmente entre 20 e 40 anos de idade.**
- **Mas quando meu marido abriu uma Açaíteria (loja de Açái) nosso público cresceu e também atingimos idades entre 15 e 40 anos e homens também.**
- **Já uma confeiteira que trabalhe com Bolos para festas já pode também ter um público mais aberto, afinal todos fazem aniversário ou presenteiam um aniversariante seja ele homem ou mulher, criança ou adulto.**

Sabendo disso, escolha com coerência qual será o seu público para te auxiliar na hora de "conversar" com a pessoa certa através do seu marketing.

Montando o seu Modelo de Negócios

Para quem você vai vender?

Canais: Como seus clientes irão descobrir que você existe?

Aqui você vai planejar qual será o seu tipo de negócio por exemplo:

Você irá abrir uma loja? ou terá apenas o serviço de Delivery? Quem sabe você foque somente no Ifood...

Relacionamento: Como seu cliente vai se manter apaixonado pelo teu doce?

Lembre-se sempre: O CLIENTE MAIS IMPORTANTE É AQUELE CLIENTE QUE VOCÊ JÁ CONQUISTOU. Por isso você deve ser estratégica na hora de manter literalmente um "relacionamento" com a sua empresa e os seus doces. Exemplos de formas para manter esse relacionamento são:

- **Perfil Online (Instagram, Tiktok, Status Whatsapp)**
- **Lista de Transmissão no WhatsApp**

Montando o seu Modelo de Negócios

Como você vai vender?

Atividades: O que sua empresa faz? Como vai entregar valor?

Aqui você vai definir a ou as atividades principais da sua empresa, já escolhemos a proposta de valor no início mas agora você irá definir claramente e de forma objetiva a pricipal atividade da sua empresa, exemplos de atividades na Confeitaria são:

- **Usar apenas produtos de primeira qualidade**
- **Especialista em doces finos, em Brownie, em Brigadeiro, etc**
- **Conquistar mais lojas e clientes na sua cidade**

Parceiros: o famoso me ajuda que eu te ajudo.

Você até pode seguir uma caminhada solitária, porém com a ajuda de parceiros você consegue espalhar o seu nome para mais pessoas te conhecerem. Falando em parceria lembramos sempre dos atuais influencers mas você também pode contar com parcerias dessa forma:

- **Deixar panfletos em estabelecimentos**
- **Deixar expositor com os doces em pontos estratégicos**
- **Fazer promoções e sorteios com outras lojas**

Montando o seu Modelo de Negócios

Como você vai vender?

Recursos Principais: Quais ferramentas ou pessoas eu preciso para fazer a confeitaria crescer?

Aqui você vai englobar tudo aquilo que você precisa para começar a vender os seus doces, sem dúvidas a lista pode ficar comprida mas é essa a intenção, anote dês do inicio até algo que você precise futuramente e depois de escritas selecione as principais e mais fundamentais no momento, você não precisa de todas elas para começar!

Alguns exemplos de recursos que uma Confeiteira Iniciante pode precisar são:

- **Batedeira**
- **Geladeira**
- **Microondas**
- **Talheres**
- **Vasilhas**
- **Entregador**
- **Ajudante**
- **Decoração da loja**
- **Caixa**
- **Mesas e Cadeiras**

Montando o seu Modelo de Negócios

Como você vai ganhar dinheiro?

Fontes de Receita: A receita é todo o dinheiro que entra no seu caixa, confeiteira. Então aqui você vai definir clara e objetivamente como você vai ganhar o seu tão sonhado dinheirinho.

Como estamos falando de doces, sua principal fonte de receita precisa ser definida para que você não "se perca" no processo e comece a adicionar e trocar de doces a todo o momento assim como eu já fiz no início, e isso só me prejudicou e vou te explicar o porquê:

Quando você não decide qual tipo de doce será vendido e fica nessa de trocar o cardápio milhões de vezes, essa atitude passa uma impressão para seu cliente de que você está perdida e não sabe oque está fazendo, agora quando você se posiciona como especialista em algumas coisas apenas, isso passa mais autoridade. E eu deixei aqui pra você alguns exemplos de fontes de receita para você ter na sua Confeitaria:

- **Doces a pronta entrega (brigadeiro, coxinha, brownie, copo da felicidade, etc)**
- **Bolos decorados**
- **Docinhos de festa**
- **Açaí no copo**
- **Box de presente (caixa decorada com doces)**

Montando o seu Modelo de Negócios

Como você vai ganhar dinheiro?

Estrutura de Custos: Quanto dinheiro você precisa para que tudo isso funcione?

Aqui você vai analisar tudo oque já foi anotado anteriormente e anotar os custos de cada item que você precisa na sua Confeitaria, afinal quanto irá custar para ter todas as ferramentas que você selecionou?

Essa parte é extremamente importante e eu sei que é difícil mexer com números quando estamos começando, porém um grande erro que a maioria das empreendedoras cometem é: começar sem saber quanto vai custar. E assim acabam emprestando dinheiro e usando todo o limite do cartão de crédito até chegar o dia em que tudo isso virar uma bola de neve por falta de organização e planejamento.

Então separe tudo aquilo que você precisa investir para começar, sem exagerar em coisas que ainda não são fundamentais, e calcule tudo para fazer sentido com o seu bolso.

Eu mesma quando comecei, usava uma panela antiga que minha avó me deu, para fazer os recheios, depois de um ano eu consegui comprar a minha primeira panela exclusiva da doceria. Então comece com oque tem e compre apenas o essencial.

Se planeje e crie suas metas

Enquanto eu não parava para olhar o calendário do ano todo para me lembrar de datas com oportunidade de vendas como: dia do Chocolate, dia do Brigadeiro, dia da Nutella, eu sempre estava "perdendo" essas datas, ou ficava sabendo em cima da hora.

Quando você faz o planejamento semanal, mensal e anual tudo muda!

Por isso esteja preparada para essas datas que podem ser um salto de vendas quando bem planejado e com um marketing bem feito, afinal nem os teus clientes sabem quando que é o dia do Brigadeiro, e é sua obrigação lembra-los disso.

Estipule as metas que você gostaria de atingir, semanal, mensal e anualmente, isso te trará mais motivação para praticar as ações necessárias para atingir essas metas.

Mas lembre-se de não tirar muito os pês do chão na hora de fazer as metas, comece com algo pequeno e vá crescendo aos poucos.

Escolhendo o doce certo

O comentário que eu mais recebo nos meus videos é "aqui na minha cidade ninguém compraria nesse valor". Não há nada de errado se por ventura você morar em uma cidade pequenininha onde a população não tem tanto poder aquisitivo, mas eu aposto que na grande maioria dos casos, existe sim pessoas que pagam "mais caro" por uma sobremesa.

Por isso a pesquisa de mercado é essencial!

Essa pesquisa é algo que você não vai fazer somente agora no início mas sim todos os meses, monitorar quais doces estão sendo vendidos na sua cidade por outras confeiteiras é essencial pra você acertar no sabor e tipo de doce que vai levar dinheiro pro seu bolso.

Para fazer essa pesquisa eu gosto de visitar perfis de confeitarias na minha cidade e também no Marketplace do Facebook, assim eu consigo ter uma noção dos doces que elas mais ofertam e consequentemente quais doces elas mais vendem.

Mais importante do que saber os doces preferidos é observar os comentários e feedbacks que as concorrentes recebem de clientes, dessa forma você consegue estudar ainda mais sobre o seu cliente ideal.

Escolhendo o doce certo

Além de observar oque está sendo vendido na sua região é também olhar para si mesma antes de definir qualquer coisa.

Por exemplo, quando eu comecei com 19 anos de idade, produzir 300 geladinhos madrugadas a fora pra mim era tranquilo na época, mas para a Alessandra de 24 anos mãe de 2 bebês é extremamente inviável. E essa foi uma lição dificil de eu aprender, sofri semais até entender que para eu finalmente empreender com a tão sonhada liberdade eu precisava rever as minhas prioridades e entender que com o tempo passando as coisas mudam e eu tinha que mudar também.

Por isso pensar em você e na sua rotina é extremamente importante para começar da melhor maneira possivel, sem dores de cabeça e sem frustrações por "não dar conta de tudo".

Então pense bem se você quer trabalhar com encomendas ou pronta entrega. Montar doces na hora que sai o pedido ou deixar todos montados na geladeira. Vender doces na rua ou abrir uma loja na sua casa. Fazer brigadeiros ou assar brownies. Escolha de acordo com aquilo que se encaixa na sua rotina e me agradeça depois pelo sofrimento que isso vai te poupar!

Será que vai vender?

Depois de selecionar os doces que façam sentido na sua rotina, você precisa ter certeza de que vai caber no bolso dos clientes na sua cidade, e para fazer isso novamente você vai precisar espiar a concorrência.

Antes de bater o martelo de escolher o seu cardapio, você precisa preencher a Ficha Técnica de cada doce para saber exatamente quanto vai custar e por quanto você poderá vender e lucrar.

