

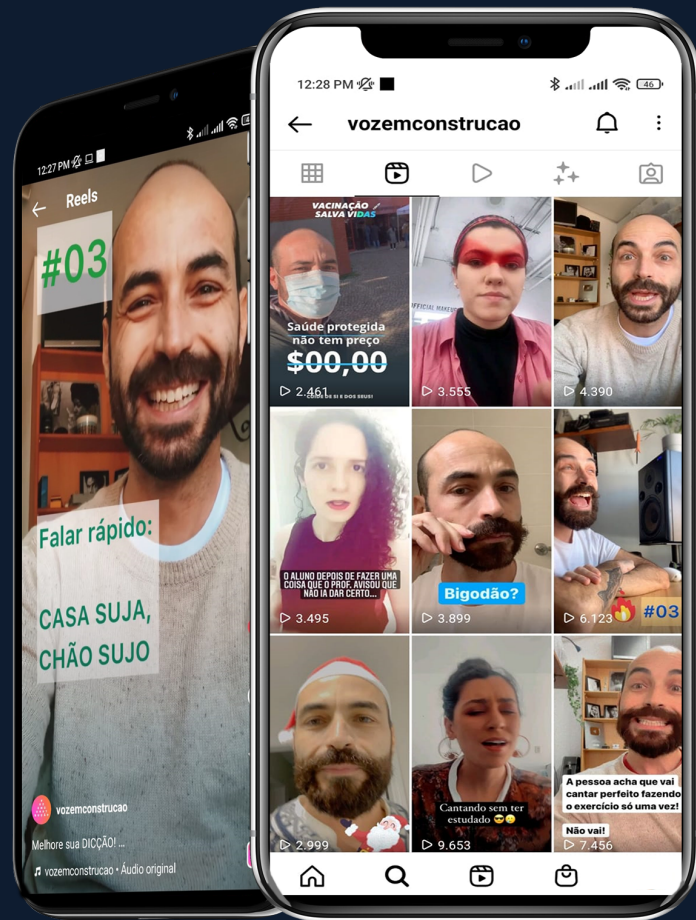
MÉTODO CPC

Cresça no Instagram Professor de Canto



Você está presente no Instagram?

Saiba o porque isso é tão importante hoje em dia



Cada ano que passa a migração para o mundo digital aumenta, nessa pandemia que vivemos esse movimento foi muito acelerado.

Grandes empresas tiveram que migrar para o meio digital de forma muito mais rápida do que era previsto. E isso resultou? Claro que sim, essas empresas passaram a ter um crescimento exponencial.

Agora veja pelo seu lado professor, você já migrou para o digital?

Se ainda não, saiba que seus alunos já migraram e estão esperando para receber suas aulas!



O que você ganha estando presente no Instagram?

Ao criar um perfil no Instagram, saiba que você não está criando apenas uma conta qualquer e sim a SUA EMPRESA!

E como uma empresa funciona? De forma totalmente organizada e é assim que o seu perfil deve ser, tudo deve ter um porquê, as postagens são planejadas do começo ao fim,

Nesse ebook vou conversar contigo sobre gestão do Instagram, empreendedorismo e conceitos de marketing, esse material vale ouro! E seguindo esses conceitos com o passar do tempo seu perfil vai crescer e passar a atrair alunos.

Como crescer no Instagram?

O primeiro passo é entender o tipo de dor que você quer resolver ou seja como pretende resolver o problema de cada aluno de forma genuína! E para isso acontecer não tem jeito, o caminho é postar conteúdo de qualidade. Não digo no sentido de ficar horas e horas fazendo o design do post, isso com certeza é uma peça chave e acontece mesmo, mas não espere ter o melhor celular, o melhor design e o melhor microfone para começar. Se mexa agora, vá plantando seu resultado que com certeza terá colheita no longo prazo.

Se um possível aluno te descobre no Instagram, vê que o seu perfil é organizado, faz o que você propõe e sente o verdadeiro resultado, pronto! Um novo aluno foi conquistado.



Dicionário de Siglas

CTA : Call to Action é qualquer chamada seja visual ou escrita que leve quem está vendo o conteúdo realizar alguma ação

Tráfego Pago : recurso para entregar suas publicações aparecendo como destaque para os usuários. Você estima um valor X e o Facebook vai distribuir sua publicação até gastar todo esse valor.

Tráfego Orgânico : São formas de divulgação sem gastar dinheiro, de forma resumida é o que você posta no feed, reels, stories.



