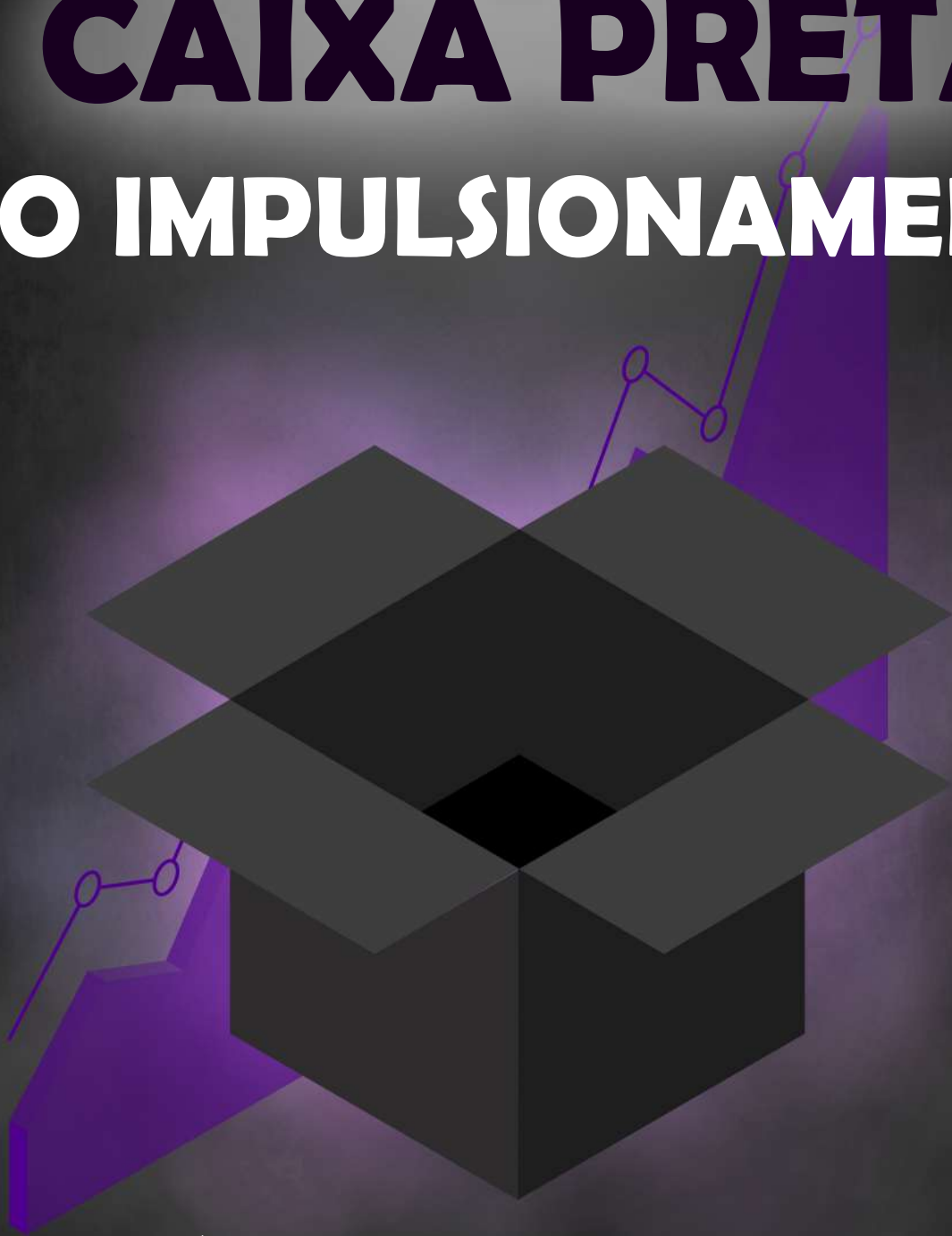


A CAIXA PRETA DO IMPULSIONAMENTO



**USANDO ANÚNCIOS
PATROCINADOS PARA
CRESCER SEUS PERFIS
NAS MÍDIAS SOCIAIS**



@ddiasmatt

Já que vamos falar sobre Instagram, você pode seguir o meu perfil para ter acesso a mais conteúdo.

Antes de começar, quero fazer uma breve apresentação.

Sou o Mateus Dias e vivo exclusivamente de negócios digitais há 2 anos.

Apesar de eu já estar envolvido com a internet há muito mais tempo, só fui capaz de colher os resultados nos últimos 2 anos. *Como assim, Mateus? Demora tanto assim pra ter resultados na internet?* Na verdade, não, eu só não estava seguindo uma estratégia, além de estar fazendo as coisas da maneira errada.

