Instagram do zero

para empreendedoras

CAMILA **BENTO**

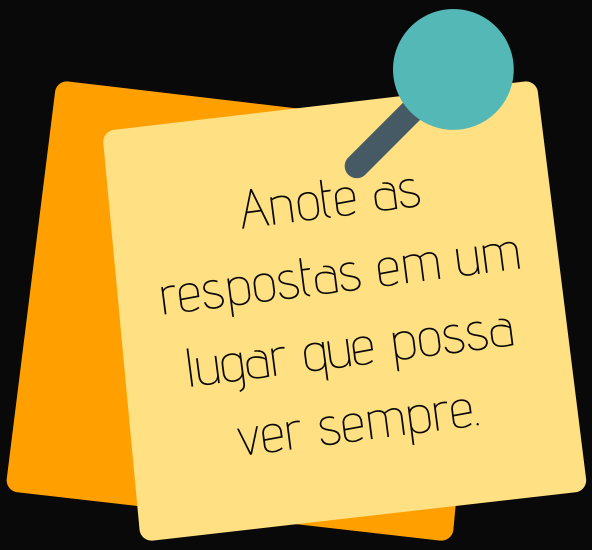
SEJA BEM VINDA!

Mãe, esposa, mãe de dois e cheias de sonhos!
Sempre utilizei o marketing digital no meu negócio físico e tenho bastante bagagem para compartilhar.
Com minha profissão espero ajudar mulheres que precisam utilizar o marketing digital, para se posicionar no mercado e obter mais vendas e clientes.

PRAZER, SOU CAMILA BENTO

EXERCÍCIO: FAÇA PERGUNTAS PARA VOCÊ MESMA

- Como eu quero ser reconhecida?
- O que eu amo fazer?
- No que eu sou boa?
- Qual imagem quero passar?
- Qual o meu sonho?



DEFINIÇÃO DE OBJETIVO

Uma das primeiras coisas que você deve ter em mente quando vai começar a sua estratégia de marketing é a definição do seu principal público, certo? Ao entender um pouco melhor quem são as pessoas e para quem você quer vender ou qual o perfil do público com o qual a sua empresa gostaria de se relacionar, é possível direcionar o conteúdo postado para alcançar essas pessoas.

QUEM EU PRECISO ATINGIR?

É importante que fique bem clara a definição de persona, que difere-se do público-alvo: ela traz informações mais específicas, que ajudarão nas tomadas de decisão. Seguindo essas dicas, você será capaz de criar boas formas de divulgação, atraindo o público certo e obtendo boas vendas.

O QUE É PERSONA?

Persona é a representação fictícia do seu cliente ideal. Ela é baseada em dados reais sobre comportamento e características demográficas dos seus clientes. Apresenta, também, uma criação de suas histórias pessoais, motivações, objetivos, desafios e preocupações.
Exemplos: Sexo; Faixa etária; Formação; Profissão; Renda; Onde mora.

A DIFERENÇA DE PERSONA COM PÚBLICO ALVO

Público-alvo é uma parcela abrangente da sociedade para quem você vende seus produtos ou serviços. Já a persona, é a representação do seu cliente ideal, de forma mais humanizada e mais personalizada.

CONHECENDO AS PERSONAS

Primeiro de tudo, você já conhece o seu público?
Para que o desenho das personas sejam adequados ao seu produto ou serviço, é indispensável que você saiba um pouco sobre os hábitos de consumo do seu público.
E como você conhece esse público?
É simples. Primeiro, veja as informações que você já tem em mãos, os dados primários.
Exemplo: quem normalmente já é cliente, quando compra seu produto ou serviço, qual é o gênero mais frequente, ou ainda informações que você captou de na hora que o cliente entrou em contato.
Esses dados já dão uma noção clara de quem compra de você normalmente.
Em segundo ponto, vem os dados secundários.
Esses dados podem ser demográficos ou comportamentais e você pode obter de diversas fontes ou institutos de pesquisas.
Se achar necessário, você mesmo pode criar uma pesquisa qualitativa (poucas pessoas, respostas abertas) ou quantitativa (muitas pessoas, respostas de alternativas).
Isso pode te ajudar a ter mais dados em mãos na hora de montar as suas personas.

