

Mídia Kit



Influenciador Empreendedor



©2023. Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas no Estado do Rio de Janeiro – Sebrae/RJ.

Avenida Marechal Câmara, 171, Centro, Rio de Janeiro /RJ.

Todos os direitos reservados. A reprodução não autorizada desta publicação, no todo ou em parte, constitui violação dos direitos autorais (Lei nº 9.610/1998).

PRESIDENTE DO CONSELHO DELIBERATIVO ESTADUAL

Jésus Mendes Costa

DIRETOR-SUPERINTENDENTE

Antonio Alvarenga Neto

DIRETOR DE DESENVOLVIMENTO

Sergio Malta

DIRETOR DE PRODUTO E ATENDIMENTO

Júlio Cezar Rezende de Freitas

GERÊNCIA DE INOVAÇÃO E SOLUÇÕES

Raquel Abrantes de Figueiredo Silva – Gerente

COORDENAÇÃO DE MERCADO

Glauco Nunes Rafero Barboza – Coordenador
Naira Cansanção Silva – Analista

GERÊNCIA DE EDUCAÇÃO

Antônio Carlos Kronemberger – Gerente

COORDENAÇÃO DE EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA

Amanda Alexandre Borges Fernandes – Coordenadora
Renan Barbosa Santos – Analista

CONSULTORIA

Carolina Morales – Conteudista

Bibliotecário catalogador – Leandro Pacheco de Melo – CRB 7ª 5471

M828 Morales, Carolina.

Influenciador digital : código de ética / Carolina Morales. – Rio de Janeiro : Sebrae/RJ, 2023.
20 p.

ISBN 978-65-5818-397-6

1. Rede social. 2. Código de ética. 3. Conduta. I. Sebrae/RJ. IV. Título.

CDD 302.23

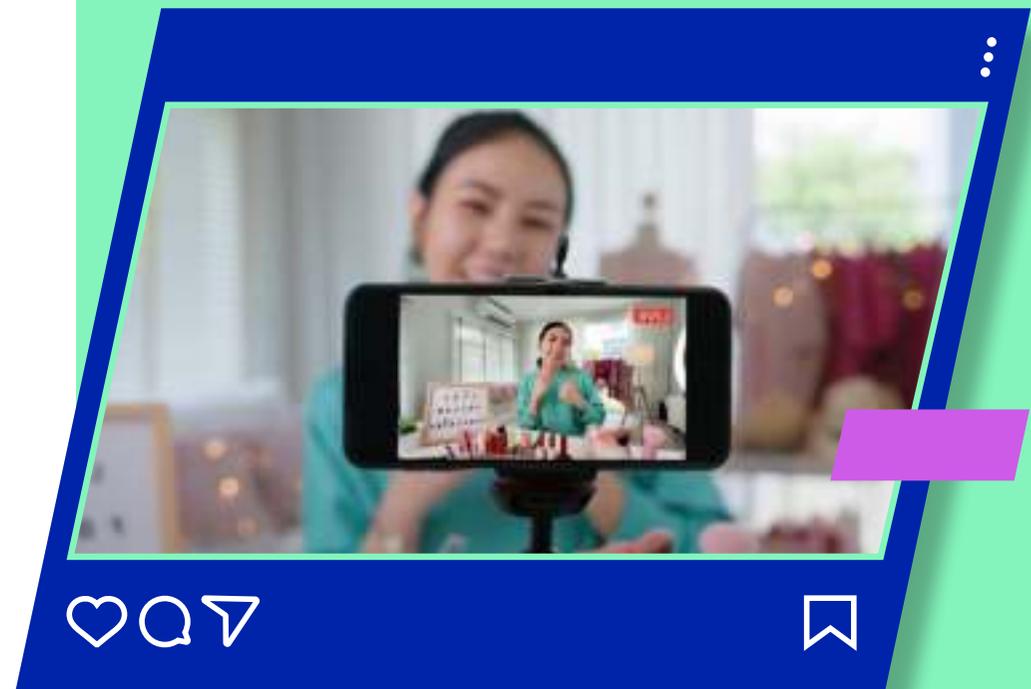
CDU 741.5

Objetivo do Mídia Kit

Este documento é um guia para você, influenciador digital, sanar dúvidas ou preocupações que um contratado possa ter sobre seu trabalho. Vamos demonstrar como sua experiência no nicho de mercado pode ser aproveitada para promover com eficácia os produtos e serviços de seus clientes, impulsionando, assim, as vendas.

