

AULA 5.3.2

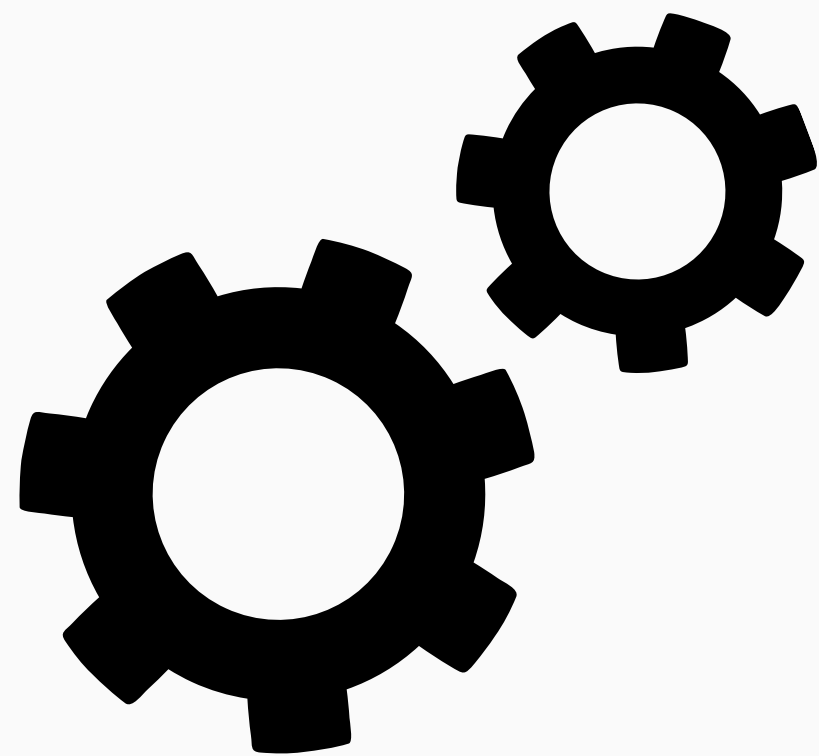
Instagram para arquitetos

AULA 5.3.2

Como usar o Instagram para negócios

growarq

Marketing digital

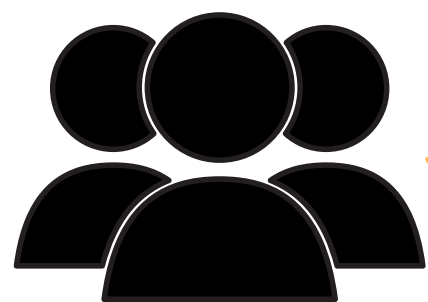


Para começar, algumas curiosidades...

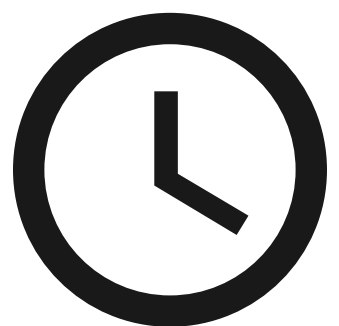


Mike Krieger e Kevin Systrom, os fundadores do **Instagram**. Mark Zuckerberg, CEO e fundador do **Facebook**, anunciou a aquisição do **Instagram**, mídia social com 30 milhões de fotógrafos amadores (ou profissionais) espalhados em todo o mundo.

Hoje, tem 1 bilhão...



Quantos **usuários** do **Instagram** existem no **Brasil** em 2020? O **Brasil** é o terceiro no ranking de mais **usuários** do **Instagram**, perdendo apenas para os Estados Unidos e Índia. O país conta com 69 milhões de **usuários** atualmente, praticamente o dobro do que tinha em 2017.



O **brasileiro** está entre os dois primeiros no ranking da população que fica mais **tempo** nas redes sociais, sendo em **média** mais de 3h30 por **dia**. Da busca por referências à selfie lacradora, a juventude **brasileira** escolheu o **Instagram** como a rede social do momento. 30 de mai. de 2019

Simplicidade x Complexidade

Instagram como hobby

Entretenimento.



Instagram como negócio

O que é necessário?