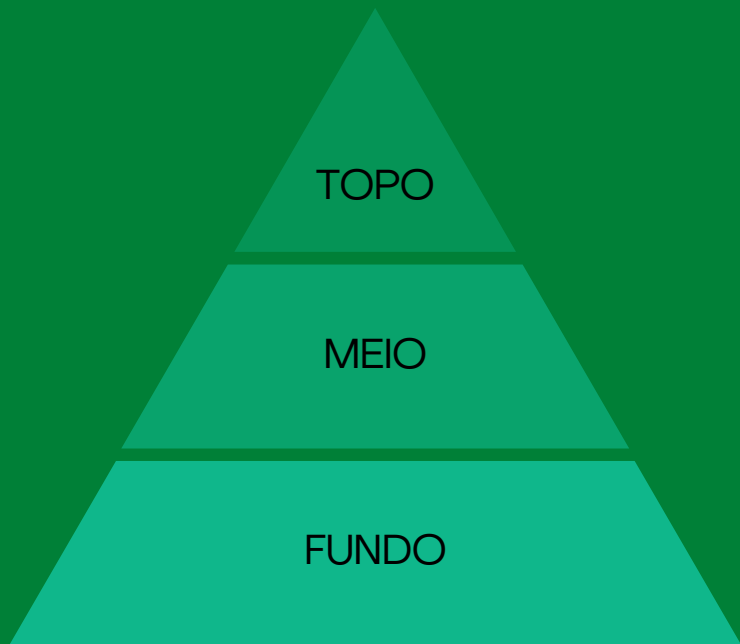


O meu objetivo é que você cresça em sua carreira profissional, então vamos falar de marketing? Ao contrário do que muitos pensam, esse tema não é chato e ele te entrega vários itens valiosos, como : Planejamento, Visibilidade, Resultados, Poder Financeiro, Tomada de Decisões entre outros fatores que são MEGA IMPORTANTES.

No Instagram os principais conceitos usados de marketing são : Funil de marketing/conteúdo, copy, storytelling.

E o principal objetivo dessa rede é criar **CONEXÃO**.

FUNIL DE CONTEÚDO



Carro chefe da sua empresa

O Funil de Conteúdo é super importante para a sua empresa, pois através dele que os resultados acontecem, desde o momento em que o aluno te descobre no instagram até o momento de vender algo para ele.

Vou te demonstrar como é usado no marketing e depois como adaptar essa estratégia para o Instagram

Vamos dividir o funil em 3 partes :

Topo, meio e fundo.

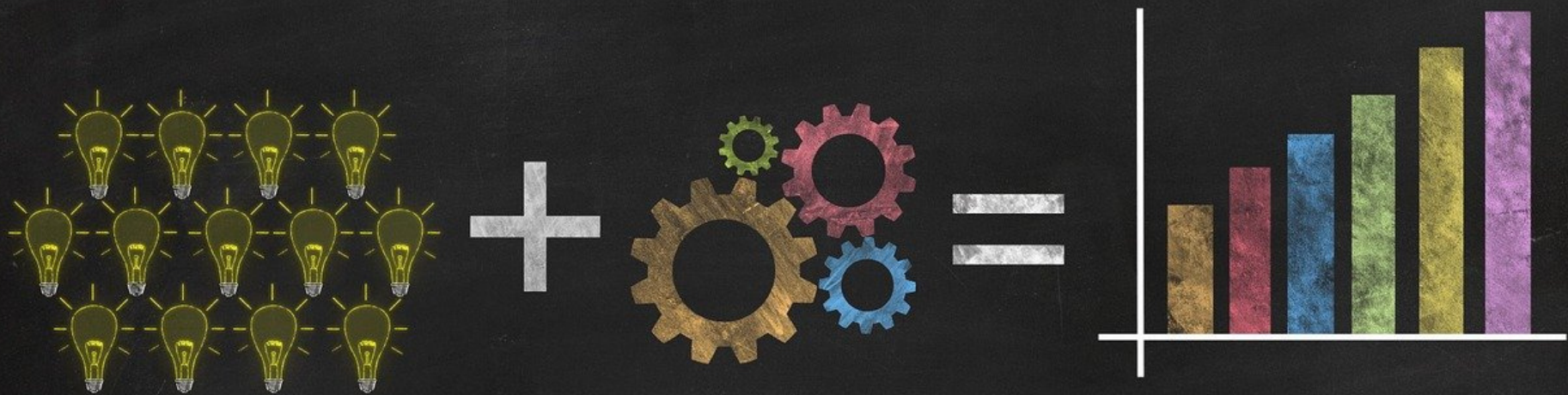
Topo : Aqui é a parte que o aluno ainda não te conhece e não está ciente sobre o problema na voz dele ou necessidade de algo relacionado a isso, ele ainda não é considerado um cliente. É nessa etapa que você como professor deve fazer o aluno perceber essa necessidade e despertar o interesse em fazer aula contigo para resolver o problema

