

CONECTANDO-SE COM **MARCAS**

Um guia para criadores de conteúdo.



Introdução

Bem-vindo ao guia sobre como se conectar com marcas! Como criador de conteúdo, estabelecer parcerias estratégicas é um passo crucial para expandir sua carreira na Creator Economy. Neste ebook, exploraremos estratégias práticas, dicas úteis e passos eficazes para que você possa se aproximar das marcas certas, criando colaborações autênticas e valiosas.

Aqui, iremos abordar desde como identificar as marcas certas até como se comunicar com elas de forma assertiva. Vamos juntos nessa jornada!



Identificando as marcas certas

Nem todas as marcas investem em influenciadores, por isso é essencial identificar aquelas que já entraram ou estão dispostas a entrar nesse mercado. Mesmo que o marketing de influência seja uma estratégia bastante difundida hoje, ainda há marcas que preferem outros tipos de comunicação. Portanto, poupar seu tempo focando apenas nas marcas que já possuem esse perfil é um grande diferencial.

Como identificar se uma marca investe em influenciadores?

Através das redes sociais: verifique os perfis da marca no Instagram, TikTok e outras redes sociais. Veja se há colaborações com influenciadores ou publicidades que indiquem essa disposição. Procure por posts patrocinados e observe se existem influenciadores ativados.

Checklist para identificação rápida:

- A marca já colaborou com influenciadores?
- Os influenciadores têm um público semelhante ao seu?
- Qual o tom da comunicação da marca?



Encontrando o “fit” entre você e a marca

Depois de identificar as marcas certas, é hora de verificar se há compatibilidade (“fit”) entre o seu conteúdo e o que a marca busca. Isso significa alinhar o tom e o estilo da sua produção ao que a marca já apresenta, para garantir que a parceria seja coerente e autêntica.

Como saber se há compatibilidade?

- **Estilo de conteúdo:** Por exemplo, se você produz conteúdo de humor, a marca deve ter uma comunicação mais leve e descontraída. Por outro lado, se você mantém um tom mais profissional, procure marcas que também sigam essa linha.

Dica: Também é super válido e importante entender se a marca tem valores parecidos com o seu!

- **Público-alvo:** Verifique se o público que a marca atende se alinha ao seu. Um bom exemplo é quando você trabalha em um nicho específico, como beleza ou saúde, e a marca oferece produtos ou serviços dentro desse contexto.

Exemplo prático: Se o seu conteúdo é voltado para o estilo de vida saudável e fitness, uma marca de alimentos saudáveis pode ser uma boa escolha. Caso você identifique que a marca já trabalhou com influenciadores fitness e tem um tom compatível com o seu, é um bom sinal de que essa pode ser uma parceria valiosa!



Pesquisando o Tipo de Investimento

Agora que você identificou a marca e viu que ela tem um perfil alinhado ao seu, é importante entender o tipo de investimento que ela costuma fazer em influenciadores. Isso pode ajudar a alinhar suas expectativas e preparar uma proposta adequada.

Quais são os tipos de investimento?

- **Permutas:** A marca pode oferecer produtos ou serviços em troca de divulgação. Esse tipo de investimento é muito comum no início da carreira de influenciadores e pode ser uma boa forma de começar uma conversa com uma marca.
- **Investimento financeiro:** Algumas marcas já destinam um valor específico para remunerar influenciadores por parcerias mais estruturadas.

Tipos de influenciadores: Descubra se a marca costuma trabalhar com nano, micro, ou macro influenciadores. Assim, você poderá adaptar sua abordagem de acordo com o perfil que a marca costuma buscar.

Como identificar o tipo de investimento?

- **Conversas diretas com representantes da marca:** Entrar em contato com a própria marca ou agência pode trazer respostas claras sobre o tipo de parceria que eles oferecem.
- **Observação de campanhas anteriores:** Analise campanhas de influenciadores patrocinadas pela marca. Isso pode te ajudar a entender qual é o perfil do influenciador e o formato da parceria.