Por que isso é importante para vender no Instagram?

Você conseguirá vender seus produtos ou oferecer seus serviços com mais facilidade se souber quem está mais disposto a comprar ou contratar você.
Quando tiver suas personas bem definidas, irá entender melhor os seus consumidores.
É a oportunidade de saber que tipo de produtos ou serviços preferem, em qual momento do dia, quantas vezes na semana e quanto estão dispostos a pagar, entre outras informações.
Até mesmo facilita na hora de planejar a sua agenda ou produção ou estoque.
De repente, lançar novos produtos ou serviços, com base nos desejos, comportamentos e nas necessidades deles.
Concluindo, você saberá ler a mente dos seus clientes e oferecer o que ele precisa. Ou seja, produto ou serviço de qualidade com preço adequado ou populares, com uma boa margem de lucro programado.
Além de ajudá-lo a conhecer os seus consumidores, também demonstra atenção a eles. Desta forma, você estará agregando valor aos seus produtos ou serviço. O resultado será uma conexão entre seu público e o negócio, que poderá alavancar as suas vendas como um todo.

Conhecer a persona, vai te ajudar direcionar não só o tipo de comunicação (argumentos de venda, reforço de marca, etc.), mas também o canal de comunicação (Instagram, whatsapp, SMS, etc.) e o tom de voz (descontraído, direto, informativo, etc.) a serem utilizados.

COMO MONTAR UMA PERSONA?

Como foi explicado anteriormente, você precisa conhecer o seu público, esse é o ponto de partida.

Tome o tempo que for necessário para conhecer.

Faça pesquisas, questionários, olhe notícias do seu mercado na sua região, ouça o maior número de pessoas possível.

Com isso em mãos, você já vai perceber que tem ao menos uma persona.

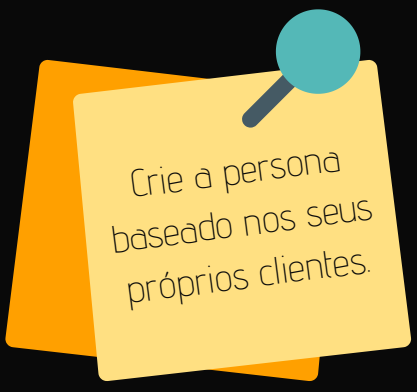
PERSONA NO INSTAGRAM

Quando falamos em marketing digital, a persona deve ser o centro das ações. Qual tipo de assunto falar? Qual horário impactar com uma postagem nas redes sociais? Qual tipo de vídeo poderá ajudar na venda para um novo cliente? Quem pode dar essas respostas é o estudo das personas. Você ter esse guia, te ajuda na hora de tomar as decisões.

EXERCÍCIO: DESENHE SUA PERSONA

CRIE 3 TIPOS DE PERSONA COM AS SEGUINTES CARACTERISTÍCAS:

- Nome;– Idade;– Gênero;– Local de trabalho;– Estado civil;– Contexto de vida;– Bens;– Rotina diária;– Aspirações;– Porque ela usaria seu produto;– Influenciadores de escolha;– Principais características;– Momento de vida;– Canais de atração;– Etc.



Dica 1: Um perfil especial para sua empresa

Com um perfil comercial do Instagram, você vai ter acesso a dados como impressão, alcance e engajamento das suas publicações. Também terá gráficos que mostram quem são os seguidores da conta (gênero, idade, localização e horário e dias em que mais acessam), a possibilidade de promover publicações e até vender produtos dentro do aplicativo.

Como você deve saber, o Instagram pertence ao Facebook, então as contas são interligadas (o WhatsApp agora também é do Facebook).