Meio : Aqui o aluno já descobriu que tem alguma questão a ser arrumada na voz e sai em busca da solução direta. Ele vai procurar conteúdo no Youtube/Instagram para resolver esse problema e é aqui que ele começa a se relacionar de verdade contigo, porém ainda com dúvida perante a aquisição de algum produto.

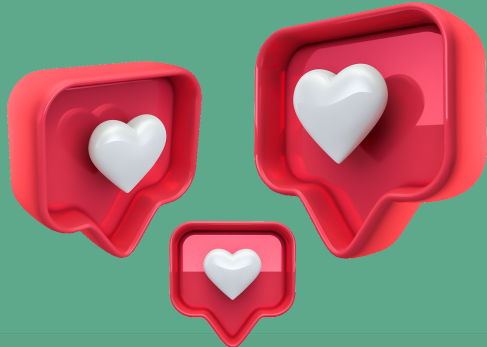
Fundo : O aluno já pesquisou vários perfis no Instagram, ele gostou do seu método e está pronto para comprar sua aula/produto



Saber em que parte do funil cada aluno está é essencial



FUNIL DE CONTEÚDO PARA INSTAGRAM



• **CRESCIMENTO**

RELACIONAMENTO

VENDAS

**Deixe sua empresa (feed)
organizado!**

CRESCIMENTO

O seu primeiro contato com o possível aluno ocorre nessa parte, aqui o seu real objetivo é

aumentar o número de seguidores, o tráfego orgânico. Mas lembre-se: seu feed deve estar bem organizado, sabe quando você entra na casa da pessoa e está tudo bagunçado? A sensação é ruim né? Eu já falei aqui que o seu instagram é a sua empresa, o que você acha que aconteceria se o aluno fosse te visitar e sua sala de aula estivesse com todos os equipamentos jogados no chão, seria seu primeiro e último contato com o aluno, sei que o objetivo não é esse!

CTAS POST FEED CRESCIMENTO

Compartilhar, marcar amigos ,repostar nos stories

SE VOCÊ GOSTOU,



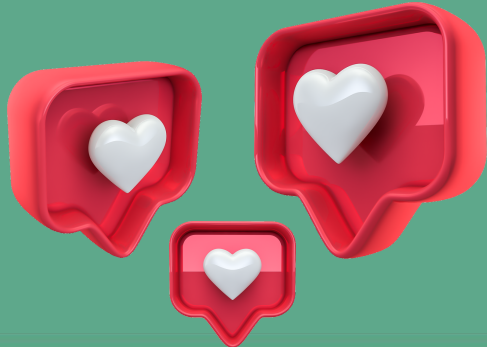
envie o post para seus amigos



FEZ SENTIDO?

Compartilhe esse post e
ajude mais pessoas!





CRESCIMENTO

- RELACIONAMENTO

VENDAS

**Você se relaciona com pessoas
não com produtos!**

RELACIONAMENTO

Parabéns!!! O seu futuro aluno já te conhece,

mas agora você precisa entregar conteúdo de valor, ensinamentos, o aluno tem que ficar vidrado na sua vitrine de conteúdos (feed).

Ideias de Conteúdo : Como cantar afinado e afins, resolva tal coisa, post sobre os bastidores, compartilhar suas dores, resultado de alunos, mitos e verdades, seus valores e por aí vai.

CTAS POST FEED RELACIONAMENTO

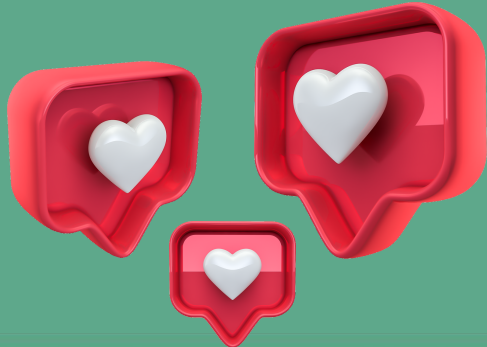
Salvar, comentar, curtir

**VOCÊ TBM JÁ PASSOU
POR ISSO? COMENTE
AQUI SUA HISTÓRIA.**

FEZ SENTIDO?