Ficha Técnica

A Ficha Técnica é a primeira fase da temida Precificação, nela nós anotamos as seguintes informações dos doces:

- **Ingrediente usado**
- **Quantidade que vem na embalagem fechada de cada ingrediente**
- **Custo dessa embalagem fechada**
- **Quantidade usada na receita**
- **Custo da quantidade usada na receita**
- **Valor total de custo do doce**
- **Rendimento**
- **Custo por unidade ou gramas**

Recheio Brigadeiro Cremoso

ingredientes	embalagem com	preço total	uso na receita	custo na receita	rendimento
Leite Moça	395g	R$ 10,00	395g	R$ 10,00	
Creme de Leite Nestlé	200g	R$ 6,00	200g	R$ 6,00	
Chocolate em Pó 50% Dois Frades	1000g	R$ 60,00	25g	R$ 1,50	
Chocolate Ao Leite Nestlé	1000g	R$ 45,00	25g	R$ 1,13	400g
			TOTAL	R$ 18,63	

Ficha Técnica

Recheio Brigadeiro Cremoso					
ingredientes	embalagem com	preço total	uso na receita	custo na receita	rendimento
Leite Moça	395g	R$ 10,00	395g	R$ 10,00	
Creme de Leite Nestlé	200g	R$ 6,00	200g	R$ 6,00	
Chocolate em Pó 50% Dois Frades	1000g	R$ 60,00	25g	R$ 1,50	
Chocolate Ao Leite Nestlé	1000g	R$ 45,00	25g	R$ 1,13	400g
			TOTAL	R$ 18,63	

Na coluna ingredientes você vai anotar todos os ingredientes usados em x doce, por exemplo se for um Brigadeiro, você vai colocar o Leite Condensado, Creme de Leite, Chocolate, Granulado, aqui você também pode colocar as embalagens unitárias, no caso do brigadeiro seria a Forminha e o Blister.

Como você vai descobrir o custo de uma receita, é importante anotar junto as embalagens unitárias como colherzinhas, forminhas, copo, etc, menos a embalagem de delivery como sacola de plastico ou kraft, essa embalagem entra nos seus custos como não pode ser cobrada no valor de cada doce, afinal seu cliente pode levar apenas um doce na sacola como também pode levar 3 doces diferentes em uma sacola só, o calculo é diferente.

Na coluna Embalagem com você irá anotar a quantidade total que vem em cada embalagem, por exemplo no caso do Brigadeiro, usamos o Chocolate em pó que na maioria das vezes compramos na caixinha com 200g. E em seguida você anota o valor total pago nessa caixinha com 200g.

Ficha Técnica

Recheio Brigadeiro Cremoso					
ingredientes	embalagem com	preço total	uso na receita	custo na receita	rendimento
Leite Moça	395g	R$ 10,00	395g	R$ 10,00	400g
Creme de Leite Nestlé	200g	R$ 6,00	200g	R$ 6,00	
Chocolate em Pó 50% Dois Frades	1000g	R$ 60,00	25g	R$ 1,50	
Chocolate Ao Leite Nestlé	1000g	R$ 45,00	25g	R$ 1,13	
			TOTAL	R$ 18,63	

Na coluna uso na receita você vai anotar a quantidade usada de cada ingrediente na receita escolhida, no nosso exemplo do Brigadeiro, no caso do Chocolate em Pó, compramos a caixinha com 200g porém usamos na receita apenas 30g, esse será anotado aqui.

Agora vem a parte "mais difícil" pois para descobrirmos o custo de cada ingrediente na receita precisamos utilizar a matemática e fazer o seguinte cálculo: PREÇO TOTAL / EMBALAGEM COM * USO NA RECEITA = CUSTO NA RECEITA, por exemplo:

- no caso do Brigadeiro pagamos R$20,00 na caixinha de 200g do Chocolate em Pó porém usamos 30g na receita, ou seja 20/200*30= R$3,00 é quanto custa essas 30 gramas de chocolate no nosso Brigadeiro.

E assim você vai fazer sucessivamente com os demais ingredientes até poder somar tudo e ter o valor total de quanto custa esse doce.

A partir do momento em que você tem o valor de custo total você pode dividir esse valor pelo rendimento da receita e saber com precisão quanto custa cada unidade. No exemplo do Brigadeiro se ele custar R$40,00 e render 20 brigadeiros de 20g cada um custará R$2,00

Sei quanto custa e agora?

Agora que você já conhece o custo de cada doce, antes de estipular um valor x de venda e ver o seu lucro e se realmente compensa vender e se alguém vai pagar por isso, precisamos falar de um assunto polêmico:

Quando eu comecei a ensinar o meu modo de precificar nas redes sociais para outras confeiteiras oque mais comentavam era "ela está pagando pra trabalhar" "se meu lucro for menor que 100% eu nem trabalho" mas a realidade é exatamente essa, não é porque o Brigadeiro custa R$2,00 que você necessariamente irá vender ele a R$4,00 e lucrar R$2,00.

Existe algo chamado Esteira de Produtos

E com ela você consegue encaixar doces em que você realmente ganhe 100% do valor como no exemplo do brigadeiro custa 2,00 e lucra 2,00. Mas também terão doces onde o custo será maior que o lucro e tá tudo bem, basta ter isso em mente e se organizar para ter uma mistura dos dois para ser justo com você e com seu cliente. Sabendo disso agora você consegue ter uma noção de quanto cobrar em cada doce e se os clientes na sua cidade irão "pagar por isso" de acordo com sua pesquisa de mercado feito com suas concorrentes.

Precificando o seu doce

Agora eu preciso que você esqueça tudo oque já ouviu sobre precificação e entenda o método que eu uso há 6 anos:

Quem diz que começar a empreender é ficar sem dinheiro por um tempo está mentindo, afinal largamos a carteira de trabalho para viver dos doces então o minimo que isso pode nos trazer de resultado é nos bancar no minimo, sabendo disso quando eu sai do meu emprego ganhando R$1100,00 eu sabia que precisava receber esse mesmo valor por mês com os doces e essa foi minha primeira meta mensal. Passado o tempo eu percebi que junto dessa meta eu também usava mais dinheiro para investimentos como embalagens novas, sacolas, adesivos, etc. Então eu decidi criar uma meta mensal que eu deveria ganhar com os doces e recomendo você fazer o mesmo, como?

- **somando todos os seus custos fixos e variáveis (fixos: energia, internet, água, gás) (variáveis: embalagens, sacolas, adesivos)**
- **estipulando uma margem a mais dos seus custos para ser o seu primeiro pró-labore (salário da empreendedora) (comece pequeno por exemplo R$500,00)**

Vamos supor que sua meta de lucro mensal se resultou em R$2.000,00, agora você precisa saber quantos doces precisa vender para chegar nesse valor de lucro, além desse você terá os seus custos para repor os doces.

Precificando o seu doce

Precificação

			custos + salário mínimo	ter sexta	quanto você retira de lucro por dia		quantos doces vc precisa vender para alcançar a meta		
doce	custo total	custo por unidade	meta de lucro no mês	dias trabalhados	meta de lucro por dia	valor de venda	meta de venda por dia	lucro por unidade	lucro por unidade total
Brigadeiro	R$ 45,00	R$ 2,25	R$ 2.000,00	16 dias	R$ 125,00	R$ 4,00	2	R$ 1,75	R$ 3,50
Coxinha de Brigadeiro	R$ 63,00	R$ 6,30				R$ 12,00	3	R$ 5,70	R$ 17,10
Bombom de Morango	R$ 40,00	R$ 4,00				R$ 10,00	5	R$ 6,00	R$ 30,00
Pão de Mel	R$ 100,00	R$ 6,20				R$ 12,00	5	R$ 5,80	R$ 29,00
Bolo No Pote	R$ 120,00	R$ 12,00				R$ 20,00	2	R$ 8,00	R$ 16,00
Delicia no Pote	R$ 60,00	R$ 12,00				R$ 18,00	2	R$ 6,00	R$ 12,00
Brownie	R$ 40,00	R$ 5,00				R$ 10,00	2	R$ 5,00	R$ 10,00
Brownie Recheado	R$ 80,00	R$ 9,00				R$ 15,00	2	R$ 6,00	R$ 12,00

Sempre comece anotando os doces que farão parte do seu cardápio, seu custo total e custo unitário de cada doce que já identificamos na ficha técnica para facilitar o cálculo do lucro depois de definir o preço de venda.

Partindo do exeplo que sua meta de lucro do mês seria de R$2.000,00, agora você precisa definir quais dias serão trabalhados por exemplo se for de segunda a sexta, em um mês seriam 20 dias.

Para sabermos quanto devemos receber em cada um desses 20 dias você vai dividir sua meta mensal que aqui seria R$2.000,00 dividida por 20 dias trabalhados, que resultaria em R$100,00 que você teria que retirar do seu caixa todos os dias, isso além do custo de cada doce!