Por isso o pré-requisito é que sua empresa tenha uma fanpage no Facebook conectada a um perfil no Instagram.

Baixe o aplicativo do Instagram para seu smartphone e instale-o. Faça login com sua conta Facebook para começar.

Abra o menu de configurações no Instagram e selecione "Alternar para perfil comercial". Depois, escolha a página do Facebook que você deseja associar ao seu perfil.

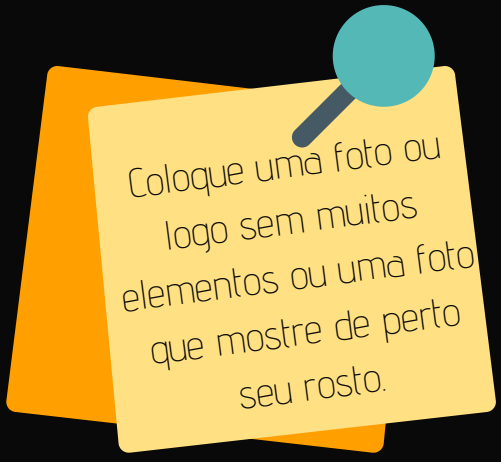
Defina qual será nome de usuário do seu perfil.

Escolha um nome de usuário simples, objetivo e reconhecível.

EXERCÍCIO: CRIE UMA CONTA COMERCIAL

CRIE UMA CONTA COMERCIAL @USER PERFEITO

Quando pensar no nome do usuário, pense que ele deve:
Ser fácil de ser lembrado e de ser escrito;
Ter pelo menos uma palavra relativa a você ou a sua marca, podendo ser um nome ou o seu produto principal.
Um nome auto-explicativo como @bolosxyz e @eunutricionista @petxyz facilita muito ser encontrado.



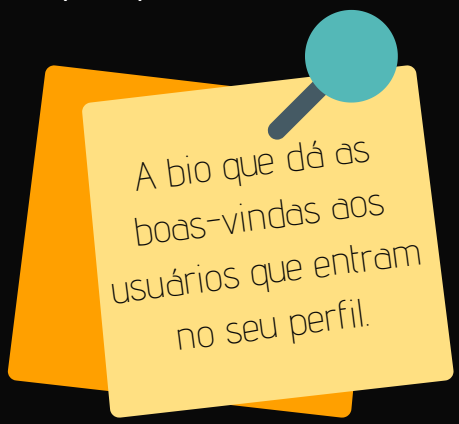
Dica 2: A bio perfeita

A bio, ou biografia, é um pequeno resumo sobre você e sua marca que aparece no seu perfil. É na bio que você vai mostrar aos seus visitantes o que você faz e que tipo de conteúdo eles vão encontrar ali.
Quanto melhor for sua biografia, mais pessoas irão entender o que sua marca faz e se tem sentido para elas te seguir ou não.
Ter uma bio muito bem elaborada, com informações claras sobre o que você faz, onde faz e quem faz - a bio também é um ótimo lugar para colocar seu @ pessoal e um link, seja para o seu site ou para o WhatsApp.
A foto do perfil conta muito e seu Instagram representa sua empresa, use um logotipo que tenha boa leitura e seja reconhecível.
Se sua marca for você mesma, o ideal é usar uma foto em estilo retrato (foto do rosto) que te represente bem.
Vale a pena utilizar os destaques de forma estratégica, muitos clientes vão diretamente ali para saber mais detalhes dos seus produtos/serviços.
Nos destaques aposte no "QUEM SOU"/ COMEÇE POR AQUI"/ FEEDBACKS"/ "NOVIDADES" entre outros.