1. Ter objetivos definidos
2. Construir um posicionamento
3. Conhecer a audiência
4. Entender as regras do jogo
5. Construir um planejamento
6. Executar com consistência
7. Analisar e otimizar

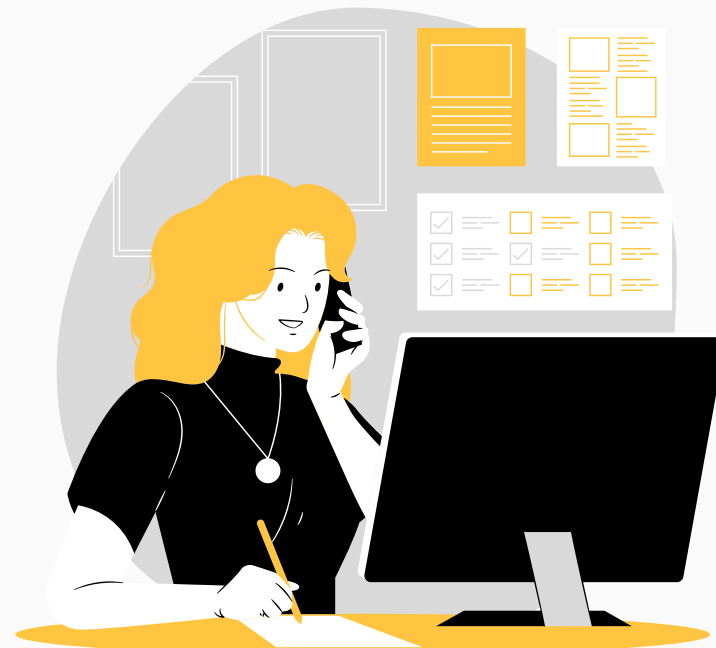


Instagram em #7 etapas

#1. Defina o objetivo

Captar clientes para o meu negócio

- Criar um público alinhado com o meu nicho;
- Desenvolver a minha autoridade junto a esse público;
- Divulgar o meu trabalho e atrair potenciais clientes;
- Criar um relacionamento de forma escalável com o público;
- Transformar potenciais clientes em vendas e/ou contratos fechado\$



#2. Construir um posicionamento

O que é "posicionamento"?

- É a forma pela qual um negócio é reconhecido no mercado.

Exemplos

- > Apple: elegância, sofisticação, minimalismo, alto valor agregado.
- > Renner: variedade ("Você tem seu estilo, a Renner tem todos."), custo benefício.
- > BMW: luxo, potência, imponência.

Por que se posicionar no mercado?

- Diferenciação da concorrência
- Construção de autoridade
- Valorização e reconhecimento do trabalho



#2. Construir um posicionamento

Mas como trazer esse posicionamento para o Instagram?

