

ESCOLA DE NEGÓCIOS
DA MÃE EMPREENDEDORA

ESTRATÉGIAS
PARA FICAR
AMIGA DO
ALGORITMO

ESCOLA DE NEGÓCIOS DA MÃE EMPREENDEDORA

**TUDO O QUE VOCÊ PRECISA
SABER, E PRINCIPALMENTE
FAZER, PARA GANHAR
DINHEIRO USANDO ESSA
FERRAMENTA NA ESTRATÉGIA
DO SEU NEGÓCIO**

SEJA BEM-VINDA AO NOSSO DESAFIO!

JUNTAS VAMOS TRANSFORMAR A FORMA
COMO VOCÊ SE COMUNICA COM A SUA
AUDIÊNCIA E VAMOS MUDAR OS RUMOS
DO SEU NEGÓCIO USANDO O
INSTAGRAM.

NESSE DESAFIO VOCÊ VAI TER ACESSO A
TODAS AS TÉCNICAS QUE NÓS USAMOS,
QUE FUNCIONARAM, E CONTINUAM
FUNCIONANDO PARA NÓS NO
@GRUPOMAE.ESCOLADENEGOCIOS

TUDO O QUE VOCÊ VAI LER AQUI FOI
TESTADO POR NÓS APÓS MUITO ESTUDO,
MUITA PRÁTICA E MUITO TEMPO
PERDIDO FAZENDO COISAS QUE A GENTE
OUVIA DIZER QUE FARIA MUITA DIFERENÇA
E NÃO FIZERAM.

**Aqui você só terá o que precisa
saber, E PRINCIPALMENTE FAZER,
nem mais e nem menos.**

É HORA DE
DAR ADEUS
A ZONA DE
CONFORTO

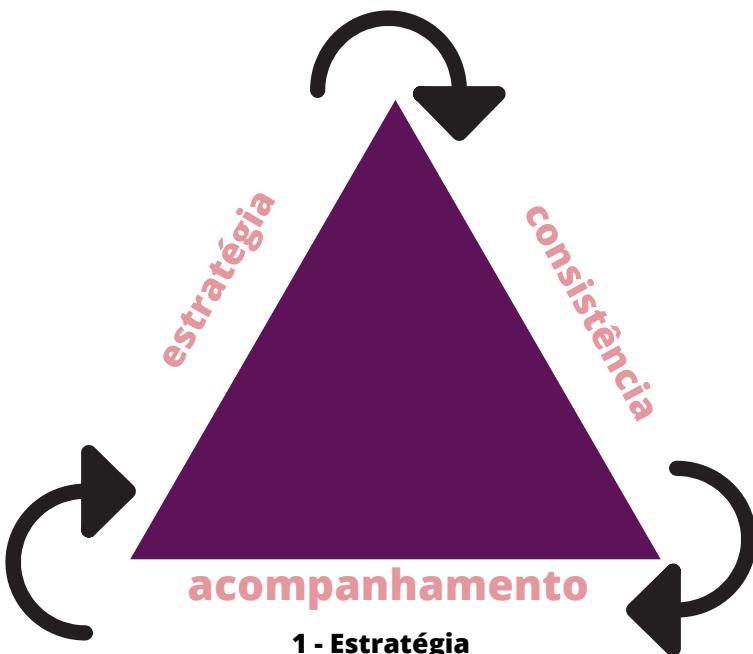


A PARTIR DAQUI VOCÊ VAI TER QUE
QUEBRAR ALGUMAS BARREIRAS QUE TE
IMPEDIAM DE COLOCAR NA PRÁTICA O
QUE É NECESSÁRIO QUE SEJA FEITO.

AS DESCULPAS PADRÕES DE FALTA DE
CONHECIMENTO, TEMPO, DINHEIRO,
VERGONHA, NÃO SERÃO ÚTEIS PARA O
SEU RESULTADO.

**arregace as mangas,
#vamosjuntas**

Quais serão as nossas responsabilidades e quais serão as suas?



1 - Estratégia

Nós te ensinaremos tudo o que você precisa saber, cabe a você absorver tudo

2 - Consistência

Essa é 100% com você.

Colocar em prática absolutamente tudo o que aprendeu, exatamente da forma que ensinamos é o segredo do sucesso desse desafio. É como uma receita de bolo: se você ainda está aprendendo a fazer tem que seguir exatamente o passo a passo para ter o resultado esperado.

