

# Aula 20/12 - Instagram

*Bom dia maravilhosas, tudo bem com vocês?*

Hoje a aula ao vivo tá sendo dia 20 de dezembro é sobre **Instagram**, tá? Então se você tá vendo gravado vai deixando suas dúvidas nos comentários ou anota e me manda depois no direct, por email, tá, não fica com dúvida.

*Então vamos lá!*

Sobre Instagram ... opa, pronto.

A gente vai falar várias coisas sobre instagram, tá, porque é **nossa principal ferramenta de trabalho**, então é uma das aulas mais importantes. Mas precisava ter essa preparação, essas 5 aulas antes pra gente chegar agora na aula de instagram.

Então instagram para social media, como funciona o instagram, o que é engajamento, o que colocar na bio, nos destaques, foto do perfil, números de seguidores, métricas, qual melhor tipo de conta, formatos de post e stories. Então tem bastante coisa, vamos lá.

Instagram para social media.

A gente que é social media precisa tá sempre atualizada né? Sobre o instagram, como eu falei ela é nossa ferramenta de trabalho. Então a gente não precisa saber tudo, claro né, a gente é humano, a gente nunca vai saber tudo, até é sem graça né, saber tudo. É sempre legal estudar, conhecer mais coisas, mas assim, o básico a gente precisa saber. Claro que aos poucos a gente vai aprendendo cada vez mais.

*Desculpa o barulho...*

E aí a gente vai estudando sempre né? Essa é a ideia. Mas alguma coisinha você já tem que saber justamente pra conseguir orientar o seu cliente, porque ele vai te contratar como social media, mas você não vai só fazer os posts, você vai orientar. Ele sempre tem uma dúvida e confia em você, no seu trabalho. Então vira e mexe ele vai te fazer alguma pergunta, né? Meus clientes sempre me fazem alguma pergunta ... [ai Carol o instagram saiu do ar, o que aconteceu?](#) Então mesmo que eu não saiba, eles vêm me perguntar, quando é uma coisa assim, mesmo de momento né, aconteceu alguma coisa e eu não tô sabendo, eles vêm me perguntar.

Mas tente se preparar tá, pra essas perguntas mais comuns. E se você não souber, claro, fala que não sabe e depois você pesquisa. Mas é sempre legal ir estudando, tá? Porque às vezes perguntas chegam pra gente.

Então **você pode até oferecer um bônus**, né, depois a gente vai falar um pouquinho melhor sobre isso, mas o meu pacote, o pacote instagram, eu ofereço um bônus, que é o Manual do Instagram, que era justamente **as principais dúvidas que chegavam pra mim**.

Então eu compilei tudo, são 4 tópicos e coloquei neste manual, tá? Então quando o cliente me contrata ele recebe esse manual junto. Eu vou disponibilizar esse arquivo pra vocês se inspirarem, tá bom?

E quais são as dúvidas que eles me perguntavam muito?

O que colocar nos destaques, qual tipo de conta eu devo ter (Conta comercial, conta pessoal, conta de ... como que era? Criador de conteúdo), qual horário postar, acho que já falei e é isso. E uma lista de CTA, também coloquei, tá? Então como colocar no final do post, né, uma perguntinha ali.

Então como ele é um brinde eu não personalizo pra cada cliente, tá, ele é o mesmo pra todos. Todos os clientes recebem o mesmo PDF, mas eram as principais dúvidas. Então também é um jeito de agregar valor no nosso serviço. Então depois eu vou deixar aqui salvo pra vocês, lá no hotmart, tá bom?

Então, como funciona o instagram, né? Apesar da gente usar como ferramenta de trabalho, a gente nunca pode esquecer que ele é uma **rede social**. Então a gente usa pra trabalho mas muitas pessoas, a maioria das pessoas usa pra diversão né, pra entretenimento. Então a gente tem que lembrar disso, que é uma rede social, ou seja, a base dele é o relacionamento, né, da sociedade e de pessoas.