@kidsarquitetura

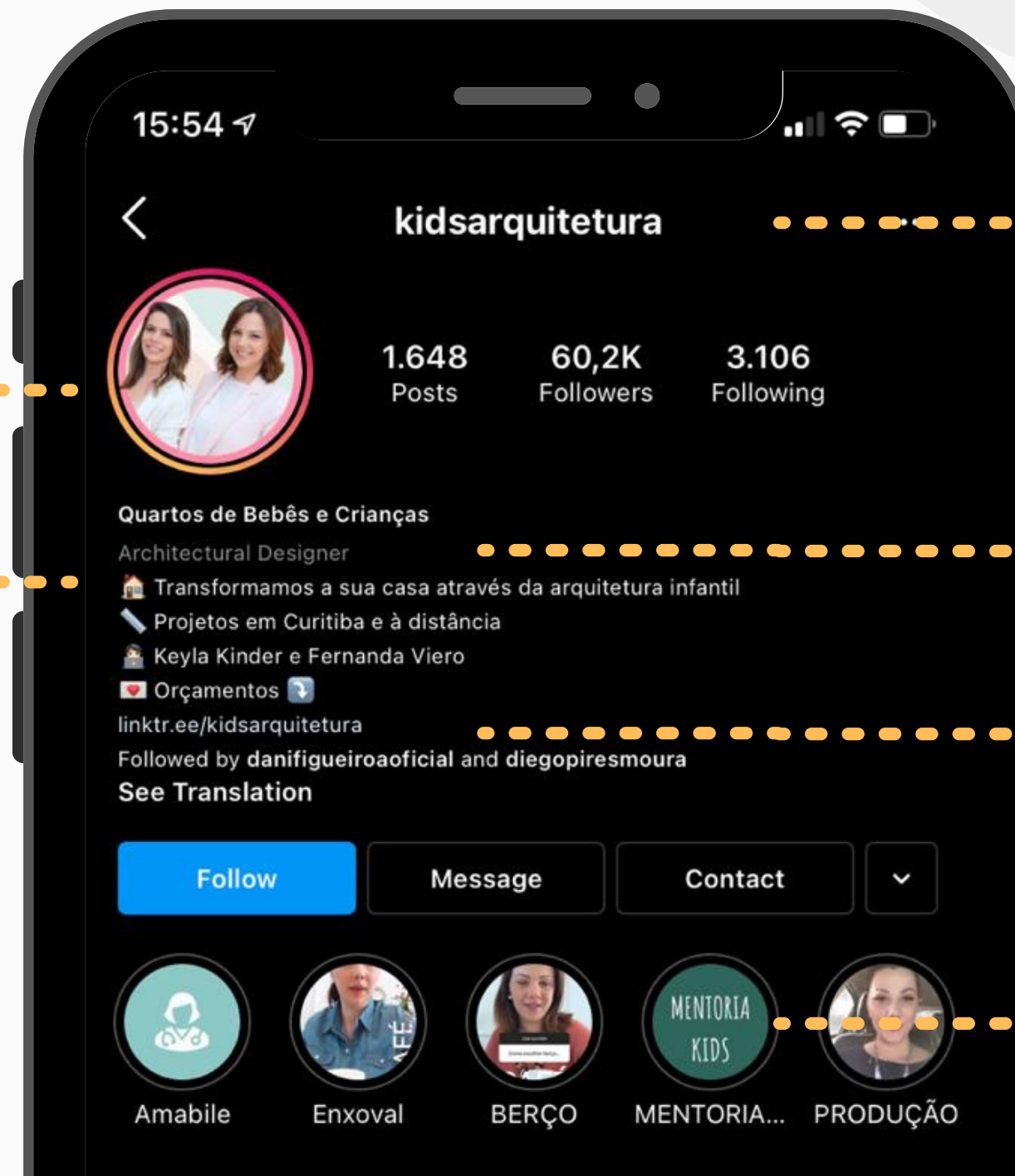
Foto ou logo

BIO

Quem é você?

Qual a transformação que você oferta?

O que você faz? Como?



Marca

Segmentação de mercado

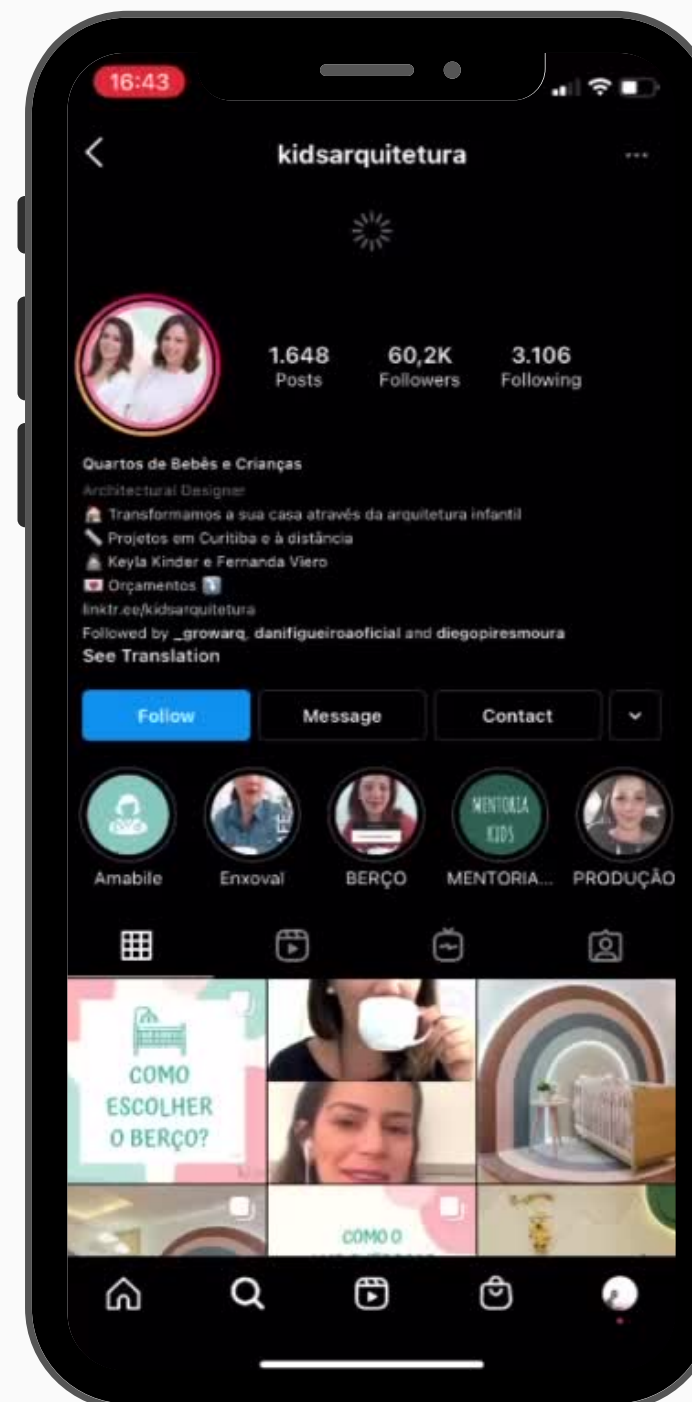
Como contatar (CTA)

Destaques

#2. Construir um posicionamento

Mas como trazer esse posicionamento para o Instagram?

