



**MÊS DO
EMPREENDEDOR**



REDES SOCIAIS
DESCOMPLICADAS
PARA O
PEQUENO NEGÓCIO



**ACADEMIA
ASSAÍ**
BONS NEGÓCIOS



ASSAÍ
ATACADISTA

Página 01

Apresentação

Você sabe o que é marketing?

Página 01

Página 02

Vendas online

Por que trabalhar com vendas online?

Página 04

Então vamos às dicas?

Página 05

Página 07

Criação de conteúdo nas plataformas digitais

Fotos

Página 08

Vídeo

Página 09

Legendas e comentários

Página 10

Página 11

Academia Assaí & você: perguntas e respostas

Como cadastrar meus produtos na lojinha do instagram?

Página 11

Como faço um anúncio no Insta?

Página 13

Qual o melhor programa de edição para as artes do meu negócio?

Página 13

Onde posso conseguir imagens gratuitas para usar nos meus posts?

Página 14

Página 15

Entrevistão com especialista Ricardo Maruo

Apresentação

Para celebrar o Mês do Empreendedor, a Academia Assaí separou um presente para você: **este e-book especial sobre marketing de uma forma descomplicada**. Mais do que um conteúdo técnico, você encontrará nestas páginas dicas preciosas de como realizar ações de marketing que efetivamente o(a) fará vender.

Mas, antes de partirmos às divisões de conteúdo do e-book:

Você sabe o que é o marketing?

O marketing é um conjunto de ações que um negócio faz para realizar as vendas, lucrar e oferecer algo para suprir as atuais e potenciais necessidades de seus clientes. Com isso, surgem não somente as propagandas e promoções, mas, também, as estratégias, as táticas, os planejamentos e as pesquisas.

A importância do marketing vem exatamente por vivermos em um mundo globalizado, com cada vez mais concorrência. Com essa ferramenta, você pode destacar seu produto, seja nas vitrines físicas ou digitais.

Neste e-book, em um primeiro momento, falaremos sobre o **crescimento das vendas online**, que tem sido um grande pilar durante o período pandêmico que o mundo enfrenta. Também vamos abordar **como produzir conteúdo nas redes sociais de maneira efetiva**, a fim de que o olhar do seu cliente seja atraído para o seu produto, de forma que o consumidor se torne um freguês, estreitando o relacionamento de compra e venda, em uma relação de cumplicidade!

Então, “bora” com a gente?!

Vendas online

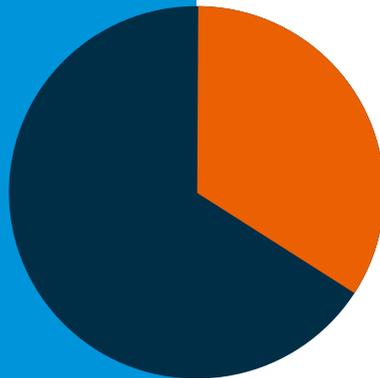
As vendas online não param de crescer no Brasil e no mundo.

Uma recente pesquisa da Nuvemshop (site especializado em e-commerce), revela que, em 2020, cerca de 10 milhões de brasileiros fizeram sua primeira compra na internet. Ainda, que os que já compravam dessa forma variaram os produtos que consumiam. Além da necessidade por conta da pandemia, isso é uma tendência de consumo, ou seja:

os empreendedores devem estar cada vez mais presentes no ambiente digital.



Quando se trata do **setor de alimentação**, no segundo trimestre de 2020, após as medidas restritivas da pandemia e apesar de muitos negócios serem afetados, o aumento de consumo de comidas e bebidas pela internet foi de 241%, segundo pesquisa do Neotrust/Compre&Confie.



34% das vendas online foram feitas pelas redes sociais

66% das vendas aconteceram fora das redes, porém, em diversos canais digitais distintos.



Por isso,

não há como escapar do movimento digital.

