

Boas práticas

Transcrição

[00:00] Esse é o último vídeo do nosso curso e gostaria de fazer um overview sobre o Instagram, justamente para nos ajudar a ter uma melhor presença digital. Quando criamos nosso Facebook ADS ou o Instagram, o que esperamos é que a pessoa faça uma ação. Mas e se a pessoa clica no seu perfil? O que ela vai encontrar? [00:32] Nesta aula iremos ver algumas coisas que você pode fazer para verificar se seu perfil está ok ou se pode ser melhorado. Eu separei alguns exemplos e questões que podem nos ajudar nessa etapa, para olharmos para o nosso perfil com um olhar mais crítico e buscando a melhoria contínua. [01:00] Estou falando do nome e imagem de perfil. Se é meu perfil pessoal, eu coloco minha melhor foto, mas e com uma empresa? Iremos trabalhar com o logo. Por exemplo, o Hospital São Camilo. Eles fizeram uma publicação patrocinada em que fica muito claro do que se trata. Lembre-se de deixar o nome o mais simples possível para as pessoas lembrarem. [02:08] Uma coisa interessante é a marcação e pessoas. Quando você tiver a oportunidade, além de fazer publicações em que menciona seu produto, veja a possibilidade de marcar pessoas. Se eu entro no perfil de alguém marcado, posso ver as publicações em que ela foi marcada. Quem entrar nesse perfil, vai encontrar a empresa. Aumenta as chances de atingirmos um público diferenciado. [03:42] Outro item importante é a imagem e edição. Eu já disse várias vezes, a imagem é muito importante. No Instagram, essa questão é ainda mais forte. Um exemplo legal é da Época Cosméticos. Se você tem um restaurante, faça anúncios de pratos novos, datas comemorativas. Você começa a pensar e estabelecer critérios. [05:26] Quando falamos de edição, estamos falando também de filtros. Repare nos jogos de cores, existem padrões para deixar o perfil do Instagram característico. É fundamental, porque se eu assumo uma identidade e na próxima semana troco totalmente, fica sem sentido. Defina, pergunte para as pessoas, porque isso pode te dar um direcionamento. [07:48] A descrição também é fundamental. Capriche na descrição do seu perfil. Pense, reveja. A descrição está objetiva? Precisamos ser diretos. E na descrição da imagem, na dúvida, seja mais sucinto. Tem perfis que dependendo do tipo de publicação fazem descrições mais extensas, mas isso depende do nicho, da publicação. Às vezes a pessoa tem interesse no que você quer falar e está disposta a ler várias linhas. Fica difícil encontrar uma fórmula. Você vai dosando. Não é porque uma tem um formato que todas têm que ser iguais. Preste atenção. [10:54] Por fim, os histories. Para as empresas, é um recurso fantástico. Só precisamos tomar cuidado com a super exposição, seja da equipe que trabalha na empresa, seja com detalhes da empresa. O ideal é fazer com que sejam os bastidores do seu negócio. É muito legal para se aproximar do público. A partir de um clique da pessoa, ela pode ter várias informações. [12:22] Se você não tem um padrão de publicação, pesquise seus concorrentes, as marcas que você gosta, e estabeleça seu jeito de fazer as coisas. [12:40] Quero agradecer por você ter feito este curso comigo, espero que tenha aprendido muito, se desenvolvido muito, tido vários insights para promover seu negócio. Lembrando que sua nota e seu feedback são muito importantes para ajudar a equipe a melhorar nossos cursos na Alura. Muito obrigada, e nos vemos no próximo curso.