

Mentoria SMM



**CAROLINA
LUCCHETTI**

Aula 06

Instagram



O que será discutido **NA AULA?**

Nessa aula vamos aprender sobre **Instagram**.

Abordando alguns princípios e funcionalidades presentes nessa ferramenta tão importante.

O INSTAGRAM PARA SOCIAL MEDIA



Na nossa profissão

O social media precisa estar em constante atualização sobre o funcionamento do instagram. Isso agrega muito valor ao trabalho, sendo possível inclusive oferecer alguns bônus dentro do pacote de serviços.

Foi exatamente o que eu fiz criando o **Manual do Instagram**, onde eu respondo as principais dúvidas que recebo. Você pode se inspirar e personalizar esse bônus de acordo com a sua realidade.



COMO FUNCIONA O INSTAGRAM

A ferramenta

O Instagram é uma rede social. **Sua base é o relacionamento.** Por esse motivo podemos observar o quanto o nosso engajamento melhora quando compartilhamos nossa vida pessoal. Por exemplo, fotos de viagens, comida, filhos, rotina.

Por isso é importante humanizar a nossa marca e incluir na linha editorial esse conteúdo mais leve, para gerar aproximação e identificação com o público.

Para as pessoas mais reservadas e que não se sentem tão à vontade para aparecer diante das câmeras, uma excelente ideia é mostrar bastidores, séries, filmes, estudos, rotinas em geral.



O QUE É ENGAJAMENTO

Definição

Engajamento nada mais é do que **interação**.

E existem várias formas de interação: curtidas, comentários, encaminhamentos, votos em enquetes, respostas de caixinhas, respostas nos stories.

O engajamento é muito importante para que o Instagram entenda que o seu conteúdo está sendo relevante para as pessoas e entregue cada vez mais.

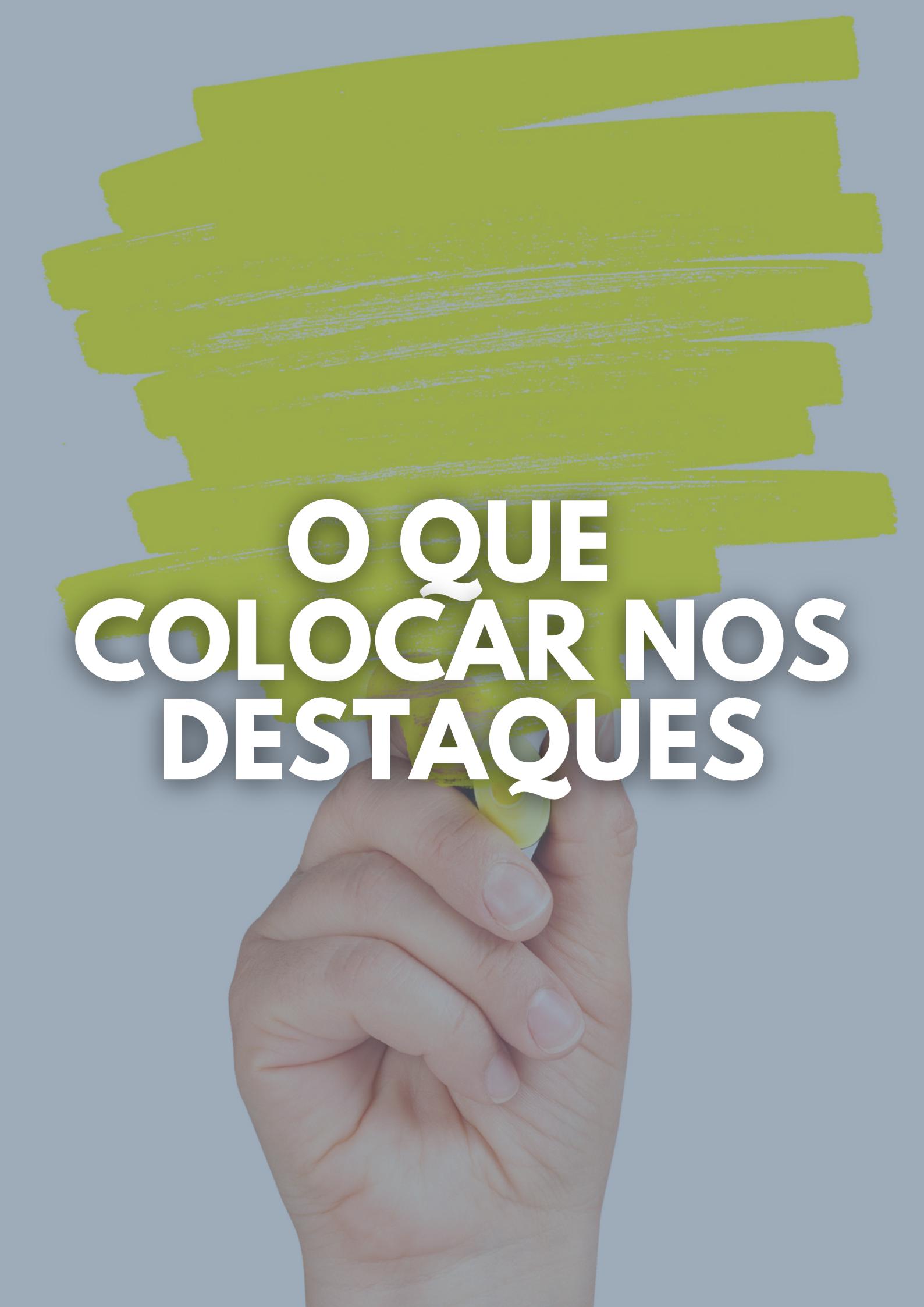
WHO
ARE
BIO
YOU?