Mas, que bom que você me encontrou! Assim posso compartilhar com você tudo o que aprendi e tudo o que fiz para destravar meus resultados no mundo digital.

Caso queira saber mais sobre os métodos que usei para conseguir ter resultados consistentes pela internet todos os dias, você pode conhecer o meu treinamento: **Método LTV**. Lá dentro eu mostro os bastidores de tudo o que fiz e faço e que me dá muito resultado na internet.

Nesse e-book vou compartilhar com você os segredos dos anúncios patrocinados para o engajamento do Instagram. Por consequência, você terá um aumento de seguidores no seu perfil.

Mas, afinal, o que são anúncios patrocinados?

A menos que viva no meio da floresta e sem internet, você provavelmente vê diariamente centenas de anúncios dentro das redes sociais.

Cada anúncio tem um objetivo específico. Por exemplo, fazer com que você compre um produto, contrate um serviço, visite um site ou blog, assista um vídeo, siga um perfil e por aí vai.

Sei que ninguém gosta de ver anúncios, até eu mesmo fico extremamente irritado quando sou interrompido por eles.

Mas, nesse mundo, só temos 2 opções, até o momento: continuar reclamando e passando raiva com os anúncios (porque a previsão é só aumentar) ou usar essas ferramentas a nosso favor.

É isso o que vou te ensinar nesse e-book. Aqui você vai aprender a impulsionar suas publicações do Instagram para gerar mais engajamento e ganhar mais seguidores.

Hoje em dia, isso é chamado de *tráfego pago*, e esses anúncios têm como principal objetivo levar as pessoas até a página desejada.

Então, pra resumir, vamos pagar ao Instagram para que ele mostre suas postagens a quem talvez possa se interessar pelo tipo de conteúdo que você produz.

Essa técnica, combinada com os truques do **Insta Magnético**, podem explodir o alcance das suas mídias sociais em poucas semanas.

O QUE É TRÁFEGO PAGO?

Como já te dei um resumo antes, *tráfego pago* é literalmente pagar uma plataforma para mostrar uma foto ou vídeo seu a quem talvez tenha interesse no seu conteúdo.

Existem várias maneiras de fazer esse tipo de anúncio, e também várias plataformas. As principais delas são o Google e o Facebook. Nesse caso, vamos usar o impulsionamento de publicações do Facebook para atrair pessoas para o seu perfil.

QUANDO NÃO FAZER?

A maneira que vou te ensinar na prática nesse livro é ideal para gerar visitantes no seu perfil do Instagram. Até agora, essa é a melhor maneira de atrair pessoas interessadas para lá.

Esse método é até mesmo mais eficiente do que as maneiras tradicionais, visto que você vai pagar para o Instagram distribuir o seu conteúdo. Ele vai priorizar as suas postagens, ao invés dos posts de pessoas que não estão pagando.

Aqui eu vou abrir um parêntese bem grande. A função do impulsionamento é levar o máximo de pessoas possível a visitar o seu perfil. Porém, a decisão de querer te seguir ou não é exclusivamente do visitante.

Existem alguns fatores que influenciam diretamente nisso, como por exemplo:

- Qualidade do conteúdo do perfil
- Qualidade das postagens
- Organização do feed

- Frequência nas suas postagens
- Postar stories
- O interesse do visitante no seu assunto

Além disso, essas técnicas são totalmente direcionadas ao crescimento do perfil, não são nada eficientes para a venda direta de produtos.

Para vender produtos, precisamos fazer os impulsionamentos através do *Gerenciador de Negócios* dentro do Facebook. Não que não seja possível vender dessa maneira, ela só não é a mais eficiente.

O Gerenciador de Negócios do Facebook possui ferramentas exclusivas e otimizadas para a venda. Portanto, não recomendo usar a técnica de impulsionamento para venda direta.

Eu ensino tudo sobre esse tipo de venda dentro do meu treinamento chamado **Método LTV**. Dentro desse treinamento, eu mostro o passo a passo para ter seu próprio Gerenciador de Negócios, criar suas próprias campanhas de anúncios totalmente otimizadas para a venda. Esse módulo sobre tráfego pago e anúncios para venda é apenas um dos módulos desse treinamento, cujo

principal objetivo é te ensinar o passo a passo para construir um funil de vendas altamente lucrativo.

Se você está buscando vender produtos ou serviços, eu recomendo muito que você conheça mais sobre os funis de produtos e de vendas que eu ensino dentro desse treinamento. Você pode apertar aqui para saber mais.

COISAS QUE VOCÊ PRECISA SABER ANTES DE COMEÇAR

Vamos lá: existem algumas regras aqui que você precisa seguir para não torrar dinheiro à toa.