EXERCÍCIO: MONTE SUA BIO

COMO MONTAR A BIO

- Explique o que seu negócio oferece e para quem;
- Coloque a cidade que atende;
- Use emojis;
- Inclua uma chamada para ação: Ex:"Clique para comprar ou agendar nossos produtos ou serviços!";
- Coloque um link na bio para seu WhatsApp ou para a página do seu site;
- Use os destaques com capas que harmonizam com seu perfil;



Dica 3: Feed bonito e organizado

Pode parecer tentador e até mesmo lógico postar uma foto do seu produto assim que ele fica pronto.
Ou aquele procedimento fantástico ou aquele look maravilhoso.
Mas esse talvez é o maior erro de muitas empresárias nas redes sociais.
Ao postar algo na hora, sem planejar o que você vai escrever, você está desperdiçando uma oportunidade valiosa de montar um feed visualmente inspirador com textos que instigam ação no seu visitante.
Lembra que as redes sociais são a sua casa (mesmo que alugada)? Agora... Você recebe suas visitas com a casa bagunçada?
Possivelmente sua visita também não vai gostar. Ela pode não falar nada mas, a menos que ela goste muito de você, não vai querer voltar.
Toda estratégia de marketing começa pela atração e passa pela retenção, Influenciadores digitais e empresárias bem sucedidas sabem como segurar a atenção das pessoas.
Tanto as fotos quanto legendas são pensadas muito antes para que elas possam organizar um feed visualmente apelativo e que esteja dentro de um padrão para que a marca seja reconhecida.

EXERCÍCIO: CRIE SEU BRANDING

BRANDING É UMA ESTRATÉGIA DE GESTÃO DA SUA MARCA QUE TEM O OBJETIVO TORNÁ-LA MAIS RECONHECIDA PELO SEU PÚBLICO.

- Crie uma identidade visual, use sempre as mesmas cores, assim as pessoas reconhecerão suas postagens e conteúdos.
- A sua logo tem que traduzir o espírito da sua marca, além de ser capaz de despertar as emoções corretas e a personalidade por trás dela.
- Branding não é apenas sobre o design, sua marca tem que ter uma missão, uma essência e valores que serão fatores determinantes para a decisão de compra dos seus clientes.
- As pessoas não fazem negócios com empresas. As pessoas fazem negócios com outras pessoas. Pessoas que conhecem, gostam e confiam.
- A estratégia é buscar a admiração e desejo pelos valores que a sua marca cria em torno de você mesma.

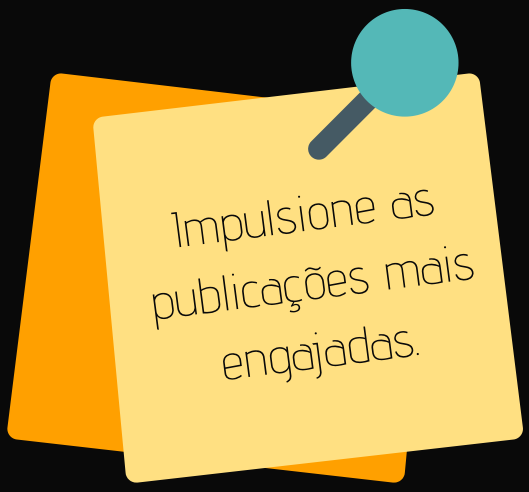
Dica 4: Esqueça números de curtidas e seguidores.

Valorize a pessoa do outro lado.
Aqui vai outro segredo: Ter muitos seguidores não significa absolutamente nada, assim como ter muitas curtidas...Verdade! Tanto que o Instagram removeu a contagem de curtidas dos posts.
As vezes ficamos tão presos aos números que esquecemos que o que realmente importa são as pessoas que estão nos seguindo.
Faça com que a sua rede social seja um veículo para que a pessoa veja valor em você e deseje o que você tem a oferecer.
Então, em vez de se preocupar com seus números, de se comparar com outros perfis que tem mais seguidores que você, use essa energia para realmente interagir com quem já te segue.
Hoje existem robôs que foram criados especialmente para seguir perfis, com eles qualquer um pode conseguir um número enorme de seguidores.
Então grandes perfis com alto número de seguidores tem grandes chances de ser de pessoas totalmente aleatórias e que nunca vão comprar nada daquela pessoa, seja por estarem geograficamente longe, por não serem o seu público-alvo ou por serem meros robôs.

