

VERSÃO V

MANUAL
DO FRANQUEADO



REDES SOCIAIS

ÍNDICE

3 **Valores Lilica&Tigor**

4 **Nossos canais**

6 **Franqueados nas redes sociais**

10 **Sobre grupos**

13 **Conteúdos das marcas**

15 **Boas práticas**

24 **O que não fazer**

44 **Foco no Instagram**

46 **Perfil comercial**

49 **Bio & foto de perfil**

52 **Feed**

54 **Stories**

73 **Impulsionamento**

78 **Tik Tok**



VALORES LILICA & TIGOR

CRIAR UM
FUTURO MELHOR

VESTIR
É CUIDAR

EMPATIA
LÚDICO

ESTILO ATUAL COM
PERSONALIDADE

IRREVERÊNCIA
E OUSADIA

VALOR
PERCEBIDO



NOS SOSSOS >> CANAIS



PLATAFORMAS SOCIAIS

AS MARCAS TRABALHAM EM SEIS REDES SOCIAIS DIFERENTES:

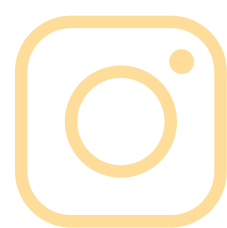
Cada plataforma precisa de uma estratégia específica já que, nestes espaços, os consumidores podem se aproximar de formas diferentes.



/lilicaetigor



/lilicaetigor



@lilicaetigor



/lilicaetigor_oficial

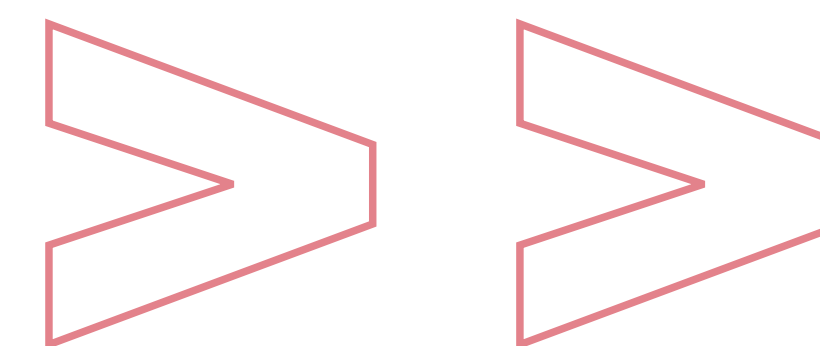


/lilicaetigor_oficial



/lilicaripilicaoficial





FRANQUEADOS

NAS REDES SOCIAIS



FANPAGES E PERFIS

Os franqueados não podem criar páginas ou perfis pessoais no Facebook, seja com o nome da marca ou da loja.

A ÚNICA PÁGINA PERMITIDA É A OFICIAL, AS DEMAIS SERÃO EXCLUÍDAS.



facebook.com/lilicaetigor



Lilica & Tigor ✓

@lilicaetigor · 4,4 423 avaliações · Vestuário (marca)

Ver loja

Página inicial Loja Sobre Fotos Mais ▾

Curtir

Mensagem



PÁGINA DE LOCALIZAÇÃO

Para comunicar sobre a sua loja no Facebook, criamos páginas de localização.

Benefícios:

- 1 Tem todos os conteúdos da página oficial da marca repostados automaticamente.
- 2 Ao acessar o perfil oficial, os clientes podem encontrar a sua página na aba "Estabelecimentos".
- 3 Você pode criar conteúdos próprios e divulgações além das oficiais publicadas automaticamente.

***Ao fazer o seu pedido, lembre-se de informar o WhatsApp da loja e o e-mail utilizado no Facebook.**



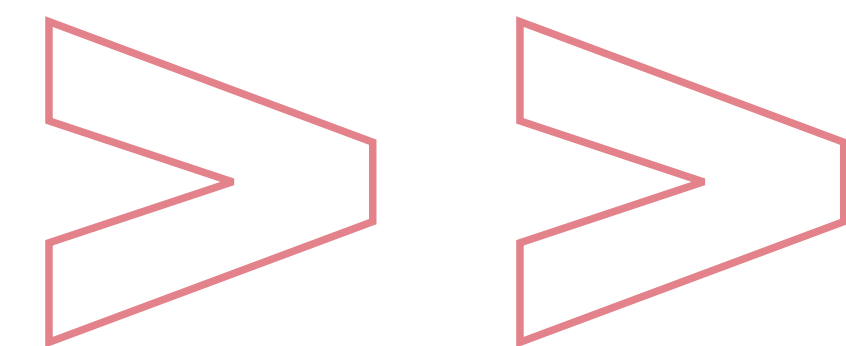
COMO SOLICITAR UMA PÁGINA DE LOCALIZAÇÃO

Entre em contato com a nossa equipe e informe o número de WhatsApp da loja e seu e-mail de login no Facebook.

Para aceitar o convite:

- 1 Acesse o Facebook, clique nas notificações e em seguida em **“Aceitar”**.
- 2 Acesse seu e-mail, abra o e-mail de confirmação e clique em **“Confirmar e-mail”**.





SOBRE GRUPOS



O QUE SÃO GRUPOS?

Espaços onde comunidades com interesses semelhantes se reúnem para postar e comentar em publicações sobre o tema.

Quais são as vantagens?



1. Comunicar a chegada de novos produtos.

2. Criar eventos.

3. Convidar clientes para visitar a sua loja.

4. Fazer promoções especiais.

5. Publicar imagens das lojas e clientes.

6. Criar conversas em grupo com fãs da loja e da marca.



PERFIL NO INSTAGRAM

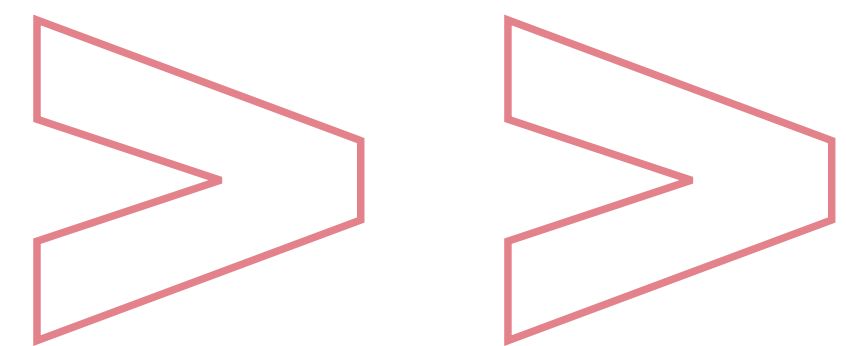
Os franqueados estão autorizados a criar um perfil da loja com o @lilicaetigor+CIDADE.

Dica: marque a conta oficial de Lilica e Tigor em todas as postagens para relacionar sua loja à marca.

@lilicaetigor
INSTAGRAM OFICIAL DE LILICA&TIGOR.



CONTEÚDOS
DAS MARCAS



CONTEÚDO DISPONIBILIZADO

Disponibilizamos periodicamente enxovais de fotos para divulgar os produtos nas suas redes sociais. Você receberá:

➤ **Foto de capa.**

➤ **Avatar.**

➤ **Fotos de still e lookbook.**

➤ **Posts e reels.**

Diariamente sua loja receberá posts para feed e stories com formatos específicos para cada canal.

Envios:

- Posts e reels via WhatsApp;
- Enxoval de fotos via canal B2B.



BOOAS >> PRÁTICAS



PESSOA RESPONSÁVEL

PARA SER RESPONSÁVEL PELAS REDES SOCIAIS DA SUA LOJA, ESCOLHA ALGUÉM DA EQUIPE QUE CONHEÇA E GOSTE DA ÁREA.

- >> Repasse todas as informações da loja e, principalmente, os cuidados que se deve ter com a marca, conforme as orientações deste manual.

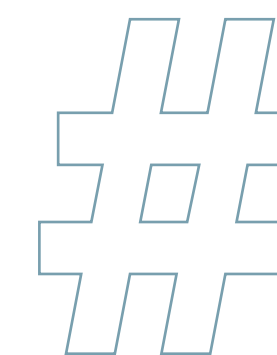
- >>> O franqueado é responsável pela imagem da loja e da marca, por isso, deve sempre monitorar o que é comunicado em suas redes sociais.



RECOMENDAÇÕES GERAIS

➤ 3 publicações no feed semanais, no mínimo, utilizando os posts enviados pela franqueadora.

➤ 5 stories semanais, utilizando os materiais enviados pela franqueadora e conteúdos gerados na loja ou por clientes e influenciadores.



Use as hashtags dos perfis oficiais e da loja.

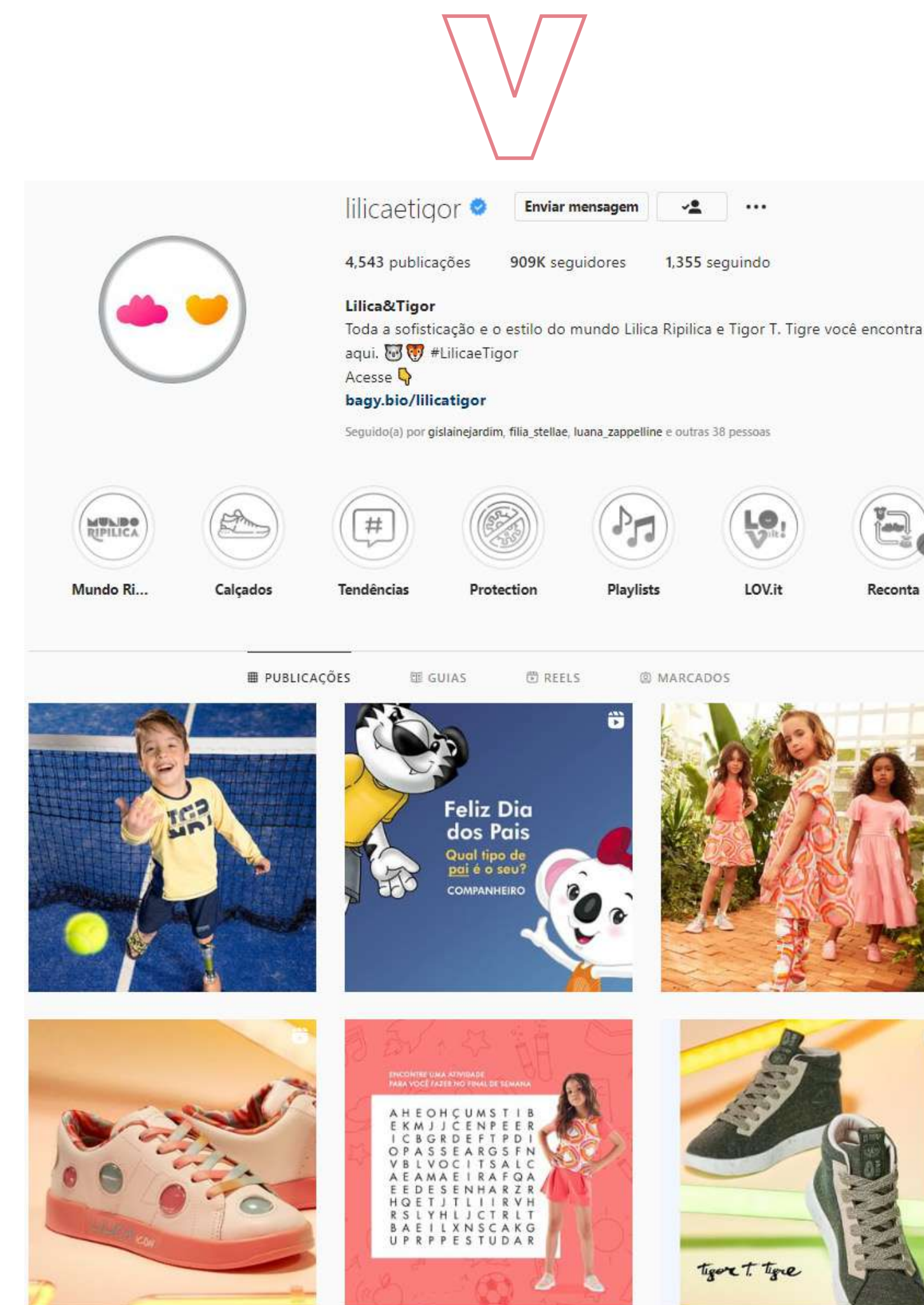
EXEMPLO:
#lilicaetigorshopping(nome)



RECOMENDAÇÕES GERAIS

➤ TROCA DE ENXOVAL

Lembre-se de personalizar as redes sociais conforme enxovais disponibilizados no canal B2B.



RECOMENDAÇÕES PARA FOTOS

➤ BOA RESOLUÇÃO;

➤ SEMPRE VALORIZAR O USO TOTAL DO LOOK;

➤ ACTING DA MARCA;

➤ CRIANÇAS EM FUNDOS QUE VALORIZEM A CRIANÇA E O LOOK.

➤ CRIANÇAS VESTINDO A MARCA EM FESTAS E EVENTOS;

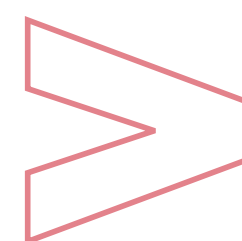
DE PREFERÊNCIA, COM FUNDO NEUTRO, PARA NÃO FICAR CARREGADO E POLUÍDO.