REGRA#1 – PUBLICAÇÕES RUINS SEMPRE SERÃO RUINS

Essa regra é extremamente importante. Ela diz que publicações ruins sempre serão ruins, mesmo que você coloque dinheiro em impulsionamento. Isso liga um alerta: você nunca deve impulsionar uma publicação que teve um péssimo desempenho orgânico.

Se o Instagram não entregou sua postagem sem impulsionamento, também não vai entregar injetando dinheiro. Desrespeite essa regra e você vai literalmente estar queimando dinheiro sem ter qualquer resultado.

Vou te mostrar, mais pra frente, que você só deve impulsionar uma publicação que já teve um excelente desempenho mesmo sem injetar dinheiro.

REGRA#2 – NÃO IMPULSIONE CONTEÚDOS PROIBIDOS

Todos os anúncios patrocinados estão sujeitos às regras do Facebook.

A partir de hoje, você tem como missão ler constantemente as políticas de anúncios da plataforma [através desse link](#).

Existem algumas coisas que o Instagram permite que você poste no seu feed e que são passíveis de banimento quando viram anúncios.

Além disso, o Facebook está constantemente atualizando essas regras, portanto, você precisa sempre se atualizar sobre o que pode e o que não pode ser anunciado.

Se você desrespeitar as regras do Facebook, perde seu direito à publicidade, ou seja, você nunca mais vai poder criar um anúncio dentro da plataforma, e eu acredito que isso seja o mesmo que perder o seu perfil.

Novamente, leia com atenção cada política do Facebook sobre anúncios não permitidos para não correr esse risco. Aqui vão alguns exemplos de conteúdos proibidos pela plataforma:

Fotos de nudez ou seminudez: Envolve exposição da barriga e partes acima da coxa. Não se engane, o Facebook pode identificar facilmente esse tipo de foto com seus algoritmos.

Fotos de *antes e depois*: Principalmente em nichos de emagrecimento, fotos de antes e depois são odiadas pelo Facebook. Apesar de serem permitidos no feed, os algoritmos bloqueiam esses conteúdos quando

anunciados. Portanto, não impulse esse tipo de conteúdo.

Uso de drogas ou bebidas: O Facebook possui restrições bem claras quanto a anúncios que exponham o uso de drogas e bebidas. Não divulgue esse tipo de conteúdo através do impulsionamento.

Remédios e encapsulados: Não é permitido qualquer tipo de anúncio que exponha remédios ou encapsulados. Não corra o risco de perder a sua conta, portanto, não impulse esse tipo de conteúdo.

Indicação direta de raça, orientação sexual ou atributos físicos: O Facebook não permite anúncios com atribuição direta a raça, etnia, orientação sexual ou atributos físicos. Por exemplo, você não pode incluir na legenda da foto ou vídeo, ou até mesmo no próprio conteúdo do post, frases como: “*Negros assim como você...*”, “*Encontrar outros gays...*” ou ainda “*Se você é cadeirante...*”.

Esse tópico é um pouco mais difícil de entender, mas basicamente você não pode indicar no seu post que você

sabe que seu seguidor possui certos aspectos físicos, orientação sexual ou raça e etnia.

Uma maneira de contornar essa política, mas continuar dentro das normas, é seguir a ideia desses exemplos:

- ✓ *“Encontre solteiros negros hoje”, ou ainda:*
- ✓ *“Um encontro mensal de pessoas trans e simpatizantes”.*

Perceba que nos exemplos que citei antes, deixei subentendido que conhecia os atributos pessoais do seguidor. Já nos casos permitidos, isso fica bem claro.

Postagens que induzem ao erro: Nesse caso entram posts que induzem o seguidor ao erro. Por exemplo, uma foto com um botão falso, ou um print de um vídeo que não pode ser executado.

Ainda existem outros temas que o Facebook proíbe em seus anúncios, como: conteúdo adulto, malwares, vendas de partes do corpo, desencorajar qualquer tipo de vacinação, palavrões e linguagem ofensiva, armas ou explosivos, etc. Essas e mais regras você encontra nas políticas de publicidade do Facebook.

No geral, são assuntos não éticos, nocivos para a sua conta, como uso de armas e explosivos, drogas e conteúdo sexual, mas sempre vale a pena rever os termos antes de qualquer impulsionamento. O Facebook tende a ser bem rígido nessas regras.

REGRA#3 – VOCÊ PRECISA PAGAR PELO QUE GASTAR

Isso é meio óbvio, mas vou ter que citar para deixar claro: todos os anúncios patrocinados que você criar são acumulados na sua conta para serem pagos via boleto ou cartão de crédito.

Caso você anuncie e não faça o pagamento, o Facebook desativa automaticamente a sua conta. Então, minha recomendação é que você deixe o débito automático no cartão de crédito para não correr esses riscos.

