

Como Vender Produtos de R\$ 100 a R\$ 500 no Instagram com Stories: Um Plano Simples em 4 Etapas

Vender de R\$ 100 a R\$ 500 no Instagram pode ser simples, desde que você tenha um processo bem estruturado. Este framework em quatro etapas vai pegar sua audiência pela mão e levá-los de “interessado” a “comprador”. Vamos lá:

1. Venda a ideia antes de ofertar

O primeiro passo é criar conexão. Antes de empurrar o produto, conte uma **história curta**. Algo que mostre uma pequena vitória sua ou algo que você observou. Não precisa ser nada complexo, mas algo que prenda a atenção e que seu público possa se ver na mesma situação.

Por exemplo, se você quer vender um **workshop sobre stories no Instagram**, pode começar assim:

“S1. Eses dias eu estava mexendo no meu Instagram, e percebi que os stories têm sido a minha principal ferramenta para me conectar com vocês...”

“S2. Eu nem imaginava o impacto que isso podia ter... Mas aí, depois de testar algumas coisas simples — tipo ajustar o tom da minha voz, usar enquetes e deixar mais perguntas abertas — a interação subiu muito!”

“S3. Em questão de dias, comecei a receber mais mensagens diretas e vi que várias pessoas estavam compartilhando meus conteúdos. Foi aí que percebi: não é só sobre o que você posta, mas como você posta.”

“S4. Olha, eu tenho pensado... esse assunto de stories te interessa? Estou pensando em fazer um workshop mostrando como eu faço tudo isso, de um jeito bem prático. O que você acha?”

[ENQUETE - você participaria?]

opção 1 - sim

opção 2 - claro

Aqui, você conta uma história que traz uma pequena vitória (aumento de engajamento) e deixa a audiência curiosa, pronta para a próxima etapa.

O toque final é a **pergunta despretensiosa**, que gera o primeiro compromisso leve com seu público.

Aqui vão alguns exemplos ajustados para diferentes nichos:

- **Personal Trainer:**

“S1. Hoje de manhã, um aluno meu comentou que finalmente está vendo mais definição no abdômen, depois de meses sem nenhum resultado.

S2. A diferença? Mudamos duas coisas simples na rotina dele: ajustamos o intervalo entre as séries e mudamos o horário do cardio.

S3. Em poucas semanas, ele começou a ver mais resultados do que nos últimos seis meses!

S4 *Estou pensando... você se interessaria por um workshop onde eu mostro exatamente esses ajustes para definir o abdômen e acelerar os resultados na academia? O que você acha?”*

- **Terapeuta:**

“S1. Uma cliente me contou que, depois que começamos a aplicar algumas técnicas específicas, ela passou a lidar muito melhor com a ansiedade durante os dias mais corridos.

S2. Coisas que antes a deixavam paralisada, agora ela resolve com mais calma, tudo usando uma técnica simples de 5 minutos que aplicamos nas sessões. Isso me fez pensar...

S3. Você se interessaria por aprender essas técnicas rápidas para lidar com a ansiedade que podem ser feitas em qualquer lugar e te ajudam a se sentir no controle, mesmo nos momentos mais tensos? Estou pensando em fazer um mini curso sobre isso.”

- **Mentor de Produtividade:**

“S1. Recentemente, um cliente me contou que estava cansado de passar o dia inteiro ocupado, mas sem ver resultados.

S2. Estava sempre correndo atrás, mas nunca avançava nas metas importantes. Fizemos uma mudança na organização semanal dele, onde ele passou a priorizar uma única tarefa principal por dia.

S3. E em apenas uma semana, o impacto foi gigantesco: mais tempo livre e resultados concretos.

S4. Estou pensando em fazer um workshop focado nessa técnica, onde vou te ensinar como organizar suas semanas com um foco estratégico e priorizar o que realmente importa. Você gostaria de saber mais?”

Essas histórias oferecem uma vitória tangível, algo que faz seu público pensar:

“Eu também quero isso.”

E a **pergunta final** (“Isso te interessa?”) faz com que eles já comecem a se comprometer mentalmente.

2. Confirme a intenção

Depois de 2 ou 3 horas, volte aos stories e **mostre que houve interesse**. A ideia é reforçar que outras pessoas se engajaram com o que você falou, criando prova social e aumentando a expectativa.

Mostre prints de respostas ou mensagens, algo como:

S5. “Olha só o que algumas pessoas disseram sobre o que compartilhei mais cedo... Parece que muitos de vocês também estão em busca de mais produtividade no dia a dia. Isso é incrível! E, pensando nisso, eu decidi fazer workshop, trago as informações logo mais...”

Essa confirmação de interesse faz com que quem ainda não respondeu sinta que pode estar perdendo algo valioso e que mais pessoas estão de olho.

Isso aumenta o desejo.

3. Faça a oferta

Com a expectativa alta, agora é o momento de **lançar a oferta**. Aqui, você precisa ser direto e incluir **urgência e escassez**.

No caso do workshop de stories, você pode dizer algo como:

S6. “Então como prometido, aqui está:

Workshop ultra produtividade

Como fazer mais trabalho na metade do tempo.

O que você vai aprender:

- a) *trabalhar em blocos*

- b) *Realizar 1 tarefa especial por dia*
- c) *xyz..."*

Investimento: R\$ 147.

Mas por 24 horas, estou fazendo uma pré-venda, onde você pode garantir sua vaga com um desconto exclusivo! Pagando apenas R\$ 100

Ah, e os 50 primeiros inscritos ainda vão ganhar uma o meu planner pessoal de planejamento"

Aqui, a urgência ("24 horas") e a escassez ("50 primeiros") jogam a favor, criando um senso de "agora ou nunca".

4. Venda durante 2 ou 3 dias

Continue vendendo o produto pelos próximos 2 ou 3 dias, **mostrando diferentes ângulos da oferta**. Nem todo mundo compra logo de cara, então lembre-os de várias formas sobre o valor da sua oferta.

Jogue pesado com a **urgência**: "Últimas horas para garantir seu lugar com desconto e bônus exclusivo!"

Exemplo:

"Estamos chegando nas últimas horas da pré-venda! Se você ainda não garantiu seu lugar no workshop, agora é a hora! Lembre-se: além do preço exclusivo, os primeiros 50 ainda levam o bônus da mentoria. Não perca essa oportunidade!"

Esse lembrete final empurra quem está indeciso para tomar ação.

Resumo das Etapas do Framework

1. Venda a ideia antes de ofertar

Conte uma história específica e envolvente. Mostre um resultado claro e jogue uma pista do que você vai ensinar. Termine com uma pergunta despretensiosa.

2. Confirme a intenção

Mostre que outras pessoas estão interessadas. Prova social aumenta a expectativa e o desejo.

3. Faça a oferta

Lance a oferta com urgência e escassez. Seja claro sobre os benefícios e por que o público deve agir rápido.

4. Venda durante 2 ou 3 dias

Continue promovendo o produto ao longo de alguns dias, mostrando diferentes aspectos da oferta e reforçando a urgência com o passar do tempo.

Uma sequência completa