Então você já percebeu que as fotos pessoais, quando você posta uma foto com o namorado, uma foto na viagem, uma foto de um drink, né, aquelas fotos lindas, você já percebeu que tem mais curtidas? **Justamente porque as pessoas gostam de ver um pouquinho da vida dos outros**, né, é isso que elas estão esperando no instagram. Então por isso que o instagram entrega muito mais, as pessoas interagem muito mais, porque é uma rede social, né?

Então quando você põe ali um template do canva o alcance muitas vezes é menor do que uma foto pessoal, uma foto sua.

Então na aula de linha editorial eu ensino a incluir conteúdo sobre a vida pessoal do cliente, lembra? Não é pra mostrar intimidade, né, como eu sempre falo, não precisa mostrar intimidade, mas é sempre bom humanizar a sua marca, tá, e mostrar um pouquinho de você, mostrar um pouquinho da sua vida, da sua cidade, do que você gosta, tá bom?

Então só pra deixar claro, né, o que eu escrevi, que existe uma pessoa por trás dessa empresa, então ... *ai Carol mas eu sou muito reservada*. Eu tenho uma cliente que é muito reservada, ela não quer aparecer. O que ela pode postar? Ela pode postar bastidores, então por exemplo, eu posso pegar aqui meu celular e tirar uma foto aqui da tela, né, do computador, mostrar que eu tô trabalhando. Não preciso me mostrar, né, não preciso virar a câmera pra mim, eu posso virar a câmera para o computador.

Dicas de séries. Então ela pode postar que tá vendo uma série, pode abrir caixinha de pergunta sobre esse tema, filmes também, estudos. Então ela pode mostrar um print da tela do ONM, que ela tá estudando, daqui da comunidade social media maravilhosa. Rotina de organização. Então a planilha é um ótimo exemplo. A Mirla postou esses dias, eu repostei

ela no meu perfil, que ela tava usando a planilha. Então da pra postar bastante coisa, sem se mostrar. Claro que o legal é se mostrar, mas da pra ir aos pouquinhos, até você perder um pouquinho dessa vergonha, ou a sua cliente perder um pouquinho dessa vergonha, né?

Então vamos lá!

*Ra se você tiver alguma dúvida, você que tá aqui ao vivo me para viu? Que aí a gente vai voltando.*

O que é engajamento?

*Deixa eu só falar aqui rapidinho, por exemplo, eu tenho 2 instagrans. Eu tenho o meu, né, que é Ravena Sena, que é onde eu falo sobre instagram, faço a captação de social media, só que eu também tenho uma loja. O que é que eu faço? Só que minha loja, eu tento criar algum conteúdo pra não ficar só aquele feed vitrine, eu tento deixar o máximo, mas assim, eu não queria por exemplo, postar uma foto minha lá, porque eu acho que não conversa muito na loja. Por exemplo, no Ravena Sena conversa, mas na loja eu acho que não. O que que eu faria então pra tentar humanizar meu perfil?*

Eu gosto muito da ideia de perfil vitrine quando é uma loja de produtos físicos, tá? Então você pode postar vira e mexe um conteúdo, mas eu acho que é inviável você manter os dois assim com a mesma frequência. Então vira e mexe no seu você pode falar assim, você pode incluir na sua linha editorial que você tem uma loja ... *Loja do que mesmo Ra eu esqueci?*

*É loja de cosméticos e t-shirts.*

Tá, então por exemplo, você tá usando a t-shirt. A Nati Vozza é o melhor exemplo. Eu sempre dou ela de exemplo porque é muito bom. Ela coloca ali o look do dia dela e mostra que ela tá usando da NV, que acabou de chegar tal peça, que ela tá usando de tal forma. Então você pode colocar isso, dos cosméticos também, quando você vai usar, você passa ali e fala... *oh tem na minha loja também.* E vai embora, mostra ali seu dia, sabe? Uma forma mais natural.