Comece se apresentando e fornecendo algumas informações básicas sobre você. Explique seu nicho, suas plataformas e seu público.

>> Dados demográficos do público: forneça uma análise detalhada dos dados demográficos do seu público, incluindo idade, sexo, localização e interesses. Use dados e estatísticas para apoiar suas reivindicações e mostrar o seu alcance.



>> Plataformas de mídia social: diga quais as plataformas que utiliza e forneça um detalhamento de sua contagem de seguidores, da sua taxa de engajamento e da tendência de crescimento dos seus perfis. Essa é uma excelente oportunidade para demonstrar como você aumentou o seu número de seguidores ao longo do tempo.

>> **Exemplos criativos:** mostre exemplos dos seus posts, lives e publicidades anteriores, incluindo postagens de alto desempenho e conteúdo patrocinado. Isso dará aos parceiros em potencial uma noção da sua estética e como a marca poderia se encaixar nela.

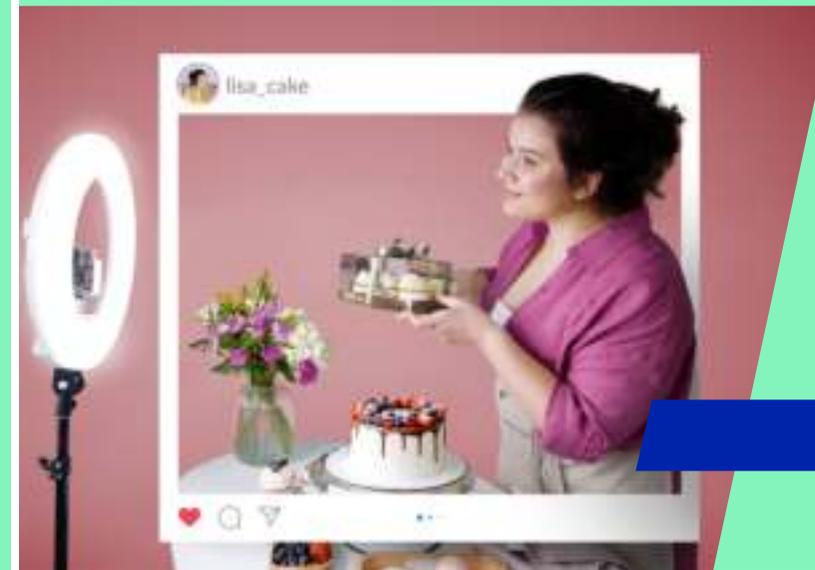
>> **Oportunidades de parceria:** pontue, além dos exemplos criativos, quais outros tipos de serviços você oferece, como entrega de produtos e brindes ou participação em eventos. Certifique-se de incluir diretrizes e expectativas claras para os parceiros.

>> **Depoimentos:** inclua depoimentos de marcas ou clientes, demonstrando o sucesso que teve em outros projetos. Destaque os resultados e números do seu trabalho e mostre como isso ajudou essas marcas a aumentarem seu alcance e exposição.

>> **Informações de contato:** forneça informações como: e-mail, número de telefone e perfis de mídia social. Incentive parceiros em potencial a entrarem em contato para discutir oportunidades com você.

Importante

Ao longo do mídia kit, insira uma chamada para ação clara, incentivando parceiros em potencial a trabalharem com você. Enfatize os benefícios de colaborar com o influenciador e forneça um caminho claro para que eles entrem em contato.





Siga o seguinte roteiro

>> Capa

Nome e foto.

>> Bio

Texto curto sobre você, seu nicho de mercado, sua cidade, sua área de formação (se houver) e os assuntos que você domina.

>> Conteúdos que você produz

Categorias e exemplos de conteúdos que você produz.

>> Estatísticas (números gerais)

Uma das principais métricas para você pôr em destaque é o número de seguidores. Entretanto, ela não pode ser a única a ser destacada (há também as visualizações, comentários, compartilhamentos, salvamentos, entre outros). Não deixe de apresentar aqueles números realmente significativos e que podem ser relevantes para os clientes.

