



# WORKSHOP

## MARKETING CONTÁBIL E VENDAS

**AULA 02**



# DESCRIÇÃO DA AULA

Na aula 2 do **Workshop de Marketing Contábil e Vendas** você vai aprender como usar conteúdos de forma estratégica para gerar resultados de verdade.



# PROGRAMAÇÃO

Começamos nossa aula com um overview de como serão as aulas nos dias da semana (24/08 até 28/08) e quais serão os temas abordados. Confira!

**Aula 01** [24/08] - Os principais erros que impedem sua empresa contábil de conquistar mais clientes - ✓

**Aula 02** [25/08] - Como usar conteúdos estrategicamente para gerar clientes contábeis

**Aula 03** [26/08] - Como fizemos da crise nosso motor de crescimento

**Aula 04** [27/08] - Como começar a gerar resultados efetivos de marketing contábil

**Aula 05** [28/08] - Do 0 a 1500 clientes convertidos e os aprendizados para o seu negócio contábil





# PARTICIPE

Se você não está sabendo, não fique de fora e participe:

- [Grupo no Facebook](#)

[Troca de informações, material de apoio, conteúdo complementar]

- [Canal Telegram](#)

[Ficar por dentro de todas as novidades sobre Marketing Contábil e Empreendedorismo Contábil]





# **Aula 02 - Como usar conteúdos estrategicamente para gerar clientes contábeis**



# INTRODUÇÃO

As pessoas falam muito sobre estratégias, mas **como funciona o pensamento estratégico?** E como ele faz você ter resultados diferenciados na produção de conteúdo?

Nada acontece por acaso, as coisas são construídas e pensadas para acontecer com um propósito.

Você precisa construir sua estratégia dia a dia e desta forma você consegue **evoluir nos seus resultados.**



# REDES SOCIAIS

Confira **informações práticas** para seguir e aumentar significativamente seus resultados. Entenda que quando falamos de estratégia de conteúdos, temos **conceitos primários nas redes sociais** e que influenciam diretamente nos seus resultados.

**“VOCÊ TEM UMA CONCESSÃO PARA ESTAR ALI”** - A qualquer momento a rede social pode mudar e você perder seu espaço. Uma rede social no começo você tem uma entregabilidade maior de resultados, mas quando essa rede social aumenta, sua entregabilidade passa a ser menor, pois a concorrência passa a ser maior. O que você precisa entender? conforme você cresce, o percentual de engajamento vai diminuindo.





Isso acontece porque apesar de ter um perfil gigantesco, o grupo de pessoas engajadas com essa empresa precisam ser impactadas, por isso é importante **crescer com as pessoas certas.**

Uma prática comum é a **compra de seguidores** e sabemos como validar quando isto é feito, mas isso **atrapalha seu engajamento e a entregabilidade do seu conteúdo.** Sempre considere estas dicas para conhecer seu público:

- Quais tipos de publicação engajam;
- Tipos de CTA (*Call to Action*) que proporcionam engajamento;
- O que não funcionou bem e o que funcionou bem.





tactusoficial • Seguir



tactusoficial Dropshipping vai MUDAR?

Entenda o impacto da Reforma Tributária com o texto atual enviado para aprovação. Acompanhe e compartilhe nossos conteúdos!

3 sem



vanessasilva.contadora  
@layanecontadora



3 sem 1 curtida Responder

Ver respostas (1)



josue\_alexandre Quanto eu deveria ter de faturamento para sair de PF e entrar pra PJ (lucro



971 visualizações

30 DE JULHO

Adicione um comentário...

Publicar



WORKSHOP  
MARKETING CONTÁBIL E VENDAS

Melhore seus resultados dentro da rede social! O **algoritmo** domina a rede social e passa por uma série de mudanças, para tornar esse canal mais inteligente. Para identificar que seu **conteúdo é de valor**, ele usa meios através de reações da sua postagem, interações, likes e tempo gasto na publicação.



@andersonhernandesoficial

8

# PÚBLICO



Para quem efetivamente você está falando?

É necessário fazer um planejamento e uma linha editorial sobre o que você vai fazer para **atender especificamente os interesses daquele público.**

Não seja o contador que faz o papel de coaching dentro da rede social! Frases de efeito ou motivacionais não irão levar seu público para uma **ação de resultado.**

**Conduza as coisas de acordo com a sua estratégia!**

Você precisa entender quem é a pessoa que está do outro lado e de que forma ela vai entender o que ela vai passar.



Tenha a preocupação de **criar um processo de conexão** com o seu público-alvo, portanto o cenário onde irá gravar um vídeo e a linguagem que vai utilizar faz uma grande diferença. Quando as ações ocorrem nos primeiros minutos da publicação, isso **ajuda na entregabilidade** (likes, compartilhamento, salvar e comentário).



Por exemplo, na Tactus fazemos uma postagem no feed nós divulgamos essa postagem nos stories para que aumente a entregabilidade. Preparamos especialmente dicas com os formatos de post, confira!



# FORMATOS DE POST

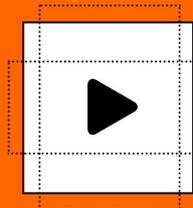
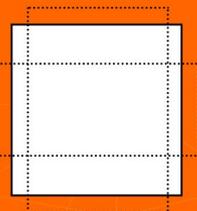


## AVATAR

Mínimo: 180x180  
Recomendado: 800x800

## POST TIMELINE

16:9 - Paisagem 1080x608  
1:1 - Quadrado 1080x1080  
4:5 - Retrato 1080x1350



## VÍDEO TIMELINE

TEMPO:  
Mínimo: 3 segundos  
Máximo: 1 minuto



## STORIES

9:16 - 1080x1920



## VÍDEO STORIES

TEMPO:  
Máximo: 15 segundos  
9:16 - 1080x1920





# ESTRATÉGIA

É fundamental porque se você não tiver um **direcionamento estratégico**, faz as coisas sem propósito.