3- Acompanhamento

Absorver os aprendizados de cada estratégia colocada em prática durante o nosso desafio para que ela continue te ajudando para sempre! Lembrando que nós daremos o caminho, mas quem efetivamente joga o jogo: É VOCÊ!

01

Nicho, persona e tribo

02

Proposta de Valor

03

Conteúdo é Rei

04

**Hacks de crescimento
INTERAÇÃO**

05

**Hacks de crescimento
Conteúdo massivo e de valor**

06

Hacks de engajamento

07

Lives

**NÃO DESPREZE O PODER
DESSAS INFORMAÇÕES.**

**ELAS NOS FIZERAM
FATURAR, COMO EMPRESA,
QUASE 5X MAIS DO QUE
FATURÁVAMOS ANTES.**



NICHO,
PERSONA E
TRIBO

Quem tenta falar com todo mundo acaba não se conectando com ninguém.

Nicho é um termo que tem sido muito usado no mundo digital, significa basicamente o mercado que você escolheu para trabalhar, por exemplo: emagrecimento, psicologia infantil, laços, padaria artesanal, mobiliário etc...

Ter um nicho bem definido é um passo essencial para traçar boas estratégias online para o seu negócio.

Mas isso é conteúdo fácil de achar por aí, não é mesmo? O que ninguém te conta é que não é suficiente ter um nicho. Com mais de um bilhão de usuários ativos e milhares de perfis falando de assuntos parecidos, se diferencia quem cria nichos dentro dos seus nichos.

Por exemplo:



Uma empreendedora que consegue definir e aprofundar bem o seu nicho terá muito mais facilidade em todo o processo que virá a seguir.

Tenho certeza que ao ler o exemplo acima, você já formou na sua cabeça a imagem mental de quem seria uma potencial cliente dessa marca, certo?

Será que qualquer conteúdo que for produzido por marcas de roupas infantis de forma geral vão atrair a atenção da potencial cliente do exemplo acima? Não né?

Se ela é minimalista ela não se conecta com o excesso de consumo, então promoções de compre x peças por x reais, não é a melhor forma de atrair a sua atenção. Se ela gosta de roupas que não tenham gênero, marcas que mostram peças com princesas ou carrinhos, não se conectam com ela. Se ela é da cidade de São Paulo e gosta de experimentar a roupa no filho antes de comprar, uma loja de Vitória -ES não se conecta com ela.

Um erro grave e tristemente muito comum no mundo do empreendedorismo materno é observarmos uma avalanche de "mais do mesmo".

Negócios generalistas e sem diferencial competitivo, motivo pelo qual as vendas se tornam difíceis e o cliente parece cada vez mais distante.

Quem tem um nicho bem definido consegue facilmente entender quem é o seu público-alvo.

Mais uma vez, quem é superficial nessa etapa acaba se distanciando de resultados financeiros expressivos. O público-alvo precisa ser entendido com profundidade, quem é, onde mora, quanto ganha, características pessoais, gostos, comportamentos, tudo o que te ajuda a entender o hábitos de consumo desses potenciais clientes.

A persona é um avatar, que vai materializar o seu público-alvo. Uma pessoa em quem você vai pensar toda vez que for elaborar um conteúdo novo, divulgar um produto, criar uma ação promocional, estruturar uma campanha de anúncios etc.

A persona é o seu perfil IDEAL de cliente, não significa que será o único perfil de cliente que você vai atender, mas é o perfil que tem o potencial de se identificar e comprar mais rápido, com menos esforço da sua parte, chamamos essas pessoas no mundo dos negócios digitais de *early adopters*.

Uma tribo é uma comunidade de *early adopters*, quando o seu trabalho no Instagram estiver redondinho, sendo bem feito, com estratégias bem definidas de acordo com o seu público-alvo, a consequência natural é que a sua audiência fica cada vez mais repleta de pessoas que se interessam EXATAMENTE pelo que você faz, se identificam com a linguagem que você usa, amam os seus produtos e serviços e são clientes fiéis, assim como promotores genuínos da sua marca! No nosso caso, foi quando abandonamos de vez as métricas de vaidade de um perfil com mais de 50 mil seguidores, mas que falava para vários públicos diferentes.

No nosso caso, foi exatamente aqui a grande virada de chave!