Entrando em contato

Depois de toda essa preparação, é hora de dar o próximo passo: entrar em contato. Existem várias formas de iniciar esse diálogo, cada uma com suas particularidades:

- **DM do Instagram:** Geralmente, o social media ou o community manager são responsáveis pelo monitoramento das redes sociais da marca. Eles podem não ser os tomadores de decisão, mas são um bom ponto de partida para encaminhar a sua mensagem para quem realmente decide.
- **LinkedIn:** essa é a principal rede social para contatos profissionais. Por meio dela, é possível encontrar pessoas em cargos como diretor/gerente de marketing, diretor/gerente de brand, entre outros.

Prepare um "speech" breve e direto:

- **Quem você é:** Apresente-se, descreva rapidamente seu trabalho e envie o seu Mídia Kit PlayNest.
- Como essa ferramenta é automatizada, você não precisará ter o trabalho de ficar atualizando seus números, pois isso já acontece de forma automática.
- **Motivo do contato:** Explique que está entrando em contato, por exemplo, pois já conhece aquela marca, que já utiliza o produto, pois percebe que o seu público gosta da marca, acredita que vocês possuem fit, etc.
- **Objetivo:** Diga de forma clara que seu objetivo é estabelecer uma parceria.



Quando as respostas não vêm...

Mesmo depois de todos esses passos, você pode não receber uma resposta. Isso é normal e faz parte do processo. Nesse caso, é possível criar estratégias alternativas para atrair a atenção da marca:

- **Crie conteúdo espontâneo sobre a marca:** Uma maneira eficaz de chamar a atenção é produzir
- um conteúdo relevante e incluir a marca de forma orgânica. Marque a marca nos seus posts e crie algo
- que mostre o valor que você pode agregar. Muitas empresas têm um setor de social listening (monitoramento de conversas online sobre sua marca ou setor, analisando o que as pessoas estão dizendo), e isso aumenta suas chances de ser notado
- e quebrar o gelo com a marca.

Além disso, o UGC (User-Generated Content), ou seja, conteúdo gerado pelo próprio usuário, está se tornando uma tendência cada vez mais forte. Empresas valorizam esse tipo de conteúdo porque é autêntico e espontâneo. Ao incluir a marca de forma natural em seus posts, você reforça seu valor como criador e aumenta as chances de que te notem, já que muitas marcas acompanham de perto o que seus consumidores estão dizendo nas redes.

Outra forma de destacar o valor que você pode agregar é utilizando o Relatório do PlayNest!

Se você quer provar para a marca que as publicações que você fez sobre seus produtos/serviços deram certo, essa é a ferramenta ideal para você! Com o Relatório, você pode fazer um documento supercompleto com os seus números selecionando os posts desejados e mostrar para a marca como seus resultados foram positivos! A melhor parte é que você consegue fazer isso gratuitamente na plataforma PlayNest e de forma instantânea, facilitando o processo de apresentar dados de performance sólidos que comprovam o seu potencial.

Dica: Apesar de poder bater aquela sensação de desconforto ao criar conteúdo para uma marca sem pagamento, veja isso como um investimento a longo prazo. Pode ser a oportunidade que você precisava para abrir portas e iniciar um relacionamento!

Desafio Final

Seja notado pela sua marca dos sonhos!

Para fechar este ebook, propomos um desafio prático para que você possa aplicar tudo o que aprendeu:

1. **Escolha uma marca dos sonhos** para uma parceria futura.
2. **Pesquise e analise:** Descubra se a marca já trabalha com influenciadores e se o seu conteúdo se alinha ao estilo dela.
3. **Crie um conteúdo exclusivo mencionando a marca** — pode ser um post no Instagram, um vídeo no TikTok, ou qualquer outro formato que você prefira.
4. **Marque a marca** e demonstre como você pode agregar valor, focando em algo que combine com os valores e público dela.
5. **Utilize o Relatório do PlayNest** para mostrar o impacto do seu conteúdo! Se você já mencionou essa marca antes, gere um relatório detalhado (ferramenta disponível no PlayNest) e envie para demonstrar como suas publicações sobre eles alcançaram ótimos resultados.