PASSO#1 – CONTA *BUSINESS* OU *CREATOR*.

A primeira coisa que você precisa fazer para começar a bombar o seu Instagram é fazer a mudança de

conta pessoal para conta empresarial ou criador de conteúdo.

Mateus, qual devo escolher?

Aqui vai meu hack: se você pretende vender qualquer tipo de produto ou serviço, como mentorias, cursos, e-books ou produtos físicos, recomendo utilizar a conta business. Uma das vantagens é conseguir criar públicos que se envolveram com suas publicações. Se você não sabe o que é isso, não tem problema, é assunto para o **Método LTV**.

Agora, se você pretende seguir como influenciador digital e vender espaços publicitários como menções, stories ou posts no feed, você pode optar por usar a conta de *criador de conteúdo*.

Mas, o importante é que antes você precisa estar com um desses dois modos ativos. Além do mais, você pode alterar entre os dois tipos futuramente, caso precise.

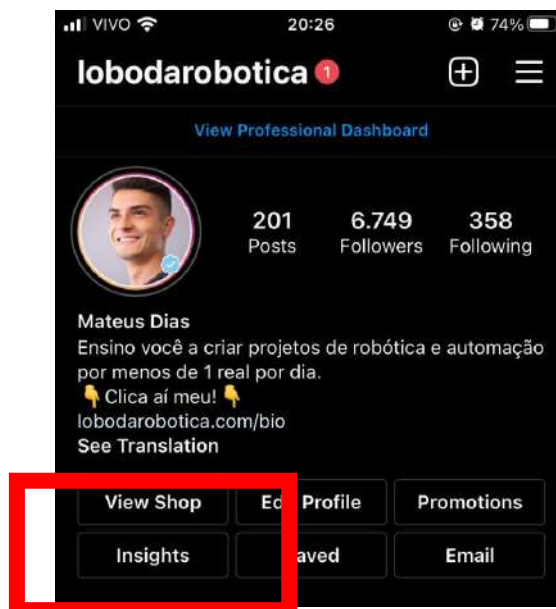
PASSO#2 – ANÁLISE DO QUE JÁ FUNCIONA

Não pule esse passo! Essa etapa consiste em analisar o que deu certo nos últimos 7 dias e nos últimos 30 dias dentro do seu perfil.

Eu falo muito sobre isso dentro do **Insta Magnético**, que é analisar o que está dando certo e multiplicar.

Vou pegar um dos meus perfis como exemplo.

Assim que você estiver com uma conta *business*, ou *creator* disponível, terá acesso a uma aba chamada *Insights*, como mostra a Imagem 1.

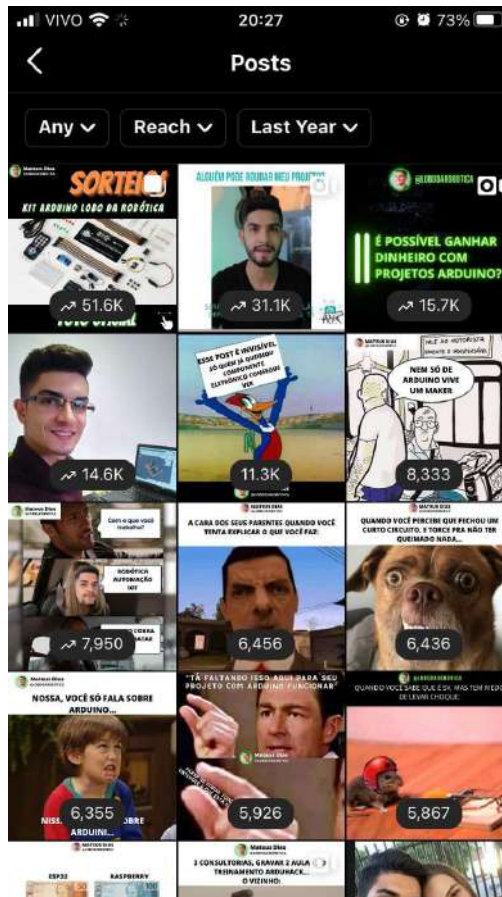


Essa aba te dá acesso a muitas informações valiosíssimas do seu perfil, como:

- Perfil dos seus seguidores, como idade, sexo e localização

- Alcance das suas publicações
- Publicações com maiores engajamentos

Dentro da aba *posts*, você tem acesso à visualização das suas melhores postagens, como mostra a Imagem 2.



Perceba que as postagens estão organizadas em ordem decrescente de alcance, ou seja, as que aparecem primeiro foram as que tiveram o maior alcance no período, assim como as que estão mais abaixo e tiveram um menor alcance no mesmo período.

Recomendo analisar os últimos 7 e 30 dias. São os prazos mais importantes.

