



GUIA PRÁTICO

COMO VENDER PELAS REDES SOCIAIS: SEGMENTO DA MODA



Introdução

Para o mundo da moda, rede social é fundamental. Se levarmos em conta que **o Brasil é o terceiro país** (segundo pesquisa da Comscore/2023) **que mais consome redes sociais no mundo**, estar presente e utilizar esses canais para vender pode ser o impulso necessário para aumentar a lucratividade do teu negócio.

No entanto, essa forma de atuação requer **estratégias** e **técnicas de vendas específicas para cada plataforma.**

Neste guia, traremos um passo a passo completo para **ajudar os negócios de moda** a utilizar as redes sociais como uma fonte eficiente de vendas.

1. Planejamento é a chave para o sucesso

Para começar, é essencial criar um **bom planejamento para tua estratégia de marketing digital** nas redes sociais. Analise a **estrutura** necessária para colocar tuas ideias em prática, defina quem serão as **pessoas responsáveis** pelas mídias sociais, quais **ferramentas** serão utilizadas e qual **orçamento** estará disponível.



Lembre-se: o que é de todos não é de ninguém. Defina os responsáveis por cada uma das tarefas.



2. Defina seu público-alvo



O segundo passo é ter um público-alvo bem definido. Identifique claramente as **pessoas** ou **empresas** que podem **se beneficiar dos produtos ou serviços oferecidos** pela tua marca. Crie um personagem que represente a versão do cliente ideal da tua empresa.

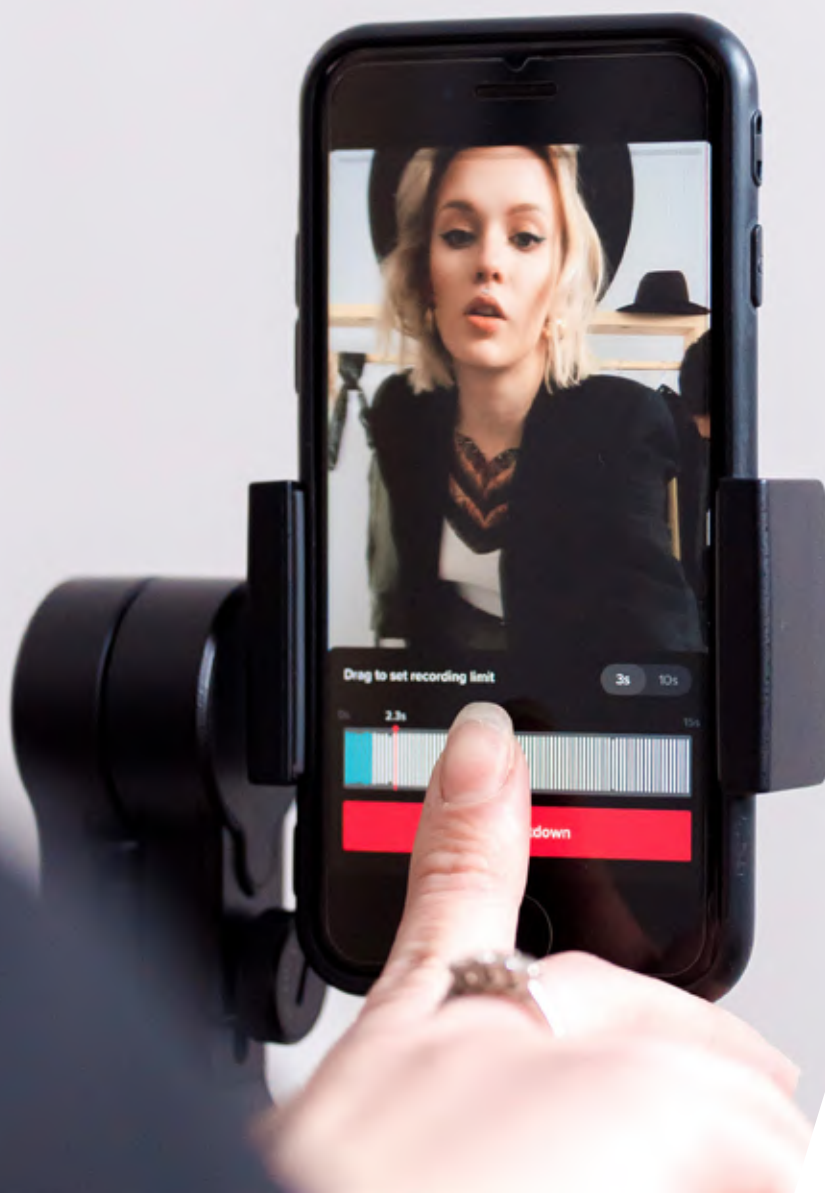


No curso online e gratuito Planejamento de Marketing, apresentamos o passo a passo de como criar o teu **personagem**, também conhecido como **persona**.