Assumir um nicho, dentro do nosso nicho, desenhar uma persona bem específica, sem medo de restringir o nosso potencial de venda e investir em conteúdos muito, muito, muito específicos para ela. Só assim começamos a entender de fato o que a nossa *early-adopter* sente e precisa e a nossa conversão melhorou incrivelmente, e por incrível que pareça, continuamos vendendo (e vendendo mais) para quem não é a nossa persona também.



PROPOSTA DE VALOR

Proposta de valor é aquilo que o dinheiro não compra! É a sensação que o seu cliente tem ao usar aquilo que você oferece.

Quanto mais **VALOR** ele vê naquilo que você produz, mais dinheiro ele estará disposto a investir para pertencer à tribo da sua marca.

Exemplo:



MAPA DE VALOR



Crie valor

PERFIL DO CLIENTE



Observe os clientes

Qual experiência você proporciona hoje para o seu cliente que faz com que ele compre da SUA MARCA e não do concorrente.

(Ignoramos respostas como bom atendimento, rapidez na resposta, etc, Isso é pré-requisito básico para quem quer ter qualquer negócio bem sucedido.)

Se você ainda não sabe dizer qual é a sua proposta de valor, sugerimos fortemente que você não pare de pensar nisso nem por um instante até encontrá-la. Esse passo é primordial para o sucesso do seu negócio no Instagram e nesse desafio.

Quando uma pessoa entra no seu perfil do Instagram a sua proposta de valor tem que estar CLARA para ser entendida logo no primeiro instante desse relacionamento. Essa é a forma mais estratégica de garantir que você atraia mais pessoas do seu público-alvo, e que essas pessoas tenham interesse em ficar e te conhecer melhor.



206 Publicações 2.710 Seguidores 103 Seguindo

Escola da Mãe Empreendedora

Educação

 **Dobramos a lucratividade do seu negócio**
De mãe p/ mãe

 Lia Castro e Carmem Madrilis
 Empresa @grupom.a.e... mais
linktr.ee/grupomae.escoladenegocios

[Ver tradução](#)

[Editar](#)

[Promoções](#)

[Contato](#)



Novo



Depoimentos Lia e Carmem



Grupo M.Ã.E
@grupomaeescola

Se você não tem ajuda, arreagaça as mangas e vai sozinha!



Grupo M.Ã.E
@grupomaeescola
O que é storytelling?





CONTEÚDO É REI



Agora é a hora da verdade:

1 - SIM, você precisa produzir conteúdo e ele precisa ser interessante, útil e relevante para a sua persona.

2 - NÃO, não adianta ser mais do mesmo! Tem que ter a cara da sua marca, chamar atenção do seu público e provocar o engajamento.

Afinal de contas o Instagram nunca foi criado para ser uma vitrine comercial, ele é uma rede social, sendo assim, o principal fator de alavancagem do algoritmo é o quanto cada um dos seus seguidores se interessa e interage com aquilo que você posta.

Nesse ponto, precisamos salientar algumas preocupações nossas: Existem dois erros graves que podem ser cometidos nesse ponto, o primeiro deles é você achar que o conteúdo da sua marca tem sempre que mostrar o seu produto ou serviço, sugerindo que o seu cliente compre de você. O segundo é você achar que ter um excelente engajamento nos seus posts de conteúdo vai fazer com que você venda mais.

Nem um e nem o outro, é entender e saber vender na hora certa e manter o seu cliente, ou futuro cliente por perto, mesmo quando ele não estiver precisando comprar naquele dia.

O seu feed, IGTV, stories, precisam ter estratégia! Nós vamos te ensinar como atrair mais seguidores, mas nós precisamos que você entenda que esses seguidores só se tornarão de fato clientes caso o que eles encontrem no seu perfil seja interessante AND ele encontre ofertas nas quais ele veja valor.

Nada do que vamos ensinar a partir daqui vai te trazer resultados efetivos caso você não esteja produzindo conteúdo de qualidade para o seu público.

É COM CONTEÚDO QUE VOCÊ CRIA AUTORIDADE E FAZ COM QUE A SUA AUDIÊNCIA TENHA SEGURANÇA DE QUE VOCÊ É A MELHOR PESSOA PARA ATENDER A NECESSIDADE DELA (COM PRODUTO OU SERVIÇO)

É COM CONTEÚDO (DO BOM) QUE VOCÊ GERA DESEJO NOS SEUS POTENCIAIS CLIENTES E FAZ COM ELES PASSEM A PRESTAR MAIS ATENÇÃO EM VOCÊ E MERGULHEM NO SEU FUNIL DE VENDAS.



