

ANA PENDLOSKI
FOTOGRAFIA

Material de Apoio

Módulo 2: Instagram Magnético para Fotógrafos





Faça parte da comunidade Método Newborn Simples & Seguro
<https://www.anapendloski.com>



Template: A Bio Perfeita

MARKETING PARA FOTÓGRAFOS (DO ZERO À AGENDA CHEIA)

A sua biografia no Instagram é o seu cartão de visitas digital. Ela precisa ser clara, direta e responder a três perguntas fundamentais: Quem é você? O que você faz? Onde você atende?

Estrutura Recomendada:

1. **Nome:** Seu Nome | Sua Especialidade (Ex: Ana Pendloski | Fotografia Newborn)
2. **Linha 1 (O que você faz):** Especialista em [Seu Nicho] e [Outro Nicho, se houver].
3. **Linha 2 (Onde você atende):** Atendimentos em [Sua Cidade] e região.
4. **Linha 3 (Autoridade/Diferencial):** [Número] famílias fotografadas ou [Prêmio/Reconhecimento].
5. **Linha 4 (Chamada para Ação - CTA):** Clique abaixo para orçamentos 📌
6. **Link:** Link direto para o seu WhatsApp ou site.

Exemplo Prático:

Ana Pendloski | Fotografia Newborn Especialista em registrar os primeiros dias do seu bebê com segurança e amor.

Atendimentos em São Paulo – SP.

Mais de 500 famílias fotografadas.

Solicite seu orçamento aqui 📌

[Link do WhatsApp]



Exercício: Planejamento de Conteúdo 80 /20

MARKETING PARA FOTÓGRAFOS (DO ZERO À AGENDA CHEIA)

O Princípio de Pareto (80/20) diz que 80% do seu conteúdo deve educar, inspirar e conectar, enquanto 20% deve ser focado em vendas diretas.

Planeje a sua próxima semana de postagens (5 posts):

Post 1 (Conexão - 80%): Bastidores de um ensaio. Mostre a preparação do estúdio, a escolha dos props ou um momento engraçado.

Post 2 (Educação - 80%): Dica prática para o cliente. Ex: “O que vestir no ensaio gestante” ou “Como preparar o bebê para o ensaio newborn”.

Post 3 (Inspiração - 80%): Uma foto emocionante com uma história real por trás dela. Fale sobre o sentimento daquela família.

Post 4 (Conexão - 80%): Um pouco sobre você. Por que você escolheu a fotografia? Qual é a sua missão?

Post 5 (Venda - 20%): Oferta direta. “Agenda aberta para o mês que vem. Clique no link da bio e garanta a sua vaga.”



Script: Legendas que Vendem (Fórmula AIDA)

MARKETING PARA FOTÓGRAFOS (DO ZERO À AGENDA CHEIA)

Use esta estrutura para escrever legendas persuasivas que transformam seguidores em clientes.