3. Crie conteúdos relevantes

A **criação de conteúdo** relevante é essencial para atrair e engajar teu público-alvo.

Use **boas imagens** e mantenha uma **identidade visual consistente**. O texto deve ir além da simples venda, respondendo dúvidas e necessidades dos consumidores. Separe os conteúdos em três tipos: **atração**, **educação** e **venda**.



4. Utilize o que cada plataforma tem de melhor



Cada plataforma de rede social possui particularidades e um público específico. Identifique **onde teus clientes e potenciais clientes estão** e **adapte teu conteúdo e linguagem** de acordo com cada plataforma.

Por exemplo, o LinkedIn é voltado para assuntos mais profissionais, enquanto o Instagram valoriza as imagens e os vídeos. Conheça a **dinâmica de cada plataforma** e escolha as mais utilizadas pelo teu público.

5. Siga um calendário de postagens

A **frequência das publicações** é essencial para **manter o engajamento** do público.

Tenha um **calendário editorial com dias e horários definidos** para as publicações e aproveite datas comemorativas para criar conteúdos direcionados. Dessa forma a audiência será mantida, além de possibilitar o aumento das vendas em períodos específicos.



6. Invista em anúncios pagos

Para ampliar o alcance das tuas publicações, invista em anúncios pagos nas redes sociais. Essa estratégia permite **segmentar o público-alvo** e **direcionar teus conteúdos para as pessoas certas**.

Além do tráfego orgânico (aquele onde não existe o investimento financeiro), os anúncios pagos aumentam a **visibilidade** e as chances de **fechar novas vendas**.



Lembre-se: será necessário **monitorar os resultados** para entender se o investimento está dando certo.



7. Use as ferramentas certas

Para facilitar o gerenciamento das redes sociais, utilize **ferramentas de gestão específicas**. Elas permitem **programar as publicações com antecedência**, evitando esquecimentos ou postagens manuais.

Atualmente, a maioria das ferramentas já disponibiliza internamente essas possibilidades, mas existem no mercado ferramentas terceirizadas que podem ser muito úteis, como por exemplo a **MLabs** e a **Etus**.



8. Estratégia de Influenciadores

Identifique **influenciadores relevantes no segmento de moda** da tua região, e estabeleça **parcerias com eles**.

Os influenciadores **podem ajudar a promover teus produtos para tuas audiências**, aumentando a visibilidade e alcance.



Para finalizar, anote aí dicas valiosas para as redes sociais mais utilizadas pelas empresas de moda



Instagram

Dê atenção para a **Bio**. Destaque os **diferenciais do teu negócio**, coloque o link do WhatsApp e site. Não esqueça de informar a tua localização. O **feed é a vitrine** da tua empresa no Instagram.

Use a **loja do Instagram** para **impulsionar** tuas vendas. É uma ótima opção para moda.



Facebook

Comece criando uma **página de negócios dedicada à tua marca de moda**. Certifique-se de preencher todas as informações relevantes sobre tua empresa, incluindo **descrição, horário de funcionamento, localização** e detalhes de **contato**.

Aproveite o recurso de **compras do Facebook para marcar** **teus produtos nas postagens** e permitir que os **usuários façam compras** diretamente na plataforma. Isso facilita o processo de venda.

Utilize as **ferramentas de análise** do Facebook para entender o **desempenho das tuas postagens, anúncios e campanhas**. Com base nesses dados, ajuste a estratégia conforme necessário para melhorar os resultados.



TikTok

Crie **conteúdo exclusivo** com foco no teu público. Lembre-se que os **vídeos** devem **ser curtos, divertidos e criativos**.

Deixe a tua **Bio bem completa**. Não esqueça do link do **site, WhatsApp e localização**.

Os **desafios de hashtag** são muito populares no TikTok e podem ajudar a **gerar engajamento e aumentar a visibilidade da sua marca**. Crie um desafio de hashtag relacionado à moda e incentive os usuários a participar. Isso pode aumentar a conscientização sobre tua marca e gerar interesse pelos teus produtos.



WhatsApp

Faça ajuste de todas as **informações** do teu negócio na ferramenta. Inclua **dados de site, telefone e localização** (no caso de loja física).

Use o **catálogo** para mostrar as **fotos** e informar sobre **valores e formas de entrega**.



digital.sebraers.com.br

0800 570 0800