RECOMENDAÇÕES PARA FOTOS

➤ **PUBLICAR FOTOS COM
FUNDOS QUE DESTAQUEM
AS PEÇAS.**

EXEMPLO:
FUNDOS NEUTROS OU
CONTRASTANTES.



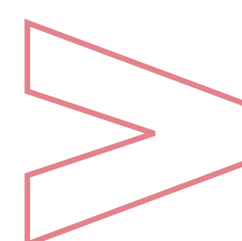
RECOMENDAÇÕES PARA FOTOS



✓ IMAGENS EVIDENCIANDO O
PRODUTO, EM CLOSE;

✓ TRABALHAR COM FOTOS EM
MOMENTOS DE USO DAS
CRIANÇAS.

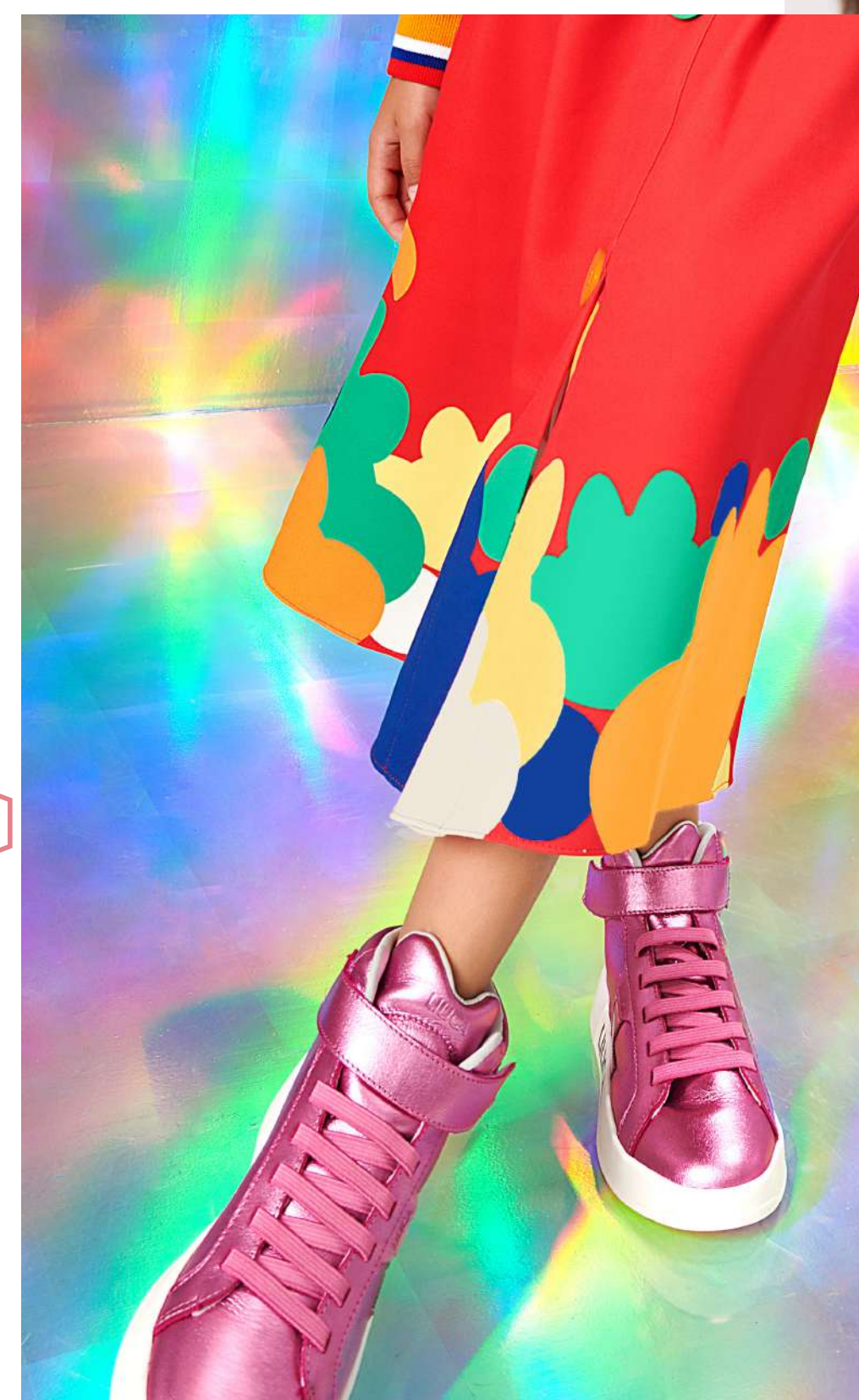
EXEMPLO:
CAPA DE CHUVA COM FOTO
EM DIA DE CHUVA.



RECOMENDAÇÕES PARA FOTOS

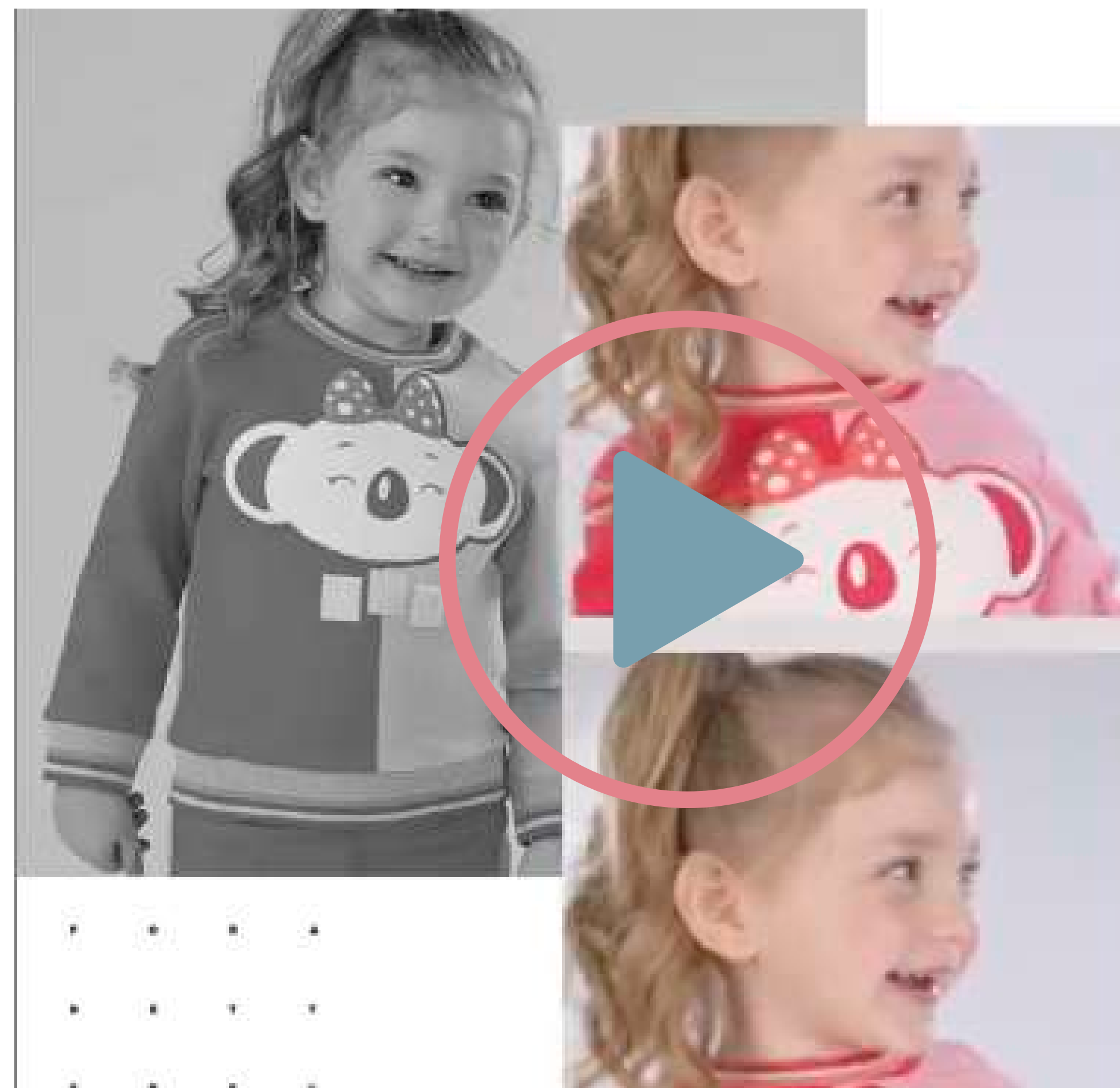
✓ TRABALHAR FOTOS COM
COMPOSIÇÕES DE PRODUTOS.

EXEMPLO:
CHINELOS E ÓCULOS;
MOCHILA E BONÉ, ETC.



RECOMENDAÇÕES PARA VÍDEOS

➤ CASO QUEIRA DESENVOLVER VÍDEOS, ELES PRECISAM TER QUALIDADE E IDEIAS ENVOLVENTES.



NÃO QUE >>
NÃO FAZER



REGULAMENTO REGULAMENTO

➤ PRÁTICAS PROIBIDAS NA GESTÃO DE COMUNICAÇÃO EM REDES SOCIAIS.

O franqueado deverá acompanhar as campanhas de publicidade adotadas para a Rede de Franquia Lilica&Tigor. Além disso, quanto a PUBLICIDADE E MARKETING, assume a obrigação de seguir à risca os padrões e especificações da FRANQUEADORA, objetivando a uniformidade das unidades (10.1.) e ainda não poderá utilizar material publicitário diverso do indicado pela franqueadora, sob pena de ser compelido a retirar o material mediante comunicação da FRANQUEADORA.



O QUE NÃO FAZER

➤ CRIAÇÃO DE LAYOUTS FORA DO PERFIL E IDENTIDADE DA MARCA, COM USO INADEQUADO DOS PERSONAGENS.

Disponibilizamos enxovais para as ações das lojas. Caso queira fazer alguma ação especial, solicite ao marketing da franqueadora. Jamais desenvolva os materiais localmente.

➤ CONVITES

Os convites devem seguir o material disponibilizado pela rede.

Nunca produza ou altere localmente.



O QUE NÃO FAZER

➤ POSTS

Não desenvolva posts localmente;

Não use os personagens inadequadamente. Os personagens Mundo Ripilica podem ser usados exclusivamente em materiais produzidos pela franqueadora.



MATERIAL DESENVOLVIDO PELA LOJA



MATERIAL CORRETO DISPONIBILIZADO PELA FRANQUEADORA



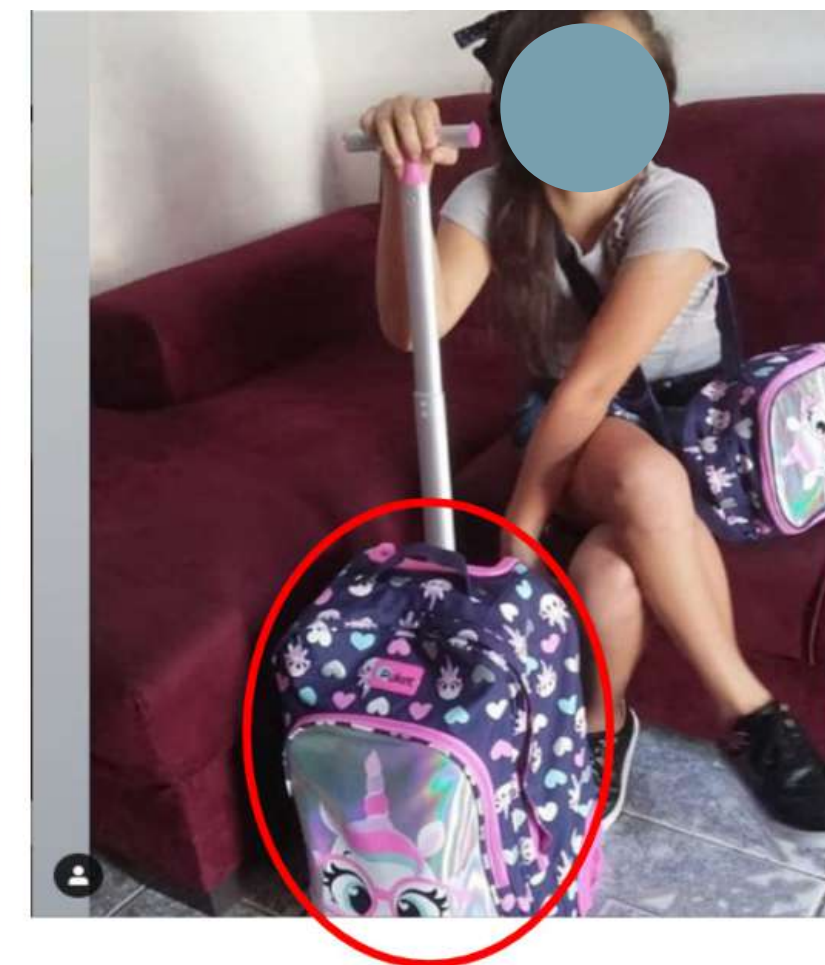
O QUE NÃO FAZER

É extremamente PROIBIDO o uso dos personagens Lilica e Tigor vinculados a ações promocionais.



O QUE NÃO FAZER

- Utilizar outros personagens, de qualquer marca ou empresa, em conteúdos sobre as marcas Lilica e Tigor.



O QUE NÃO FAZER

- Postar fotos editadas ou cortadas.



O QUE NÃO FAZER

➤ Posts comemorativos não oficiais.