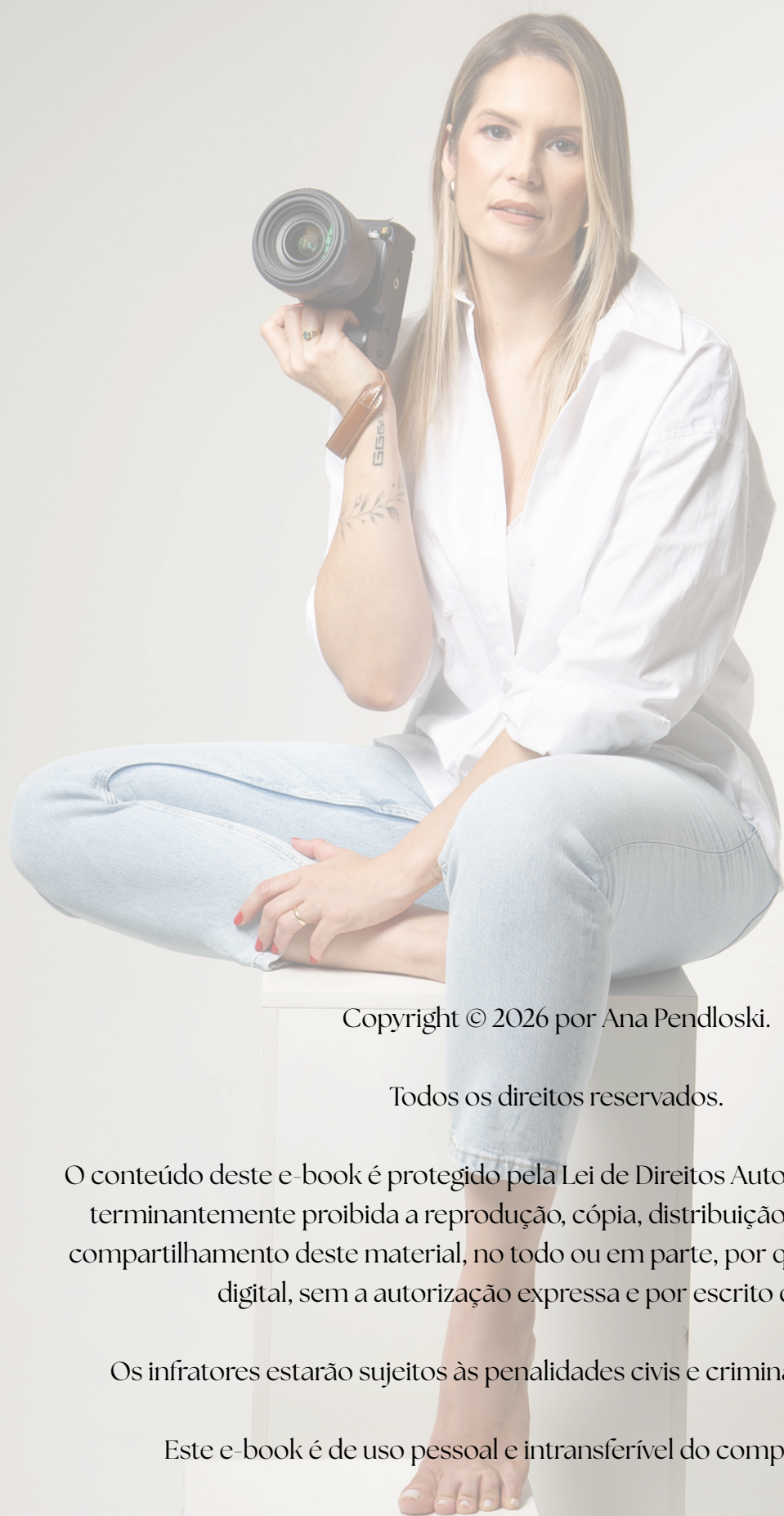
Atenção (Gancho): A primeira frase precisa prender a atenção do leitor. Use perguntas, afirmações fortes ou curiosidade. Exemplo: “Você tem medo de que o seu bebê não durma no ensaio newborn?”

Interesse: Explique o problema e mostre que você entende a dor do cliente. Exemplo: “Muitas mães chegam ao estúdio ansiosas, achando que o bebê vai chorar o tempo todo e que não teremos fotos bonitas.”

Desejo: Pinte o cenário ideal e apresente a sua solução. Exemplo: “Mas com o nosso método de relaxamento e o ambiente preparado, o seu bebê dorme tranquilo enquanto nós criamos memórias que vão durar para sempre. Você só precisa relaxar e curtir o momento.”

Ação (CTA): Diga exatamente o que o cliente deve fazer a seguir. Exemplo: “Clique no link da bio e garanta a sua vaga para o mês que vem. Restam apenas 3 horários!”

Exercício: Escreva a legenda do seu próximo post usando a fórmula AIDA. Lembre-se de focar nos benefícios emocionais do seu trabalho, não apenas nas características técnicas.



Copyright © 2026 por Ana Pendloski.

Todos os direitos reservados.

O conteúdo deste e-book é protegido pela Lei de Direitos Autorais (Lei nº 9.610/98). É terminantemente proibida a reprodução, cópia, distribuição, comercialização ou compartilhamento deste material, no todo ou em parte, por qualquer meio físico ou digital, sem a autorização expressa e por escrito da autora.

Os infratores estarão sujeitos às penalidades civis e criminais previstas em lei.

Este e-book é de uso pessoal e intransferível do comprador original.

Contato: anapendloski.com