E lá no perfil você pode mostrar os bastidores, você pode se repostar também, repostar as clientes. E eu acho que em perfil de empresa, perfil mais vitrine é muito legal mostrar essa parte de bastidor mesmo, ou seja, confecção se você faz a blusa ou então você mostrando como você embala. Mostrando uma cartinha, ou então um depoimento de uma cliente, os estoques assim ... *ah eu tenho aqui uma parede de cosméticos.* E aí você filma ali o que chegou. Acho muito legal. Da dica de presentes, né, agora nessa época de Natal é ótimo. Então eu gosto muito dessa parte de bastidor para loja. Porque realmente, eu acho que você, acho que não combina muito você postar você mesmo no perfil da empresa né? E também não dá pra fazer conteúdo no mesmo, na mesma intensidade em dois perfis.

*E aí a dúvida que eu tinha por exemplo no meu perfil, que o meu perfil é Ravena Sena, eu não coloquei nada mas no meu perfil tem lá na Bio que eu sou social media, pronto. Eu consigo falar da loja pelo menos, tipo, 10% do meu conteúdo, eu consigo trazer? As pessoas não vão ficar confusas?*

Não. Sabe porque? Cria a historinha que você também é social media da sua própria loja e que aí você percebeu essa demanda de social media e que muita gente tinha dificuldade né e você como já fazia isso pra sua loja resolveu oferecer para outras pessoas.

*Sim. Entendi.*

Eu acho que faz bastante sentido. Eu sempre falo um pouquinho também da hamburgueria do meu namorado por exemplo, no meu perfil, porque é justamente, eu crio conteúdo pra ele e é a nossa realidade, né? Então cabe sim.

*Tá, tá certo.*

Então tenta fazer isso. Qualquer dúvida você vai me mandando no dia a dia, fala ... *aí Carol não tá rolando.* Aí a gente vai ajustando.

Então engajamento eu coloquei aqui que a gente ouve muito essa palavra né, mas o que ela significa na prática? **Nada mais do que interação**, tá. Então ... *ah minha conta é muito engajada*, ou seja, as pessoas interagem bastante, tá?

E quais tipos de interações existem, não é só curtida, né, o famoso like. Não! Reação nos stories é uma interação, curtidas né, claro é a mais famosa, comentários, salvamentos, encaminhamento, sabe quando você clica no aviãozinho e compartilha com alguém? Pode ser tanto encaminhamento, quanto compartilhamento. Voto nas enquetes, resposta na caixinha, respostas aos stories, quando a pessoa te responde ali, né e vai para o seu direct. Então tudo isso são interações. Ou seja, o instagram considera como engajamento, né, é o nome que eles deram para interação.

Então .. *opa tá carregando aqui.*

Então vamos falar um pouquinho de BIO, né, o que que é BIO? **É o nosso cartão de visitas.**

*Só um minutinho que eu vou ter que fechar a janela aqui, peraí, eu tô no hotel então tá com uns imprevistos. Foi. Obrigada por esperarem.*

Então, na bio é o nosso cartão de visitas, né, então é a primeira coisa que a pessoa vê quando ela chega no seu perfil. Eu brinco que ela caiu ali de balão e aí quem é você? Como que ela vai saber? Pela bio. É o nosso cartão de visitas. Então é uma forma rápida de você ser apresentado, pra pessoa te conhecer um pouquinho melhor e saber o que você faz e se ela quer continuar ali, né?

Porque às vezes você foi repostada por alguém, ou alguém indicou e a pessoa caiu ali na sua conta, mas como que ela vai decidir se ela vai ficar ou não?

**A bio tem que ser muito clara**, tá? O que ela vai encontrar ali no seu perfil? Então a Ravena tava falando ... *ai Carol eu sou social media, eu deixo lá na minha bio que eu sou social media.* Excelente! A pessoa já sabe o que você faz e como você pode ajudá-la. Então

você fala .... *ah eu te ajudo a ter um instagram que vende por exemplo*, né, então a pessoa já sabe, *olha eu vou ter um instagram que vende, gostei desse negócio*.