Salve esse post para achar
ele bem rápido





CRESCIMENTO

RELACIONAMENTO

• **VENDAS**

A boa oferta sempre vende!

VENDAS

Aqui seu aluno já te conhece, já criou consciência de que você pode ajudá-lo e deseja ter aulas contigo, nessa parte você vai demonstrar o seu produto, chamar para uma live ,pedir para o aluno chamar inbox, falar pra clicar no link da bio.

E lembre-se nesse tipo de post, sempre tem que ter uma CTA. É sua obrigação facilitar que a compra da sua aula/produto esteja de fácil acesso para o aluno, caso contrário você está perdendo dinheiro!

CTAS POST FEED de VENDAS

clica no link na bio, chame imbox

**CLIQUE NO LINK DA
BIO PARA SABER
MAIS**

DÚVIDAS?

Hoje vou dedicar meu dia
para responder imbox, chega-lá



Equilíbrio é a chave

Faça o balanceamento da quantidade de cada conteúdo que vai para o seu perfil, tudo tem que estar em perfeito equilíbrio.

Se só tiver post de crescimento, seu perfil vai ficar sem profundidade, as pessoas vão entrar e pensar que é só conteúdo superficial

Se só tiver um post de relacionamento, seu perfil vai estagnar.

Se só tiver post de venda, seu perfil vai ficar chato, vai parecer que sua aula não tem valor e você está desesperado para que alguém te contrate.

60%

CRESCIMENTO

30%

RELACIONAMENTO

10%

• **VENDAS**

ENGAJAMENTO

Tudo o que você precisa saber!



Você acha que precisa ter milhares de seguidores para começar a divulgar suas aulas no Instagram? Se sim, se acalme que é totalmente ao contrário.

O Facebook realizou uma pesquisa e o resultado demonstrou que 92% dos compradores de produtos não interagem com o produtor.

Então o engajamento é inútil? Muito pelo contrário, mas não use esse fator de poucos seguidores como desculpa para não começar a produzir conteúdo.



TÁ, MAS COMO GERAR ENGAJAMENTO?

No começo o que vai ocorrer é que você terá que educar os seus seguidores através de CTAS.

Eles ainda não estão acostumados a fazer perguntas para ti, reagir a stories e coisas do tipo.

Uma maneira de começar é você mesmo colocar uma caixinha de perguntas e responder, com o tempo seus alunos vão começar a interagir contigo, peça para reagirem aos stories, faça enquetes, pense como você gostaria de interagir se estivesse no lugar do aluno

TUDO SOBRE XYZ TEMA:

DIGITE ALGO...

VOCÊ JÁ DESAFINOU?

DIGITE ALGO...

DISPOSITIVOS DE ENGAJAMENTO

Cresça e apareça!



STORIES

O Stories é o coração do Instagram e por consequência também de sua empresa, eu sei que dar as caras é difícil, você pode crescer sem aparecer, mas isso deixa o seu perfil menos humanizado e puxa para um lado mais sério, aqui tudo depende do seu objetivo final.

O grande segredo aqui é CONEXÃO, os alunos querem interagir contigo, tirar dúvidas, saber dos bastidores, como é o seu dia-a-dia, como você está se sentindo e coisas do tipo, mas sempre lembre-se de mostrar o que vai de acordo com sua audiência, você tem que saber o que está fazendo

STORIES

Imagine um perfil fitness postando nos stories que todo dia come fast-food, que fica bebendo o dia todo e coisas do tipo. Soa como a pura hipocrisia, se nem o dono do perfil segue o que ele vende, porque eu depositaria a minha confiança em um produto dele? Não faz sentido.

Não precisa criar um personagem, mas publique somente coisas que são relevantes para sua audiência, um outro erro é fuga ao tema. O aluno começou a te seguir pelo seu conteúdo relacionado ao canto, se do nada você começar a postar conteúdo de Futebol a tendência é que os seguidores vão embora

REELS

Não, não precisa fazer dancinha aqui para conquistar seguidores, o reels funciona semelhante ao feed. Você pode usar a mesma estratégia de funil de conteúdo. 60% topo, 30% meio, 10% venda.

A grande sacada do reels é que você tem 3 segundos para prender a atenção do aluno, caso seu vídeo demore para começar, o aluno já pula para o próximo. Isso foi um comportamento criado no tiktok e migrou para outras plataformas

REELS

Seja criativo, formato de vídeo conquista muito mais atenção do que post estático no feed, mas lembre-se : sua empresa deve estar organizada!