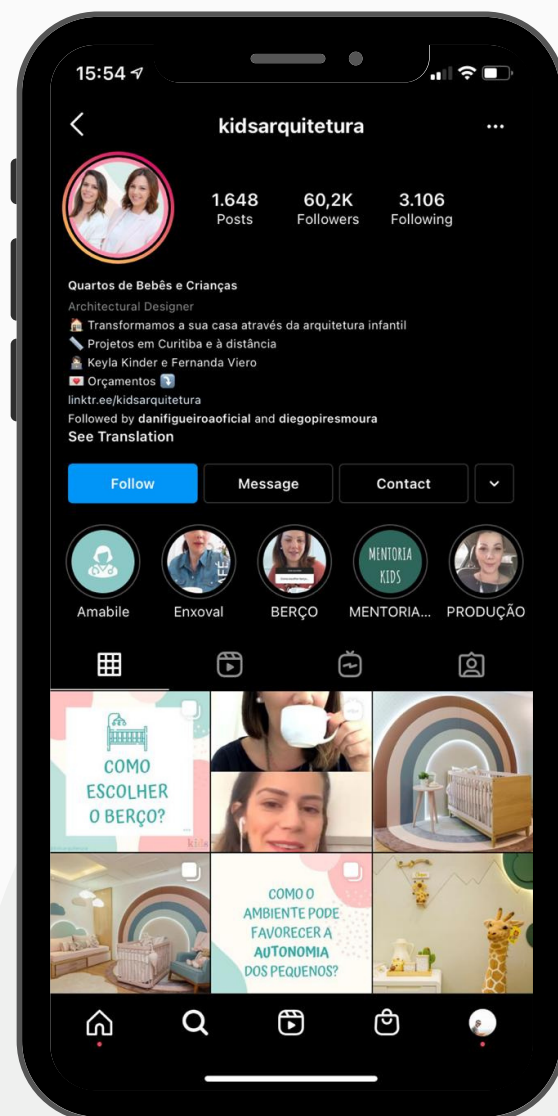
@kidsarquitetura



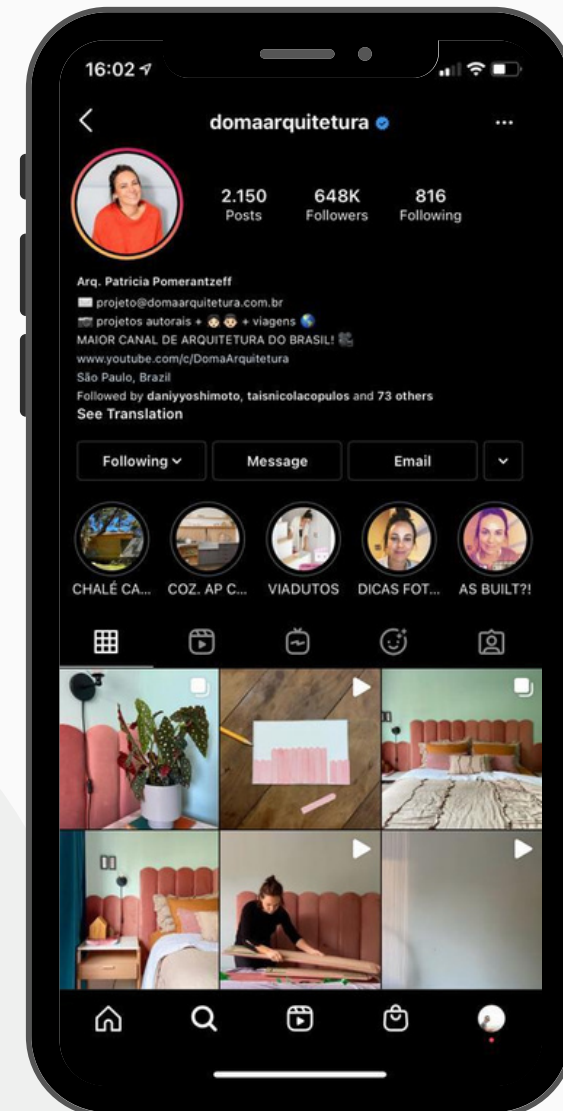
Feed seguindo a mesma
linha de posicionamento
(play)