Precificando o seu doce

Precificação

			custos + salário mínimo	ter sexta	quanto você retira de lucro por dia		quantos doces vc precisa vender para alcançar a meta		
doce	custo total	custo por unidade	meta de lucro no mês	dias trabalhados	meta de lucro por dia	valor de venda	meta de venda por dia	lucro por unidade	lucro por unidade total
Brigadeiro	R$ 45,00	R$ 2,25	R$ 2.000,00	16 dias	R$ 125,00	R$ 4,00	2	R$ 1,75	R$ 3,50
Coxinha de Brigadeiro	R$ 63,00	R$ 6,30				R$ 12,00	3	R$ 5,70	R$ 17,10
Bombom de Morango	R$ 40,00	R$ 4,00				R$ 10,00	5	R$ 6,00	R$ 30,00
Pão de Mel	R$ 100,00	R$ 6,20				R$ 12,00	5	R$ 5,80	R$ 29,00
Bolo No Pote	R$ 120,00	R$ 12,00				R$ 20,00	2	R$ 8,00	R$ 16,00
Delicia no Pote	R$ 60,00	R$ 12,00				R$ 18,00	2	R$ 6,00	R$ 12,00
Brownie	R$ 40,00	R$ 5,00				R$ 10,00	2	R$ 5,00	R$ 10,00
Brownie Recheado	R$ 80,00	R$ 9,00				R$ 15,00	2	R$ 6,00	R$ 12,00

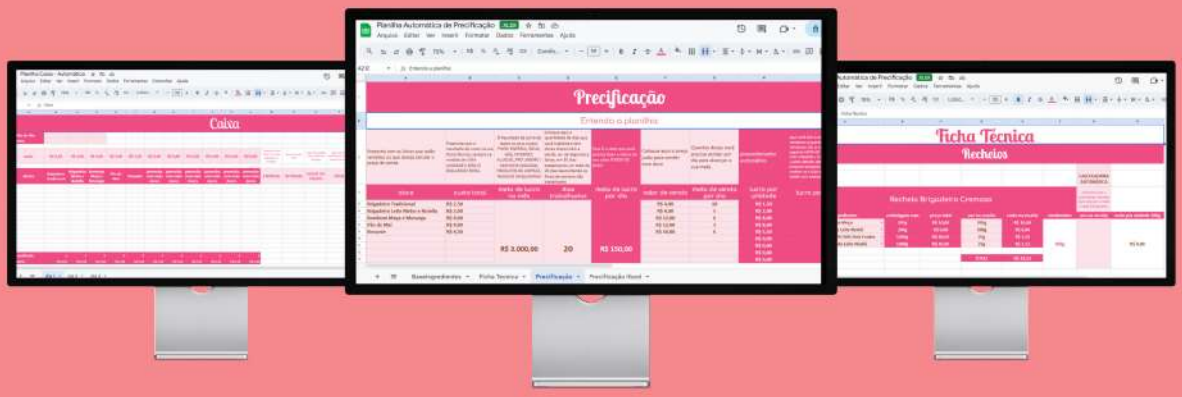
Sabendo quanto você tem de meta para retirar do seu caixa diariamente, agora você pode anotar o preço de venda de cada doce, subtrair esse preço pelo custo de cada unidade e saber o resultado que seria o seu lucro em cada unidade vendida.

Por exemplo:

- **1 Brigadeiro custa R$2,00 eu vendo por R$4,00, então eu teria R$2,00 de lucro em cada um.**
- **Se eu vendesse apenas esse brigadeiro com uma meta de R$100,00 de lucro por dia eu teria que vender: 100/2= 50 BRIGADEIROS POR DIA para no final do dia ter R$100,00 de lucro e R$100,00 de custo. E um faturamento total no dia de R$200,00 (custo + lucro)**

Isso feito para mais de um doce como na imagem a cima, você consegue estipular quantas unidades de cada doce da sua esteira deve ser vendido por dia. Como aparece na coluna Meta de Venda Por Dia.

PRECIFICAÇÃO



Eu sei que a parte matemática assusta muitas empreendedoras novas mas eu te garanto que com o tempo isso vai mudar e você fará esse calculo direto no bloco de notas do seu celular em minutos, assim como eu faço hoje em dia rsrsrs

Pensando em todas as minhas colegas confeiteiras que estão iniciando nesse ramo e ainda não tem toda essa habilidade na precificação, eu mesma recriei as minhas planilhas que uso há anos em um modo de preenchimento automatico para facilitar a vida de muitas! Com essa planilha que criei você apenas vai precisar preenher com os ingredientes que costuma trabalhar e os preços da sua cidade que ela faz o calculo sozinha pra você!

DISPONIVEL PLANILHA DE FICHA TECNICA, PRECIFICAÇÃO E CAIXA COM DESCONTO PARA ALUNAS DESTA APOSTILA:

GARANTA SUA PLANILHA COM DESCONTO AQUI

Como usar as Redes Sociais para vender

Um fato que não podemos negar é que: TODOS OS CLIENTES POSSÍVEIS ESTÃO SIM NA INTERNET e consequentemente nas redes sociais.



Sabendo disso não podemos ignorar o fato de que nós como Empreendedoras e Confeiteiras não podemos estar fora das redes sociais e é aqui que a coisa complica porque, infelizmente, alguns conteúdos e criadores nos passam a ideia de que todos devemos seguir um padrão, devemos fazer as mesmas coisas como fazer dancinhas ou aparecer todo dia nos stories.

Mas eu estou aqui para te provar que a única coisa que realmente te fará vender na internet será: ser você mesma e conhecer a plataforma que você escolher trabalhar.

Então se prepara porque eu separei um conteúdo de cursos que custam mais de MIL reais para te ajudar nesse inicio da melhor maneira possível:

Como usar as Redes Sociais para vender

Independente da rede social que você escolher trabalhar para divulgar o seu trabalho e atender os teus clientes, você apenas precisa entender que em todas elas você precisa manter uma unica Narrativa que vai te acompanhar para sempre na hora de divulgar seu trabalho.

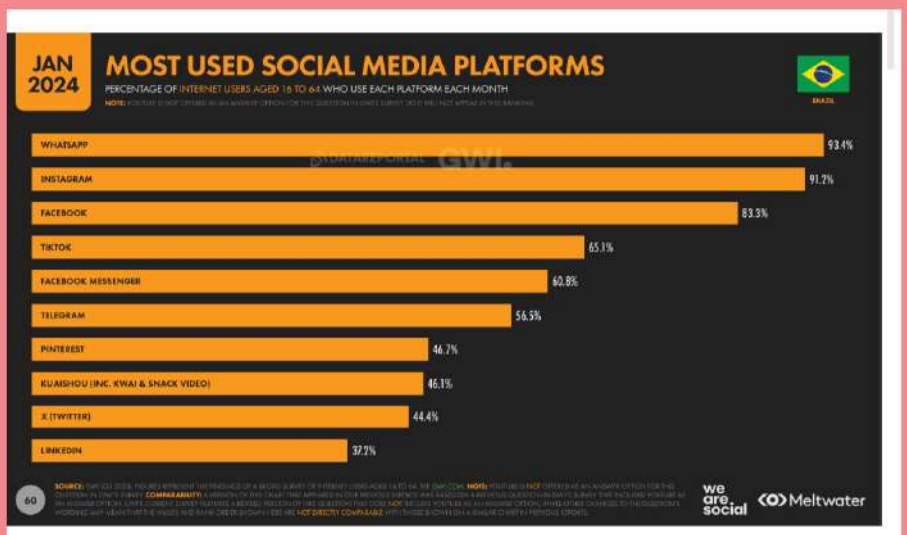
Junto da sua narrativa você vai usar a repetição para ir aumentando o seu posicionamento em cada rede, ou seja, sempre repetir essa mesma narrativa de maneiras diferentes de acordo com cada algoritimo.

O grande erro das empreendedoras iniciantes é não conhecer as plataformas antes de começar a usa-las então agora vou te explicar sobre cada uma delas e como você pode usa-las ao seu favor.



Entendendo o Instagram

O Instagram é atualmente a segunda rede social mais utilizada no Brasil, você sabia disso?



Dados de plataformas de redes sociais mais usadas no Brasil – Fonte: Digital Brazil 2024.

Com isso essa plataforma se tornou uma fonte potente para criar conexão com seus clientes e consequentemente vender os teus doces, mas uma coisa que precisamos lembrar sempre é:

AS PESSOAS NÃO ENTRAM NO INSTAGRAM PARA COMPRAR ALGO.

Sabendo disso é nosso trabalho fazer com que uma venda não se pareça uma venda, mas como?

Entendendo o Instagram

Definitivamente não é postando seu café da manhã ou uma foto sua com sua familia curtindo o final de semana que isso (a venda sem parecer venda) vai acontecer...

Para vender sem vender você precisa de 3 tipos diferentes de conteúdos no seu perfil do Instagram:

- **conteúdo que atrai**
- **conteúdo que engaja**
- **conteúdo que vende**

Essas 3 categorias quando são apresentadas de forma estratégica para sua audiência torna o seu perfil mais magnético, assim fazendo com que as pessoas se interessem mais pelo oque você tem a dizer, sintam-se mais confiantes e consequentemente comprem de você.