O QUE NÃO FAZER

- Utilização da marca isolada como assinatura de posts que prejudicam a leitura de marcas.



O QUE NÃO FAZER

- Utilizar personagens como assinatura dos conteúdos. Os materiais sempre devem conter logos ou silhuetas da marca.



O QUE NÃO FAZER

➤ Utilizar filtros nas fotos de modo que as cores das peças sejam alteradas.



COR ORIGINAL DO PRODUTO

POST DA LOJA (COM FILTRO)



O QUE NÃO FAZER

- Postar artes com marcas d'água, sem autorização e compra do uso de imagem.



O QUE NÃO FAZER

➤ AÇÕES PROMOCIONAIS

Ações promocionais que não constam no calendário de varejo oficial da marca e não foram aprovadas previamente pela Franqueadora.



O QUE NÃO FAZER

- Utilização e edição de conteúdo interno, disponibilizado exclusivamente para treinamento da equipe de vendas e gestão do Franqueado.



Print realizado da tela do computador e publicado nas redes sociais.



O QUE NÃO FAZER

➤ Realização de concursos ou sorteios sem aprovação prévia da Franqueadora.

ATENÇÃO! SORTEIOS E CONCURSOS REALIZADOS LOCALMENTE SEM REGISTRO JUNTO A CAIXA ECONÔMICA SÃO PASSÍVEIS DE MULTA.



O QUE NÃO FAZER

- Desenvolver posts associando as marcas à ações que não forem desenvolvidas ou autorizadas pela franqueadora.



O QUE NÃO FAZER

- Fotos com o PDV em desacordo com as regras de VM e comunicação das marcas.



O QUE NÃO FAZER

- **Divulgar ações e notícias não relacionadas aos produtos no feed das redes sociais. Demais informações como contatos e localização devem ser postadas nos stories.**



FOCCO NO » »
INSTAGRAM

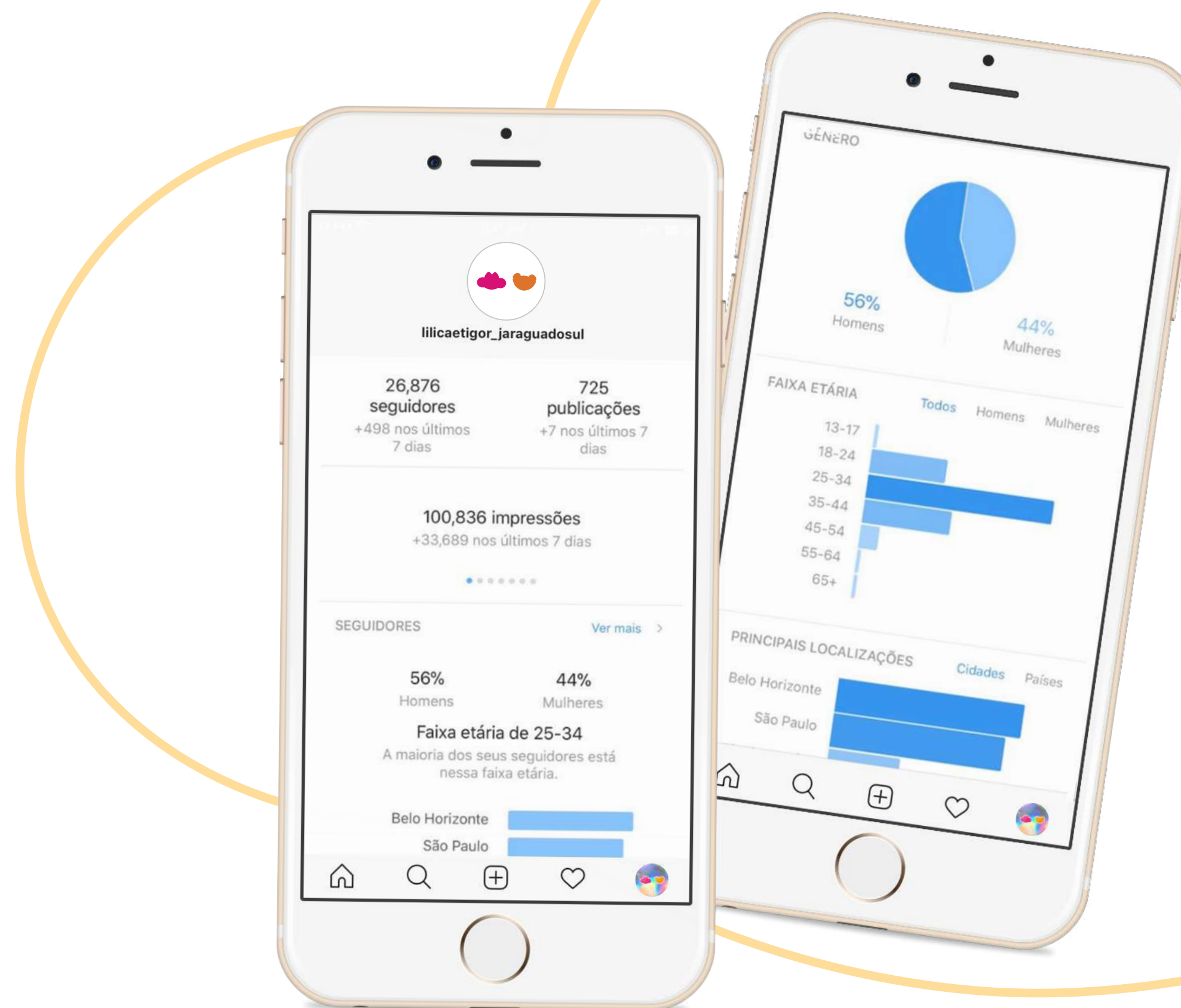


PERFIL PERFIL

TRANSFORME SUA CONTA PESSOAL EM PERFIL COMERCIAL

O PERFIL COMERCIAL É DEDICADO ÀS EMPRESAS E POSSIBILITARÁ QUE VOCÊ:

- > Conheça quem são seus seguidores (gênero, idade, localização e mais);
- >> Visualize as métricas da sua conta (impressões, alcance, engajamento e mais);
- >>> Saiba os melhores dias e horários para postar;
- >>>> Entenda como os seguidores estão reagindo às suas postagens.



IMPRESSÕES:

Número de vezes que a publicação apareceu para os usuários, uma ou mais vezes.

ALCANCE:

Número de vezes que a publicação apareceu para cada usuário apenas uma vez.

ENGAJAMENTO:

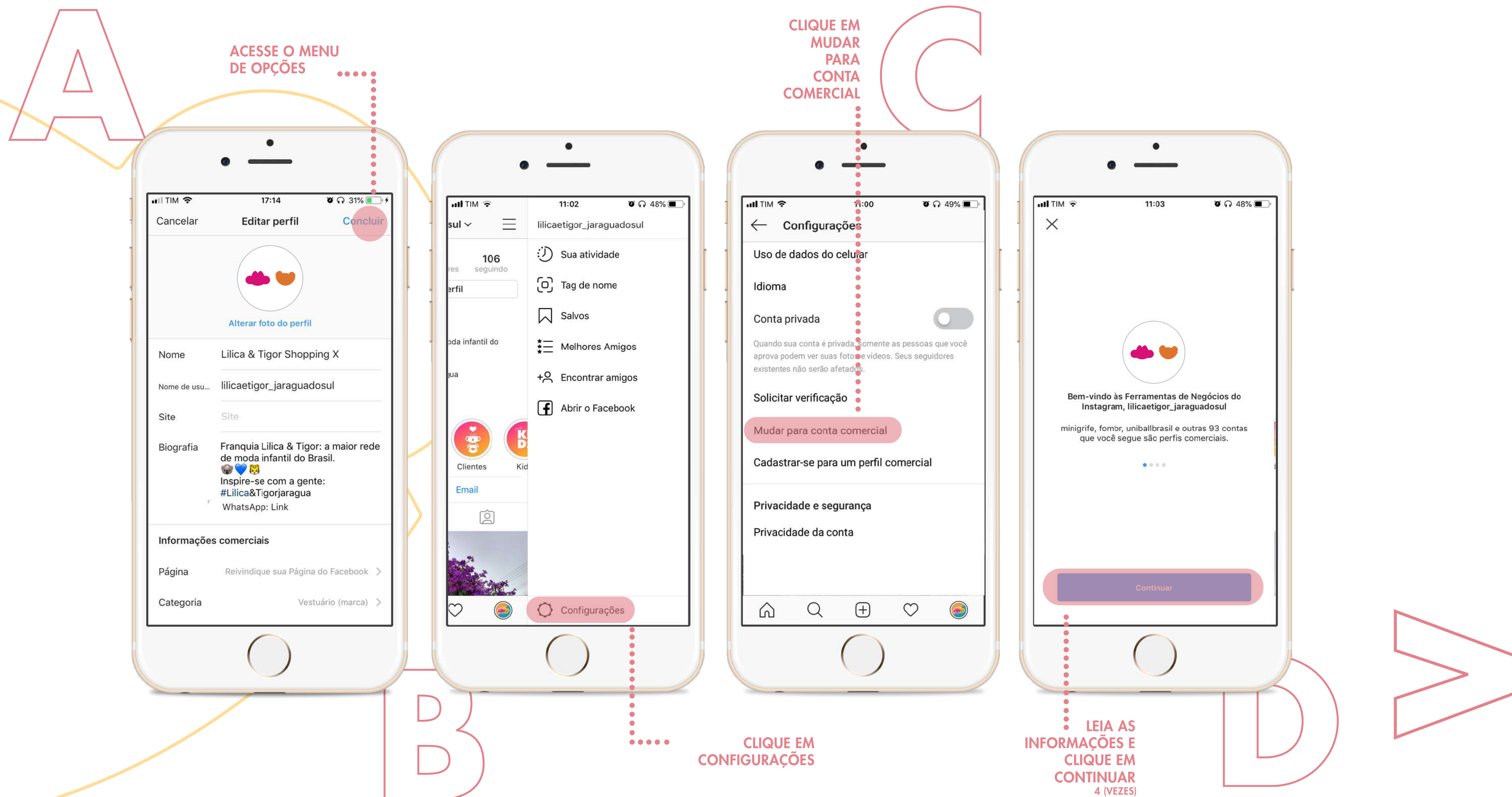
Soma dos números de curtidas, comentários e saves de cada publicação.

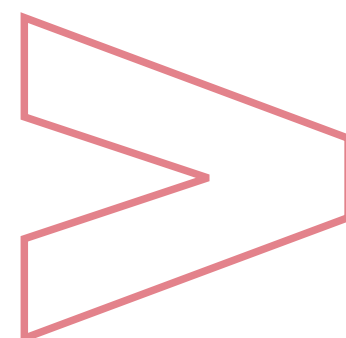


COMERCIAL

Como fazer?