Se você conquistar o aluno com o reels topo de funil e seu perfil for uma bagunça, o aluno não vai nem querer te seguir.

E os reels vão começar a ser monetizados, então mais \$\$\$ para a sua empresa,

Exemplos de Reels : Trends com dublagens puxando para o seu nicho, tutoriais rápidos, bastidores.

FEED

Sobre o feed a gente já falou bastante, mas quero realmente que você vença, então vou te passar mais conteúdo

No feed, comentário tem mais peso, porém posts com mais likes são entregues para mais pessoas e ainda se salvarem seu post o alcance aumenta.

Então fique atento/a sempre com métricas, isso é extremamente necessário para o seu crescimento na rede



IGTV

O IGTV é focado em vídeos longos mais ao estilo Youtube mesmo, o reels aceita até 1 min de vídeo, já o IGTV vai bem longe disso.,É importante que você faça uma capa para os vídeos para que eles fiquem bem bonitinhos e organizados no seu feed



DIRECT

Os stories são sua mina de diamante e o direct é onde além de diamantes tem todo tipo de tesouro.

Aqui você ou seu time de suporte vão conversar diretamente com os alunos, é outra forma riquíssima de criar conexão e conquistar mais aulas ao final do mês.

Lembre-se sempre de responder, você gostaria de ficar no vácuo? Sei balançou a cabeça e disse não, seu aluno pensa a mesma coisa, se ele não for respondido, vai atrás de outro professor/a





QUAL MELHOR CONTEÚDO PARA POSTAR?

O melhor conteúdo é o que você mais gosta de fazer. Pense como aluno, qual conteúdo você gostaria de consumir e como seria o nível de qualidade, pensou? Então comece a fazer.

Se for algo que tu não gosta, em menos de uma semana e você já perde a constância e para de postar conteúdo.

LINHA EDITORIAL

Objetivos, metas e calendário

Defina onde você pretende chegar, organize suas metas sempre agregando valor para os seus alunos. E o mais importante para manter a consistência, é ter um calendário semanal bem definido. Vai chegar um ponto que seus alunos vão sentir falta se você não postar no dia

Você tem que criar conteúdo, e só vai vender aulas se tanto o conteúdo como o marketing estiverem bem alinhados



CALENDARIO EDITORIAL

Objetivos, metas e calendário

Comece a semana já com tudo planejado, seus alunos vão se acostumar com os post semanais e sentir falta caso você pare de postar.

Até o algoritmo do Instagram prefere que você seja constante, então né. Não deixe de postar



MÉTRICAS

Objetivos. metas e calendário

Defina onde você pretende chegar, organize suas metas sempre agregando valor para os seus alunos. Faça a análise de todos os dados que o Instagram te entrega para perceber qual tipo de post está funcionando para ti.

Você tem que criar conteúdo e só vai vender aulas se tanto o conteúdo como o marketing estiverem bem alinhados



TRÁFEGO PAGO

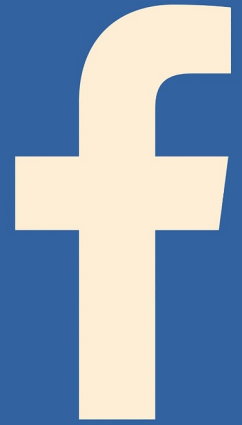
é necessário gastar dinheiro para ter alcance?





O Instagram entrega seu conteúdo através do watchtime, quanto mais retenção você tiver, mais o Instagram vai entender que x aluno gosta de ver seu conteúdo e vai entregar para mais pessoas do mesmo segmento que ele. É possível crescer bastante com o tráfego orgânico, porém é interessante também que você faça anúncios de descoberta para atrair mais público para o seu perfil..

Os anúncios te permitem segmentar o público para entregar para as pessoas certas, não fica tipo um comercial de televisão que vai pra todo mundo. Mas sempre lembre-se que o maior problema do anúncio é parecer um anúncio! Conte uma história ou algo do tipo, mas não faça um anúncio gritando "Venha para o meu perfil, por favor!". Algo bem legal : se seu anúncio deu certo, esse mesmo conteúdo funciona no tráfego orgânico.



JÁ TEM MUITA GENTE NO MEU NICHO, EU POSSO DAR CERTO AINDA?

há oportunidades sempre, você é autêntico/a e vai ensinar da sua forma, seja você
mesm@ sempre é isso que os seus novos alunos esperam de ti!