A parte mais difícil é sabor como, eu mesma passei anos tentando descobrir oque era estratégia e como eu faria isso de uma forma organizada, mas só o tempo me ensinou oque eu vou te ensinar agora:

Entendendo o Instagram

Você precisa olhar para seu perfil no Insta como se ele fosse uma teia de aranha onde todo possivel cliente que visitar seu perfil se grude nessa teia e fique nela para sempre!



Literalmente, o trabalho de vender no Instagram é: preparar o seu terreno (o seu perfil), jogar a isca para o cliente certo (fazer o post, reels, stories) e ser estratégica para que o cliente chegue até seu perfil, se apaixone com oque encontar e fique por ali até clicar no seu link para fazer o pedido com você, só isso.

Eu já estive no seu lugar, onde parece fácil demais para acreditar, afinal você já ouviu e viu tantas informações sobre vender no Instagram, que a realidade parece impossível de funcionar, mas eu vou te mostrar como da maneira mais descomplicada que eu conseguir te explicar:

Preparando o seu terreno

Tudo começa na sua Biografia e Nome do perfil. Escolha como você gostaria de ficar conhecida, por seu nome? Ou o nome da sua doceria? O nome da sua doceria deve ser autêntico, fácil de lembrar e fácil de falar. Isso pode até parecer meio bobo no início, mas é comprovado cientificamente que nosso cerébro odeia gastar energia tentanto ler ou lembrar de algo dificil, logo um nome fácil de falar e autêntico só seu se torna algo mais fácil para seus seguidores poderem reconhecer os teus posts.



Já na sua Biografia você deve passar de forma resumida para seus seguidores: OQUE VOCÊ FAZ, ONDE VOCÊ FAZ, COMO VOCÊ FAZ E UMA CHAMADA PARA AÇÃO.

A Biografia tem uma limitação de caracteres por isso você precisa resumir as informações, porém vou te passar aqui as mais importantes para conter em uma biografia de uma Confeitaria:

- **Você pode dizer explicitamente oque vende ou formular uma frase de impacto que resuma oque você faz**
- **Se você já tem um tempo de experiência coloque esse tempo lá pois vai passar autoridade**
- **Citar a cidade onde você atende é muito importante para o seguidor saber logo de cara se é da mesma região que você**
- **Inserir também os horários de atendimento seja delivery ou retirada**
- **Por ultimo a chamada para ação: você deve sempre inserir uma frase que chame seu seguidor a clicar no link seja ele para o Whatsapp ou para seu Cardápio.**

Preparando o seu terreno

Depois de escolher um nome só seu e descrever na sua Bio todas as primeiras informações que seu seguidor precisa para se interessar pelo seu trabalho, você deve criar os seus DESTAQUES que são stories que ficam salvos nessas bolinhas logo abaixo do seu link na bio. Nos destaques você tem a oportunidade de mostrar praticamente todo o seu trabalho, preços, politica, feedbacks, tudo aquilo que possa fazer o seu novo seguidor se sentir em casa como se já te conhecesse.



É importante manter os seus destaques sempre atualizados então escolha 1 dia no mês para fazer essa manutenção regular. Aqui na imagem eu deixei o print do meu perfil, mas como estamos falando de vocês que terão um perfil para vender doces os destaques mais adequados e que com certeza te trarão mais seguidores é:

- **Feedbacks, poste sempre nos stories todos os feedbacks que receber, assim você consegue salva-los nesse destaque e ficar disponível para novos seguidores saberem oque as pessoas acham do seu trabalho.**
- **O seu Cardápio deve estar presente nos destaques então capriche nas fotos e videos com o preço para facilitar a vida de quem quer pedir com você.**
- **Sua história contada com detalhes, imagens e emoções que irão gerar conexão com quem estiver assistindo, assim elas passarão a te enxergar de uma forma diferente.**
- **Ensine seu cliente a fazer seu pedido, se você atender no WhatsApp divulgue o link, se tiver cardápio digital ensine o seguidor a usar ou se estiver no ifood informe como pedir, lembra, nosso cerébro odeia gastar energia pensando.**

Conheça o Funil de Vendas

Antes de partimos para a próxima parte da nossa "teia de aranha" que seria o feed, stories e o seu direct, eu preciso te explicar o que é o funil de vendas e como ele está ligado àquelas 3 categorias de posts que te ensinei há algumas paginas atrás.



Simplesmente essas 3 categorias são os "pares" de cada etapa do Funil de Vendas, o fundo, meio e o topo.



Topo do Funil: pessoas que ainda não conhece você e seu trabalho ou chegaram por indicação.

Meio do Funil: pessoas que já te seguem mas ainda nunca comparam algo de você, precisam de um incentivo.

Fundo do Funil: pessoas que já compraram de você e precisam comprar mais e mais e mais!

Conheça o Funil de Vendas

Sendo assim, organizando cada tipo de conteúdo para cada parte do funil ele fica desse jeito aqui óh:



Topo do Funil: pessoas que ainda não conhece você e seu trabalho ou chegaram por indicação.

Meio do Funil: pessoas que já te seguem mas ainda nunca comparam algo de você, precisam de um incentivo.

Fundo do Funil: pessoas que já compraram de você e precisam comprar mais e mais e mais!

"Mas vou como usar tudo isso ao mesmo tempo?"

Essa era a pergunta que mais me pertubava quando não sabia criar conteúdo, e a resposta na verdade é bem simples: basta intercalar e mesclar esses posts entre os dias da semana e os formatos de conteúdo, vou te dar alguns exemplos a seguir:

Como aplicar o Funil

- **CONTEÚDO QUE ATRAI:** assuntos em alta entre o seu público, memes, suas opiniões sobre coisas relacionadas a sua forma de trabalho e até o próprio Foodporn por si só, imagens extremamente apaixonantes e irresistíveis funcionam para despertar a curiosidade em quem ainda não te conhece.



- **CONTEÚDO QUE ENGAJA:** tudo aquilo que ativa uma emoção como suas histórias, aquilo que você acredita, isso ou aquilo (desejo), seu doce na vida real (desejo).

- **CONTEÚDO QUE VENDE:** videos virais (trends), foodporn + chamada para ação, oferta direta com o cardápio, quanto mais você gerar desejo na pessoa e ativar o seu senso de urgência, mais e mais rápido você irá vender.

Percebeu como tem hora pra cada tipo de post? E que realmente não faz sentido trabalhar somente com uma unica parte do funil?

Como aplicar o Funil

Agora o seu trabalho é separar as suas ideias de posts usando referências de concorrentes e até fora do nicho da Confeitaria, sempre esteja aberta a inspirações. Escolher o melhor formato para cada tema entre: stories, imagens, reels curto, reels longo. E escolher o dia e horários que serão postados, lembre-se de deixar as legendas prontas e escritas porque isso te ajuda demais na hora de postar e para que esse processo funcione, o ideal seria que você tirasse pelo menos 2 dias da semana para focar nesse trabalho, quando deixamos tudo pronto para apenas clicar em um botão e postar nos sobra muito mais tempo para criar novos conteúdos e focar na produção dos doces ao mesmo tempo!



"Eu preciso aparecer nos stories?"

Não vou mentir, isso rralmente ajuda muito pois passa uma credibilidade a mais para seu futuro cliente, pense em você mesma indo escolher uma pizzaria, e entre uma que só tem imagens e texto e outra que sempre tem alguém aparecendo, falando sobre o trabalho, mostrando a rotina, mostrando os pedidos saindo, qual dessas duas te passaria mais confiança para pedir?

Se conectando com seu seguidor

Mas só porque aparecer passa mais credibilidade não quer dizer que não exista uma maneira de fazer diferente! Esse é apenas o caminho mais fácil e rápido, você pode começar a aparecer aos poucos, em auidos, imagens, videos antigos já gravados, sem pressão.

A coisa mais importante que você precisa saber sobre Stories é que ali é literalmente o lugar onde você vai conversar com seus seguidores, e uma dica magica para atrair ainda mais seguidores novos que visitarem sua página: POSTE STORIES TODOS OS DIAS, imagine-se como um seguidor novo, você entra no perfil da doceria gosta do trabalho deles e quando olha para a bolinha dos stories tem coisa lá, isso nos dá uma "empolgação" em saber que eles estão ativos e é essa impressão que você deve passar, postando stories estratégicos todos os dias que faça sentido com aquilo que o seguidor foi atraido em seu feed.

Nos stories você deve pedir a interação do publico e também mostrar a interação que eles tem com você fora dali, colocando prints de direct e comentários para inserir algum assunto, isso aumenta a taxa de resposta no direct que é exatamente aquilo que o algoritmo do Instagram quer que você faça!

Quando você consegue fazer com que as pessoas respondam seus stories e passem a conversar com você no seu direct, o algoritmo automaticamente começa a te recomendar para mais e mais pessoas.

O que é Narrativa?

Narrativa é o seu roteiro para criar qualquer conteúdo na hora de vender os teus doces. É o script que você sempre deve seguir a risca para que tudo faça sentido para seu cliente. É tudo aquilo que você vai mostrar para seu seguir e mostra-lo como sair do ponto A e leva-lo até o ponto B.