A Bio é o nosso **cartão de visitas**. É a primeira impressão que o público tem de você. É a maneira mais rápida das pessoas entenderem o que elas encontrarão no seu perfil e como você poderá ajudá-las.

Para isso recomendo 3 pontos fundamentais em uma BIO:

- O que você faz;
- Conquistas;
- Contato;

Além disso, adicione emojis que fazem sentido com cada uma dessas descrições. Isso a tornará visualmente mais interessante.



O QUE
COLOCAR NOS
DESTAQUES

DESTAQUES

Recomendo que todo perfil tenha pelo menos esses **3 elementos** nos destaques:

- Serviço ou produto com as especificações de preços;
- Sua história ou a da sua marca;
- Feedbacks de clientes ou mensagens legais que tenha recebido;

Atenção: Como o próprio nome diz o destaque serve para “destacar”. Se tudo vai para o destaque, nada de fato será destacado.

Além dos que foram citados acima, outros temas opcionais podem complementar. Como por exemplo:

- Comece aqui, que é como um guia para as pessoas que acabaram de chegar no perfil;
- Na mídia, para quem teve alguma divulgação relevante do seu trabalho;

A person with long brown hair tied back is holding a black smartphone in their right hand. They are looking at the screen, which displays a circular frame. In front of the phone, a round, dark-framed mirror reflects the person's face. The background is a plain, light-colored wall.

**COMO DEVE SER
A FOTO DO
PERFIL?**

Para uma boa foto do perfil, listei 5 itens importantes que devemos ter atenção:

- Fundo liso: Cor neutro ou da sua marca;
- Boa iluminação;
- Rosto próximo e visível;
- Maquiagem que você sempre usa;
- Roupa adequada para o seu trabalho;



NÚMEROS DE
SEGUIDORES
IMPORTA?

Pouco importa se você tem uma base grande de seguidores mas que não são engajados e não se relacionam com você. Por isso, esse é um dos aspectos menos importantes.

Leve em consideração **o que você representa para essas pessoas**.

Falando de números e trazendo o exemplo de casa, o faturamento do mês passado passou de R\$ 20.000,00 com 1.749 seguidores no meu perfil.

Ou seja, **o que vale é o relacionamento. Se preocupe e cuide de quem já está lá no seu perfil.**

MÉTRICAS



As métricas

Uma métrica nada mais é que **uma medida que serve para avaliar os resultados** de um processo, uma ação ou estratégia.