#2. Construir um posicionamento

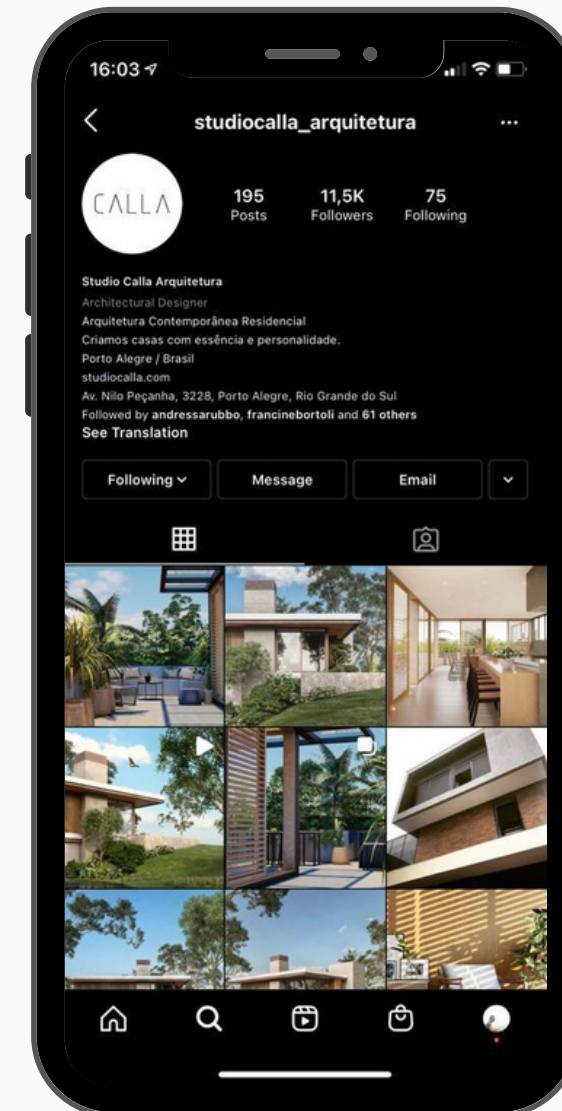
Exemplos:



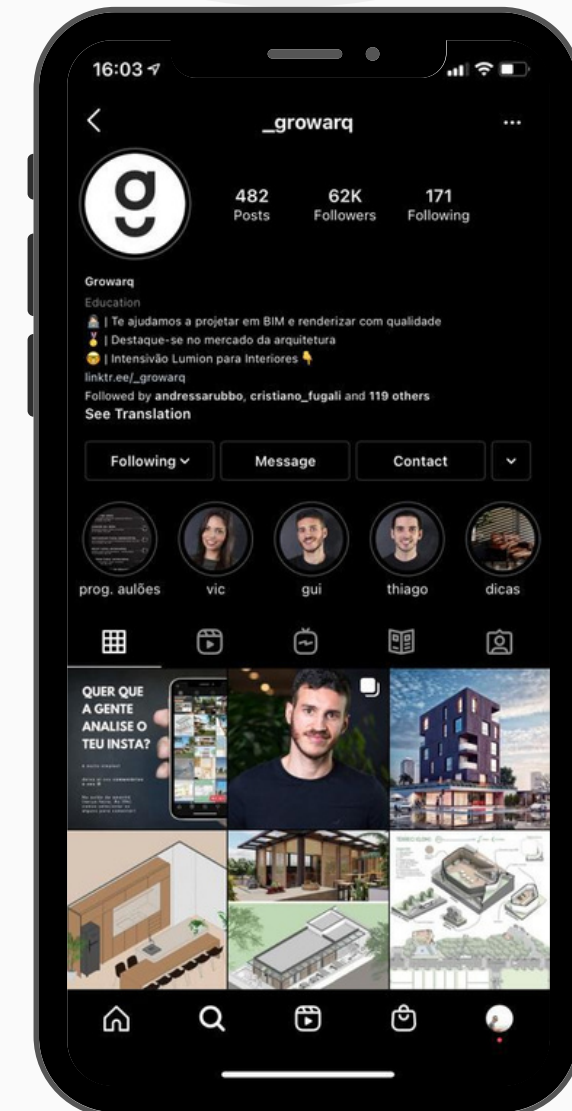
@kidsarquitetura



@domaarquitetura



@studiocalla_arquitetura



@_growarq

#2. Construir um posicionamento

Para isso, renders de qualidade é obrigação!



#3. Conheça a audiência

Saiba com quem você está falando...