Já é uma realidade a qual o empreendedor deve se acostumar. Ter um site, redes sociais, contato e atendimento virtual é necessário para que seu cliente chegue até você e ao seu produto.

Mas a dúvida que fica é: **como fazer isso da melhor maneira possível?** Fiquem tranquilos (as), porque a Academia Assaí separou dicas especiais pensadas por um time de comunicólogos e especialistas em vendas para atender ao anseio de nano e microempreendedores - como você.

Venha com a gente!

Por que trabalhar com vendas online?

Pode haver alguma resistência em adotar o processo de venda online, mas, uma vez dentro dele, você não vai querer sair. Algumas dificuldades podem surgir no caminho, ainda mais se a sua geração não passou pelo estouro da tecnologia. Entretanto, as inúmeras **vantagens** podem conquistá-lo(a):



Baixo investimento:

as ferramentas digitais estão aí para acesso de qualquer pessoa. Óbvio que é necessário entender um pouco de tecnologia, mas nada que algumas horinhas em tutoriais do YouTube não deem conta.



Vendas por demanda:

you produce what you order, and thus, there is no waste in production.



Imagem profissional:

being in the online sales environment also brings prestige to your brand and recognition through investment in innovation.



Maior alcance:

being in the digital sales environment can reach the whole city and even other cities around you.



Aumento nas vendas:

consequence of the greater reach of your product – or even because of the possibility of delivery, which attracts the consumer by comfort.



Maior disponibilidade de atendimento:

virtual service and subsequent delivery can be extended for the period you determine.



Incentivo de compras maiores:

normally, purchases in the virtual environment include delivery taxes – this means that customers will take full advantage to consume and enjoy the shipping.

Então vamos às dicas?

1

Para estar no ambiente digital, procure uma plataforma de vendas online para o seu produto.

No setor de alimentação, os mais procurados costumam ser os aplicativos de delivery e as redes sociais.



4

Tenha um plano de negócios!

Ensinamos a fazer um em nosso portal da **Academia Assaí**

CLIQUE AQUI

2

Dentro dessa plataforma **crie um catálogo de seus produtos** com imagens nítidas, sempre precificando cada item.

3

Defina seu nicho:

é importante que você foque em algum tema e siga nele, mesmo abordando outros assuntos, você sempre irá relacionar com seu nicho inicial.



5

Trabalhe com **diversos meios de pagamento**, do PIX ao cartão de crédito.

6

É importante que você tenha uma **identidade visual** para identificar que o produto ou a rede social pertencem à sua marca.

7

Tenha um **canal de comunicação com seu cliente.**

Um WhatsApp exclusivo para o seu negócio é o mais indicado.

CLIQUE AQUI

e veja nossa matéria completa sobre o **WhatsApp Business!**

8

Faça campanhas de vendas com **PROMOÇÕES.** Isso atrai o cliente e as **vendas tendem a dobrar;**

9

Brindes também atraem o consumidor da internet.

Eles podem, inclusive, ser itens de baixo custo, como **cartão, balinhas, entre outros.**

Invista na criação de conteúdos

para além das vendas: faça posts interativos e divertidos, com enquetes, e

chame seu público para participar.

10



Criação de conteúdo *nas plataformas digitais*

A criação de conteúdo nas plataformas digitais é um dos principais pontos que atraem o cliente para consumir seu produto. Se você não oferecer interação com os seguidores ou as pessoas que navegam no seu site, não haverá a conversão daquele daquele seguidor em um consumidor. Uma vez que você convencer seu seguidor a comprar e ele se tornar seu cliente, ele sempre voltará a comprar.

Para isso, **é preciso estar nas redes sociais e aumentar o público que o(a) segue**, a fim de que o nome do seu negócio cresça junto. A seguir, entregaremos dicas para você destacar seu produto nas redes sociais! Confira:

FOTOS



Para as fotos dos seus produtos ficarem incríveis, **prefira a luz do dia** - tirar as fotos em ambientes externos sempre é uma boa opção!