Na sua narrativa devem conter palavras, sentimentos, coisas que você gostaria de transmitir para seus clientes e usa-la para criar suas fotos, seus reels, seus stories e até como fazer o atendimento dos teus clientes.

E não existe apenas uma única narrativa, aqui eu vou te ensinar a criar a sua: Narrativa da Marca e a Narrativa do seu produto, e com essas duas maravilhosas alinhadas eu duvido que o seu perfil não se destaque da concorrência em pouco tempo!



Como criar sua Narrativa:

Para criar a sua Narrativa você deve apenas responder algumas perguntas e a partir das suas respostas você poderá retirar vários assuntos para seus posts.

Começando pela NARRATIVA DA MARCA que vai envolver tudo aquilo que você gostaria que fosse a sua marca na vida do seu cliente, como você quer que ele te enxergue? Então responda essas perguntas:

- **Quais são os valores? ex: transparência, autenticidade, paixão.**
- **Quais são suas bandeiras? ex: qualidade de primeira, atendimento humanizado.**
- **Porque você vende oque vende? essa só você pode responder, e não me diga que é pelo dinheiro, aqui queremos algo mais profundo que se encontra no seu coração!**
- **Porque você acredita que as pessoas precisam do seu doce? ex: para economizar dinheiro com doces duvidosos.**



Como criar sua Narrativa:

E agora para você criar a sua NARRATIVA DE PRODUTO você pode tanto criar para produtos diferentes como Bolo de Aniversário e Docinhos para um Casamento, ou até mesmo unificar uma Narrativa só para os seus doces que são vendidos na pronta entrega. Para criar essa narrativa responda essas perguntas aqui:

- **Qual o Significado? ex: os docinhos finos para um casamento farão dele mais especial com a sua tecnica e os produtos de primeira linha que só você usa.**

- **O que o seu cliente passa se não comprar de você? ex: oferecer algo de baixa qualidade para seus convidados.**

- **Em quais contextos ele está inserido? ex: aqui no caso eu usei os docinhos que seriam de um Casamento, um dos momentos mais especiais na vida de alguém.**



Usar a Narrativa é implementar uma nova ideia na cabeça das pessoas e remover uma ideia antiga.

Mas como uma narrativa pode envolver o seu cliente a ponto disso?

1. **Narre o contexto em que seu cliente está inserido**
2. **Toque na ferida, cite as dores, os desejos, os sonhos**
3. **Mostre para ele a realidade atual**
4. **Destaque aquilo que você acredita estar errado**
5. **Insira a sua narrativa como prova de que existe outra ideia**

E para você aplicar esse passo a passo aqui, vai precisar da ajuda de algumas ferramentas:



Como usar a sua narrativa na prática:

As Ferramentas na verdade são formas que você pode transmitir a sua mensagem através de qualquer formato de conteúdo seja ele: story, um reels ou até uma sequência de fotos. Essas são as ferramentas que eu utilizo para vender os meus doces todos os dias no Instagram:

- **Storytelling: sequência de stories contando uma história com começo meio e fim, sempre voltado para oque você quer vender.**

- **Exemplos e Contextos: um dos que eu mais faço com meus clientes é: gravar um storie contando sobre uma experiência que tive ao pedir um doce com Nutella e não ter recebido a mesma. Se coloque no lugar do cliente e faça ele entender que você passa pelo mesmo que ele e está preocupada com isso.**

- **Conexões: fale sobre assuntos que ativem a sua memória afetiva, por exemplo uma caixinha de perguntas: você também comia doce de leite cozido assim na casa da sua avó?. SEMPRE, antes de introduzir uma pergunta faça alguns stories introduzindo o assunto em questão que seria o doce de leite.**

- **Rotina e Bastidores: esse pode ter de monte todos os dias, sempre direcionado para oque você vende, então não perca o foco!**



Explicando o Storytelling

Essa é sem duvidas a ferramenta que mais usamos atualmente para vender na internet, QUALQUER COISA, não somente os doces.

Antes de compreender como é uma sequência de Storytelling que vende de verdade eu preciso te mostrar o porquê você sente que ninguém liga para os conteúdos que você posta nos seus stories.



Esse é um Stories SEM STORYTELLING:

Assunto A

Frase de Bom Dia com foto de café

Assunto B

Foto sua na academia

Assunto C

Cardápio do Dia com Link

Assunto D

Caixa de perguntas aleatória

Repare como os conteúdos não se conectam

Explicando o Storytelling

Agora repare na diferença em um STORIES COM STORYTELLING:

Assunto A	Assunto A	Assunto A	Assunto A
Sua opinião sobre A	Provas Sociais sobre A	Enquete sobre A	Chamada para ação com link



Repare como os assuntos se completam e não fogem disso.

Saiba que essa estrutura não se limita apenas aos stories, você consegue aplicar em qualquer tipo de conteúdo que quiser como videos ou carrossel.

Para criar seu Storytelling você precisa de 3 coisas:

- **Emoção**
- **Estrutura**
- **Passo a Passo**

Agora vou te ensinar cada um deles para você criar o seu:

Criando o seu Storytelling: Qual emoção você vai provocar?

Praticamente 90% dos motivos porquê alguém compra algo é: A EMOÇÃO.

Então você precisa escolher INTENCIONALMENTE qual emoção você quer que sua audiência sinta vendo os teus contéudos.



Deixei aqui algumas da emoções que eu mais uso para vender os meus doces:

- **Nostalgia**
- **Memória Afetiva**
- **Desejo**
- **Alivio do Estresse**
- **Satisfação**
- **Estimulo visual**
- **Celebração**
- **Medo**
- **Raiva**

Criando o seu Storytelling: A estrutura certa

Uma das maiores dificuldades que eu já tive com essa parte de Marketing era: como eu iria aplicar algo que funcionasse mais de uma vez e igual?

E essa estrutura sem duvidas é a que eu mais usava sem mesmo saber oque era! Quando descobri nunca mais parei de usar e sempre funciona sem erros:



Estou falando do famoso AIDA

A → **ATENÇÃO: insira o assunto gerando uma emoção**

I → **INTERESSE: porquê isso é importante?**

D → **DESEJO: como você resolve isso?**

A → **AÇÃO: a ação para resolver isso**

Criando o seu Storytelling: O passo a passo

Tudo oque você precisa saber para se tornar craque em fazer Storytelling que vende mais que água no verão!

- **São sequências de informações sobre um único tema com começo, meio e fim.**
- **Essa sequência deve ter um Objetivo por trás (como uma lição de moral).**



- **No meio da sequência DEVE conter a interação do seu público, através de prints ou caixinhas de pergunta.**
- **A sequência sempre começa com um assunto simples até chegar num assunto especifico.**
- **A ultima parte sempre deve chamar a audiência a fazer alguma ação.**

Então pare de criar conteúdos desconexos e comece agora a criar conteúdos e stories com Storytelling e finalmente se conecte de verdade com a sua audiência.

Você é quem escolhe oque quer mostrar

Mas isso só vai dar certo se usar as palavras certas:

Copywriting é como chamamos a arte de escrever estrategicamente. Copy é tudo aquilo que transmite a ideia central da sua marca. Incluindo principalmente as palavras, mas também pode ser passada através de imagens ou videos.

Normalmente é conhecido por serem textos que vendem, textos que apresentam uma tese, geram desejo, mostram a atmosfera de interesse e direciona seu cliente a fazer uma ação.

Por isso sempre que você for escrever uma legenda, o roteiro de um video ou até mesmo
uma sequência de stories é extremamente importante que você escolha com cuidado as palavras que irá usar, focando sempre no fato de que cada palavra dita para seu cliente deve gerar uma emoção, e quem escolhe qual será a emoção gerada é você.



Use os Stories da forma correta:

É muito fácil se perder na ideia de que nossos stories como Confeiteiras deveriam ser iguais aos da Virginia, e aí nasce aquela comparação que só nos tira do caminho certo.

Foque em fazer dos stories um portal onde você consegue se aproximar dos seguidores e gerar mais e mais desejo sobre os seus doces e o seu trabalho.



Esses são os tipos de stories que eu foco em ter todos os dias na minha doceria:

- Stories de Rotina: mostre partes da sua rotina que liguem com seu doce, por exemplo tomar um café da manhã comendo seu Brownie .

- Stories de Desejo: aqui você vai seduzir os teus clientes, use e abuse do foodporn e até feedbacks de clientes satisfeitas farão as seguidoras quererem o mesmo.

- Stories de Conexão: cite contextos onde seu seguidor está inserido, que conecte no final com seu produto.

- Stories de Oferta: intoduza um assunto e no final faça uma oferta irresistível.

Como eu uso o Facebook para vender doces

Eu já cheguei a dividir essa minha opinião com outras confeiteiras e elas concordaram comigo, infelizmente no Facebook temos muitos "curiosos", já viu aquele meme do menseger onde a pessoa pergunta se está disponível e desaparece? Então é tipo isso aí...