EXERCÍCIO: COMO DESAPEGAR

DÊ VALOR A QUEM JÁ TE SEGUE

- Faça conteúdo que agregue valor;
- Mostre seus bastidores, conte um pouco sobre você;
- Não tenha pressa, os números aumentam como consequência;
- Utilize o trafego pago, isso pode ajudar o conseguir mais seguidores/clientes;



Dica 5: Entregue conteúdos de valor para seus seguidores

Quando criamos um perfil na rede social, frequentemente começamos com a mentalidade de que ele vai ser meramente um meio de divulgar o seu trabalho.
Mas a verdade é que se você quer ter sucesso em uma rede social vai precisar ir muito além disso.
O nome já diz: Social. Ser alguém "social" é ser alguém que interage, que responde, que cria valor para quem está te acompanhando.
E essa ação precisa ser constante para que você esteja sempre aparecendo para as pessoas.
Dê inspiração, dê possibilidades, dê entretenimento, dê um caminho para quem te segue.
Se vai dar inspiração, ajude-o em alguma tarefa, ensine-o a fazer uma receita de algum doce para um dia de chuva ou dê alguma ideia sobre o que comer em um dia chuvoso.
Se quer dar entretenimento, brinque com a imaginação deles, faça perguntas, mostre os bastidores, o dia a dia...
Se quer dar um caminho, ajude-o com ideias de presentes com seus produtos ou serviços, tutoriais, passo-a-passo, monte kits, ofereça opção de cartão ou bilhetinho.
Use a criatividade de acordo com seu ramo de atividade.
Esses conteúdos geram emoções, conexões e lealdade.

EXERCÍCIO: FAÇA CONTEÚDO DE VALOR

MAIS O QUE É COTEÚDO DE VALOR?

- Nada mais é do que uma informação de qualidade, que transmite um conhecimento profundo sobre determinado tema. Todos os posts que são publicados nas redes sociais são conteúdos, porém, nem sempre eles de valor.

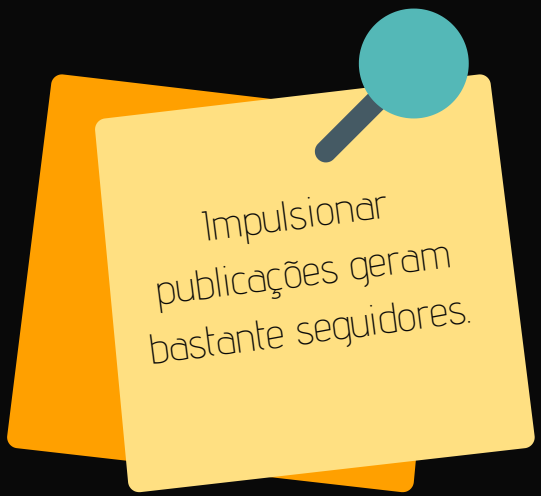
Dica 6: Atraia seguidores

Antes de falar sobre atração, preciso falar sobre atenção. Já é consenso entre os maiores especialistas de marketing que a atenção é o maior ativo de qualquer negócio.
Em um mundo onde todo mundo faz de tudo para chamar a atenção, quem tem atenção tem o poder. Não é a toa que ficamos tão sobrecarregados de informação, são propagandas, notificações no celular, WhatsApp apitando toda hora...
É difícil manter o foco, a atenção, em apenas uma coisa.
E por isso a atenção é tão valiosa.
Se você consegue fazer com que uma pessoa pare e preste atenção no que você está falando ou mostrando, você estará anos luz na frente da competição.
Aí a importância de se produzir imagens bem feitas, de se trabalhar com vídeos, de fornecer conteúdo altamente relevante para quem você quer atingir.
Esta é uma tendência que nunca vai acabar já que a atenção das pessoas é atraída a partir dos sentidos: Visão, audição, olfato, paladar e tato...Então aposte em boas imagens e conteúdos de valor.