Quando uma mãe empreendedora com o perfil da nossa persona chega até o nosso perfil, ela encontra imediatamente uma série de conteúdos gratuitos e de muito valor para que ela possa nos conhecer melhor!

Não pensamos que estamos dando nosso conteúdo de graça para ela, pensamos que estamos conquistando ela de graça! Sem gastar nada nesse momento da jornada.

A partir daí, se ela está no seu momento de compra ela manda um direct na hora querendo saber se temos vagas abertas na Escola. Acredite, mesmo com apenas 2.700 seguidores são dezenas de directs de interessadas diariamente.

Se tivermos vagas abertas, ela já se inscreve, caso não tenhamos vaga ela se inscreve na lista de espera para saber em primeira mão, quando houverem vagas, já que elas acabam muito rápido.

No caso da pessoa chegar até nós, se interessar e não estiver no seu momento de compra, ela entra pro nosso funil de conteúdo e fica sendo impactada pelas nossas publicações diárias, até se sentir pronta para comprar.

No nosso planejamento de conteúdo sempre tem criação de conteúdo para quem está nos conhecendo e para quem já está muito próxima de efetivar a compra, entrem no nosso perfil e analisem as postagens, agora que vocês conhecem o nosso segredo, vocês identificarão imediatamente qual post é para qual cliente.

HACKS DE CRESCIMENTO PARTE I



INTERAÇÃO

Te ensinaremos a partir daqui sacadas de crescimento para que você possa aplicar no seu perfil e colher os frutos no seu negócio.

Elas podem até parecer óbvias depois que você JÁ AS CONHECE, mas eu aposto que você jamais pensaria sozinha em aplicá-las na intensidade e frequência que vamos sugerir (e é isso que faz a diferença), e indo além, eu duvido que você tenha ideia do impacto que elas podem trazer para o seu perfil do Instagram e para o seu negócio.

HASHTAGS

Quando você entende a forma correta de usar hashtags elas podem ser grandes aliadas do seu negócio e podem dar uma GRANDE visibilidade para o seu perfil, mas não da forma como você imagina!

Pesquise hashtags relacionadas ao seu nicho, entre na aba de recentes e passe a interagir com elas! Intensidade: comentar 20 publicações, com comentários relevantes de 2 a 3 linhas. Sem copiar e colar comentários iguais, o instagram percebe repetições e pode entender que esse comportamento vem de uma automação.

Se o seu comentário chamar a atenção do dono(a) daquela foto, ele ficará curioso para saber quem é você e visitará o seu perfil, se ele gostar do que achar, você acada de ganhar um novo seguidor, adequado ao seu nicho, perfil da sua persona e potencial cliente.

Curtido por [atellesophie_candy](#) e outras pessoas

profissaoartesanato Dá você dá tudo de si! Trabalha feito doida, atende o cliente com toda atenção, educação e profissionalismo do mundo e escuta: "tudo isso?" - "ah, mas fulana faz mais barato!" - "me dá um desconto que eu te indico!"

É de cair os butiá do bolso! Seguinte, leve isso que vou te dizer pra vida toda: não caia nessa conversinhas! Quer ser reconhecida? Quer ser valorizada? Então se imponha! Informe seu público, mostre seu valor!

Se ele não pode arcar com o custo de ter um produto seu, que pena. Mas cliente nenhuma tem o direito de dizer que está muito caro, que a irmã do sobrinho do vizinho consegue fazer o que você faz!

Se seu produto é diferenciado, se seu atendimento, embalagem e etc fazem dele único, então se valoriza mulher!

Me conta nos comentários as pérolas que você já teve de ouvir de clientes chorões e o que você respondeu 😊

#empreendedorismo #empreendedorismoresanais
#empreendedorismofeminino #empreendedorismomaterno
#empreender #empreendertransforma #façadacerto
#foco #homeoffice #marketingdigital #mindset #motivação
#profissaoartesanato #sonhegrande

Ver todos os 118 comentários

grupomae.escoladenegocios Refitam: Se o seu cliente acha o seu produto caro é porque a empreendedora não está atingindo o público alvo correto!! Tem vídeo no nosso motherflix no IGTV falando EXATAMENTE sobre isso!

Há 6 dias · Ver tradução



INTERAÇÃO COM INFLUENCIADORAS

Esse hack dá trabalho, mas tem um resultado excelente!