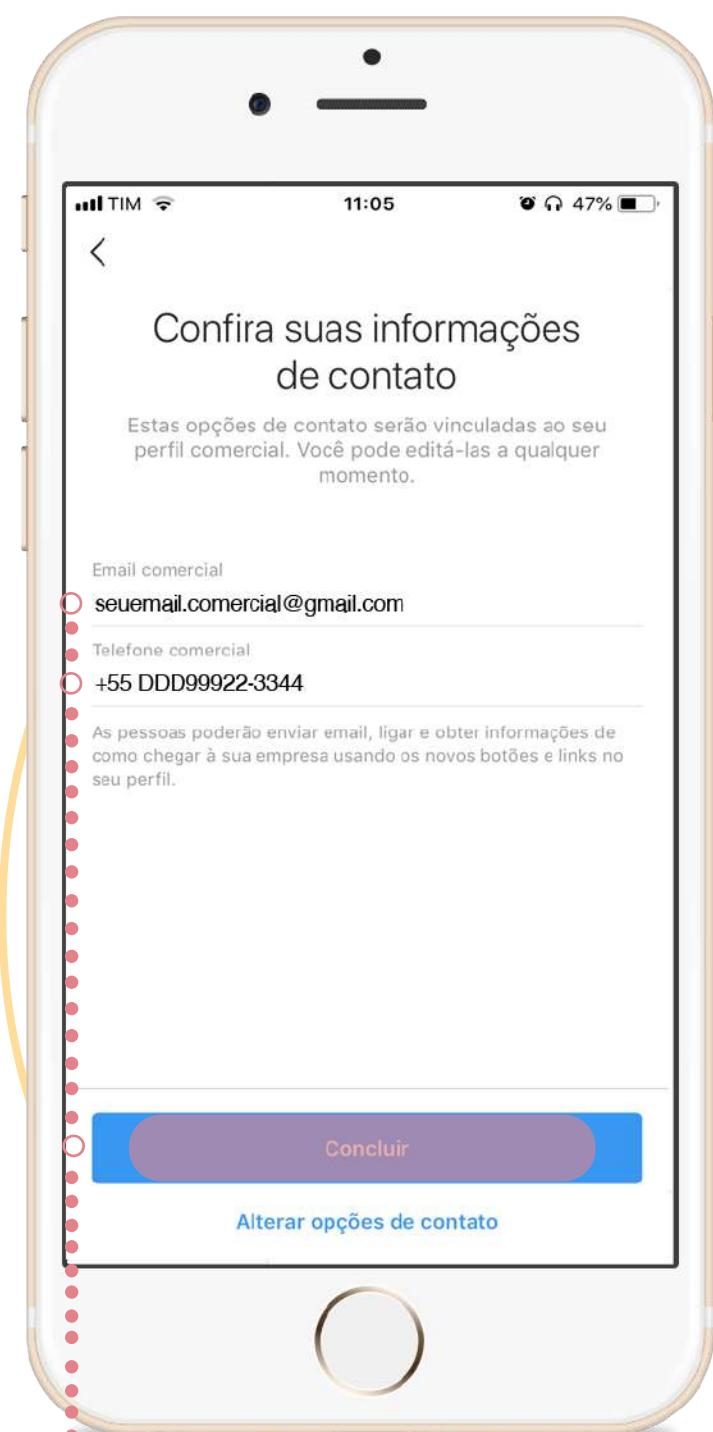


ESCOLHA A CATEGORIA MARCAS E PRODUTOS

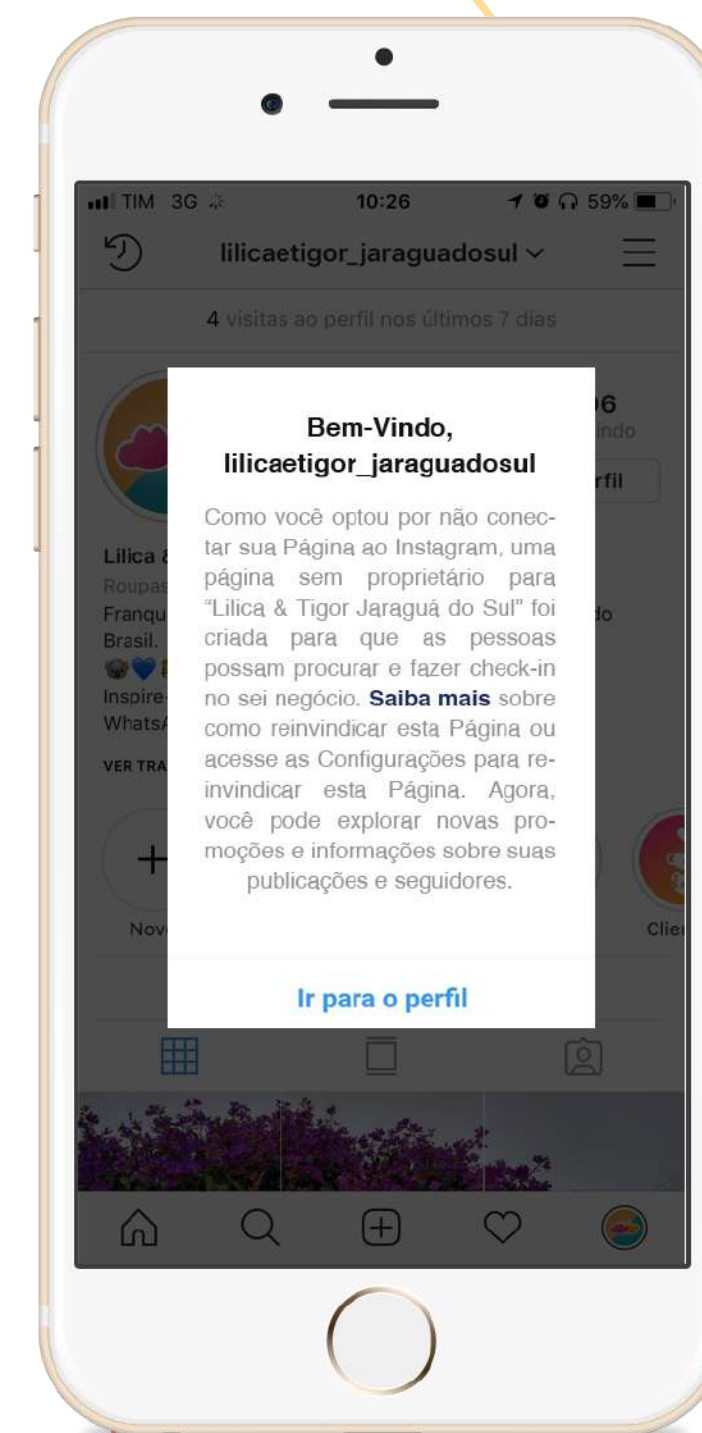
E DEPOIS A OPÇÃO VESTUÁRIO (MARCA). clique em avançar



CLIQUE EM ALTERAR INFORMAÇÕES DE CONTATO. CONFIRA SEU E-MAIL E PREENCHA O CAMPO DE TELEFONE E ENDEREÇO COM OS DADOS DA SUA LOJA. clique em concluir



CLIQUE NA OPÇÃO: NÃO SE CONECTAR AO FACEBOOK



ESTÁ FEITO! AGORA SEU PERFIL É COMERCIAL E JÁ PODEMOS SEGUIR PARA PRÓXIMA ETAPA



BIO & FOTO DE PERFIL

A bio descreve seu negócio.
Conheça nosso padrão!





NOME: LILICA &
TIGOR CIDADE OU
SHOPPING

NOME DE USUÁRIO:
@lilicaetigor_cidade ou
shopping

AVATAR: Os avatares
mudam a cada
coleção. Utilize os que
estão disponíveis no
B2B

DESCRIÇÃO DA
BIOGRAFIA:
Franquia Lilica&Tigor:
a maior rede de moda infantil do Brasil.
Inspire-se com a gente:
#Lilica&Tigorjaragua
WhatsApp: Link



BIO & FOTO DO PERFIL

REGRAS PARA A ESCOLHA DO NOME:

LOJAS DE SHOPPING

- Lilica&Tigor Shop. (nome do shopping)
- > Lilica&Tigor Shop. Jaraguá

LOJAS DE RUA

- Lilica&Tigor (cidade)
- > Lilica&Tigor Jaraguá

LOJAS DE RUA (MAIS DE UMA LOJA NA CIDADE)

NESTE CASO, DEVE-SE CITAR OS SHOPPINGS NA BIO

- Lilica&Tigor (cidade)
- > Lilica&Tigor Jaraguá



F E E D > >
F E E D



RECOMENDAÇÕES GERAIS

- O feed é onde as suas publicações aparecem e permanecem.
- Nas redes sociais, a preocupação com a identidade visual também deve ser o foco. O usuário não quer acessar o seu perfil no Instagram, por exemplo, e se deparar com imagens desconexas.
- A organização do seu feed estabelece mais confiança e estética para o perfil, facilitando até mesmo que sua marca seja identificada rapidamente.
- Ao criar conteúdos, certifique-se que ele esteja de acordo com a identidade visual da marca.



STORIES >> STORIES



RECOMENDAÇÕES GERAIS

- Indicamos o uso dos stories para mostrar o que está acontecendo na sua loja, novos produtos, clientes e influenciadores.
- Os stories têm mais visualizações e permitem maior liberdade nas publicações, pois duram apenas 24 horas.
- Siga as regras gerais para produzir stories, respeitando orientação de fotos e as práticas deste manual.



EXEMPLOS STORIES

O QUE POSTAR NOS
STORIES:

CONTEÚDOS
FORNECIDOS PELA
FRANQUEADORA.



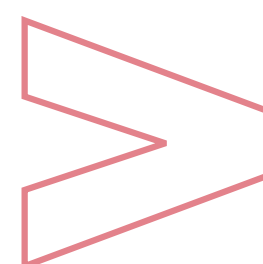


EXEMPLOS STORIES

**O QUE POSTAR NOS
STORIES:**

**VIDEOS E FOTOS
MOSTRANDO A LOJA
OU OS PRODUTOS.**

**DICA: USE RECURSOS
DE INTERATIVIDADE E
FILTROS OFICIAIS DA
MARCA.**



EXEMPLOS STORIES

O QUE POSTAR:

CONTEÚDOS DE PESSOAS QUE MARCARAM A LOJA, DESDE QUE SIGAM AS SEGUINTE NORMAS.

➤ Fotos de clientes e influencers só podem ser publicadas nos stories;

➤ O franqueado poderá adicionar um álbum destaque dos stories marcados se quiser;

As capas para os álbuns destaques são disponibilizadas pela franqueadora no canal B2B.

REQUISITOS PARA REPOSTAR

1. Imagem coerente com identidade da marca.

2. Os influencers precisam ser coerentes com os valores da marca.

3. É necessário possuir a autorização digital ou física dos modelos. O documento está disponível no canal B2B.



CLIENTES NOS STORIES

CURADORIA.CURADORIA

ANTES DE REPOSTAR UM CONTEÚDO DOS SEUS CLIENTES NOS STORIES, ESTEJA ATENTO AOS REQUISITOS:

➤ **Fotos e vídeos de qualidade:** as fotos ou vídeos devem ter boa resolução e iluminação. Recomendamos luz natural e formato vertical (1080 x 1920 px);

➤ **Exclusividade de marca:** a criança deve estar vestindo peças da marca:

FOTO CORPO INTEIRO: A CRIANÇA DEVE VESTIR LOOK COMPLETO DA MARCA;

FOTO MEIO CORPO: A PARTE APARENTE DEVE SER DA MARCA.

➤ **Destaque do look:** fotos com fundos neutros, que valorizem a criança e o look. Evite fotos e fundos escuros;

➤ **Ética:** a foto não deve divulgar dados de terceiros (ex. placas de veículos), nem violar as regras do Instagram;

➤ **Acting:** as crianças devem estar com pose natural.

VEJA A SEGUIR MAIS RECOMENDAÇÕES SOBRE O ACTING DAS CRIANÇAS



CLIENTES NOS STORIES

ACTING DAS CRIANÇAS

EVITE:

➤ **Fotos pesadas demais, sem ser uma expressão natural;**

➤ **Crianças fazendo caretas e/ou expressões negativas;**

➤ **Imagens que sexualizam crianças.**



EXEMPLOS STORIES

STORIES RECOMENDADOS

REPOSTS DE FOTOS DE CLIENTES USANDO OS LOOKS

desde que as fotos estejam
de acordo com os requisitos
adotados pela marca.

EXEMPLO:
BOA RESOLUÇÃO.

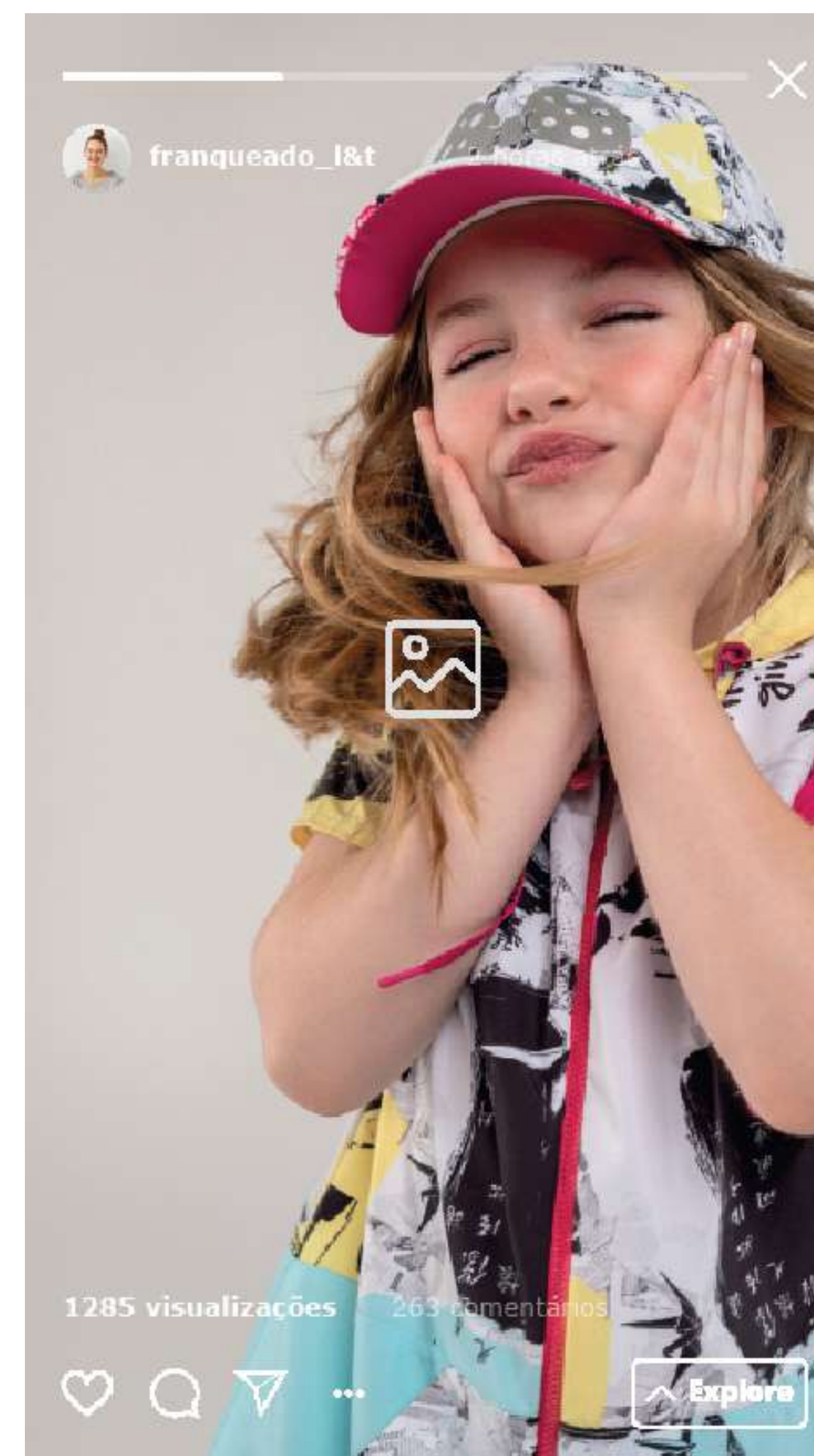
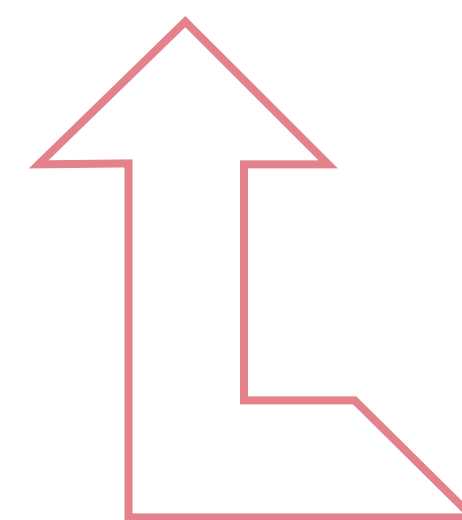
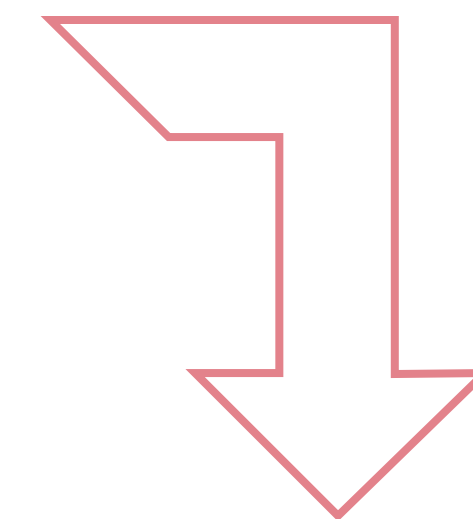