PASSO#3 – ESCOLHENDO O POST A SER IMPULSIONADO

Mas, Mateus, qual dessas postagens eu devo impulsionar?

Vamos fazer as análises das melhores postagens.

PONTO#1

Antes de tudo, você precisa obviamente de uma postagem que teve um alcance maior do que as demais. Isso significa que o Instagram gostou de mostrar esses posts para as pessoas.

O Instagram tem os seus motivos para gostar mais de um post do que de outros, e esses motivos nós ainda não conhecemos, mas é assim que as coisas funcionam.

Então, precisamos entender do que o Instagram gosta para amplificar os resultados.

PONTO#2

Nos meus testes e pesquisas com diversos perfis de diversos nichos diferentes, notei um certo padrão. Algumas postagens com alguns pontos em comum se destacavam mais do que outras. Você pode usar esses pontos como base para escolher um post para impulsionar.

- História de superação
- Ponto de dificuldade na jornada
- Meme ou sarcasmo com algum assunto da área
- Informações relevantes, mas controversas
- Informações extremamente óbvias
- Ponto da virada
- Fotos de *lifestyle* como fotos na praia, fotos de esportes radicais
- Fotos e vídeos de relacionamentos.

Esses são alguns pontos que costumam viralizar mais do que os outros. Vamos entrar mais a fundo em cada um.

HISTÓRIA DE SUPERAÇÃO.

É bem comum estes posts ganharem notoriedade dentro da aba *Explorar*. São postagens que geralmente mostram o que você é e o que você teve que passar para chegar até onde está agora.

Esse tipo de post gera muita conexão com seus seguidores e é por isso que costumam engajar mais.

PONTO DE DIFICULDADE

Parecido com a história de superação, o ponto de dificuldade geralmente mostra um ponto específico da sua história, quando você passou por algum problema.

Nesse caso, o ponto é extremamente específico e geralmente acompanhado de uma foto do momento.

Algumas postagens que analisei recentemente me chamaram bastante a atenção: eram posts de pessoas que são bem sucedidas hoje e que têm como objetivo passar essa mensagem para os seus seguidores.

As imagens que viralizaram mostravam alguns momentos em datas comemorativas, quando esses empreendedores estavam trabalhando.

Uma imagem bem específica que se destacou foi uma foto desse empreendedor dormindo debaixo da mesa às 3h da tarde, quase entrando em estado de *burnout* por ter trabalhado os dois dias anteriores sem parar.

Lógico que isso não é nada saudável para a saúde das pessoas, mas o que estamos analisando aqui é o motivo pelo qual esse post viralizou.

Essa foto, acompanhada de uma legenda bonita, teve um alcance viral na audiência desse perfil, o que o fez ganhar muitos seguidores. Ela mostrava um ponto de dificuldade que essa pessoa passou para chegar aonde chegou. Sabe-se lá por qual motivo, as pessoas engajaram absurdamente com esse post e, por consequência, o Instagram o mostrou para muita gente.

MEME OU SARCASMO

Esse caso é bem simples: são posts em formato de meme, contendo alguma zoação ou sarcasmo sobre a sua área. Sem muito segredo, você pode inclusive buscar ideias em perfis de entretenimento.

Esse tipo de post tende a funcionar muito bem, porém, não é recomendado utilizar demais esse artifício para não atrair um público que só busca entretenimento. Eu explico isso dentro do *Insta Magnético*.

INFORMAÇÕES RELEVANTES, MAS CONTROVERSAS

Eu falo bastante sobre a controvérsia dentro do livro **Insta Magnético** e explico também porque esse tipo de postagem tende a ter um bom alcance.

Esses posts despertam uma pergunta na cabeça da sua audiência. Algo como: *“Ué... Como assim???”* ou *“Do que é que ele está falando? Isso não faz o menor sentido”*.

Vou citar alguns exemplos aqui, bem exagerados, para que você entenda a mensagem. Vamos lá:

“Perca 9 kg em 2 meses sem parar de comer pizza ou lanches”

Esse exemplo demonstra bem a pergunta que surge na cabeça do seu seguidor logo depois de ver o post.

É uma voz que aparece na mente das pessoas, falando: *“Emagrecer 9 kg em 2 meses sem parar de comer pizza ou lanches? Isso não faz sentido; não tem como isso ser verdade! Vou continuar lendo para descobrir o que é”*.

Um outro exemplo que você provavelmente já deve ter visto é:

“Ganhe de 500 a 1000 reais por dia apenas com seu celular e uma conexão com a internet”

Automaticamente, a mente da pessoa que lê isso pensa: *“Uai... Tem pessoas que trabalham o mês inteiro para ganhar um pouco mais do que isso... Só pode ser mentira! Vou tentar descobrir”*.