Por isso é tão importante que conhecemos as redes sociais antes de trabalhar nelas. O Facebook atualmente é uma rede social onde sua maioria de usuários tem um poder aquisitivo mais baixo do que as demais, por isso a fama de ter tantos "curiosos", por isso já começar sabendo disso evita que você se frustre e use estratégicamente assim como eu uso atualmente:

Não vou ser injusta com o Face afinal foi através dele que eu fiz minhas primeiras publicações para vender os meus primeiros geladinhos, então sem sombra de duvidas ele me ajudou e muito nesse inicio.



Como eu uso o Facebook para vender doces

Apesar da fama de curiosos o Face é ótimo para divulgar o seu trabalho e também suas outras redes sociais como Instagram. Então o ideal é que pelo menos uma vez por semana você esteja lá para divulgar o seu trabalho, seja ele por encomenda ou a pronta entrega, lembre-se sempre de utilizar as palavras certas, descreva os produtos que está divulgando, seus preços e informações importantes como data de encomenda, whatsapp para pedidos ou até mesmo seu endereço para retirada.



Esse mesmo post que foi feito em seu Perfil pessoal pode e deve ser compartilhado em grupos de vendas da sua cidade, comece a participar desses grupos e compartilhe seus posts neles que as chances do seu trabalho alcançar novos clientes aumentará.

Como eu uso o Facebook para vender doces

Outra forma para vender os teus doces todos os dias no Facebook é através do Marketplace, eu digo todos os dias porque diferente dos posts comuns que fazemos no perfil que tem uma certa "data de validade" os anuncios feitos no Marketplace tem uma vida util maior quando feitos da maneira correta!

Normalmente essa função na plataforma não aceita que você faça mais de um anuncio com as mesmas fotos, então algo onde eu errei muito era: fazer anuncios "gerais" (não divulgando um unico doce específico) e quando eu queria fazer um anuncio de um doce específico eu era impedida de utilizar as mesmas imagens.



O segredo do Marketplace é separar um script parecido para cada doce que você irá divulgar, assim fica mais facil de quem está vendo te reconhecer e criar anúncios separados mas seguindo o mesmo padrão. Assim você verá que as visualizações no seu anuncio irão aumentar bem mais rápido, uma ótima estratégia aqui seria divulgar sempre seu instagram ou whatsapp direcionando seu seguidor para lá.

Trafego Pago, funciona para quem está começando?

Se tem uma coisa que eu aprendi (na dor gastando meu dinheirinho suado) foi que DEFINITIVAMENTE, O TRAFEGO PAGO NÃO VAI FAZER MILAGRES E VENDER PRA VOCÊ DA NOITE PARA O DIA!

Eu cai muito nesse pensamento que eu tenho certeza que já passou pela cabeça de 99% das Confeiteiras: "Se eu anunciar hoje, amanhã eu já consigo vender" eu realmente achava que era só colocar dinheiro de um lado que automaticamente e obrigatoriamente eu teria pelo menos uma venda, mas a verdade foi que eu gastei em torno de R$500,00 só "testando anuncios" desesperadamente confiante de que isso me traria mais vendas, comecei investindo 5, 7 reais e logo pensei que o problema seria a quantidade do valor por isso não tinha vendas KKKKKKKKKK O pior era que eu só lembrava do bendito Trafego Pago só quando eu precisava de venda pra ontem.

Por isso quero te dizer aqui e agora: VOCÊ NÃO PRECISA DE TRAFEGO PAGO PARA COMEÇAR, não se preocupe com isso agora. O Trafego exige um estudo maior, preparo, treino, testes e isso necessita de dinheiro que se não planejado pode apenas gastar seu dinheiro átoa, deixamos esse assunto para um proximo curso!

O TikTok para Confeiteiras

Aqui é a terrinha mais conhecida e acessada atualmente, mas digo para você como criadora de conteúdo nessa plataforma: TUDO TEM DOIS LADOS.

Acredite se quiser, mas depois que eu criei esse perfil onde ensino outras Confeiteiras a começarem seus negócios e comecei a criar conteúdo no TikoTeko eu literalmente tive que fazer uma limpeza mental, lei da atração, reprogramação e tudo mais, sério, lidar com comentários e criticas não é tão fácil quanto parece, expor suas ideias e ser confrontada é muito dificil viu?

Mas ao mesmo tempo 1 unico video meu viralizado recentemente na Páscoa me rendeu R$1300,00 isso sem duvidas seria um investimento perfeito na sua loja não é?

Mas o preço que valem as visualizações, comentários e criticas fica a seu critério, aqui vou apenas te entregar o ouro de como você pode ganhar dinheiro com o Tiktok e ainda divulgar a sua Confeitaria e sem duvidas fechar mais pedidos e encomendas:

O TikTok para Confeiteiras

Primeiramente você precisa saber que o algoritmo do TikTok entrega os conteúdos para muito mais lugares do país do que as outras redes que são mais direcionadas a sua região, o TikTok mesmo nichando ele com Localização e Hashtags ainda sim entregará seu conteúdo para outras regiões.

Sabendo disso nunca se esqueça de colocar EM TODOS OS SEUS VIDEOS a sua localização e sempre use até 5 hashtags da sua região e sobre o conteúdo, por exemplo se for um video onde você está fazendo um brownie, #brownie.

Esses são os tipos de Conteúdo que podem te ajudar a alcançar mais pessoas no Tiktok:

- Exponha suas opiniões sobre coisas que você acredita, por exemplo "o porque você só usa marcas de primeira qualidade".
- Conte suas histórias ou crie histórias a partir dos feedbacks dos seus clientes. Por exemplo, eu já recebi um feedback onde a cliente me agradecia por fazer parte de um momento especial na vida dela que foi a gravidez do primeiro filho, basta criar uma narrativa em cima disso para tornar mais interessante.
- Mostre seus bastidores. "Um dia na minha vida" "Uma manhã de produção " Um dia de atendimento comigo" use e abuse desse tipo de conteúdo.

O TikTok para Confeiteiras

Eu vejo muitas colegas de profissão fazendo conteúdos de Oferta no TikTok porém como eu disse esse tipo de conteúdo nessa rede acaba mais atrapalhando do que ajudando pois vai atrair pessoas de outros lugares a fazer pedido com você por isso troque o conteúdo de oferta por direcionar sempre para seu Instagram e deixar para fazer o conteúdo de oferta direto no Insta como já conversamos.

Tudo oque você precisa saber para criar ótimos conteúdos no Tiktok, além dessas que eu já te ensinei, é que o publico lá está procurando por entretenimento então estar por dentro dos assuntos em alta, ainda deixando sua opinião e expondo suas ideias, é essencial para que o algoritmo siga seu curso e consequentemente incentive a conexão entre você e sua audiência, por isso dê a atenção necessária sempre respondendo pelo menos 40% dos comentários seja na propria aba ou em video.

A chave do sucesso aqui é AUTENTICIDADE, por isso seja voce mesma e defenda seu trabalho com unhas e dentes que seu reconhecimento chegará até você! ARRASA MULHER 🔥

O TikTok para Confeiteiras

Eu vejo muitas colegas de profissão fazendo conteúdos de Oferta no TikTok porém como eu disse esse tipo de conteúdo nessa rede acaba mais atrapalhando do que ajudando pois vai atrair pessoas de outros lugares a fazer pedido com você por isso troque o conteúdo de oferta por direcionar sempre para seu Instagram e deixar para fazer o conteúdo de oferta direto no Insta como já conversamos.

Tudo oque você precisa saber para criar ótimos conteúdos no Tiktok, além dessas que eu já te ensinei, é que o publico lá está procurando por entretenimento então estar por dentro dos assuntos em alta, ainda deixando sua opinião e expondo suas ideias, é essencial para que o algoritmo siga seu curso e consequentemente incentive a conexão entre você e sua audiência, por isso dê a atenção necessária sempre respondendo pelo menos 40% dos comentários seja na propria aba ou em video.

Por último mas não menos importante

O Whatsapp será, provavelmente, o principal canal entre você e as suas vendas então precisamos também dar uma atenção a mais pois essa ferramenta pode literalmente nos salvar quando faltam aqueles ultimos docinhos pra vender.

Quando falamos no assunto atendimento logo já vem na cabeça configurar algum tipo de automação para "nos ajudar", mas a questão aqui é: QUANTO MAIS HUMANO, MELHOR!

Há algum tempo eu fui fazer o suporte desta apostila com uma aluna, e ela usava o Whatsapp de atendimento dela para falar com a gente aqui, e quando eu comecei a enviar as respostas para suas questões, a cada texto que eu enviava eu recebia uma automação diferente 🥴



Então eu separei na próxima pagina uma série de questões que eu uso para fazer o meu atendimento tanto nesse perfil quando na minha doceria, e particularmente sou MUITO CONHECIDA POR FAZER UM ÓTIMO ATENDIMENTO, justamente porque foco sempre em fazer o contrário do atendimento que recebo atualmente em locais na minha cidade.