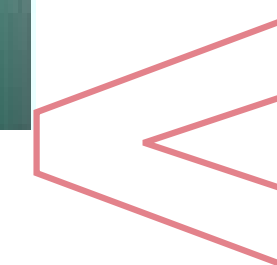
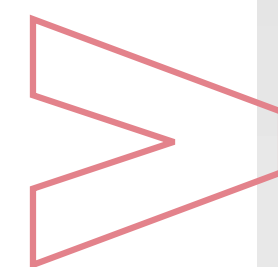
IMAGEM MERAMENTE ILUSTRATIVA.



EXEMPLOS STORIES

STORIES
RECOMENDADOS

CONVITE PARA EVENTOS
REALIZADOS PELA LOJA.



EXEMPLOS STORIES

Cobertura de eventos
na loja com fotos em
tempo real.

EXEMPLOS:
DIA DAS CRIANÇAS, DESFILES, ETC.

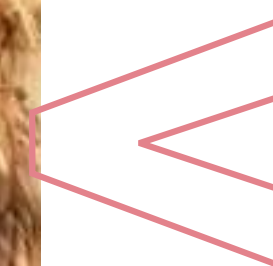
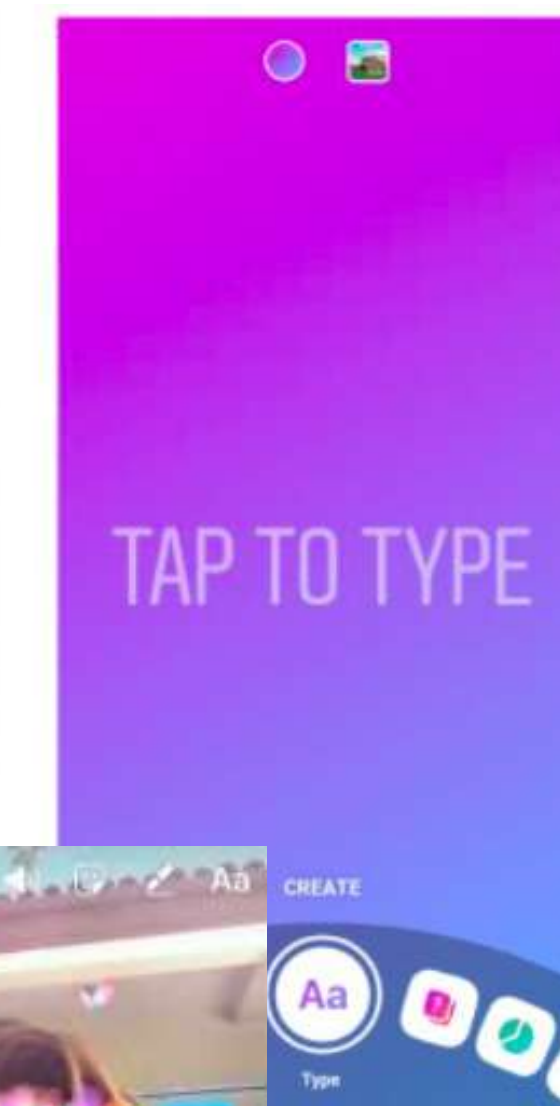
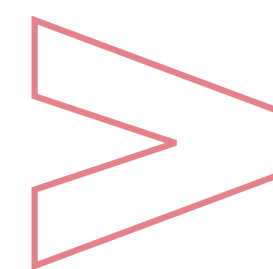


DICAS PARA FAZER SEUS STORIES

➤ Seja mais informal e instantâneo, não perdendo de vista a qualidade dos materiais.

Grave ou fotografe com boa iluminação e cenário de fundo.

➤ Use recursos do Instagram como filtros e figurinhas interativas.



DICAS PARA FAZER SEUS STORIES

➤ Use apps para explorar layouts e destacar o seu perfil.

APLICATIVO: STORY CHIC

Possui modelos de stories pré-definidos, molduras, ferramentas de texto, fontes e efeitos de filtro.

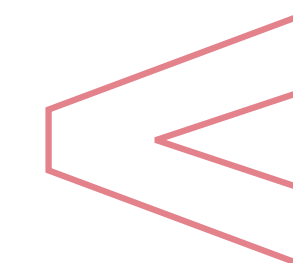
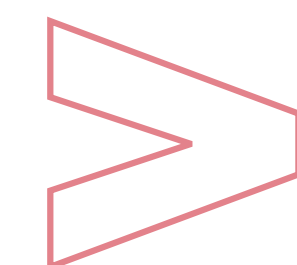
APLICATIVO: CANVA

É simples e oferece modelos prontos que podem ser personalizados, além de possibilitar a edição de vídeos.



DESTAQUES

➤ O destaque é um dos primeiros conteúdos visualizados. É essencial que eles estejam bem distribuídos, organizados e visualmente agradáveis.

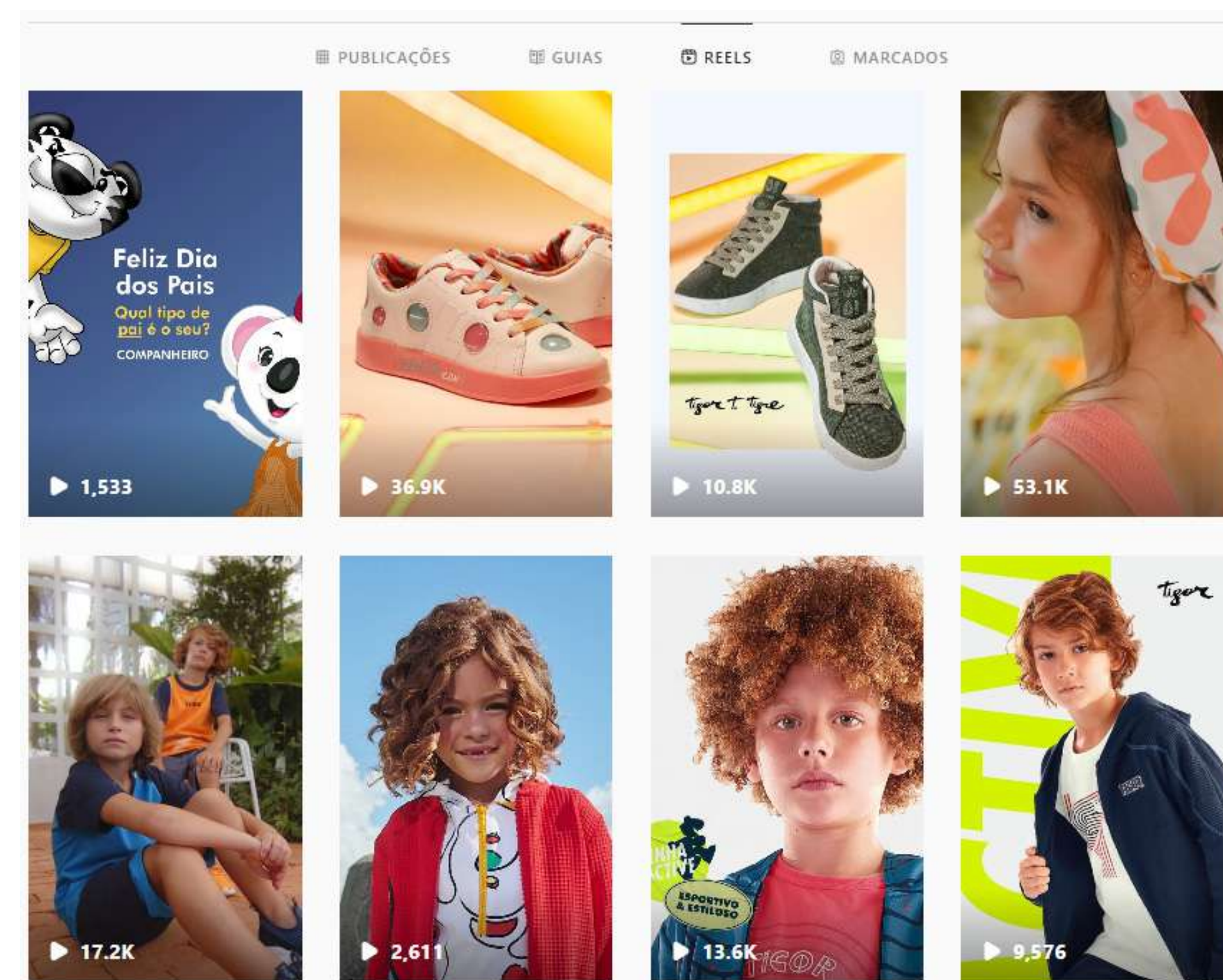


REELS

➤ Com o reels você pode gravar vídeos de 15 segundos à 3 minutos com efeitos sonoros. É a ferramenta com mais alcance no momento.

Como criar um Reels?

- Baixe o Instagram;
- Abra a câmera como se fosse gravar um stories;
- Adicione efeitos e torne o seu conteúdo mais atrativo;
- Compartilhe ou salve como rascunho.



QUAIS CONTEÚDOS PODEM TRAZER MAIS ENGAJAMENTO PARA SUA LOJA?

- Desafios;
- Troca de looks;
- Facilidades de comprar na loja.



O QUE NÃO FAZER

- Postar em um formato errado;
- Danças sensuais;
- Adultos usando roupas infantis;
- Cuidado extremo com o conteúdo dos áudios - a letra das músicas ou efeitos sonoros devem ser voltados para as crianças.



LIVE COMMERCE

Live commerce é uma modalidade de venda que une o live streaming com o comércio eletrônico. Como é realizada ao vivo, a live permite que o vendedor e o consumidor tenham uma proximidade maior, gerando mais engajamento.

- **96% dos usuários** assistem um vídeo de explicação para entender melhor sobre um produto ou serviço;
- **84% dizem que se sentem convencidos a comprar** um produto após assistir um vídeo da marca;
- **66% afirmam** que preferem se **informar sobre um conteúdo** por meio do vídeo.



COMO CRIAR UMA LIVE COMMERCE?

- Crie um roteiro para guiar a live;
- Aproveite o espaço para interagir com o público;
- Defina a melhor plataforma e horário para a live;
- Prepare um cenário específico;
- Invista na qualidade de som, imagem e conexão de internet;
- Seja pontual;
- Faça a divulgação prévia para atrair mais visualizações.

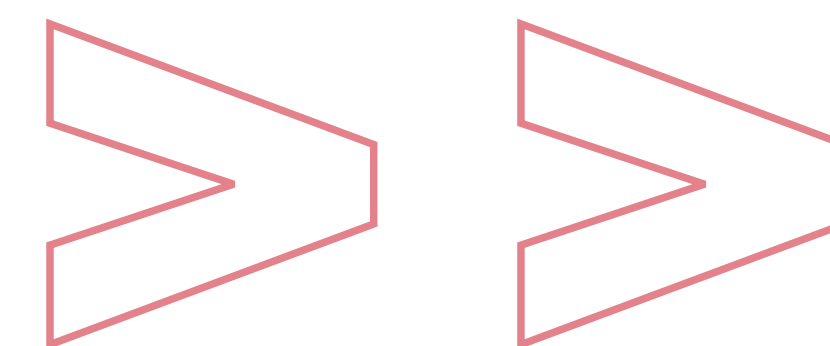


LIVE COMMERCE

➤ Criamos um enxoval de materiais de divulgação para a sua live commerce.

ACESSE NO CANAL B2B!





IMPULSIONAMENTO

IMPULSIONAMENTO



IMPULSIONAMENTO NO INSTAGRAM

Criando anúncios você pode gerenciar promoções e ver informações de desempenho no aplicativo do Instagram.

Como promover uma publicação?