Certifique-se de que as lentes da câmera do seu celular estejam limpas. Um paninho seco de algodão é o mais indicado para essa limpeza.



Use uma cartolina branca de fundo e adapte um **pequeno estúdio na sua casa.**



Explore o recurso de “Food Porn”, que nada mais é do que vender o produto de alimentação usando o recurso da **experiência visual** explorando os atrativos do produto, como suculência, cremosidade, camadas, cores e texturas, sempre com riqueza de detalhes.

CLIQUE AQUI e confira *mais detalhes sobre a técnica*



Use fotos na proporção de 1080x1350 pixels, ou seja, na **modalidade “retrato”,** que possibilita ocupar **mais espaço da tela do celular do cliente.**





VÍDEOS



Mantenha a qualidade de nitidez e a resolução dos vídeos.



Entre nas chamadas “trends”, que nada mais são do que os vídeos com maiores acessos. Aqueles que são tendências na plataforma. Normalmente, envolvem dancinhas ou ações que mostram seu produto.

Saiba mais em nossa matéria exclusiva
Como Vender Mais no Instagram

CLICANDO AQUI



Explore as modalidades de vídeos curtos nas redes sociais. No caso do Instagram os formatos são: **stories e reels**. Este último (reels) permite a criação de vídeos em alta com sons pré-disponíveis na plataforma.



Entenda os melhores horários para postar. Para isso, observe as publicações que renderam mais curtidas, comentários e compartilhamentos, pois isso indicará uma média de horário para postagem.



Mostre seu rosto nos vídeos. Isso trará humanização à sua marca, mostrando ao público que há alguém por trás do produto.

LEGENDAS E COMENTÁRIOS



Abuse da regionalidade e de assuntos em alta e converse com seu cliente:

“O que vocês acharam?”, “Surgiu alguma dúvida? Contem-nos nos comentários!”, “Compartilhe para mais conteúdos como este!”, “Votem na enquete dos Stories”, entre outros.



O uso de hashtags é indispensável, ainda mais para o Instagram. Hashtags sem acentuação têm melhores desempenhos nas buscas.



Emojis atraem os olhos dos leitores e deixam o texto dinâmico.



Pule uma linha entre os parágrafos para uma leitura mais pausada e agradável.



Responda aos comentários dos seguidores! Isso mostra que você se importa com a opinião deles, além de gerar relacionamento com o cliente.



Academia Assaí & você em:

“perguntas e respostas”!

Separamos algumas das maiores dúvidas dos nano e pequenos empreendedores, a fim de solucioná-las de uma vez por todas! Veja abaixo:



Como cadastrar meus produtos na **lojinha do Instagram**?

Type something...

Para ter uma lojinha no Instagram, é necessário seguir alguns passos: **você deve criar uma conta na rede que seja comercial ou de criador de conteúdo**. Após isso, será possível adicionar as informações, como horário de funcionamento, endereço e número de telefone comercial, além de um link para seu site.

Será necessário conectar sua conta com uma página do Facebook:



Em seguida, é necessário cadastrar um catálogo de produtos – e você pode fazer isso de duas formas: **por meio do Gerenciador de Catálogos, no Gerenciador de Negócios do Facebook, ou em plataformas que o Instagram aceita (Shopify ou BigCommerce).**

Depois de conectar seu catálogo, você precisará proceder à análise de contas



Depois disso, se sua conta for aprovada, você poderá liberar o recurso de compras:

A seguir, para marcar produtos em uma publicação do Instagram, siga as instruções abaixo:

Acesse o perfil da sua empresa no Instagram e toque no **menu** onde fica os três risquinhos na horizontal

Selecione **"Configurações"**

Toque em **"Empresas"** e em **"Compras"**

Selecione o **"Catálogo de produtos"** que você deseja conectar à sua conta

Selecione **"Concluir"**

Toque em **"Adicionar foto"**

Adicione uma **legenda**

Toque em **"Marcar Produtos"**

Toque na foto

Pesquise o produto

Selecione o produto

Toque em **"Concluir"**

Toque em **"Compartilhar"**



Como faço um anúncio no Insta?