Como fazer um atendimento impecável

A primeira coisa de tudo é conhecer o seu tipo de publico e desenvolver uma linguagem própria para se conectar com seus clientes e futuros clientes, por aqui como temos um publico feminino e jovem entre 20 e 40 anos eu me adaptei com uma linguagem coloquial, ou seja com girias e memes, até uso figurinhas no atendimento, por um ano nossa "mascote" de memes era aquela japonesinha fofinha e eramos reconhecidos por isso, outra marca registrada que pegou muito nos meus atendimentos é chamar carinhosamente de miga, como eu uso além dessa linguagem outra forma ainda mais educada de tratamento, esse tipo de comunicação não fica tão "forçada" quanto parece.



Muito pelo contrário, o fato de eu usar termos como "por gentileza" "muito obrigada" "por favor" torna a conversa mais agradável e confortável, tão confortável que precisei aprender a colocar limites pois isso também pode passar a ideia de que "queremos a amizade" dessa cliente, não que eu não queira kkkkk, mas, em dias onde tem 10 15 pedidos para atender fica complicado dar essa atenção que as clientes gostam por exemplo perguntando como vai a nossa familia, eu não te ensinei a criar conexão com seus clientes? Aqui é a prova de que isso funciona mesmo!

Como fazer um atendimento impecável

Sempre use as formas de cumprimento "Bom dia" "Boa tarde" e "Boa Noite" e sempre faça a pergunta: "tudo bem com você?". Pode ser que a pessoa não te responda e também pode ser que ela responda e ainda te agradeça por perguntar, independente da reação do cliente o importante é você iniciar sua conversa dessa forma sempre! Sempre mostrando que está aqui para ajudar.



O importante aqui é você saber que deve atender cada cliente de uma vez por isso dê a atenção necessária para cada cliente que sem dúvidas isso fará toda a diferença na hora dele decidir entre você e sua concorrente. Quando ele te enviar alguma dúvida sobre preço, tamanho ou outra informação, não seja raza na sua resposta, nessa hora você deve se colocar no lugar do seu cliente e responder como você gostaria de ser respondido, com informações completas e escolhendo as palavras e os gatilhos certos (estude mais sobre copy) você consegue resolver a questão com seu cliente e ativar gatilhos mentais para que ele decida rapidamente e logicamente a partir daquilo que você disse se quer ou não comprar com você.

Como usar gatilhos mentais no seu atendimento

Antes de eu te mostrar como eu uso os gatilhos mentais no meu atendimento no Whatsapp, gostaria que soubesse que esses mesmos gatilhos servem e devem ser usados na sua produção de conteúdo seja em videos, legendas, stories e até seus posts feitos no Facebook.

O que são gatilhos mentais?

Basicamente são estimulos que quando recebidos por nosso cerébro influenciam diretamente na nossa tomada de decisão. Ou seja, tudo aquilo que precisamos para VENDER!

Isso acontece porque, quando o nosso cérebro acessa informações como "só hoje" ou "última unidade disponível", por exemplo, ele entra em estado de alerta, sentindo que pode perder uma oportunidade importante.

Para te ajudar eu separei na pagina seguinte os gatilhos que eu mais uso para vender doces:

Exemplos de Gatilhos e como usa-los

- **ANTECIPAÇÃO: sabe aquele frio na barriga que temos ao ver o trailer de um filme que gostamos? Você pode provocar o mesmo usando esse gatilho e inserindo aos poucos as informações sobre um lançamento antecipando emoções nos clientes.**

- **AUTORIDADE: esse gatilho está relacionado ao sentimento de segurança que seu cliente deve sentir ao escolher comprar com você pois demonstrou que sabe oque está fazendo transmitindo autoridade nas palavras e provas sociais.**

- **ESCASSEZ: tem a ver com você criar a necessidade de não perder oportunidades, quando ouvimos que só tem mais um daquele doce que amamos, sem dúvidas seremos quase que obrigados por nosso cerébro a comprar esse ultimo.**



- **URGÊNCIA: bem parecido com o de escassez, o gatilho mental de urgência difere-se apenas por ser especificamente sobre o tempo. Quando não há um prazo estipulado para fazer a compra seu cliente pode acabar mudando de ideia e indo pensar melhor.**

- **NOVIDADE: toda vez que nos deparamos com algo novo nosso cerébro libera o hormônio do prazer e divulgar uma novidade no seu cardápio ou na sua doceria pode fazer o mesmo. Ligar esse gatilho com o de escassez e urgencia pode te levar a um pico de vendas.**

- **RECIPROCIDADE: sempre que você oferece algo de graça para alguém ela fica com o sentimento que está em divida com você, por isso invista em brindes surpresa, assim ativa o gatilho de curiosidade ao mesmo tempo que faz a pessoa te restribuir fazendo o pedido para ganhar um brinde surpresa.**

- **CURIOSIDADE: A curiosidade é um dos impulsos humanos mais fortes, as pessoas não resistem áquilo que lhes causa curiosidade. Por isso é tão importante conhecermos o nosso publico alvo.**

Como manter um relacionamento

Depois que seu cliente já te disse "sim" para o seu pedido de casamento, é assim que tratamos das vendas no mundo do marketing afinal realmente: fazer uma venda é como fazer um pedido de casamento para seu cliente, e se ele comprar de você a resposta foi sim! UHUUUL 💍👰

Agora oque você precisa fazer é manter esse relacionamento entre vocês, mas como?

Peça a permissão para seu cliente ser adicionado em sua Listra de Transmissão onde ele será notificado toda vez que tiver um docinho disponível e você estiver atendendo, com certeza se essa pessoa aprovou seu trabalho irá aceitar, peça para ela salvar seu contato também para que possa receber seus status e ficar por dentro das novidades.



Adicione esses clientes em sua Lista de Transmissão e sempre envie notificações por lá quando tiver atendimento e doces disponíveis, isso eu sempre faço 10 minutos antes de abrir a minha pronta entrega e lembra muitos clientes de que estamos vivos, normalmente peço para as pessoas responderem a mensagem para receber o Cardápio e aí início o meu atendimento 10/10 ❤️

Como manter um relacionamento

Se por acaso seu cliente disse não á lista de transmissão, agradeça mesmo assim e nunca apague seu histórico de conversas, preferencialmente utilize o Whatsapp Bunisess onde você pode adicionar etiquetas a cada tipo de cliente, eu marco esses clientes que não estão na lista e a cada 15 dias lhes envio uma mensagem igual da nossa lista de transmissão apenas para lembra-los de que estamos ali disponíveis!

Agora falando sobre os Status do Whatsapp NUNCA OS DEIXE VAZIOS! Mas também não poste apenas o cardápio e um link de pedido pelo amor de deus.



Novamente se coloque no lugar do seu cliente e pense naquilo que te faria ter vontade de pedir um doce, então por aqui como atendemos a pronta entrega sempre as 13:00 faço desse jeito:

- mostro os bastidores da produção ou a geladeira cheira de doces algumas horas antes, aqui já consigo receber mensagens pedindo o cardápio.
- uso do foodporn para mostrar as delícias disponíveis, sem valores na maioria das vezes. Isso faltando 30 minutos para abrir.
- assim que iniciamos o atendimento eu lanço a chamada para meu cardapio digital ou pedido direto com informações como: horário de atendimento, taxa de entrega, quais serviços temos como delivery e retirada, tudo aquilo que o cliente precisa saber para decidir pedir ou não.

Como manter um relacionamento

Eu particularmente costumo postar essa ultima chamada as 13:00 assim que inicio o atendimento e depois mais proximo do horário de encerrar eu começo a trabalhar com o gatilho de escassez e urgência:

- separo alguns feedbacks de clientes do dia ou de outros dias e reposto para gerar desejo nos clientes que ainda não pediram.

- também gosto de postar novas imagens de foodporn dos doces que ainda ficaram disponíveis e sempre com eles "ULTIMA UNIDADE" "2 ULTIMAS UNIDADES", mesmo que ainda tenha mais unidades, seu cliente não sabe disso!

- depois de mostrar as ultimas unidades disponíveis eu crio a urgência de pedir ainda hoje porque nosso atendimento está prestes a encerrar, se você não tiver mais no outro dia use isso para gerar ainda mais "ansiedade" no seu cliente.



O grande segredo para manter esse relacionamento entre vocês é sempre estar disponível com simpatia e educação para seus clientes que eles nunca mais te abandonarão, confie em mim, atualmente os atendimentos tem caído drasticamente na qualidade por ficar nas mãos de funcionários mal treinados, aproveite que essa empresa é só sua e faça valer a pena todo o esforço e trabalho que você teve estudando e treinando até aqui!

A forma infalível de gerar desejo nos teus clientes

90% das minhas vendas SEM SOMBRA DE DÚVIDAS SÃO FRUTOS DO DESEJO QUE EU GERO NOS CLIENTE ATRAVÉS DAS MINHAS FOTOS E VIDEOS.



Quando trabalhamos com algo visual como no caso dos doces ja é comprovado cientificamente que o nosso cerébro nos envia ótimas recomendações sobre uma imagem de qualidade, nitida e bem feita.