Repare! Não estou falando aqui que é certo ou errado, ou que você deve seguir isso. Estou mostrando exemplos para que você consiga aplicar no seu perfil.

O objetivo desse tipo de post é despertar na cabeça das pessoas aquela voz que diz: *“Como assim???”*.

INFORMAÇÕES EXTREMAMENTE ÓBVIAS

Acredito que, dentre as postagens que viralizam, essa é a que tem o menor poder, apesar de que também pode ter um alcance muito bom.

Esse tipo de post mostra algo óbvio, que acontece frequentemente no seu nicho. Alguns exemplos exagerados:

- Bater o dedão do pé em um móvel
- Sair do computador com o fone no ouvido
- Sair de casa e esquecer a máscara
- Sair com pressa e esquecer a chave do carro

São postagens com momentos óbvios, mas que acontecem frequentemente, algo com o que muitas pessoas vão se identificar.

PONTO DE VIRADA OU PONTO DE INFLEXÃO

Esse ponto também se parece bastante com a história de superação e um momento de dificuldade. Porém, esse tipo de post tem mais a ver com o “fundo do poço”. Aquele momento em que você fala: *“Chega, assim não dá mais!”*.

Eu costumo dizer que esse é o momento do “AHAA!!”. Aquele momento em que você encontra alguma solução e, a partir daí, começa a virada para chegar onde está hoje.

Vamos aos exemplos exagerados:

“Perdi meu emprego, as contas começaram a chegar e eu não tinha como pagar. Foi então que minha filha pediu um chocolate e eu não podia comprar... Nesse momento, eu decidi que precisava fazer algo...”

Nesse exemplo, você pode sentir a angústia de um pai que não conseguiu comprar um chocolate para a filha, então, ele precisava fazer algo para mudar a situação. Repara no momento do: “AHAA!!!”.

Vamos a outro exemplo exagerado:

“Estava sem dormir há 3 dias. A insônia não me deixava, estava totalmente cansado e estressado, até que ela me apresentou a meditação”

São postagens que mostram para as pessoas o momento em que você encontrou a solução que precisava e que talvez também sirva para elas.

FOTOS DE LIFESTYLE

Essas são clássicas: se você abrir a aba *Explorar* do seu Instagram nesse exato momento, eu garanto que não precisa rolar muito para encontrar uma foto dessas! O algoritmo do Instagram adora esse tipo de post!

Geralmente, ele mostra um corpo bem definido em algum lugar exuberante, como uma praia deserta ou um hotel de luxo.

Fotos que mostram o *lifestyle* viralizam quase em 100% das vezes. A psicologia explica isso como uma espécie de comparação, quase uma inveja.

As pessoas curtem imaginando a vida que teriam no seu lugar. Essa técnica é muito utilizada por blogueiras fit, famosos e pessoas que vendem o *lifestyle*. São publicações que têm alcances enormes. Então, se você vai viajar para alguma praia deserta ou está em forma, não se esqueça de postar a sua foto e desfrutar do alcance gigantesco que ela vai ter.

Particularmente, eu não utilizo muito esse tipo de post, porém, sei bem que estou perdendo milhares de visualizações por conta disso.

FOTOS E VÍDEOS DE RELACIONAMENTOS

Ah, o amor está no ar! Quem não gosta de ver um casal bonito?

Está num relacionamento? Ganhe seguidores de graça simplesmente por postar uma foto com o seu amor.

Novamente, o Instagram ama casais felizes, então, mostra a sua foto para milhares de pessoas em poucas horas.

Você pode reparar que quase podemos classificar o Instagram como a rede social da vaidade e da inveja.

Não podemos bater o martelo, porém, sempre que você demonstra felicidade ou felicidade futura, seus posts têm uma chance muito grande de ter um bom alcance. Talvez esse seja o maior indicativo de todos.

PASSO#4 – ESCOLHENDO QUANTO VOCÊ VAI INVESTIR

Depois de analisar tudo o que eu te falei acima, provavelmente você já achou alguns posts sobre os quais falou: “*É esse! Esse vai viralizar!*”.

Pois bem, eu recomendo escolher uns 2 ou 3 posts para começar. Mas, de qualquer maneira, você vai precisar seguir esses passos para cada um deles.