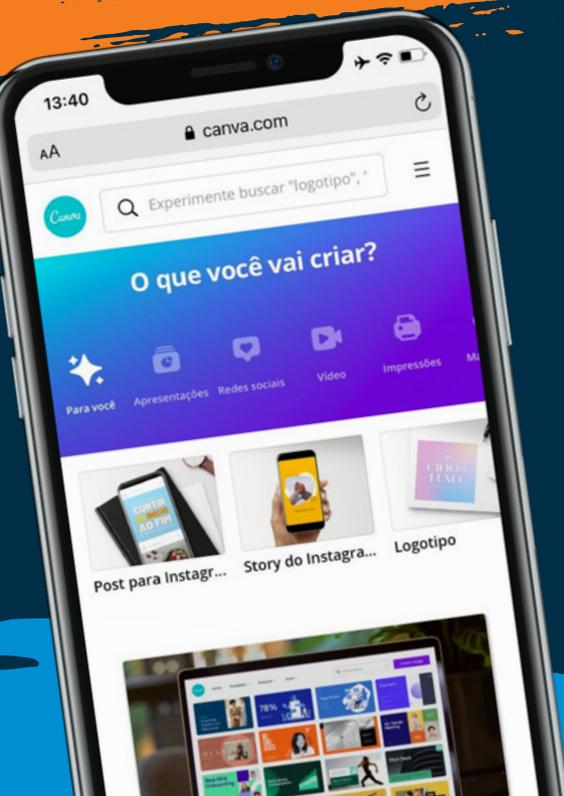
Type something...

A maneira mais prática de anunciar no Instagram e no Facebook é **impulsionar uma publicação já feita**. No entanto, para um bom anúncio, você terá que acessar o Gerenciador de Negócios do Facebook.

No que se refere a investimento para os anúncios é sempre bom iniciar com pouco dinheiro e fazer testes. **Como assim?** Tudo vai depender do seu objetivo: se você quer vender mais, tem que analisar a partir de quais posts e formatos já impulsionados, que geraram mais pedidos de compras. Ou seja, faça dois anúncios de seu produto, um em vídeo e outro apenas com foto, e veja qual deles proporcionou mais vendas, qual foi o mais curtido, qual teve mais compartilhamento. Esses dados direcionaram cada vez mais seu anúncio ao caminho certo.

Para criar um bom anúncio, é necessário:

- **Identificar seu público.**
- **Segmentar** o anúncio para seu público.
- **Determinar um orçamento** e dividi-lo por dia de anúncio.
- **Escolher o formato:** foto, vídeo, reels, story e carrossel.
- **Vídeos** recebem duas vezes mais comentários do que imagens e atingem a **maior taxa de engajamento** (38% maior que as imagens).
- Você pode escrever uma chamada e **descrição** dentro do limite de caracteres, além de escolher um botão para direcionar o comprador.
- **Não use muito texto dentro das imagens**, isso pode bloquear seu anúncio.



Qual o melhor programa de edição para as artes do meu negócio?

Type something...

Por ser uma **ferramenta gratuita** de design gráfico para as redes sociais, o **Canva** é uma ótima opção. Ele dispõe de recursos variados e é atualizado constantemente. Além disso, no YouTube, há várias aulas disponíveis de especialistas para ajudá-lo(a) na confecção desse tipo de material.



Onde eu posso conseguir **imagens gratuitas** para usar nos meus posts?

Type something...