- 1 Acesse o seu perfil;
- 2 Toque na publicação que deseja promover;
- 3 Sob a imagem da publicação, toque em "**Promover**";
- 4 Preencha os detalhes da promoção definindo configurações como: Metas, Público, Orçamento e Duração. Depois de finalizar, toque em: ► ou em **avançar**;
- 5 Para concluir, toque em **Criar Promoção**.



*As promoções podem demorar até 24h para serem analisadas e verificadas se seguem as Políticas de Anúncios do Instagram.



IMPULSIONAMENTO NO FACEBOOK

Os impulsionamentos do facebook podem ser feitos com ou sem o Gerenciador de Negócios. Caso deseje fazer com o gerenciador, crie um a partir do seu perfil pessoal, e ele será automaticamente relacionado à sua página de localização.

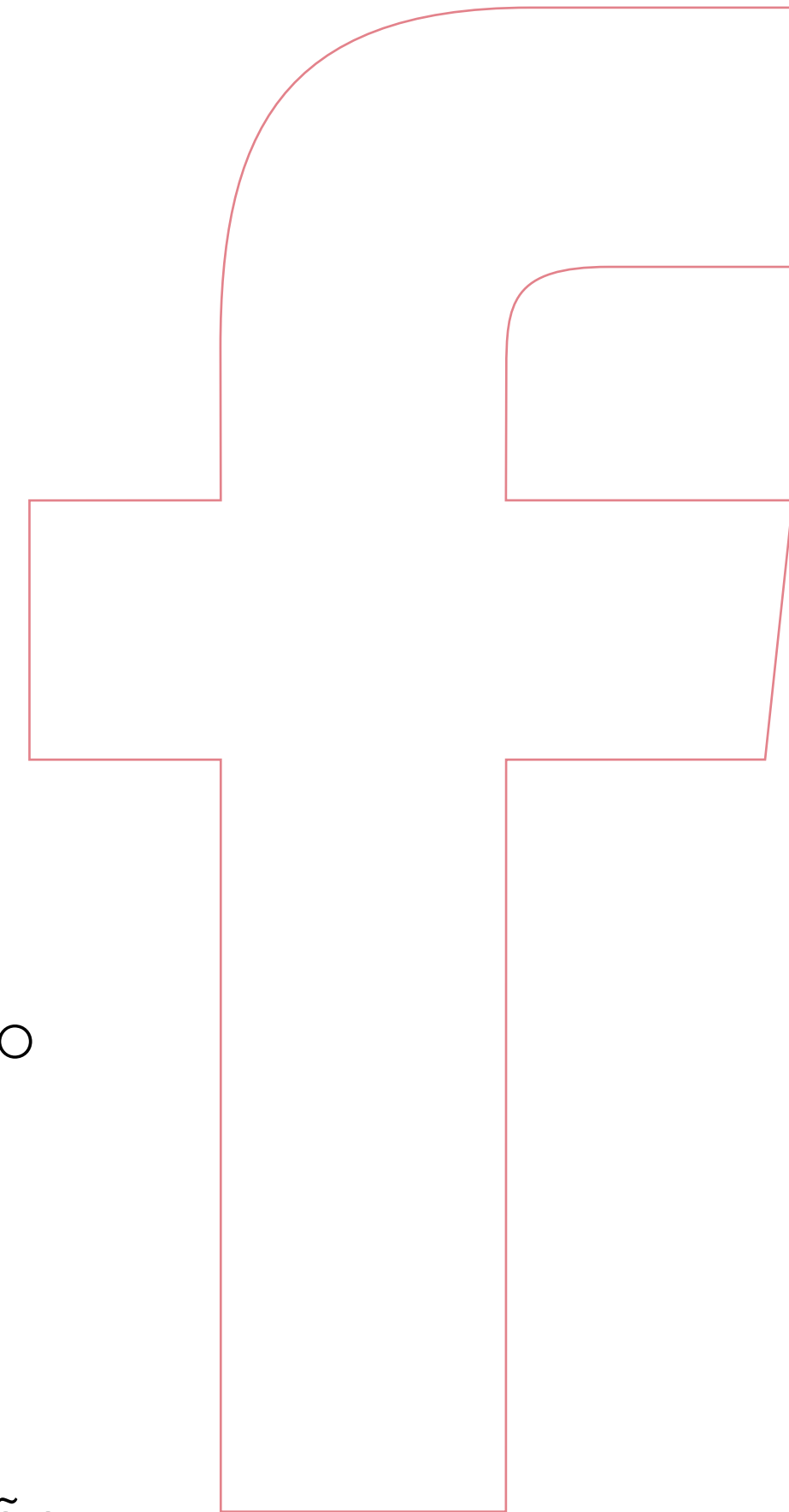
Como impulsionar?

1 Acesse a página de localização e certifique-se de que você está interagindo com ela como Lilica & Tigor. No canto superior direito, abaixo da foto de capa, você vai ver um ícone com a logo da marca. Se estiver aparecendo sua foto, clique na seta e selecione a página;

2 Para criar um anúncio, selecione a opção "Criar um Novo Anúncio" do lado esquerdo da página;

3 Selecione seu objetivo;

4 Se desejar promover uma publicação, selecione "Usar Uma Publicação";



5 Se desejar promover a página, complete a descrição e título:

Sugestão de título: Lilica&Tigor Região

Sugestão da descrição: Os looks mais incríveis do mundo infantil estão aqui! Curta nossa página para saber mais.

6 Determine o valor do anúncio e a sua duração;

7 Por último, selecione onde será divulgado (Facebook e/ou Instagram) e a forma de pagamento.

Sugestão de público

Sexo: **Feminino**

Idade: **25 - 44**

Localização: **selecione a sua cidade e um raio de 10km ao redor**

Interesses: **vestuário, crianças, moda infantil, pais, mães, filhos.**



SAIBA MAIS SOBRE OS DOIS TIPOS DE IMPULSIONAMENTO

GERENCIADOR

Permite visualizar métricas detalhadas;

Necessário possuir conhecimento da plataforma ou contratação de uma agência;

Demanda tempo para impulsionar;

Permite realizar testes A/B.

BOTÃO DE PROMOÇÃO

Permite visualização de métricas básicas;

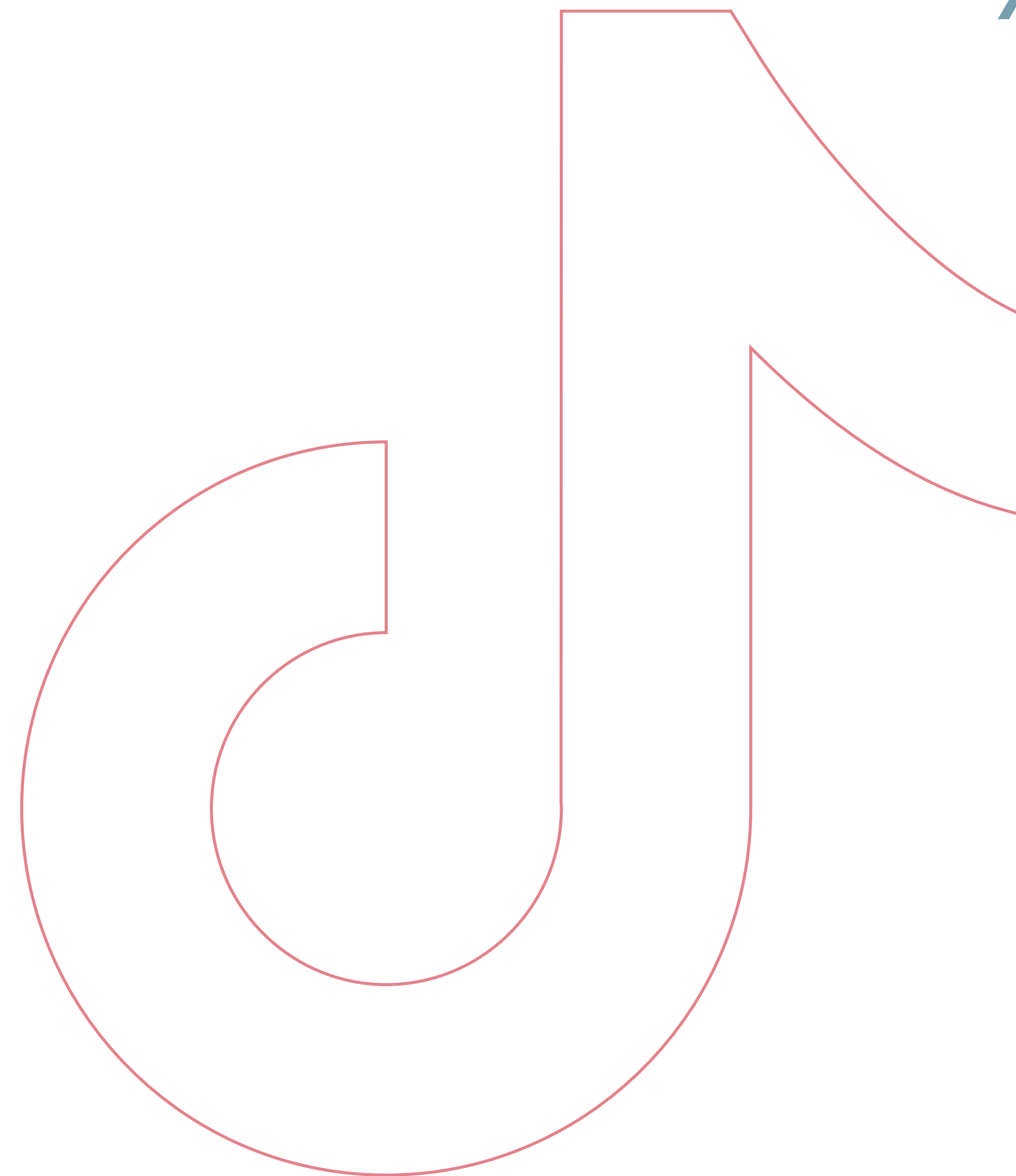
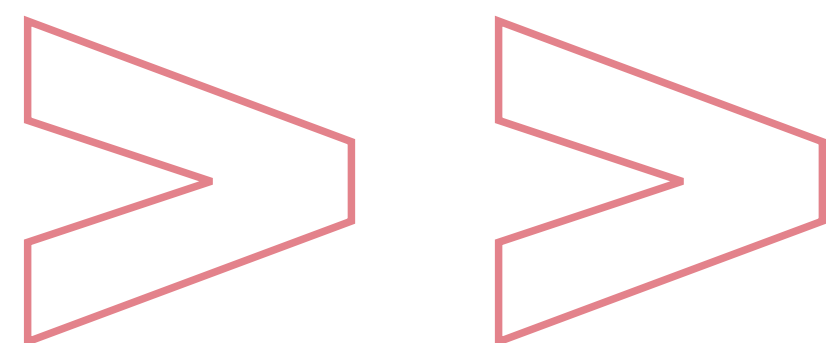
Impulsioneamento de maneira intuitiva;

Impulsioneamento rápido.

Observação: ambos os tipos de impulsioneamentos são eficientes.
Analise qual é o mais adequado para a sua franquia.



TIK TOK



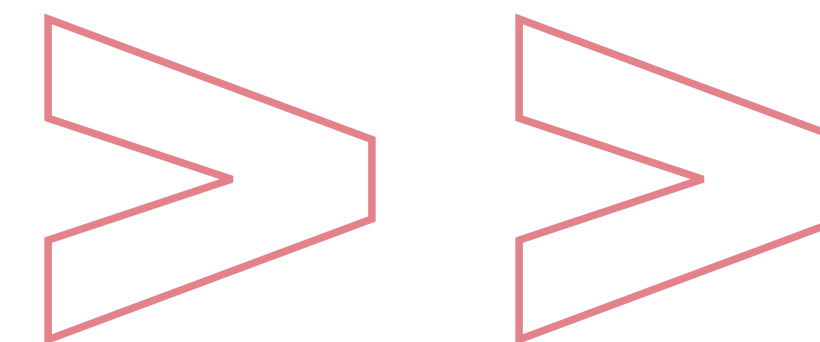
➤ O Tik Tok é uma ferramenta para compartilhamento de vídeos curtos, de 15seg a 10 min, que oferece diversos recursos para editá-los.

É possível criar conteúdos e incluir filtros, legendas, trilha sonora, gifs, fazer cortes e mais.



PERFIL

Use o avatar disponibilizado no canal B2B, igual ao avatar usado no Instagram.