Primeiro, clique em *Promover*, como mostra a Imagem 3:

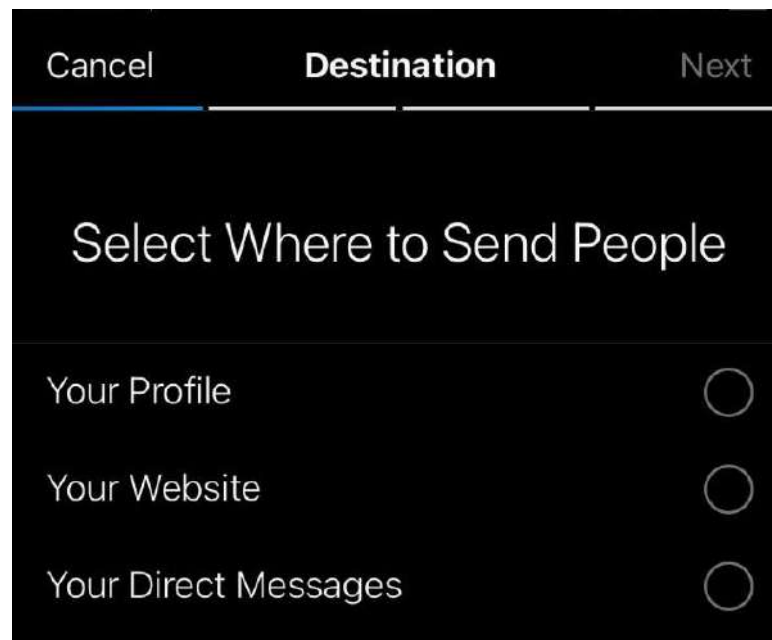


Após clicar em *Promover*, o Instagram vai te perguntar: “*Por qual objetivo você pretende promover esse post?*”. Geralmente, as opções são:

Selecione para onde mandar pessoas:

- Seu perfil
- Seu site
- Seu direct

Nesse caso, como vamos fazer o crescimento do perfil, você precisa selecionar *Your Profile (Seu Perfil)*, como mostra a Imagem 4.



Feito! Objetivo selecionado!

Agora, na próxima tela, o Instagram vai perguntar: “*Para quem você deseja mostrar esse seu anúncio?*”.

Na maioria dos casos, há 2 opções. A primeira delas é a opção *Automática*, onde o Instagram vai buscar pessoas parecidas com aquelas que já te seguem.

Na segunda opção, você pode criar o perfil do seu público, escolhendo sexo, idade, localização e interesses.

Mateus, o que você recomenda?

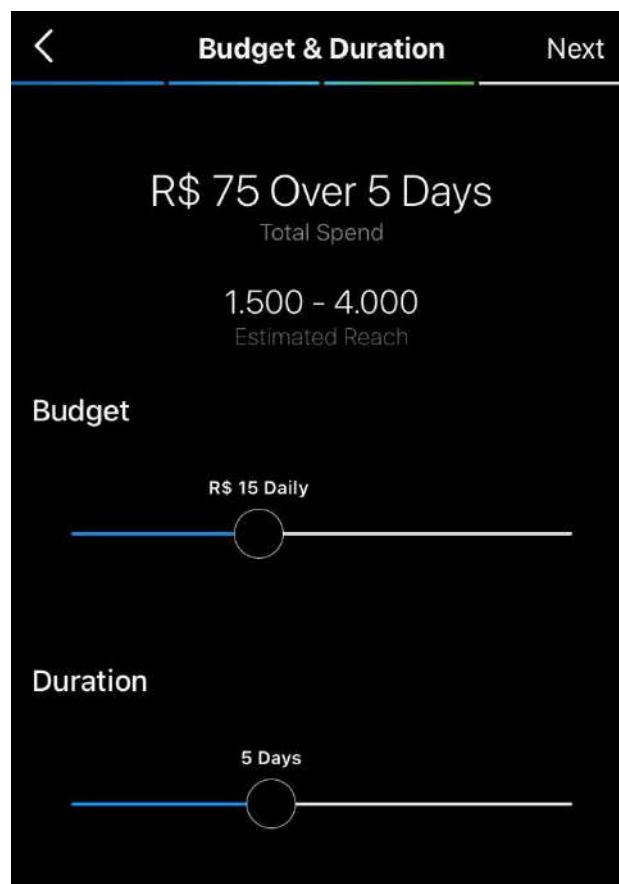
Bom, aqui vai algo empírico. Se você tem menos de 1000 seguidores reais, eu recomendo que você crie o público. Agora, se você possui mais de 1k de seguidores, pode ligar o modo automático tranquilamente.

Com menos de 1k de seguidores, o Instagram não consegue traçar um bom padrão entre eles e acaba não mostrando seu anúncio para as pessoas certas. Por consequência, você vai gastar mais dinheiro para atingir pessoas que não estão interessadas em te seguir.

Agora vai outra dica: para criar seu próprio público, você precisa ser o mais óbvio possível. Se você tem um perfil de arquitetura, busque segmentar a idade e a localização onde as pessoas têm mais probabilidade de se identificar com o seu conteúdo.