Você pesquisa quem são os maiores perfis que falam com o seu nicho, podem ser marcas ou influenciadoras (vamos evitar, obviamente, os concorrentes diretos).

Você ativa as notificações para sempre que eles postarem você ficar sabendo rapidamente.

Assim que esses perfis postarem uma foto você irá fazer um comentário RELEVANTE nela (1 comentário por postagem e por perfil). Mas não é qualquer comentário...

Precisa ser um comentário muito relevante e de no mínimo 5 linhas.

Por quê?

Porque como é um comentário relevante ele irá ser rankeado como os primeiros em todos os comentários daquela foto, muitos irão curtir, e você será visto, percebido e atrairá muitas pessoas para o topo do seu funil de conteúdo e de vendas dentro do seu perfil. Se o comentário não for relevante ninguém vai ligar pra ele e o HACK não vai funcionar.

HACKS DE CRESCIMENTO PARTE II



Tenho certeza que você já ouviu: “É só postar conteúdo de qualidade que dá certo.”

Calma lá, você sabe o que é conteúdo?

Uma self na academia pela manhã, a foto do seu prato no restaurante no almoço ou ainda os stories que você fez mostrando o trânsito no fim do dia são tipos de conteúdo. Tudo é conteúdo. O que diferencia os tipos de conteúdo é se eles são bons para sua audiência, para a sua persona, ou não.

Para que a sua audiência veja VALOR no seu conteúdo, você precisa ajudá-la de alguma forma, nem que seja com entretenimento no momento em que ela está buscando atividades para relaxar e ocupar a cabeça. Alguns tipos de conteúdo:

IMPACTO:

São postagens que impactam o público e mexem com as emoções das pessoas, e por isso tendem a viralizar, se você consegue captar a essência da sua tribo, suas dores, suas angústias e suas vitórias, você conseguem pegar esse ponto na veia. Esse tipo de conteúdo irá aumentar ainda mais a sua visibilidade. Uma ótima carta na manga para aumentar engajamento, ou alcance de alguma postagem que você deseja.

ATRAÇÃO:

Aqui entram os conteúdos para atrair seguidores que são menos focados em engajamento, mas sim em divulgação, como por exemplo:
Posts reflexivos, histórias de pessoas, frases de famosos, memes, motivacional etc.

ROTINA:

Aqui entram os posts que mostram a cara da empreendedora por trás da marca e refletem a humanidade daquele negócio. Posts de rotina não significa postar o que você come todos os dias, significa entender o que existe dentro da sua rotina que pode ser interessante para a sua audiência.

EDUCAÇÃO e AUTORIDADE

Extremamente estratégico, esse tipo de conteúdo é o que forma a sua autoridade e que te perceberão como especialista em determinado assunto. Esse tipo de conteúdo tende a ter menos engajamento que os demais, então tem gente que desamina, mas isso é muito importante para segmentar seu público.

Conteúdos de educação são aqueles que ensinam alguma coisa para as pessoas, são focados no medo ou na dor do seu público alvo.

HACKS DE ENGAJAMENTO



comentários compartilhamentos curtidas visualizações

Essas são as ações de engajamento que mais impactam o aprendizado do algoritmo.