Onde eu posso contratar a Ravena? Ah tem ali um link para o whatsapp, ou então ela colocou ali ... *me chama no direct*. Então ela já sabe como contratar esse serviço de social media, né?

Então é um resumo da bio é assim porque ela deveria te seguir? O que ela vai aprender ali, né? Como você vai agregar na vida dela? Porque no fim do dia a pessoa quer seguir alguém que agregue na vida dela, né, se você não é amiga dela, se você não é uma conhecida, uma pessoa famosa, ela só vai te seguir se você tiver alguma coisa pra agregar, né? Se ela puder aprender com você, puder te contratar, você puder ajudá-la. Então sempre tem que estar muito claro como você vai fazer isso, tá bom?

Então eu sempre abordo 3 pontos na bio do cliente e na minha própria bio também, tá? **O que você faz**. Então, por exemplo ... *Te ajudo a construir a casa dos seus sonhos*. Sempre tento colocar exemplos não só de social media, pra vocês conseguirem usar nas clientes de vocês também, tá? Então por exemplo, de arquiteta né, te ajudo a construir a casa dos seus sonhos.

E **conquistas**. Por exemplo, *há mais de 10 anos vendendo bolos*, né. Então ... *ai Carol mas eu não tenho tantas clientes ainda*, mas coloca o tempo de experiência, ou então coloca, vamos ver, algum curso que você fez. Quem põe muito isso na BIO é quem é gestor de tráfego pago, né, põe que é aluno do Sobral. Então mesmo que não tenha cliente, a pessoa já sabe que ... *oh segue o método do Sobral*, então, né, é uma pessoa mais confiável, é uma pessoa que sabe o que tá fazendo, mesmo que ela ainda só tá começando. Tá tudo bem também, a gente tem que começar de algum lugar. Então coloca alguma coisa que chama a atenção, como um tipo de conquista, tá?

E o **contato**. Ou seja, *me conte mais sobre o seu negócio* e aí você coloca uma setinha pra baixo, ou então você coloca ali o link do seu whatsapp tá? E no PDF não dá pra colocar emoji, tá? Mas eu sugiro que você coloque um em cada linha, tá, então por exemplo, *te ajudo a construir a casa dos seus sonhos*, ali na frente do T do te ajudo, você pode colocar uma casinha, né, eu acho que fica muito legal e fica mais visual, tá, então eu gosto bastante de colocar emoji.

*Eu posso colocar na minha BIO como conquista ser aluna do Ícaro?*

*Pode.*

*Aluna do ONM.*

*Sim.*

*Coloco Icaro ou ONM?*

*Eu acho melhor ONM.*

## O ONM né?

O ONM, porque não tem só ele de professor, né? Eu acho que agora muita gente que é copywrite vai colocar o curso do Ícaro também na BIO, né? Então pode colocar sim.

Aí eu coloquei o exemplo do meu. Eu tô deixando assim por enquanto para vocês verem, daqui a pouco eu vou mudar, porque assim está para o cliente final né? Mas agora meu foco é social media, então eu vou mudar, mas eu deixei assim pra vocês verem e se inspirarem. Então por exemplo ... *Copywriter do favelado*, então se eu tenho cliente grande também coloca, tá? Que é muito legal. E social media. Então eu não sou só copy eu também sou social media. Já tenho mais de 120 clientes e *quer ter um instagram maravilhoso*, clica aqui na setinha pra baixo e ali vai para o meu whatsapp. Super simples e fácil.

*Como faz pra colocar whatsapp no link da Bio?* Eu vou deixar na descrição pra vocês, tá?

Mas é super fácil, você coloca wa que é de whatsapp né? Wa.me, então é tipo whatsapp, né, me manda whatsapp e aí depois você coloca barra e coloca o seu número, mas tem que ser o número completinho. Então no meu caso 5511 e o número, tá? E depois eu gosto de encurtar, mas aí eu vou deixar na descrição pra vocês conseguirem clicar nos links certinho, tá?