Mas, nessa vida tudo é teste: você pode testar várias combinações de idade e localização, assim como os interesses dessas pessoas. Faça alguns testes, se preferir, e veja o que traz mais resultados.

E, por fim, o Insta vai perguntar: “*Quanto você quer gastar com o anúncio?*”, com mostra a Imagem 5.



The screenshot displays the 'Budget & Duration' setup screen for an Instagram advertisement. At the top, there are navigation arrows and the title 'Budget & Duration'. The main display shows 'R\$ 75 Over 5 Days' as the 'Total Spend' and '1.500 - 4.000' as the 'Estimated Reach'. Below this, there are two sections: 'Budget' and 'Duration'. Each section has a horizontal slider with a circular handle. The 'Budget' slider is set to 'R\$ 15 Daily', and the 'Duration' slider is set to '5 Days'. A 'Next' button is visible in the top right corner.

Novamente, você deve estar se perguntando: “*Mateus, quanto devo investir?*”.

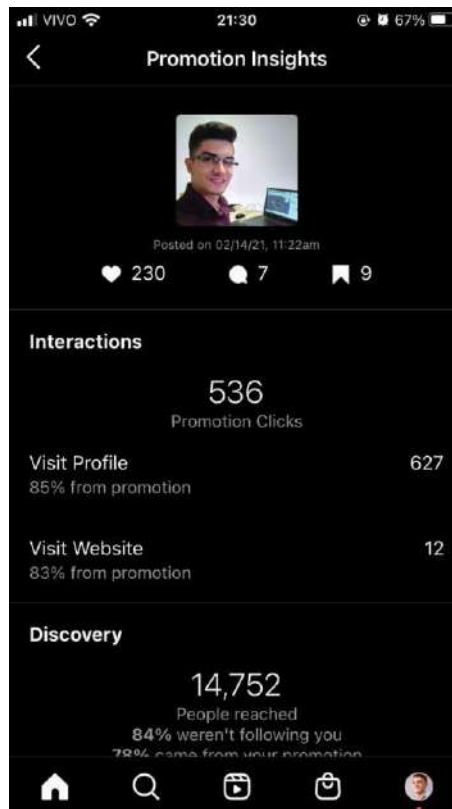
Vamos lá, algumas considerações. Neste tipo de anúncio patrocinado, você sempre vai escolher um

prazo para ele acabar, que pode ir desde 1 dia até mais de 30 dias, apesar de poder desligar o anúncio quando preferir.

O valor a ser investido por dia também é bem flexível: o mínimo é 1 dólar e o máximo é você que decide. No momento em que escrevo esse e-book, o valor mínimo diário é R\$ 6,00.

Como uma recomendação, aconselho programar o anúncio por 30 dias, com o mínimo de orçamento possível. No meu caso, R\$ 6,00. Afinal, podemos testar com pouco dinheiro várias postagens e ver qual performa melhor. E você pode desativar a qualquer momento aquelas que não estão trazendo bons resultados.

Por fim, basta finalizar e o seu anúncio já vai para a análise do Facebook. Se tudo estiver correto e você seguiu tudo o que eu te falei anteriormente, como não infringir nenhuma regra do Facebook, em poucas horas seu anúncio patrocinado já deve estar rodando e você já poderá ver os primeiros resultados aparecendo, assim como mostra a Imagem 6.



Nesse print de um dos meus perfis, o post já alcançou 14.752 pessoas, das quais 84% não estavam me seguindo.

Dentre essas pessoas, 536 começaram a me seguir.

Além disso, dessas 536 pessoas, 12 também clicaram no link da minha bio e talvez algumas delas até tenham comprado algum produto meu.

Lembre-se: as pessoas é que vão decidir se irão ou não seguir você com base nos pontos que já conversamos acima.

Se você tem um perfil bonito, com um bom conteúdo magnético e com um bom planejamento, assim como eu ensino dentro do livro **Insta Magnético**, com certeza vai conseguir converter uma boa parte dessas visitas em seguidores.

A partir daí, você pode seguir a tática do *Funil de Consciência*, que eu mostro dentro do **Insta Magnético**, e conduzir a pessoa para o lugar que você deseja, seja tornando-a um seguidor fiel e engajado ou virando seu cliente e comprando algum produto seu.

Agora, se você tem um perfil feio, sem planejamento, se você não é frequente no feed e não posta stories, a chance é de que você converta apenas uma pequena porcentagem dessas visitas em seguidores reais.

Em ambos os casos, você está com as rédeas nas mãos. E você é responsável pelo seu sucesso no Instagram.

Porém, como já falei antes, o sucesso deixa rastros. Se você seguir os truques e macetes que te passei, a

chance de que você tenha um Instagram Magnético é muito grande.

Agora, é só bombar o seu perfil. Um abraço!

Mateus Dias