PARTE BONÔS

Conteúdos para você começar a sua marca do zero

PERSONA

Você já definiu a sua?



PARA

QUEM

VOCÊ QUER

PRODUZIR?

O QUE É PERSONA?

Persona é um avatar/personagem baseado no comportamento do aluno que você quer se comunicar, esse personagem serve para te ajudar a trabalhar sua comunicação, cada vez que você for gravar um vídeo, grave como se estivesse se dirigindo para essa persona.

Claro que você pode ter mais de uma persona na sua marca e sua comunicação vai mudar de acordo com cada persona.

Mas lembre-se: quem quer falar com todo mundo acaba falando sozinho.



EXEMPLO DE PERSONA

Gabriela, 32 anos: estudante de inglês. casada e professora de biologia.

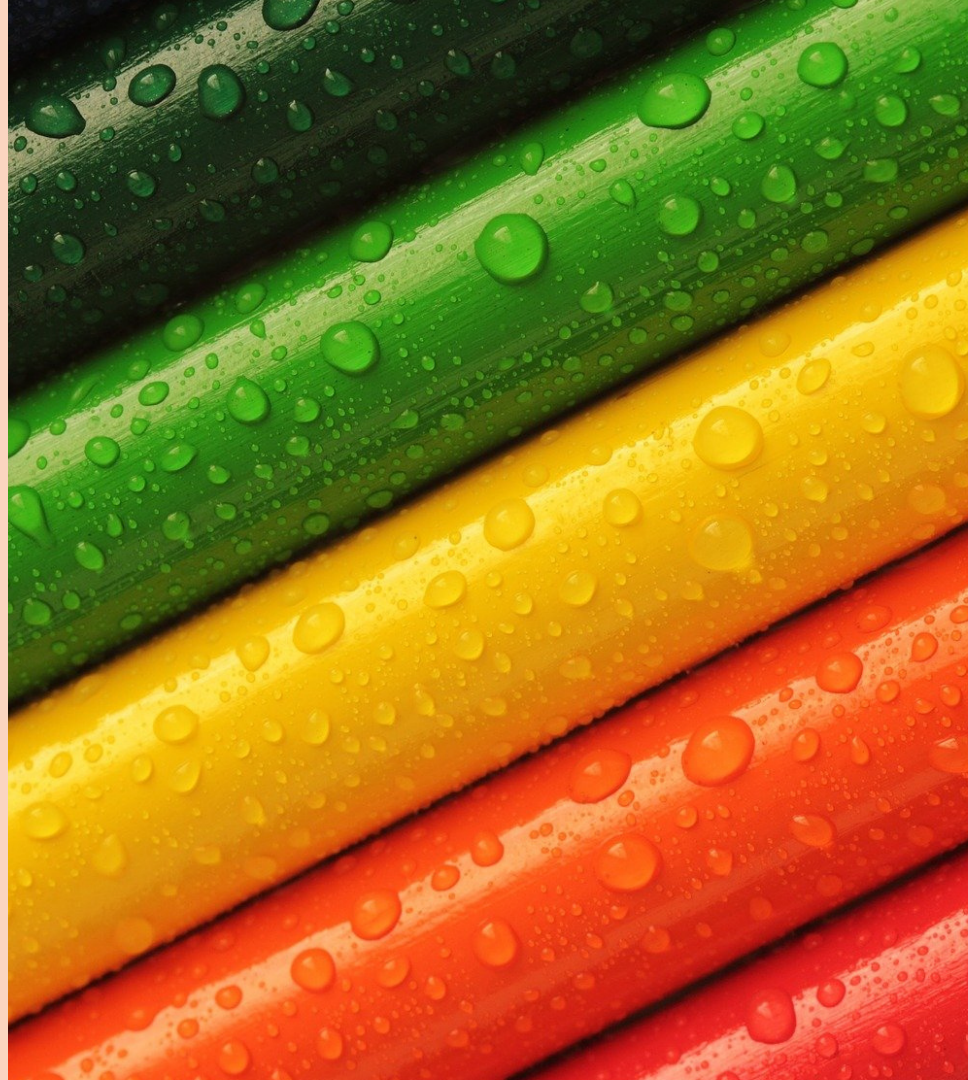
Tem perfil de ótima organização, ama novidades em relação a biotecnologia e pretende morar fora do Brasil.