Outra dúvida muito comum é o que colocar nos destaques, que é outra coisa que eu coloquei também no manual do instagram das minhas clientes. Então tem 3 coisas que eu acho que a gente tem que ter nos destaques tá? A gente, os nossos clientes, todo mundo, eu acho que tem que ter.

**Serviços ou produtos com a tabela de preços**, pelo amor de Deus coloquem preços nas coisas, tá? Ai Carol mais é orçamento, minha cliente é arquiteta, só faz orçamento. Tá, mas coloca uma estimativa. Porque? Porque se não a pessoa fica assim, perdendo tempo. Os dois lados perdem tempo, a cliente que não faz a menor ideia de quanto custa e vai lá perguntar e aí a pessoa vai responder e ela vai falar ... putz mas tá totalmente fora do meu orçamento. Então se já tivesse uma base ali, uma ideia, ela saberia, né?

E a profissional também perde tempo, porque? Porque ela vai ficar respondendo muito mais gente do que, do que as pessoas realmente podem pagar, então ela vai ter que responder muita gente, mas poucas pessoas vão fechar. Porque? Porque muita gente não faz a menor ideia de quanto custa e vai acabar né, perguntando, é o único jeito de descobrir, se não está lá. Então acaba tendo um retrabalho. Então eu acho que é muito importante ter preço, tá? E se for produto que já tem preço fixo, coloca a tabelinha lá de produto ou de serviços já com os valores.

Então por exemplo, no meu tem de copy. Então varia muito, mas é a partir de R\$ 50,00, que é o preço de pesca em balde, serviço de copy, tá? Então eu acho sempre legal você colocar uma base ali pra pessoa ter uma ideia.

**Sua história** ou a **história da marca** no caso de empresa. Então já faz uma série de destaque falando como você chegou até aqui e deixa salvo. Uma série de destaque não,

uma série de stories aí você salva no destaque, tá? Ou então a história da marca, pode ser por texto também, se a pessoa não quiser aparecer ou você mesma não quiser aparecer ainda e aí você coloca ali escrito... *A marca nasceu em 2014, foi criada por fulano*, coloca ali o @... *a gente nasceu com o objetivo tal, de facilitar a vida dos clientes*, faz ali uma historinha, tá e deixa salvo. Aí você pode colocar "Sobre mim", "Sobre a marca", alguma coisinha assim. Eu gosto quando dá pra ler o título inteiro do destaque, às vezes é um pouquinho desafiador, né, de escrever alguma coisa, mas "Sobre mim" cabe. "Minha história" acho que não cabe, aí fica com aqueles três pontinhos, acho que prejudica um pouco a compreensão, mas coloca do jeito que dá, tá?

E **feedback**. Mesmo que você ainda não tenha clientes, sempre tem uma pessoa que faz um comentário bacana na foto ou te manda uma mensagem... *nossa tô gostando bastante do seu conteúdo, nossa como você tá falando bem*, né? Então coloca as mensagens ali e faz um destaque de feedback, quando possível, tá?

E também tem destaques opcionais. Essa lista pode e deve ser personalizada. Aqueles lá eu acho que não podem faltar, mas você também pode colocar mais. Eu só não gosto de deixar uma lista muito extensa, sabe quando tem aquele perfil salvo, que você fica rodando, rodando destaque, eu não gosto, porque as pessoas acabam não vendo, tá? E o destaque, já diz o nome, é pra destacar e **se tudo tá destacado, acaba que não destaca nada** né. Então coloca ali poucas coisinhas.

O meu por exemplo tem 5, se não me engano. Uma sequência sobre salário, como eu fiz o maior salário da minha vida naquela época, que foi R\$ 5.000,00, porque as pessoas pediram pra deixar salvo eu deixei, mas os outros é isso, sobre mim, feedback e agora tenho o da mentoria. Então por exemplo se você está fazendo um curso, né, se tá lançando um curso, dando um curso, coloca também no destaque, tá, pode colocar.