USER E NOME

LILICAETIGOR + NOME DA CIDADE
Exemplo: @lilicaetigorjaraguadosul



BIO

Vem com a gente, vai ser divertido!
#LilicaeTigor

LINK

Use o link do WhatsApp da sua loja.



lilicaripilicaoficial

Lilica Ripilica Oficial Roupas e acessórios

 Editar Perfil

0 Seguindo 3 Seguidores 0 Curtidas

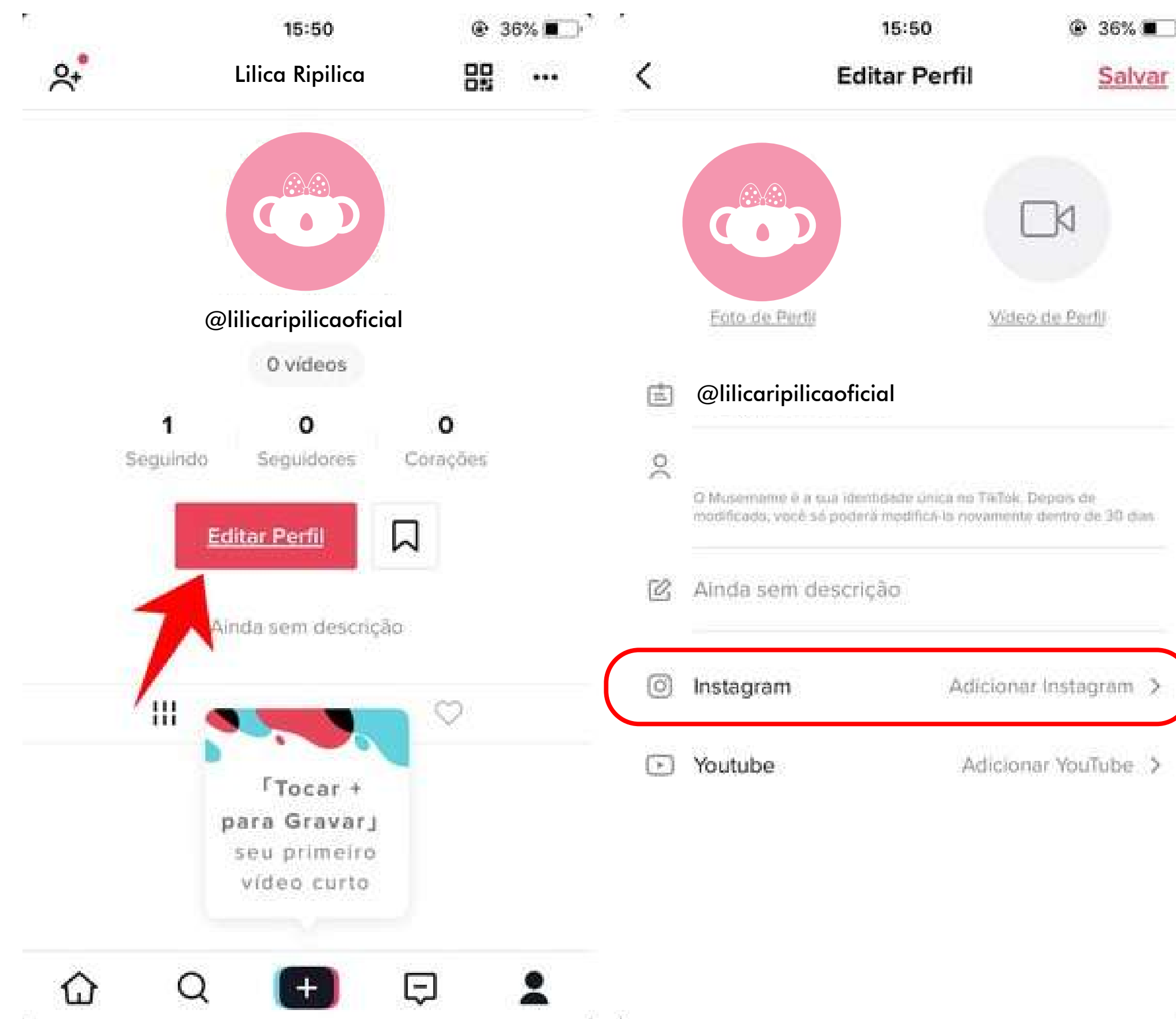
Estou chegando 🐾
Vocês estão preparados para o #DesafioDaLilicaRipilica ?

 www.lilicaripilica.com



CONECTE SEU INSTAGRAM NA CONTA

1. Toque em "Perfil" no canto inferior direito.
2. Toque em "Editar perfil".
3. Selecione "Adicionar Instagram ao seu perfil" para vincular suas contas.



O QUE NÃO FAZER

Avatar:

Não use personagens, produtos, fachadas ou pessoas.



Seguir

38 Seguindo 54 Seguidores 272 Curtidas

Vem se divertir conosco! 🐶

L&T 🐱🐶



Seguir

21 Seguindo 100 Seguidores 461 Curtidas

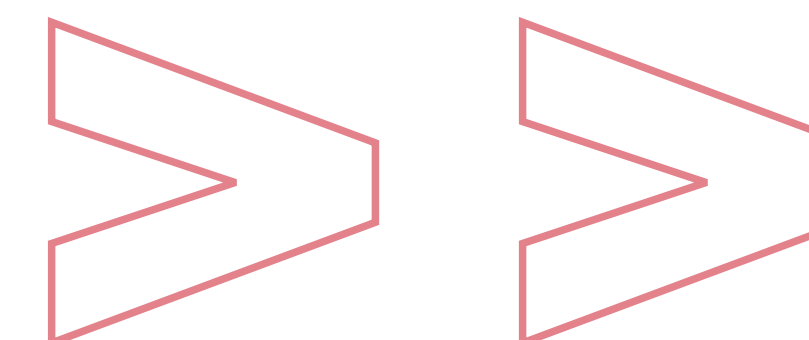
Enviamos para todo o Brasil!

📍 Assis SP



Seguir

2 Seguindo 162 Seguidores 1314 Curtidas



O QUE NÃO FAZER

Vídeos:

Não simule os personagens falando, mesmo que seja com áudios já existentes na plataforma.



O QUE NÃO FAZER

Não exponha a marca e as crianças a todo tipo de imagem, áudio ou música que tenha relação com sensualidade ou sugira qualquer conotação sexual;

Não mostre outras marcas;

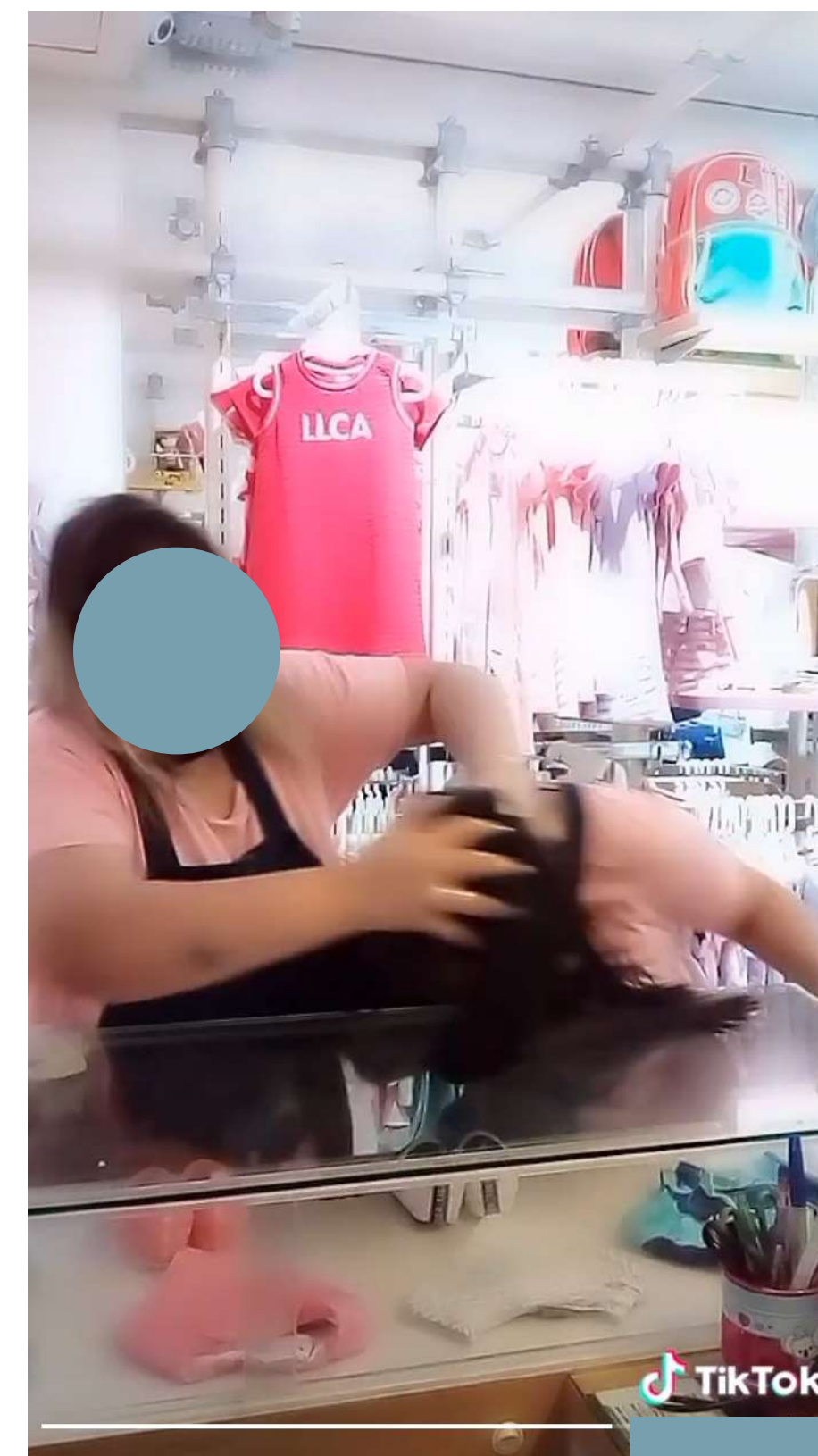
Não coloque adultos vestindo roupas das marcas;

Não crie vídeos relacionados a violência;

Não crie vídeos que possam manchar a imagem de alguém da equipe ou a marca;

Não deixe o perfil inativo por mais de 10 dias;

Não associe os personagens com promoções.



EVITAR CENÁRIOS COM

Poluição visual;
Pouca iluminação;
Desorganização e sujeira.

EVITAR VÍDEOS COM

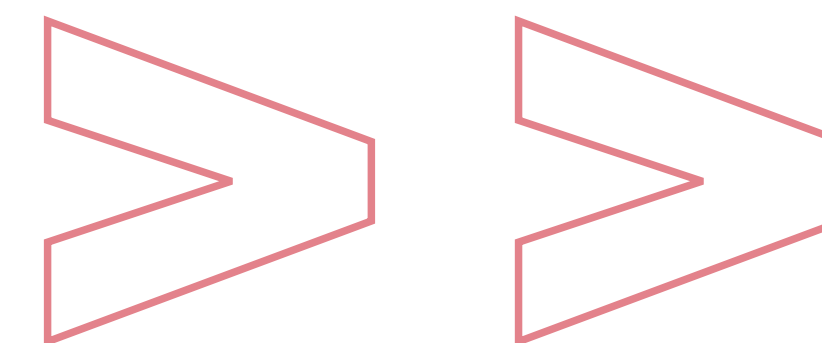
Baixa qualidade;
Ruídos no som;
Peças amassadas;
Excesso de informação.