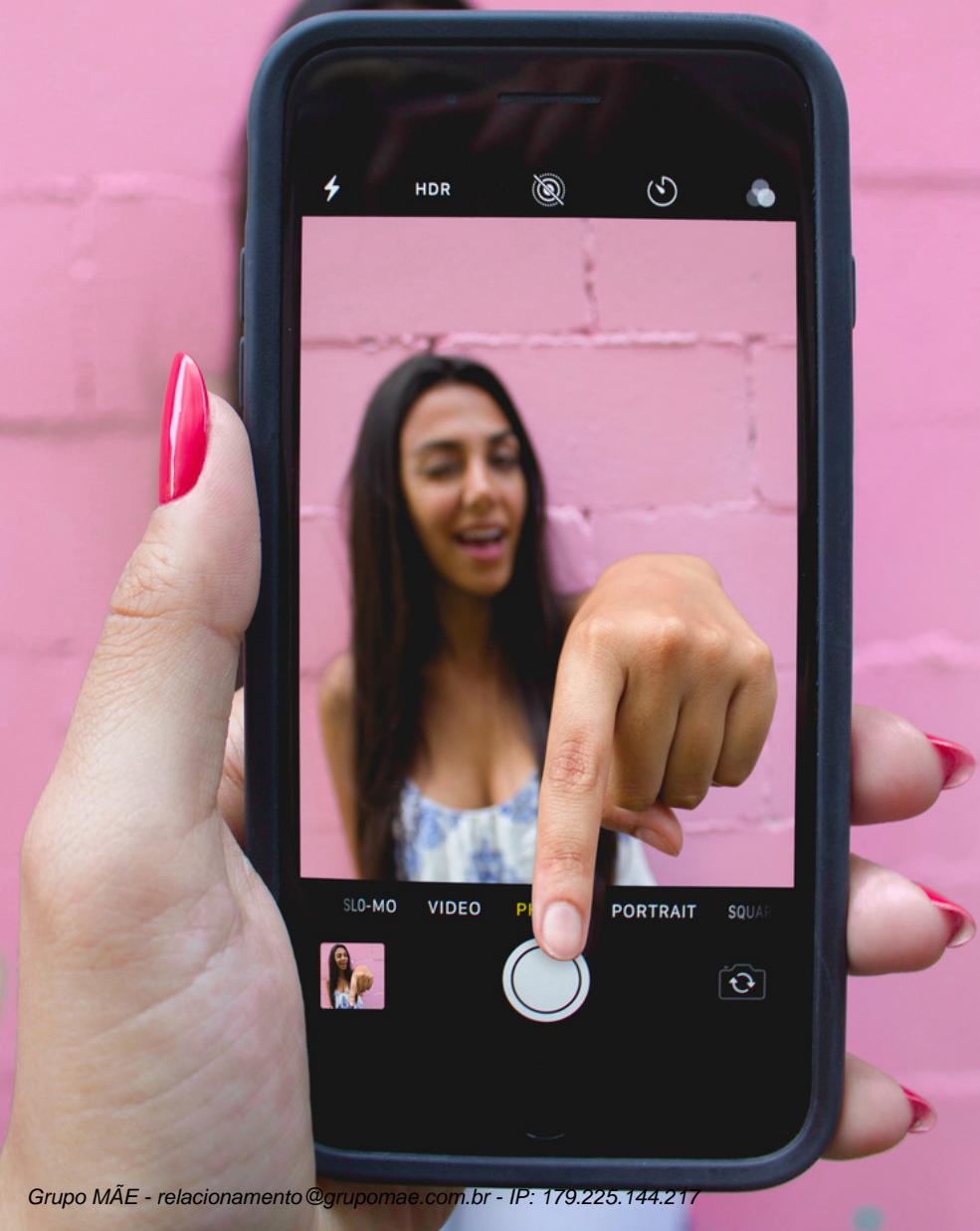
Não perca de vista essas ações para que elas estejam presentes no seu planejamento de conteúdo!

Quando você faz um CTA - chamada para a ação - você convida uma pessoa a interagir com você.

Nos stories ainda podemos destacar o uso de enquetes e figurinhas de perguntas para dar um força no entendimento do algoritmo.

No caixa de perguntas, é importante que você responda o máximo possível, já que ao responder você abre brecha para uma nova interação no direct.

LIVES



Lives são uma precisosidade a parte.

São as Lives que mostram você como você é para a sua audiência e se as pessoas se identificarem com isso, você ganha um grande reforço na jornada do cliente.

É na live que você mostra o ambiente onde você vive e trabalha, dá sensação de proximidade.

Na live você pergunta e responde em tempo real seus seguidores.

O ser humano tem uma grande tendência de agir conforme os seus pares e buscar comunidades com comportamentos e anseios parecidos para que ela se sinta pertencente de algo.

Durante as lives ela pode te observar de forma real e ao vivo e perceber as características que te conectam a ela.

Quando as pessoas interagem acerca de um mesmo tema, ao mesmo tempo e no mesmo espaço, virtual ou físico, elas se sentem parte daquela comunidade e a live é uma poderosa ferramenta para isso.

Lives devem, OBRIGATORIAMENTE estar no cronograma de conteúdo de qualquer perfil e de qualquer negócio.

**SE VOCÊ LEU TUDO
E ACHA QUE
CHEGOU AO FIM**

#TRAGOVERDADES

**VOCÊ ESTÁ ESTÁ
APENAS
COMEÇANDO :)**

**#SEJOGA
E VAMOS JUNTAS**