Desde 2015, faço análise de canais no Youtube e na última Imersão fiz uma análise estratégica de canais (se performaram o que fizeram e se não performaram o que não fizeram). É importante pensar claramente como você vai definir seus conteúdos e estabelecer um padrão de entrega.

**O importante é ter seguidores conectados com a solução que oferece para converter clientes.**





# DICAS

**“A FORMA COMO VOCÊ VÊ A SI MESMO, NÃO É A FORMA COMO AS PESSOAS VEEM VOCÊ”**

Nos preocupamos com o julgamento dos outros e o que vão pensar sobre o que estamos fazendo e isso **impede que tenhamos sucesso na vida**. Você precisa fazer o que é bom para o seu negócio! Quando os clientes começam a vir e se conectarem com você, terá resultados e isso começa a te motivar, mas as críticas sempre vão surgir.

Assista os conteúdos que você produz, entenda que você não é um estranho(a), aprenda a gostar de você mesmo e pare de criar barreiras que podem bloquear aquilo que você pode fazer.





# VOCÊ SABIA?

O engajamento com vídeo é maior e influencia o processo de conversão muito mais. O **Youtube** se adaptou ao formato 9x16: os vídeos são entregues na vertical e possibilitam que as pessoas assistam pelo celular e computador, adaptando de acordo com as necessidades das pessoas. Fique atento(a)!

- 90% de conversões o lead passou por um vídeo em alguma fase do nosso funil de vendas, ou seja, o vídeo influenciou no processo de conversão.
- 50% tráfego do Youtube, vem através do celular

A produção do Youtube é diferenciada do Instagram, exigindo uma produção melhor de áudio, qualidade de imagem. Confira dicas a seguir:





## CENÁRIOS

Na minha sala, tenho 5 diferentes cenários que possibilitam **versatilidade**. A sua imagem fala tanto quanto você diz, ou seja, reforça aquilo que você está falando. Inclusive, disponibilizei um vídeo no grupo do Face, você conferiu?

Tudo é fruto de uma estratégia e as pessoas vão se conectar com você pelo todo: ambiente, aquilo que transmite, principalmente, o fato de **você ser você e não um personagem**.





## PRODUÇÃO

Entenda que para cada lugar que você vai postar esse vídeo, é preciso pensar no aspecto do que aquela rede social espera de você. No Instagram você tem recursos próprios que devem ser explorados, como: igtv, reels, etc.

**Problema:** Não se sente confortável diante da câmera

**x**

**Realidade:** Não tem escapatória!

Você precisa enfrentar esse medo e virar a chave.





## EDIÇÃO

Você pode não editar um vídeo, o que chamamos de **corte seco e sem edição nenhuma**, ele está pronto para ser publicado. No começo da pandemia estávamos com dificuldades para edição de vídeos e estávamos com problema na nossa entrega. Mas se desejar editar algum vídeo, confira a dica de alguns programas: **(Inshot, Adobe Premiere Pro e Camtasia Studio)**, respectivamente:





# EQUIPAMENTOS

Para quem vai começar, pode fazer excelentes produções com um bom celular e fazer o uso dele para outras funções, além da gravação, com a vantagem de permitir que você grave em boa qualidade de imagem e áudio.

Na aula, destaquei quatro coisas que são essenciais para quem está começando. Confira!

**CELULAR + MICROFONE + TRIPÉ + ILUMINAÇÃO CIRCULAR**



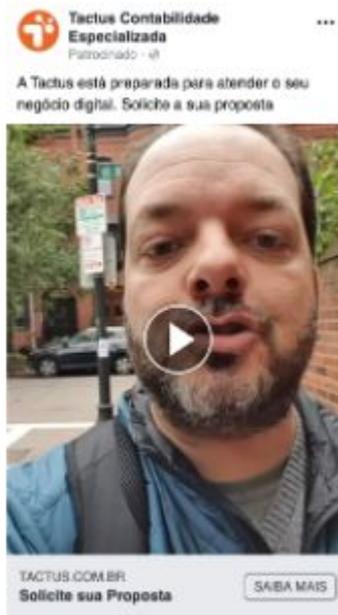


# INVESTIMENTO

## Campanhas de distribuição



Valor gasto
R\$ 884,64
R\$ 909,14
<b>R\$ 1.793,78</b> Total gasto



Exemplo real de uma campanha realizada para a Tactus através do Facebook Ads e do Instagram Ads.



# RESULTADOS

## ANÁLISE DE DADOS

Avalie as métricas disponíveis (dentro do Instagram e do Youtube) que você pode saber quais publicações mais geram resultados, pessoas interagiram e você passa a entender quais **conteúdos pode produzir**.

### SOCIALBLADE

Site totalmente gratuito que mostra dados estatísticos e análise das mídias sociais e a partir dele, posso entender se minha estratégia está fazendo sentido, fora estratégia de conversão de clientes.





# DESAFIO

Ainda é tempo! Temos dois desafios para você:

**Desafio 1** - Participe do [grupo do Facebook](#);

**Desafio 2** - Se pudesse fazer qualquer pergunta relacionada ao marketing contábil, o que perguntaria? ([Preencha o formulário](#) que elaboramos e selecionaremos as melhores respostas para responder na aula final 28/08).





Continue ligado(a) e acompanhe **hoje (26/08)** a Aula 3 com o convidado especial **Jefferson Hernandez** com o tema:

## **Como fizemos da crise nosso motor de crescimento**

Até breve pessoal!