E também da pra colocar destaques opcionais, como por exemplo, o "Comece por aqui", então você pode fazer um guia pra quem acabou de chegar ... *Ah comece por aqui óh, aqui você vai ver a minha história, ali você vai entrar em contato comigo, pra marcar consulta é dessa forma*.

Então se a pessoa não tem muita disponibilidade às vezes de responder direct, ficar ali no 1 a 1, ter esse guia pode facilitar, tá? Dúvidas frequentes, então se é um produto que tem muitas dúvidas frequentes é também legal colocar ali, pode colocar como **FAQ** mesmo, FAQ acho né, dúvidas frequentes e "Na mídia" pra quem apareceu em revista, programa de TV. Eu vejo muita blogueira fazendo isso, na mídia, né. Ou então mesmo para restaurante, pra restaurante é bem legal, vai que ganhou um prêmio da veja, apareceu num blog famoso, né, hambúrguer por exemplo, então você pode colocar ali na mídia, tá? E colocar os prints.

Então o meu né, falei que tinha 5, tem 5 mesmo. Feedback, mentoria, sobre mim, que é a minha história, serviços e o salário, que foi uma sequência que o pessoal pediu, tá?

E a **foto do perfil**. Eu fiz esse post, eu tirei print pra mostrar aqui pra vocês, tá? Os 5 itens que a gente tem que prestar atenção. Então o **fundo liso** eu gosto muito, porque fica mais neutro e dá uma identidade né. Então você pode colocar uma cor neutra, o meu é uma cor mais neutra, tá, ou uma cor da sua marca. Então... ah minha marca é rosa e azul, né, por

exemplo da minha, eu posso colocar o fundo azul ou rosa. Eu vejo lá qual fica melhor no contraste, tá bom?

Uma **boa iluminação**, sem sombras, tá, sem óculos de sol, sem acessórios, um rosto bem próximo e visível, então não fica aqui óh, longe, não, fica pertinho, só o rosto, tá? Se aparecer a roupa, coloca uma roupa adequada, não coloca um decotão, se não tem a ver, se tem a ver excelente, tira foto decotão mesmo, mas se não tem a ver, por exemplo, ah é uma médica, uma advogada, coloca uma roupinha adequada no trabalho, tá?

A **maquiagem** é muito importante que você coloque uma que você sempre usa. Não vai querer se produzir toda, aí a pessoa vai falar com você e nem te reconhece, sabe assim? Então coloca uma maquiagem que você sempre usa... *Ah eu uso batom vermelho todos os dias*, excelente, tira a foto do perfil de batom vermelho. *Ah não, eu nunca uso maquiagem*. Põe uma maquiagem bem levinha, como se você não tivesse usando só pra realçar, tá? Por causa da iluminação, se não a foto não valoriza tanto, mas coloca uma coisa bem levinha, se você não está acostumada a usar. Não é pra se produzir.

E aí, como que faz pra tirar esse fundo né, deixar o fundo liso. Então eu coloquei aqui uma foto de exemplo. Para tirar o fundo da foto você vai no site gratuito do [remove.bg](https://www.remove.bg) ou no próprio **canva**, tá? Aqui o PDF é clicável, então depois vocês podem clicar aqui, tá? E se você tem a versão paga do canva dá pra fazer no canva também, tá? Então no Canva você vai em “editar imagem” e vai no removedor de fundo e aí ela vai ficar assim, aí você coloca a cor de fundo que você quer, tá?

E cuidados, né, coloquei aqui, evitar decotes, maquiagem que te representa, evitar decotes é se não combina, tá, com sua profissão, agora se é uma profissão que combina, usa e abusa do decote. Cuidado para o cabelo não cobrir o rosto, principalmente quem tem cabelo comprido, né, tem uma franja, cuidado pra não cobrir o rosto, afasta um pouquinho, tá, pra pessoa poder te ver bem.