- Quem é o seu potencial cliente?
- Quais são as suas dores?
- O que chama a sua atenção?
- O que ele compartilharia com o cônjuge?
- Quais são os seus interesses?
- Como você pode ajudá-lo?



#4. Conheça as regras do jogo

Pessoas que te seguem  Pessoas que recebem o seu conteúdo

A quem o conteúdo é entregue?

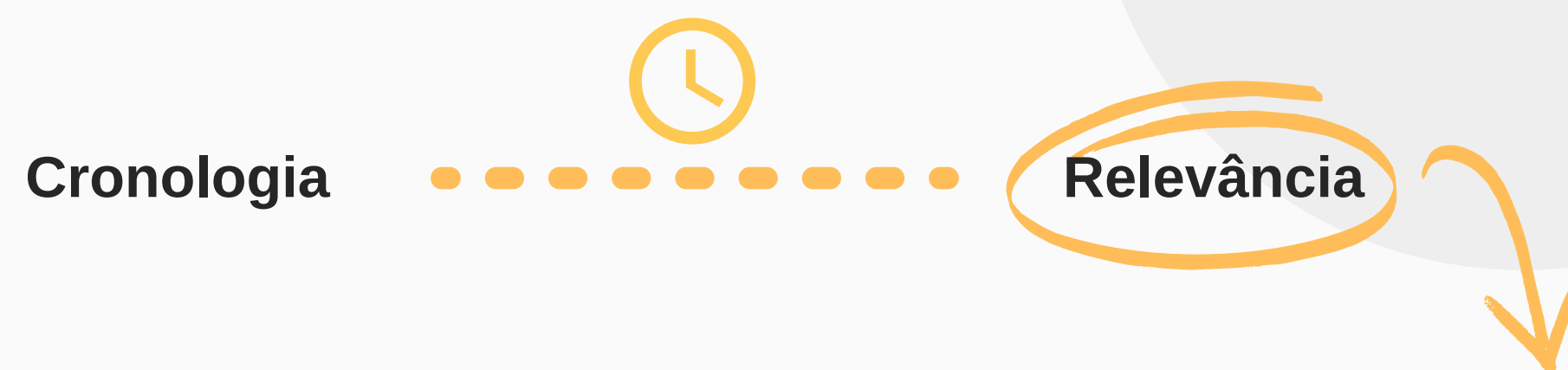
- Aos **seguidores do perfil**;
- A quem pesquisa no **explorar**;
- A quem segue as **hashtags**;
- Aos públicos segmentados no **tráfego pago**.

Como o conteúdo é entregue?

- Feed;
- Stories;
- Reels;
- Explorar;
- Shop.

#4. Conheça as regras do jogo

Como fazer com que o conteúdo seja entregue ao maior número de pessoas possível?



= interesse + recência + relacionamento + tempo de permanência

#4. Conheça as regras do jogo

Na prática...

Lembre-se que na maioria das vezes você não terá mais do que 2 segundos para despertar o interesse!

Para gerar interesse...

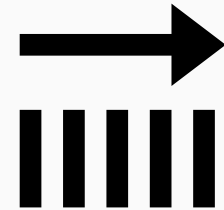
- **chame a atenção**: formato vertical (1080x1350px), cores, qualidade na apresentação
- use **hashtags**: ajudam o Instagram a segmentar o seu conteúdo, possibilidade de entrega para quem busca pelo tema (top-hashtags.com)
- **surpreenda**: por vezes, sair da "caixa" é importante. Surpreenda a sua audiência com postagens inesperadas.
- **desperte curiosidade / desejo**: às vezes é legal entregar apenas um pedacinho do queijo, mantendo a audiência curiosa do que vem pela frente.
- **varie o formato e use as ferramentas** (as pessoas tem comportamentos diferentes): vídeos, carrossel, estáticos, stories, reels... Enquetes, caixinhas de perguntas, etc.