V



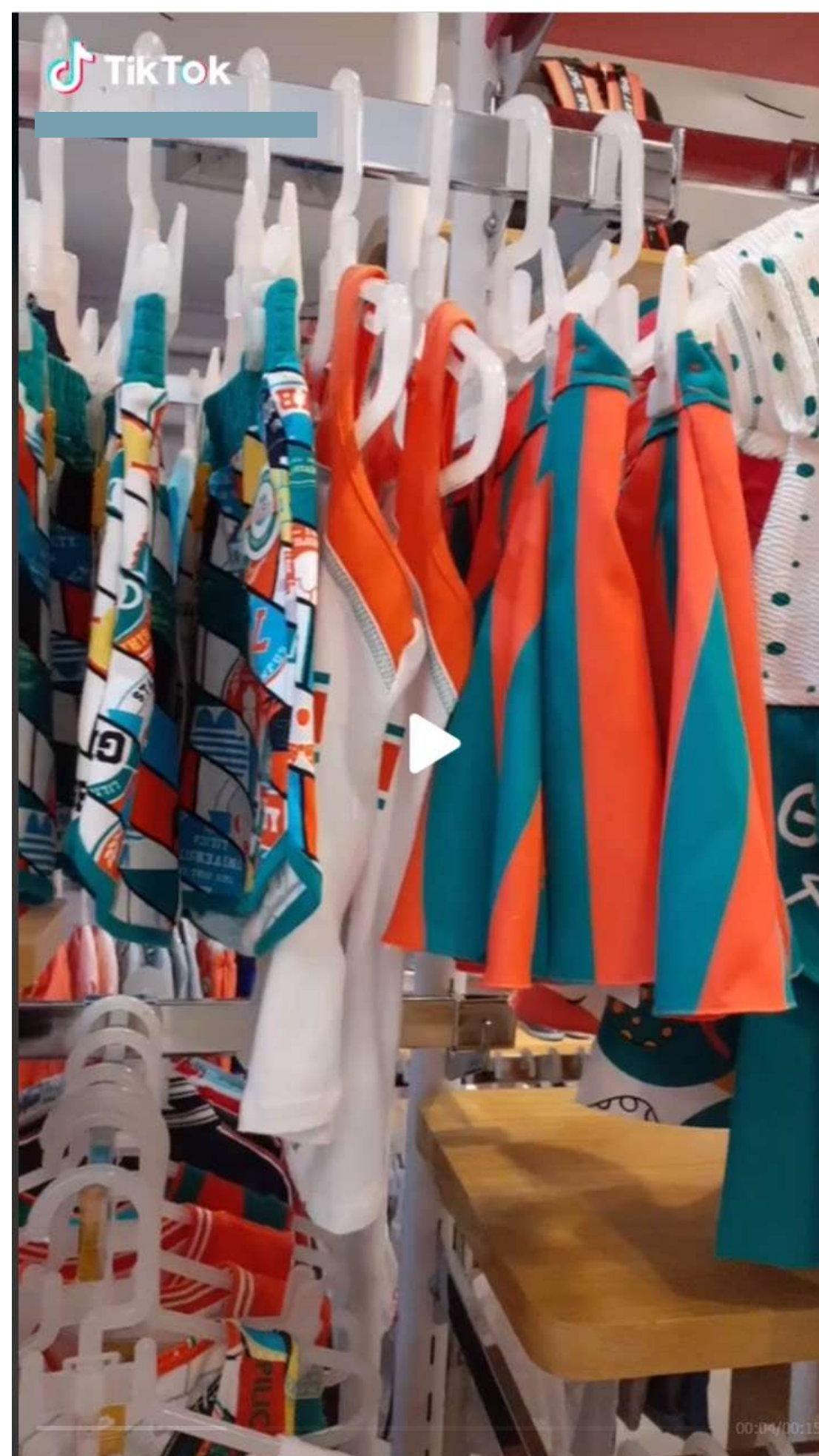
SUGESTÕES DE CONTEÚDOS

SUGESTÕES DE CONTEÚDO

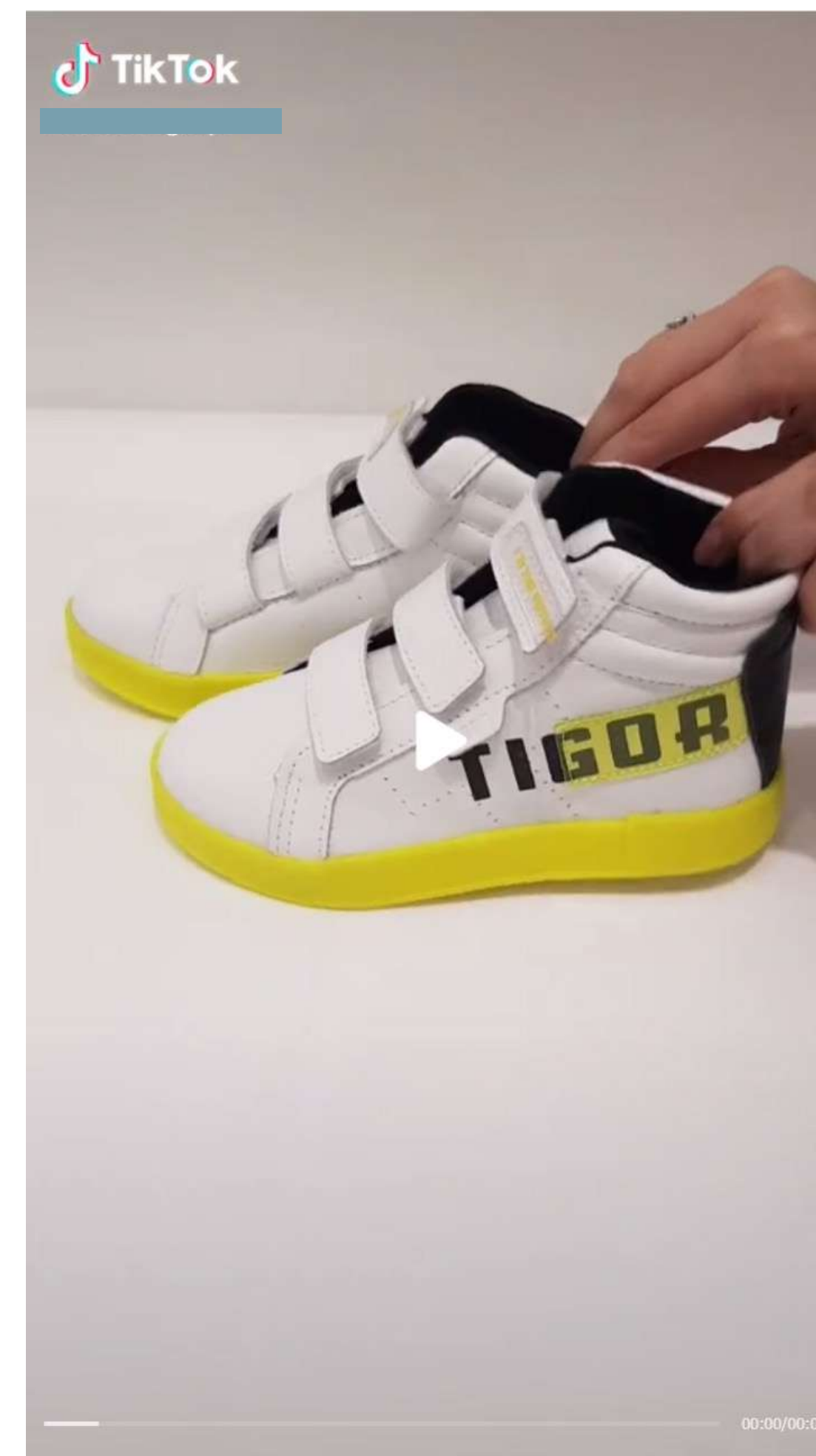




Mostre a vendedora embalando pedidos

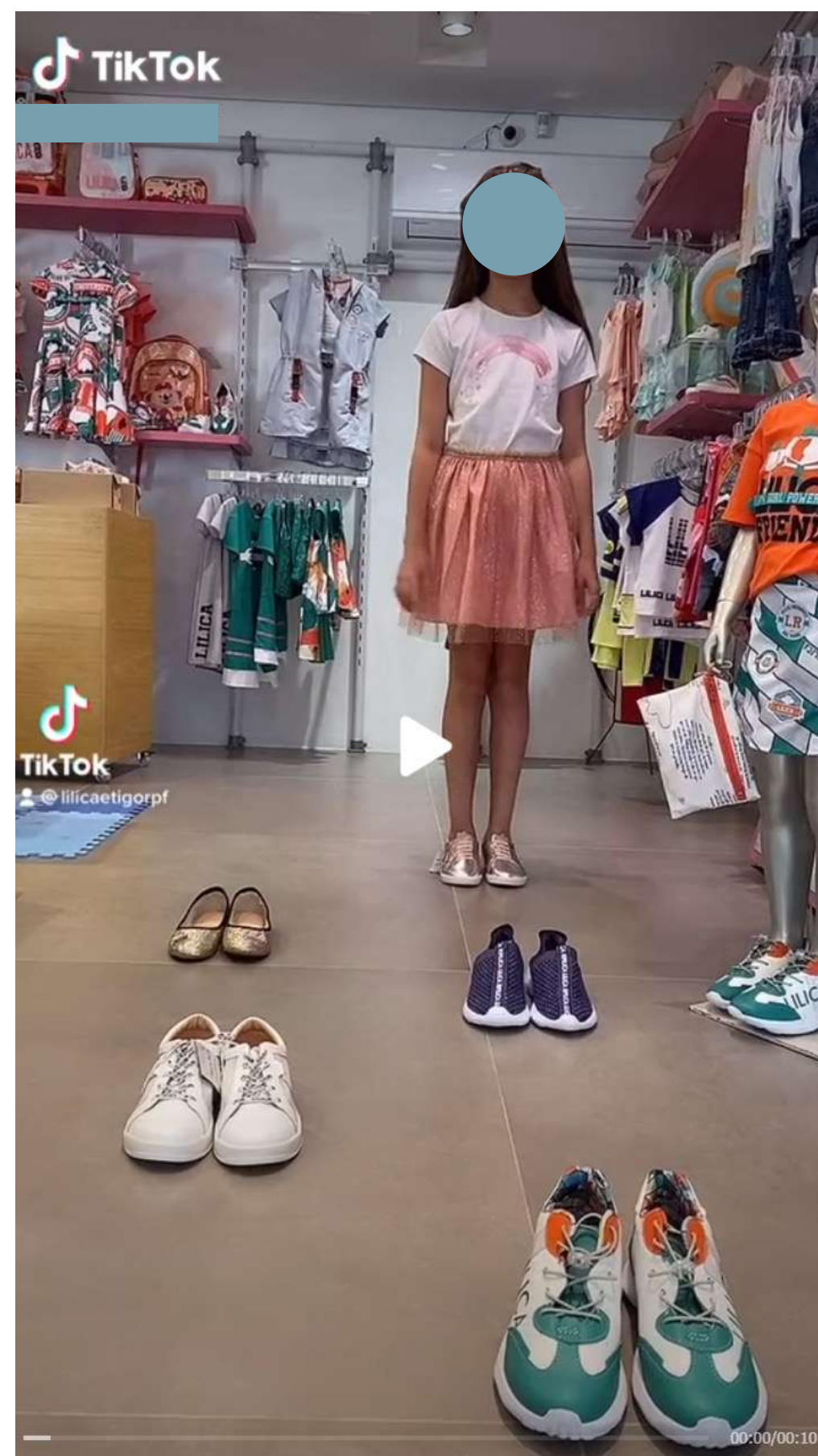


Grave araras ou vitrines



Troque modelos de calçados em fundo neutro





Faça transições com crianças ou influencers

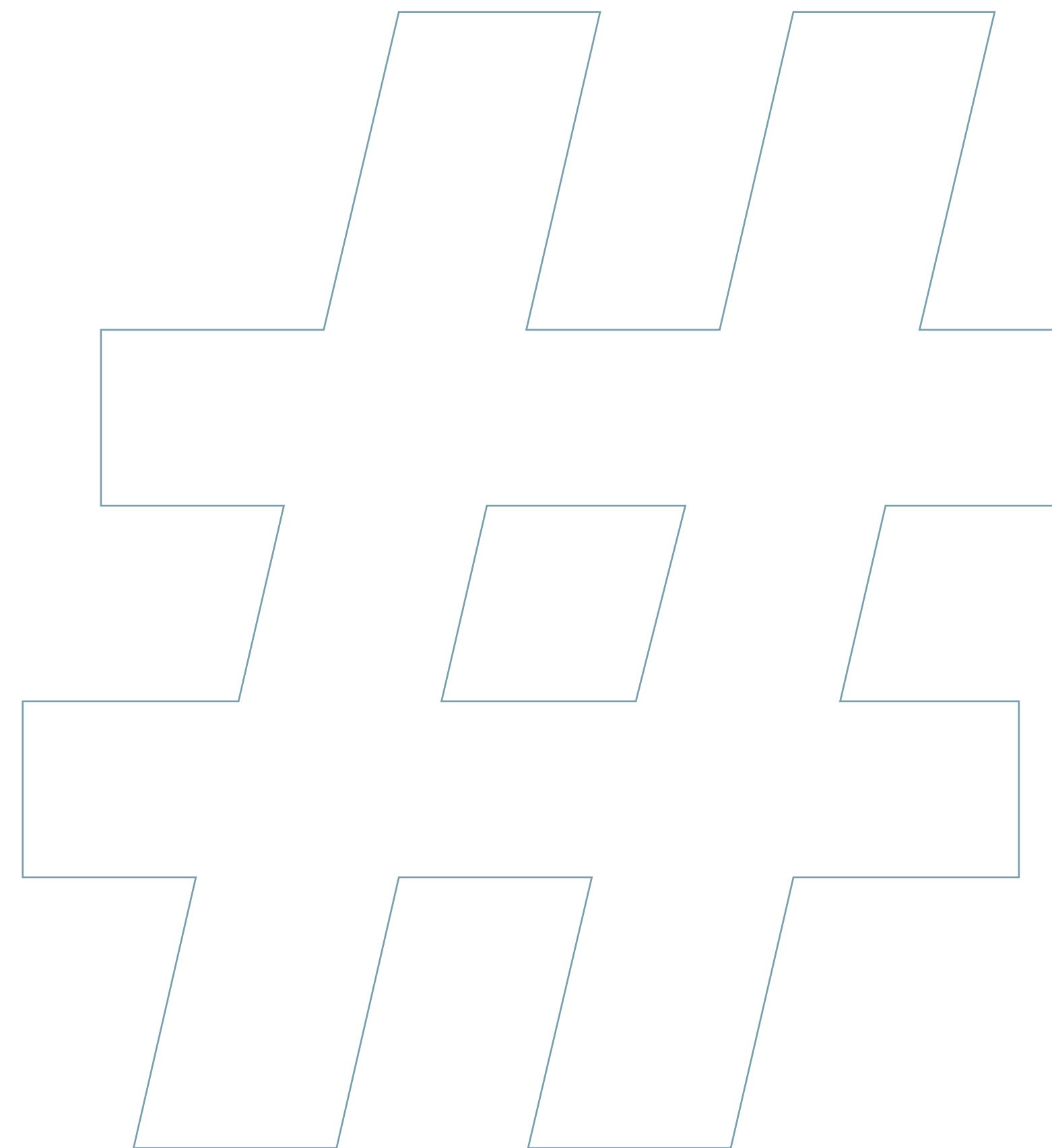


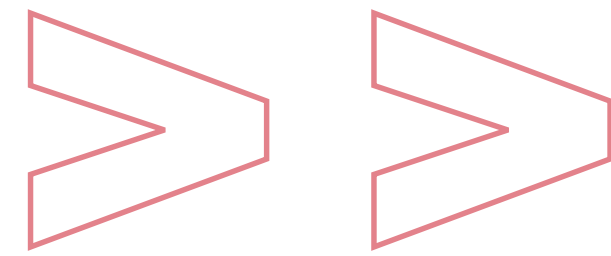
Mostre detalhes das peças



HASHTAGS SUGERIDAS

#LilicaRipilica
#TigorTTigre
#LilicaeTigor
#ModalInfantil
#FashionKids
#Maternidade





VERSÃO V

Ficou com alguma dúvida?

Entre em contato conosco:
vamos adorar ajudar você!

marketingservice@marisolsa.com