Adicione prints do feedback de um seguidor fiel, ou uma mensagem no Direct de alguém relatando como seus conteúdos o impactaram, por exemplo. Nesse caso, seriam alguns dados quantitativos e um qualitativo, caso haja.

Atenção

Existem perfis com muitos seguidores que acabam sendo ineficazes. Às vezes contas com menos seguidores e maior engajamento podem gerar mais resultados. As empresas saberão analisar os dados e enxergar o seu valor.

Mostre seu diferencial

Nas entrelinhas, esclareça por que você se destaca no mercado. Fora os números, há coisas que somente você possui. Para cada nicho, existem milhares de influenciadores, mas cada um tem uma forma única de se comunicar com o público.

Dados demográficos do público

Essas informações podem ser extraídas em insights de público, nas próprias ferramentas. Elas ajudarão os clientes a entenderem quem te segue, já que, nelas, constarão idade, gênero, localização, faixa etária, etc.



Histórias de sucesso

Empresas que fazem parte da sua história e já trabalharam com você.

Clientes satisfeitos são o melhor marketing que você pode ter a seu favor. Escolha um ou dois cases de sucesso e peça permissão para inserir os resultados de campanhas anteriores.

Colaborações e experiência

Se tiver depoimentos de clientes que já trabalharam com você, selecione dois. Isso comprova a efetividade do seu trabalho, transmite credibilidade e ajuda a atrair novos parceiros.



Importante

Dentro do que pode ser exibido, não hesite em expor os resultados que conquistaram juntos. Se não for possível, liste parcerias notáveis, com empresas renomadas.

Tabela de valores

Insira os valores para cada formato de postagem e para a frequência de publicação do conteúdo publicitário. Precifique Stories, fotos e vídeos individualmente, porque cada um demanda edição e tempo de trabalho diferentes.

- >> Para vídeos é possível, ainda, calcular os valores por duração.
- >> Crie um preço “x” para vídeos de até 1 min., um preço “y” para vídeos de até 5 min. e um preço “z” para vídeos de 10 min. ou mais.
- >> Caso tenha outros formatos, inclua-os e descreva ao máximo suas possibilidades.



Informações de contato

Aqui, os bons e velhos e-mail, telefone e afins são bem-vindos, além de seu @ em cada mídia social.

Estatísticas

Mostre seu número de seguidores e em qual categoria você está:

- >> nano (1-10 mil)
- >> micro (10-100 mil)
- >> macro (100 mil-1 milhão)
- >> milhões-mais (a partir de 1 milhão)

Tipo de conteúdo que você produz

- >> **Pessoal:** aqui o influenciador compartilha informações mais direcionadas a pessoas próximas, amigos, parentes e familiares. É difícil monetizar tal conta, pois nem todos os anunciantes estão interessados nesse tipo de blog.
- >> **Expertise:** o nome fala por si. O perfil transmite informações relacionadas com áreas específicas, tais como finanças, história ou direito.
- >> **Estilo de vida:** é semelhante ao primeiro tipo, mas, neste caso, o perfil e o seu conteúdo motivam, inspiram e despertam emoções.
- >> **Negócios:** este tipo de conta normalmente promove produtos ou serviços. Uma conta de negócios tem como objetivo fazer com que o usuário compre o produto promovido ao visitar a página.



Embaixador(a) da marca

Vale a pena falar sobre essa forma que os influenciadores têm de ganhar dinheiro. O que é um embaixador? É uma pessoa contratada por uma organização ou empresa para representar positivamente a marca. Por exemplo, Selena Gomez era embaixadora da Puma.

É muito comum as empresas entrarem em contato com influencers famosos do Instagram ou TikTok que possuem um público muito grande (na casa dos milhões) para esse serviço.

O custo varia entre US\$ 250 e US\$ 1.700 por mês.

Dicas

- >> Plataformas de análise de perfis:
<https://influencity.com/>
- >> Extensão: Influencer Analytics by Upfluence (Tradução livre: Análise de influenciadores por Upfluence) – gratuito: <https://bit.ly/3ZBcArq>

A partir de agora, vem com a gente, do Sebrae Rio, ver, na prática, como montar seu próprio kit. Utilizamos o exemplo de uma influenciadora digital que criamos.