O Instagram disponibiliza esses dados para que sejam mensurados e assim possamos analisar o que está dando certo e o que precisa melhorar.

Nos posts de feed:

- Curtidas, comentários, compartilhamentos, salvamentos;
- Visão geral:
 - Contas alcançadas: Quantas pessoas viram seu post e te seguem e quantas não te seguem;
 - Impressões: Quantas vezes seu post foi visto;
 - Interações com conteúdo: Curtidas, comentários, salvamentos e compartilhamentos;
 - Atividades do perfil: visitas ao perfil, começaram a seguir, toques em botões

O que significa cada uma

Vamos aprender o significado de cada uma.

- **Alcance:** quantas contas viram o seu perfil;
- **Impressões:** quantas vezes seu conteúdo foi visto;

Além disso, conseguimos visualizar diversas informações das atividades do perfil: onde está o seu público, faixa etária, gênero, quem está te seguindo ou não, posts mais relevantes, stories mais relevantes, reels que tiveram mais visualizações, quantas pessoas acessaram o perfil, acesso a botões e links que estiverem ativos.

Contas com engajamento: Aqui é onde visualizamos as interações com os conteúdos. Importante para visualizar quais foram mais relevantes e o tipo de interação de cada um.

Cada bloco de informações traz diversos dados do seu público de maneira bem detalhada. Proporcionando uma análise bem profunda da sua estratégia. Do que está funcionando e do que precisa ser ajustado.

Importante: Para visualizar cada métrica, pelo seu celular, na página inicial do Instagram basta clicar na aba Insights.

Outros recursos

Na página inicial do seu perfil, clicando na opção “Painel profissional”, são apresentados outros recursos opcionais: Promover publicação, conteúdo de marca (mais usado para influencers) e respostas salvas (bom recurso para quem tem um fluxo muito alto de mensagens, como lojas por exemplo).

Lembrete: Recomendo que utilizem o tipo de conta “Conta comercial” para que tenham disponíveis todos esses recursos.



FORMATOS DE POST

O Instagram permite alguns formatos diferentes de post:

- Estático: apenas uma foto ou arte + legenda;
- Carrossel: sequência com várias páginas (o seguidor vai deslizando na tela para visualizar as outras páginas);
- Vídeos: até 1 minuto (ficam no feed) e mais do que isso ficam no antigo formato IGTV;
- Reels: vídeos de 15 a 60 segundos (inspiração do Tik Tok);
- Lives: vídeos ao vivo;
- Stories: vídeos ou fotos que somem em 24 horas;

Importante: Para ficar sempre na frente da fila dos stories esteja presente em momentos diferentes ao longo do dia. Por exemplo: 4 stories de manhã, 4 à tarde e 4 à noite. Por conta da interação, tenha muito cuidado com os stories da manhã, que são os mais importantes. Ele que levará a pessoa decidir se valerá a pena te acompanhar pelo restante do dia.

Boas práticas: Stories

O storie é uma excelente forma de gerar aproximação com a audiência e por isso trouxe algumas recomendações:

- Legendar os stories ou criar pelo menos um resumo do que será tratado;
- Vá direto ao ponto. Fale rápido e de forma clara;
- Traga dinâmica para esse formato, varie entre fotos, vídeos, prints;
- Dependendo do conteúdo, músicas podem ficar legais;
- Não se esqueça de limpar a câmera antes da gravação;
- Atenção com excesso de filtros, falta de contraste do texto, barulhos externos e templates muito carregados;

A woman with short dark hair, wearing a grey sleeveless top and dark shorts, is climbing a tall, weathered wooden ladder. She is seen from behind, holding onto the rungs with both hands and her feet. The ladder stands vertically against a solid teal background. In the bottom right corner, a small portion of another person's arm and hand is visible, also reaching up towards the ladder.

DESAFIO

Para colocar em prática tudo que aprendemos temos o nosso desafio:

- Ter conta comercial;
- Arrumar a bio;
- Organizar os destaques;
- Arrasar na foto do perfil;
- 1 post estático e 1 carrossel;
- Personalizar o bônus das suas clientes;
- Criar um ritual da manhã;

CAROLINA LUCCHETTI