#4. Conheça as regras do jogo

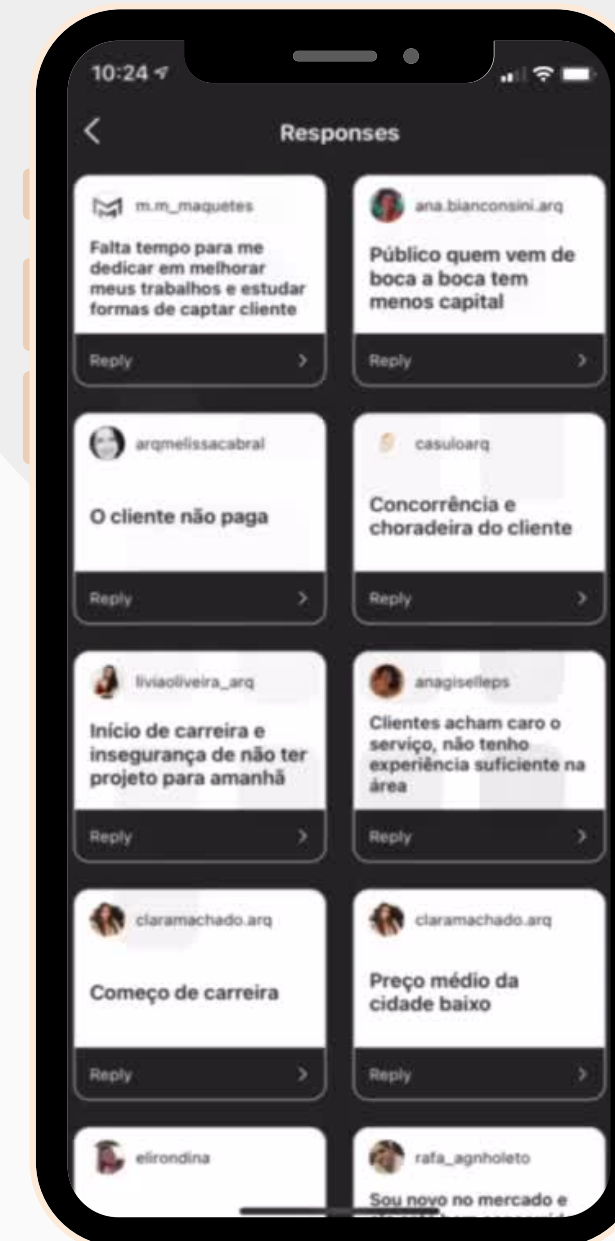
Para gerar recência...

o segredo é consistência.



Dicas:

- Transforme conteúdo em mais conteúdo (ex. caixinha de perguntas, comentários a mensagens da audiência)
- Exploda um conteúdo em vários (ex. um vídeo de renderização pode gerar várias tomadas, um projeto pode gerar vários renders, um modelo BIM pode gerar várias vistas humanizadas)
- Marque clientes nas postagens, incentivando reposts
- Planeje o conteúdo - vamos falar disso daqui a pouquinho!



#4. Conheça as regras do jogo

Para gerar relacionamento...

trate a sua audiência com carinho.

- Se mostre interessado às suas demandas;
- Responda as perguntas (muitas vezes com outras perguntas);
- Interaja em todos os meios oferecidos pela plataforma.

Dicas:

- Deixe um CTA (*call to action*) na postagem.
- Responda os primeiros comentários de maneira rápida, de modo a inflar o post e gerar o "efeito manada"!

#4. Conheça as regras do jogo

Para gerar tempo de permanência...

conteúdos com alta taxa de retenção:

- Dicas carrossel;
- Vídeos;
- Copy elaborada (explicação, história, etc.);
- Stories com uma sequência cronológica (colocar headlines);
- Timelapse.

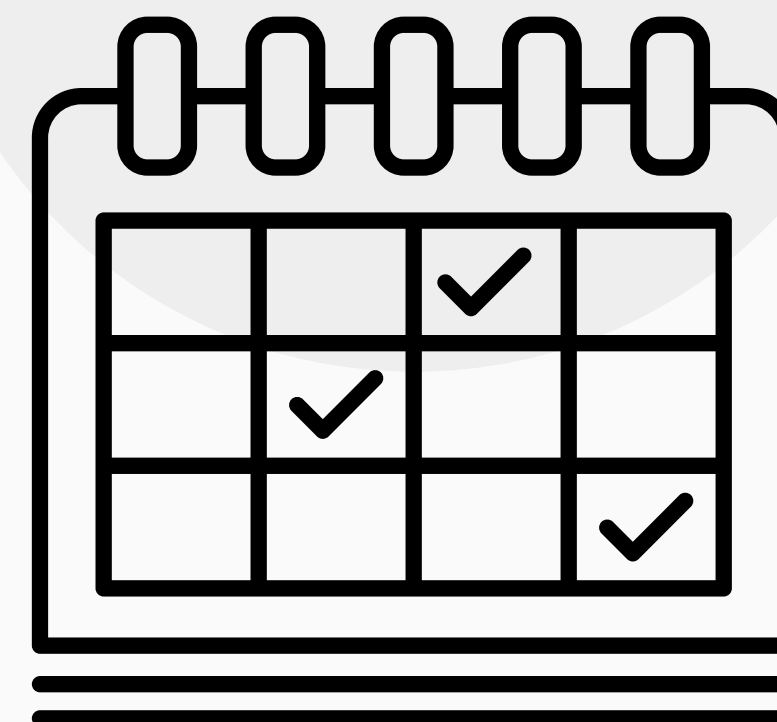
#5. Construa um planejamento

Crie uma planilha com os seguintes dados:

- Todos os dias da semana e do mês
- Qual a frequência de postagem mínima
- O que será postado em cada dia
- Performance de cada post (salvamentos, compartilhamentos, comentários, curtidas).
- Orçamento e como ele será dividido (se houver)
- Quais as suas metas ao final do desafio (número de contatos, pedidos de orçamentos, vendas, etc.)

Dica de linha editorial:

- Feed: resultados (render, vídeo, render + planta humanizada / perspectivada, fotos obra), publicações, bastidores - porém devidamente enquadrados
- Stories: bastidores, dicas, enquetes, resposta de dúvidas
- Anúncios: vídeos mostrando o problema + solução, resultados



#6. Execute com consistência

Se desafie!

Por quantos dias você está disposto a cumprir o que planejou a si mesmo?



#7. Analise e otimize

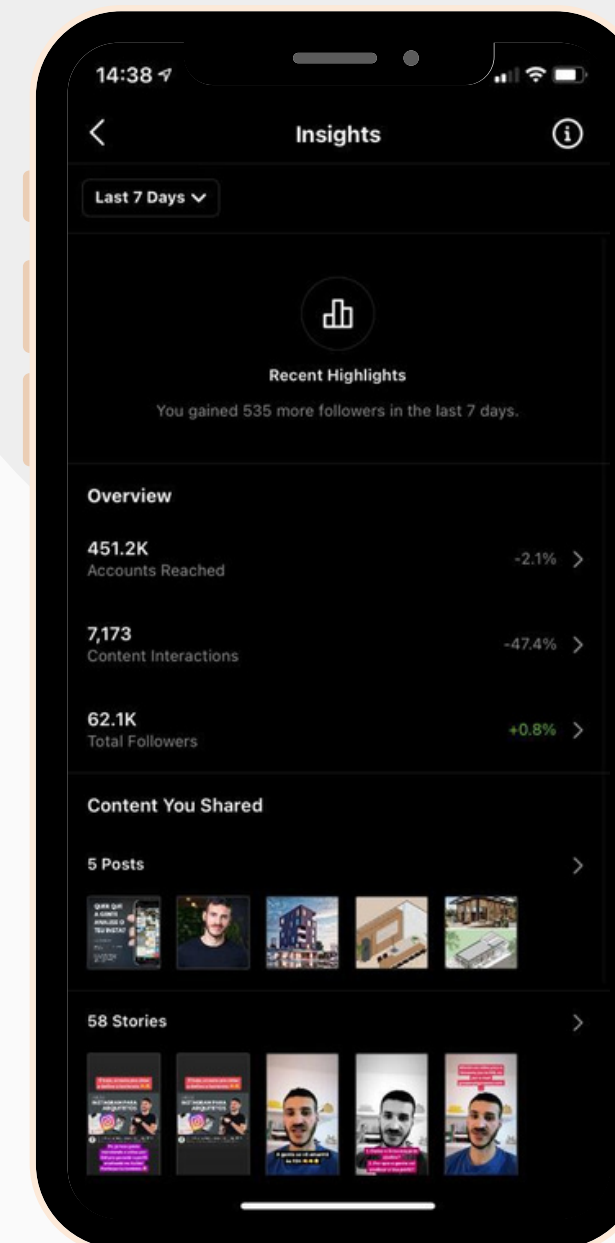
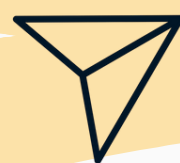
Tudo o que pode ser medido pode ser melhorado.

Com os *insights* do Instagram, você pode analisar:

- número de contas que alcançou no período, inclusive por publicação (tanto de stories como de feed)
- número de interações (curtidas, comentários, salvamentos, compartilhamentos, respostas aos stories)
- número de seguidores conquistados, inclusive com dados demográficos (local, idade, gênero), com os dias e horários mais movimentados
- desempenho das publicações individualmente.

Dica - relevância para a plataforma

DM



E para converter isso em vendas?

Precisamos fazer com que o conteúdo certo chegue na pessoa certa.

Infelizmente, o Instagram está limitando cada vez mais a distribuição orgânica de conteúdo. É aí que entra o tráfego pago, podendo ser feito pelo botão "impulsionar" ou pelo Gerenciador de Anúncios.

growarq