A gente não separou apenas alguns sites de banco de imagens gratuitas como, também, uma lista bem completa, para não faltar opção! Veja:

1. pixabay.com/pt/

2. visualhunt.com/

3. unsplash.com/

4. pexels.com/pt-br/

5. br.freepik.com/

6. pt.pngtree.com/

7. freebiesbug.com/illustrator-freebies/unruly/

8. en.freejpg.com.ar/

9. negativespace.co/

10. deathtothestockphoto.com/

11. pt.freeimages.com/

12. foodiesfeed.com/

13. allthefreestock.com/

14. getrefe.com/downloads/category/free/

15. kaboompics.com/

16. jeshoots.com

17. picjumbo.com/

18. foter.com/

19. stocksnap.io/

20. isorepublic.com/

21. magdeleine.co/

22. uhdwallpapers.org/

23. splashbase.co/

24. stokpic.com/

25. sitebuilderreport.com/stock-up

26. thestocks.im/

27. imcreator.com/free

28. freerangestock.com/

Entrevistão
com especialista

RICARDO MARUO

Descomplicando
as redes sociais



O publicitário, diretor de planejamento digital, cientista de dados e mestre em Psicologia Social **Ricardo Maruo** cedeu um entrevista incrível para o podcast Negócio em Dia com o tema **“Descomplicando as Redes Sociais”**.

A gente separou os trechos mais importantes abaixo, mas você também pode ouvir o conteúdo completo por meio de suas plataformas digitais preferidas:



Como você enxerga o crescimento da criação de conteúdo nas redes sociais para os pequenos empreendedores, especialmente os da área de alimentação?

Maruo: Quando falamos em redes sociais, falamos em relacionamento entre pessoas. Quando você está dentro das redes sociais, o que importa é o relacionamento. Já segui marcas que só faziam posts de promoção – e isso não é relacionamento. É preciso investir no social, ter interação, porque não será apenas como um anúncio de jornal ou revista. Empreendedores da área de alimentação precisam ir atrás do **“food porn”**, que não vende o produto alimentício em si, mas a experiência.

Como o microempreendedor pode criar uma rotina de criação de conteúdo e como esse material deve ser pensado?

Maruo: A rotina de conteúdo é 80% valor agregado e 20% produto. Ou seja, o consumidor não quer ver só o produto anunciado ali nas redes sociais – ele quer a experiência que ele pode oferecer!

“Quando a gente fala de alimentos, as redes sociais **mais visuais** são válidas”

“Converse com seu público

e desperte empatia. O real relacionamento leva tempo!”

Como analisar as métricas (resultados) das redes sociais?

Maruo: Quando se está no Instagram e no Facebook, você tem que vincular as contas e entrar no painel de anúncios. Ali, você tem um monte de possibilidades de chegar até o seu cliente e, com isso, analisar o que dá certo e o que não dá para o seu público.

Qual rede social você indicaria para quem está começando um negócio e quais são os melhores formatos?

Maruo: Quando a gente fala de alimentos, as redes sociais mais visuais são válidas. Ainda é oportuno investir no Instagram, mas vai de acordo com o que o seu público quer e onde ele está.

É bom que o pequeno empreendedor entenda seu público. Alguns até fazem pequenas pesquisas para isso, porque, como o tempo do empreendedor é apertado, ele tem que ser certo no conteúdo, no qual, às vezes, ele gastou horas para criar. Então, se o seu público gosta de futebol, por exemplo, atrele seu produto a isso e, no intervalo de um jogo, chame-o para consumir seu produto.

Comprar seguidores tem resultados positivos?

Maruo: Não. Nas redes sociais, deve-se fazer o mesmo que você gostaria que fizessem com você na vida real. Converse com seu público e desperte empatia. O real relacionamento leva tempo!

O que o empreendedor não pode deixar de fazer para transformar o seguidor em consumidor?

Maruo: Primeiro de tudo, pesquise seu público para entender os interesses dele e o seu produto se encaixar nesse contexto. Segundo: nunca deixe seu público no vácuo! Se ele abrir a oportunidade de conversar, responda. Crie um relacionamento que vá além do digital! O microempreendedor nunca pode deixar o produto ser maior que ele.





**MÊS DO
EMPREENDEDOR**



**ACADEMIA
ASSAÍ**
BONS NEGÓCIOS