Ela quer trocar de carreira e começar no ramo musical, focada em ser professora de canto lírico. Porém seus obstáculos são medo de empreender e dificuldade com gestão de tempo para trocar de profissão



PSICOLOGIA DAS CORES

Qual a importância da cor para a sua
marca?



PSICOLOGIA DAS CORES

Parece algo simples, mas é bem complexo. Serve para apontar como a nossa mente se comporta perante cores captadas do ambiente.

Cores geram emoções tanto positivas como negativas

De acordo com neuromarketing, "Se uma boa cor vende, a cor certa vende melhor"

Psicologia das cores não pode ser usada como uma ciência exata do marketing, mas não podemos negar que cores influenciam a todos e acertar as cores certas vai fazer sua marca crescer

Sua persona vai te ajudar a decidir quais cores você deve usar e também depende de qual mensagem quer transmitir

PSICOLOGIA DAS CORES

Por exemplo, quais cores você usaria se fosse fazer uma página de maquiagem? Tenho certeza que você já montou a paleta de cores em sua mente. E é isso que deve acontecer com a sua marca, o aluno tem que ver certas cores e já lembrar de ti

Cores afetam seu ambiente e sua imagem, então sempre pense em como alinhar todos esses aspectos para passar a mensagem correta para os alunos.

GATILHOS MENTAIS

Aqui está um dos seus melhores amigos!



AUTORIDADE

Ser autoridade no assunto é algo muito bom, né? Por isso vire autoridade no seu Instagram, mostre que você realmente sabe sobre o que está falando, mostre que tem o conhecimento necessário para ajudar cada alun@ seu.

"Tá, mas e como vou fazer isso?" postando conteúdo de qualidade, mas não deixe muito complexo para sua audiência, o conteúdo tem que agregar mas também não pode ser cheio de termo técnico.

Com esse tipo de relacionamento, seus alun@s e futuros alun@s vão passar a confiar cada vez mais em ti.

ESCASSEZ

Esse gatilho é muito utilizado pela Amazon, Aliexpress e Mercado Livre. Sabe quando você vê aquele número de unidades restantes, que o produto já vai acabar e dá vontade de logo garantir o seu? É assim que funciona esse gatilho

Ex : Agenda quase lotada, só tenho mais duas vagas livres esse mês

Claro que você tem que ser sincero com sua audiência, só use esse gatilho se o evento realmente for limitado

URGÊNCIA

Sabe quando você nem pensava em comprar o produto, mas do nada veio uma SUPER OFERTA NA BLACK FRIDAY e de repente o produto está em débito e chega amanhã em sua casa? Esse gatilho funciona dessa mesma forma.

Ex : Supresa só hoje até às 20h, utilize nosso cupom e ganhe 75% de desconto

PARADOXO

O Paradoxo da Escolha é curioso, se tiver muitas opções de escolha, o seu cérebro prefere não escolher uma. Então não saia oferecendo 1001 tipos de pacotes de aula diferentes para o seu aluno.

Tenha uma esteira de produtos/serviços bem definida

STORYTELLING

Você é um bom/@ contador de histórias? É capaz de provocar emoções/sensações nas pessoas? Se ainda não, é bom que você treine essa habilidade, pois nossas decisões também são baseadas na emoção, principalmente quando estamos falando de consumo. Para ter aquela dose de dopamina hehehe.

Lembra da sua infância, quando sua avó fazia um café da tarde bem gostoso? Me lembro até hoje dessa sensação. Lembra também do cheiro do mimeógrafo imprimindo as provas?

COMUNIDADE

O ser humano é sociável. Se seus alunos poderem fazer parte de uma comunidade isso com certeza é algo sensacional, tanto para você quanto para eles.

Esse gatilho é uma marca registrada aqui por exemplo do Voz em Construção. Amo com todas as minhas forças a comunidade que esse legado tem criado.

Outras marcas que usam esse fator : Nubank e Netflix.