Lembre-se: conquistar uma marca é um trabalho de persistência, estratégia e autenticidade. Não se desanime com respostas negativas ou falta de retorno imediato — continue investindo em você e no seu conteúdo!

Estalando em jobs...

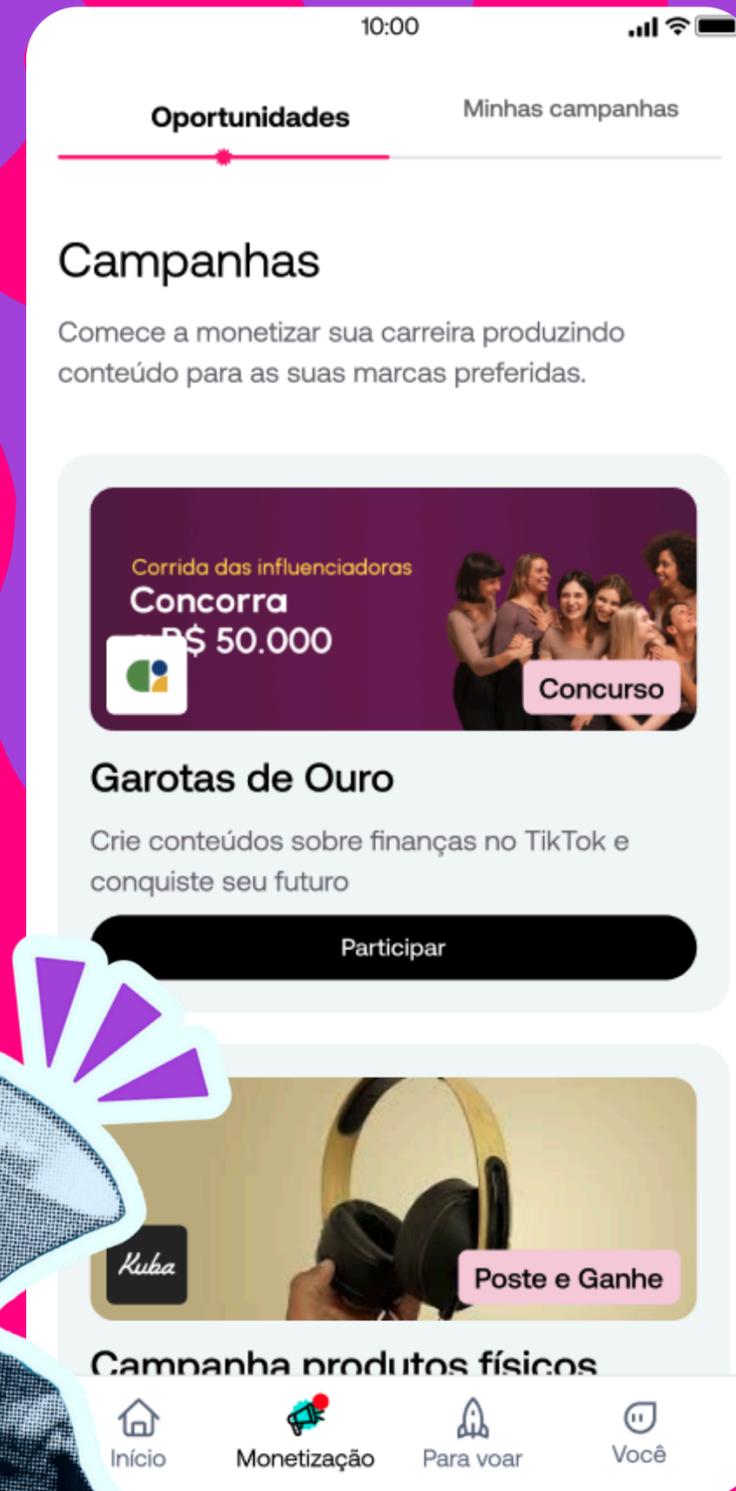
Você sabia que agora o PlayNest tem uma aba de Monetização?



Fique de olho para não perder nenhuma oportunidade de ganhar dinheiro seu conteúdo!



Basta acessar a aba "Monetização" na plataforma para verificar todas as informações!





**PODE CONTAR
CONOSCO!**