**Aproveite a referência
e crie o seu.**



Laura Ribeiro

➤ DIGITAL INFLUENCER

Muito prazer,
sou a Laura, mais
conhecida como Laus!

Mídia Kit

Laura Ribeiro

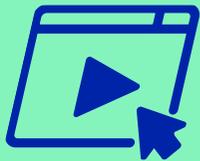
➤ DIGITAL INFLUENCER

“Carioca da gema, apaixonada por cachorros, leitora assídua de clichês e clássicos, cinéfila e uma grande viajante pelo mundo.”



15

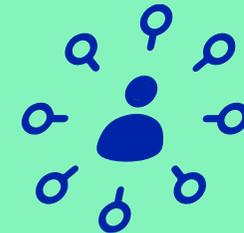
- >> Tenho 30 anos, sou formada em História da Arte pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ) e trabalho com as redes sociais há 5 anos.
- >> Por aqui você vai encontrar viagens, gastronomia, cotidiano cômico e a parte preferida dos meus seguidores: experiências reais inspiradas em recortes literários. Vamos nessa?



+ 1 milhão
visualizações
mensais



+ 45 mil
média de
curtidas



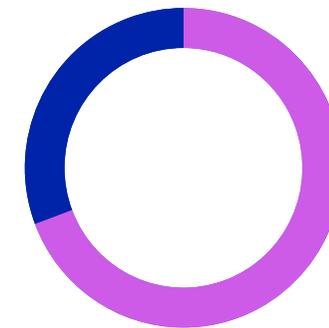
+ 50 mil
interações

253 mil seguidores

Quem é o público majoritário do meu perfil?

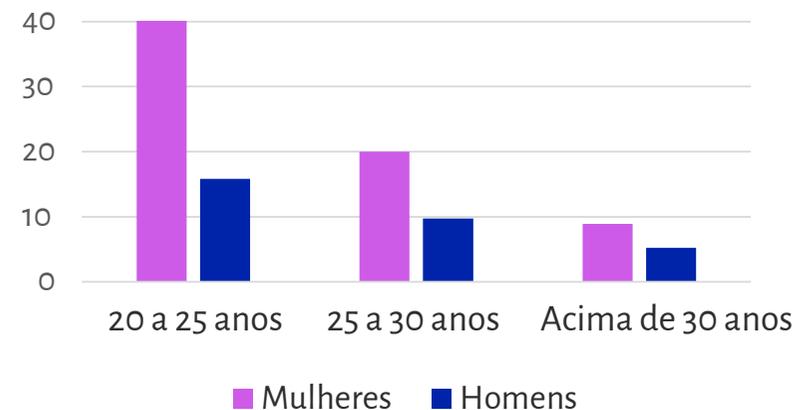
Mulheres solteiras, com faixa etária entre 20 a 40 anos, que possuem interesse em conteúdos relacionados a viagens, literatura, filmes e gastronomia local. A localidade é mista, com foco nas metrópoles: RJ, SP, DF e BH.

Público



■ Mulheres ■ Homens

Faixa etária



Parceiros

- >> Latam Airlines
- >> Livraria da Travessa
- >> TAG Livros | Clube de Assinatura de Livros
- >> Cinemark

Tabela de preços

Por produto

- >> 1 Stories = R\$ 14.849,66
- >> 1 Feed = R\$ 59.398,65
- >> 1 Reels = R\$ 29.699,33
- >> 4h ou +: a partir de R\$ 500,00

Outros formatos

- >> Card carrossel
- >> Stories carrossel
- >> Vídeo

Cases e colabs



45.000



Reels de viagem para a Itália em parceria com a Latam. Publicação de 9 de fev. de 2022, em celebração ao Dia da Pizza!

Cases e colabs



Post com indicação de um livro. Ao fundo da imagem, o cenário descrito no trecho. Publicação de 8 de out. de 2022.



**E, aí? Vamos
construir uma
história de
sucesso juntos?**

**Espero te
ver logo!**

➤ ENTRE EM CONTATO!

emaildoinfluencer@gmail.com

(xx) 9XXXX-XXXX | 30XX-XXXX

@perfldainfluencer





      /sebraerj

 Siga nosso canal do Telegram

 (21) 96576-7825

 0800 570 0800