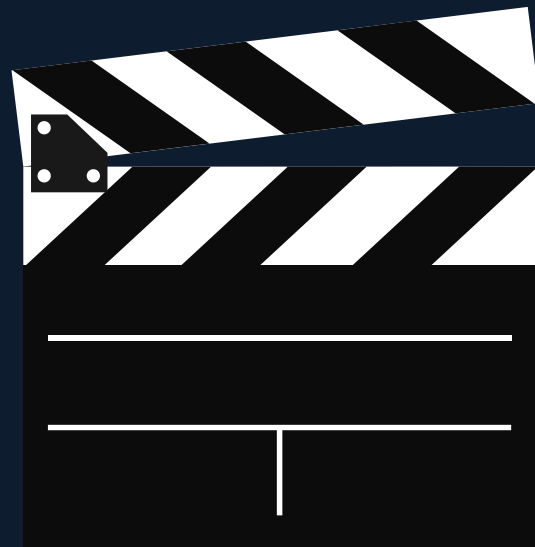
RAZÃO

Relacionado a contratar algum serviço ou comprar produtos, a emoção vai lá nas alturas. Porém a razão também ajuda bastante a tomar a decisão final. Se o aluno percebeu que suas aulas ou seu produto vai trazer benefícios para a vida dele, fechou.

Esse é o motivo pelo qual você leu esse ebook até aqui. Você quer acabar com a sua dor que é começar no Instagram, para ajudar a quebrar as dores dos alunos relacionadas à voz

FERRAMENTAS

faça seus post e edite seus vídeos (GRATIS)



Canva

O Canva é uma ferramenta online que vai te ajudar muito na parte do Design e de produtividade, você pode usar no navegador do seu computador ou baixar o aplicativo em seu celular.

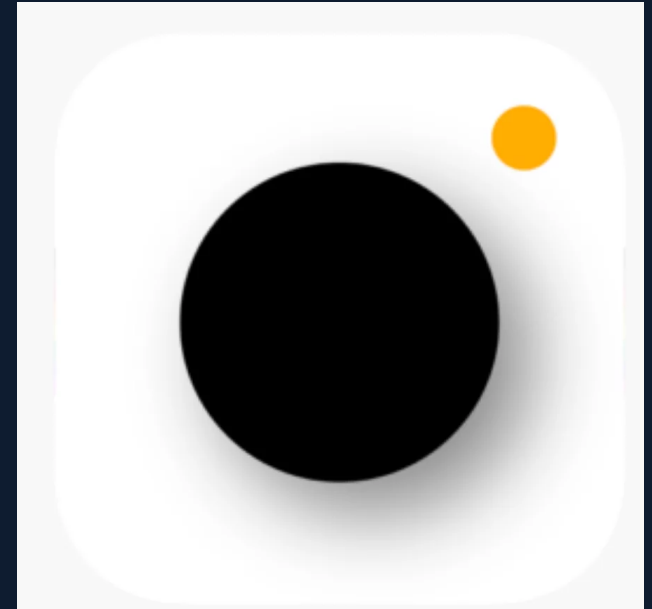
Contém milhares de templates disponíveis, te ajuda na criação de:

Stories, capa de IGTV/Reels, posts para o feed nos dois formatos que o Instagram aceita e muito mais! É uma ótima ferramenta.



PREQUEL

Prequel : Muita gente usou esse aplicativo para fazer fotos perfeitas nesse fim de ano (2021). O aplicativo é perfeito no quesito STORIES, você pode personalizar até parecer cena de filme, realmente muito interessante!



INSHOT

Inshot : Edições perfeitas na palma da sua mão!
É isso que esse aplicativo proporciona, também
vêm com vários efeitos sonoros, animados. Você
pode utilizá-lo em conjunto com o CAPCUT.



CAPCUT

O CAPCUT é um editor de vídeos dos mais completos e eficientes que tem no mercado (e é gratuito). Ele te auxilia na edição e colagem de vídeos, efeitos visuais e sonoros. Além de ter uma SUPER VANTAGEM de legendar os vídeos de forma automática. Perfeito, não?



INKSCAPE

Inkscape : é o software certo para você criar/editar imagens vetoriais de forma gratuita, realmente é um programa bem completo. Esse bonequinho foi feito no Inkscape



AULAS ONLINE

Onde se encontrar com seus alunos?





Zoom



Skype



Discord

Cada software tem suas vantagens e desvantagens, escolha o que melhor te atende e seja feliz!

AGENDAMENTO

Como seus alunos agendam uma aula contigo?





Wix



Acuity Scheduling

Essas duas plataformas disponibilizam o serviço de agendamento,
veja se atende suas necessidades!

META PARA 2022

Vem comigo que eu quero que você seja um
profess@r cada vez melhor, bora lá?



CONCLUSÃO

Essa foi a nossa jornada em busca de como utilizar a rede social a favor de nós, afinal somos super professores, empresários, estudantes. Quase aquele homem de uma banda só! Obrigado por ler até aqui.





@vozemconstrucao



youtube.com/vozemconstrucao



@vozemconstrucaofb