E para você conseguir isso não precisa de tudo aquilo que já veio a cabeça, aqui vou te mostrar a minha história com a fotografia, como eram minhas primeiras fotos dos doces e como tiro as fotos atualmente e como você pode aplicar tudo isso e melhorar em pelo menos 50% suas fotos para finalmente fazer os teus clientes babarem na tela do celular toda vez que você aparecer!

Eu sou a prova viva de que as minhas imagens fazem a maior parte das minhas vendas, afinal a maioria dos clientes chegam buscar seu pedido com a seguinte frase "vi seus stories e não aguentei tive que pedir!"

E agora chegou a sua vez de aprender como fazer isso acontecer:

A minha história com a fotografia e porquê você deve estudar o assunto

Quando eu tinha 11 anos meu sonho era ser uma Fotográfa então esse assundo nasceu na minha vida muito cedo mesmo! Nessa época eu ganhei uma câmera semi profissional que era "modinha" na época dos "emos" 🙈 (eu me achava)



Enfim, comecei a mergulhar nesse mundo de formatos de imagem, iluminação correta e edição em photoshop.



Aprendi fuçando mesmo, nos aplicativos, funções e filtros. Passei anos tirando fotos de momentos com meu marido e quando tinha 17 anos tirava imagens da natureza oque foi ótimo porque, eu nem sabia, mas estava a todo esse tempo treinando o meu OLHAR FOTOGRÁFICO.

O que é Olhar Fotográfico?

Simplesmente é a forma como um fotógrafo vê o mundo ao seu redor e expressa a sua visão através das imagens.

Basicamente é a sua capacidade de pegar detalhes que a maioria não ve. Saber transmitir a emoção correta através das imagens e mostrar os detalhes intencionalmente em cada foto ou video. Destacando da maneira correta as cores, sombras e luzes para que "tudo faça sentido" para o cerébro da sua audiência quando bater os olhos nas suas imagens.

E como tudo nessa vida você pode treinar e desenvolver a habilidade, para isso você precisa:



- **Estudar sobre a luz**
- **Estudar Composição Fotográfica**
- **Se inspirar em referências**
- **Praticar**
- **Observar**

E nisso eu posso e vou te ajudar!

A Luz é a vida da sua foto

Seja ela artificial ou natural (irei explicar mais sobre os dois tipos), a luz é o elemento que deixa sua imagem mais clara e apresentável, mostrando mais a suas cores, detalhes e texturas, isso quando usada da maneira correta.

A luz artificial é produzida através de uma lâmpada seja ela do ambiente onde você está ou de um Ring Light específico. Ela é ótima pois é prática e você não precisa aguardar "o momento ideal" como a luz natural por exemplo.



A unica questão aqui é que as fotos tiradas durante o dia tem diferença de fotos tiradas a noite, se você precisar de mais iluminação teria que ter mais de um ring light. Também é preciso tomar cuidado com as sombras que se criam em cada ângulo e não deixar isso atrapalhar a imagem.



Imagem tirada a noite com luz artificial + luz do ambiente (loja).

A Luz é a vida da sua foto

E também temos a opção gratuita sem gastar nada, apenas aguardar o melhor dia de sol para usarmos a luz natural que recebemos diariamente do Sol, e aqui temos dois dipos: A Luz Dura e a Luz Suave, vou explixar:

- **Luz Natural Dura se refere áquele solzão entre as 10:00 e 13:00 que quando tiramos fotos usando essa luz, nossa imagem fica mais marcante, com mais texturas e mais colorida. Precisamos tomar mais cuidado pois dependendo do angulo e do doce pode acabar estourando algumas cores e acabar atrapalhando ao invés de ajudar.**
- **Luz Natural Suave seria aquela luz mais suave que temos entre as 15:00 e 18:00. Ela é perfeita para destacar os tons e detalhes na sua foto como essa que eu deixei de exemplo aqui ao lado.**





Imagem tirada com luz natural suave próximo das 16:00

Do que é composta suas fotos?

Essa era a composição que minhas fotos tinham quando comecei



Mesmo com a experiência que eu já tinha com fotografia, eu nunca havia tirado fotos de doces e como na época meu maior foco era ganhar dinheiro, eu ainda não me importava muito com isso.

E eu sei que muitas de vocês estão nesta mesma fase mas eu te garanto que uma foto bem feita, eu disse bem feita e não bem cara, pode te trazer muitas vendas e muitos clientes apropriados.

Do que é composta suas fotos?

Quando eu aprendi que para gerar desejo de verdade as minhas fotos precisavam de uma organização entre os elementos tudo mudou!



Aqui eu já tinha decidido seguir um estilo mais minimalista sem aquele monte de decoração no fundo, assim eu pude economizar na decoração podendo dar mais destaque no meu doce. Dá pra notar a diferença não é?

A minha maior mudança foi: dar mais atenção aos detalhes, decoração e acabamento dos meus doces e da embalagem, assim já chamaria mais atenção, e também defini uma unica cor de fundo que realçasse os doces para padronizar todas as minhas fotos.

Como ter um cenário barato e eficiente

Essas são as dicas que eu segui durante anos para construir os meus cenários:

- **Usar E.V.A como fundo e base das suas fotos. Para doces pequenos uma folha só já é suficiente porém se precisar de mais espaço na foto você precisa unir 2 folhas para base e fundo! Lembre-se de ter mais de uma folha, elas podem sujar.**

- **Usar tecidos longos como seu fundo e sua base também entregam um ótimo acabamento porém tem um custo mais alto.**

- **Utilizar flores e folhagens artificiais ou naturais também trazem um ar mais especial para suas fotos, mas cuidado na combinação errada!**

- **Aos poucos compre louças apropriadas como pratos, xicaraças, tábuas, molheiras, isso tudo pode agregar nas suas fotos e torna-la mais atraente.**

- **Busque inspirações no Instagram e Pinterest que com certeza serão ativos para sua criatividade criar novas decorações.**

Ainda dentro da Composição da sua foto

Além de tudo isso que já falamos aqui o ÂNGULO DA SUA IMAGEM IMPORTA E MUITO!

Nosso cerébro adora quando as coisas estão nos lugares certos, isso nos transmite uma paz e até nos chama atenção, por isso quando tiramos uma foto no ângulo errado automaticamente é percebido como algo errado e não é isso que ajuda a vender.

Esses são os 3 principais ângulos que uso nas fotos dos meus doces:



FRONTAL, tirada com o doce centralizado com a câmera reta.



45°, tirada de cima mas não totalmente reto, com o celular inclinado no ângulo de 45 graus.



PANORÂMICA, tirada com o celular totalmente reto em cima do doce.

Enquadramento

Para que nada doa na cabeça de quem olhar suas fotos além de pegar o ângulo certo, você também precisa acertar nessas 3 coisas:

- **Regra dos 3 terços e as linhas guias. Ativando a função grade nas configurações de fotografia do seu celular, automaticamente a sua câmera passará a ser dividida em 3 colunas com 3 partes auxiliando você na hora de enquadrar sua imagem, para isso basta centralizar o ponto de interesse no quadrado central (do meio).**

- **O Ponto de Interesse é a zona onde você quer que seu cliente bata o olho primeiro, como por exemplo ter um brigadeiro mordido em mas alguns inteiros ao fundo, seu ponto de interesse seria centralizar e destacar as texturas e detalhes daquele brigadeiro mordido.**

- **A simetria da sua imagem deve estar alinhada pois qualquer beiradinha que estiver sendo cortada pode interferir na hora de produzir "a foto perfeita" e atrair os olhares dos clientes.**

Como buscar referências

Se engana quem acha que para tirar fotos de doces você apenas pode se inspirar vendo doces, muitas das fotos que eu já tirei vieram de referências diferentes dos alimentos!

Na verdade isso é o correto, saber mesclar esses dois tipos de referências é fundamental para que você não acabe se perdendo e "copiando" a aquilo que a maioria das suas concorrentes fazem do que usar aquelas inspirações para criar seus próprios padrões.

Independente do tipo de inspiração que você está observando você tem que analisar essas coisas:

- Como eles usam a iluminação
- Como eles montam a composição
- Quais as cores que usam
- Quais são os ângulos que usam
- Quais os enquadramentos usam

Essas são as principais características que você deve observar para se inspirar na hora de fazer suas próprias fotos, salve essas inspirações para auxiliar na hora de tirar suas próprias fotos.

Pratique muito e Observe tudo

A PRATICA LEVA A PERFEIÇÃO, então quanto mais fotos você tirar mais pratica você terá.

Esteja sempre a procura de novas perspectivas e treine o máximo que puder, se organize e tire um dia para fazer todas as fotos e videos dos seus doces ou de doces selecionados.

Por fim, mas não menos importante, deve observar muito o mundo ao seu redor. Esteja atenta aos detalhes que passam despercebidos à maioria das pessoas. Procure a beleza nas coisas simples do quotidiano. Para isso, deve ter a curiosidade e sensibilidade para captar as histórias e as emoções que estão por trás das imagens.



Para conseguir tirar fotografias verdadeiramente incríveis, deve ter um olhar fotográfico não só quando está com a máquina fotográfica na mão, mas em todos os momentos da sua vida.