EXERCÍCIO: ATRAIR SEGUIDORES

COMO ATRAIR SEGUIDORES

- Poste regularmente;
- Poste fotos bonitas;
- Verifique os melhores horários para postar, pesquise suas métricas, cada nicho tem seu pico, os mais comuns são 9h - 12h - 18h - 21h.
- Invista em engajamento manual (faça enquetes, caixinha de perguntas, faça o usuário clicar na tela.)
- Encontre novos seguidores com uma estratégia de hashtag, ex: #suacidade #seunicho.



SUCESSO É A SOMA DE PEQUENOS ESFORÇOS REPETIDO TODOS OS DIAS.

Manter a constância nas postagens do Instagram, é extremamente importante para quem deseja bombar o perfil comercial e alavancar as vendas através dessa rede social. Para conseguir dar conta de todos os afazeres, é preciso aprender alguns truques que ajudam a otimizar processos e a engatar uma rotina saudável e produtiva. A constância nas redes sociais é algo fundamental para quem deseja destacar seu perfil comercial, através do Instagram é possível apresentar seus produtos ou serviços como uma vitrine. Pensando nisso, selecionamos algumas dicas que irão te ajudar a manter a constância nas postagens do Instagram.

STORIES

Não tem jeito, os Stories são fundamentais para aproximar você do seu público e tornar a relação cliente/empresa mais humana e pessoal.
O que pouca gente sabe é que esse medo de gravar Stories está ligado diretamente ao autojulgamento, você se acha incapaz e subestima as sua próprias habilidades.
No caso dos Stories ou de gravar vídeos, essa sensação aparece quando a pessoa não se acha boa o suficiente, bonita o suficiente, quando não acredita que tem conteúdo interessante e significativo para passar a diante. Resultado: o próprio medo e falta de confiança em si mesma viram seus maiores sabotadores.
Comece aos poucos, mais comece, sua intenção na rede social é atrair, engajar e CONSEQUENTEMENTE vender, então poste pensando nisso. Se você criar a comunicação certa, que conecte com seu público, você vai conseguir tirar muito aproveito dessa combinação, seja você, mostre quem é, mostre seus bastidores, mostre seu espaço, sua rotina e seu life style.
Faça pelo menos 3 sequencias diárias de stories, manhã (ritual do bom dia), a tarde e a noite.

REELS

Reels convida você a criar vídeos divertidos para compartilhar com os seus clientes ou qualquer pessoa no Instagram.
Ele parece muito com o TikTok, outro aplicativo de rede social.
Todos os recursos de edição estarão disponíveis em um menu na lateral esquerda. É possível gravar um take único ou fazer vários cortes em sequência,

”APRENDE UMA COISA: VERGONHA NÃO PAGA BOLETO!”

5 dicas para aproveitar ao máximo o Reels do Instagram:

1- Faça ajustes antes de gravar o vídeo, no Reels, é importante já ter um tema e até mesmo o tempo de duração definidos;
2- Use músicas famosas.;
3- Use uma imagem chamativa como capa;
4- Use hashtags do seu nicho;
5- Publique o conteúdo no Feed;

PERSISTIREI ATÉ VENCER, PERSISTIREI ATÉ OBTER ÊXITO.

Se você chegou até aqui, parabéns!
Imagino que essa dedicação seja a vontade que você tem para seu negócio crescer e ser próspero.
Eu sei que não é uma tarefa fácil, mais acredite em você!
Desejo boa sorte na sua jornada e continue acompanhando meus conteúdos feitos exclusivamente para pessoas assim como você.
Muito obrigada por me permitir te ensinar.

Me siga no Instagram: @soucamilabento

Com amor, Camila Bento.