E dependendo do nicho você pode adicionar algum elemento, então tenho uma cliente que ela é de terapia ayurvédica, nutrição ayurvédica, então é uma coisa mais natural, quase vegana, então ela tem uma foto com um coco aqui, fica super moderno. Por exemplo, se é fotógrafa, tem foto com lente da câmera segurando, boleira fica lindo, né, com aqueles fuê de misturar bolo, colher de pau, ou então com chapéu de chef, fica bem legal. Então dá pra adicionar algum elemento, tá?

Óculos só se você usa sempre, por exemplo, eu nunca dou aula de óculos aqui pra vocês porque dá reflexo do ring light, tá sempre aqui comigo. E eu não uso no meu dia a dia, só uso realmente pra ler, pra trabalhar aqui, no computador, mas quando as pessoas me veem na rua, muita gente não sabe que eu uso óculos, porque realmente na rua eu não uso, porque meu grau é muito pouquinho.

Então na minha foto do perfil eu não coloquei óculos, mas se você usa sempre, pode colocar o óculos, tá? De grau, é importante, não de sol, tá?

E **evite mudar toda hora a foto**, tá? Escolhe uma que você gosta e mantém ela. A não ser que você ... *ai Carol mas eu cortei o cabelo diferente*, então muda, atualiza. Mas as



peessoas começam a te reconhecer pela foto, então aparece notificação ali elas já olham e fala... *nossa é aquela pessoa*. Eu fico muito confusa quando as pessoas mudam a foto, eu falo por mim mesma.

Então vamos lá, depois da foto. Seguidores, **será que importa, quantos seguidores a gente tem?** Eu sei que a gente fica muito preocupada... *Ai Carol mais tenho perfil pequeno, como que eu vou falar que eu vou fazer o serviço para pessoa ganhar seguidor se eu tenho pouco seguidor?*

Primeiro que nosso trabalho não é só pra ganhar seguidores, né, pra fazer as pessoas ganharem seguidores, é um trabalho muito importante para posicionamento e pra longo prazo. Não é um trabalho de curto prazo, o trabalho de social media, né? Mas **a quantidade de seguidores é um dos números menos importantes do instagram**, de verdade. Porque?

Porque as pessoas que estão ali tem que gostar de você, não adianta nada ter muita gente, mas que você não significa muita coisa pra elas. **É melhor ter um grupinho pequeno, mas realmente engajado**, né, um grupo que realmente interaja com você e que tá te seguindo por causa do seu conteúdo.

Então agora menos importante ainda né, até coloquei aqui, que o link do antigo arrasta para cima nos stories tá disponível pra todo tipo de conta, então não tem mais porque, não tem nenhuma diferença na verdade você ter 10.000 seguidores. Não precisa mais ter 10.000 seguidores pra ter o arrasta para cima. A minha conta tem 1.700 e tem o link né, então tá chegando pra maioria das contas, já chegou, o link clicável né? Então é só clicar e você vai pro link que a pessoa colocar.

Então o mais importante, né, como eu falei é o que você representa para esses seguidores, lembrando que seguidores são pessoas né, a gente sempre fica falando de números, números, mas são pessoas. Então o que você representa para aquelas pessoas? Eles te seguem porque se identificam com o seu conteúdo? Ou porque você começou a seguir o perfil deles? Sabe aquela antiga técnica... ah eu te sigo, me segue de volta. Não! Isso não funciona mais, tá, já funcionou na época, eu tinha loja nessa época, isso funcionava, mas depois de um tempo parou de funcionar, justamente porque a pessoa não tá me seguindo porque ela quis, ela tá me seguindo como um favor, né, uma retribuição só porque eu a segui primeiro.

Então **prefira ter um perfil pequeno mas realmente engajado, ou seja, que as pessoas interajam com você**, tá?

E eu sempre gosto de falar de números, porque fica o exemplo mais palpável, tá? Então no mês passado, né, que foi novembro de 2021 eu faturei mais de R\$ 20.000,00 e no dia que eu tava montando esse PDF, foi no dia 16, quinta feira e eu tinha 1.449 seguidores, deixa eu abrir aqui agora pra eu ver quanto eu tenho hoje. Eu tenho 1.743 óh, diminuiu um pouquinho, diminuiu 6 seguidores, que é super normal também, tá? Mas vocês veem que não significa nada? Porque?

Porque eu tenho uma relação próxima com essas 1.750 pessoas que já são gente pra caramba né? Imagina isso numa sala? Nem cabe, muita, muita gente. Então a gente fica assim, meio que perde a noção, né, perde o, esqueci a palavra, meio que perde a noção do número quando a gente vê online, mas imagina 1.750 pessoas numa sala, né? É muita, muita gente. Então não fique assim preocupada com a quantidade de seguidores, tá? Se preocupe em cuidar de quem tá lá em ser próximo de quem já tá no seu perfil, tá?

Então lembra que eu comecei a aula falando que o instagram é uma rede social? Então é exatamente isso que eu tô falando. Aproxime-se dessas pessoas que já estão lá. É isso que vai fazer as pessoas comprarem de você, o relacionamento que você tem com elas, tá bom?

Então vamos lá para as métricas. Essa é a parte mais chatinha, pra quem não é de exatas como eu. Eu também não gosto muito dessa parte, mas a gente precisa saber, né?

*Ai Carol o que é métrica?* Quando o cliente vem te perguntar. Então são alguns dados, tá, que a gente consegue medir, por isso são métricas, tá? Nada mais é do que isso. **São dados que a gente consegue medir dentro do instagram.**

É essencial que você saiba o que cada uma dessas métricas significam, mas lembrando que você vai aprendendo aos poucos, você vai pegando o jeito. Tenta ir repetindo para você mesma, então seus stories ... *olha vou explicar hoje a diferença de alcance e de impressões*. E aí você mesma vai explicando e você vai fixando na sua cabeça, tá bom?

E aí você consegue analisar melhor tanto o seu conteúdo quanto o conteúdo do seu cliente. Então é muito importante que você saiba o que são métricas para você conseguir analisar o que tá dando certo e o que pode melhorar, tá? Então vamos lá.

Quais métricas o instagram disponibiliza pra gente?

As métricas no post de **feed** são: curtidas, comentários, compartilhamentos, ou seja, quando você clica no aviãozinho e manda pra alguém, tá? Salvamentos, você clica naquela banderinha e aí também tem a visão geral, tá?

Então contas alcançadas, **quantas pessoas viram o seu post** e te seguem, eles também mostram esse dado e quantas não te seguem. Depois eu vou filmar a tela do celular e vou postar lá pra vocês, tá? Acho que vai ficar mais fácil também de entender.

Impressões, **quantas vezes o seu post foi visto**. Depois eu vou explicar melhor a diferença de alcance e de impressões, que é uma das principais dúvidas. Interações com conteúdo, ou seja, curtidas, comentários, salvamentos, compartilhamento e atividades do perfil. Quantas visitas teve no seu perfil, quantas pessoas começaram a te seguir e toques nos botões. Sabe aqueles botões que você pode disponibilizar para o cliente? Ah email, ligar. Então quantas pessoas clicaram naquilo, tá?

Então vamos lá. Alcance. Quantas contas viram o seu perfil, por exemplo ... *ah a Carol, a Juliana, a Bruna e a Carla viram o meu perfil*, 4 pessoas eu alcancei, pensa no braço, eu tô alcançando as pessoas, tá, uma de cada vez, então 4 pessoas.

Impressão, pensa numa impressora, tá? Quantas vezes o meu conteúdo foi visto. A *Carol* ela viu meu post 3 vezes, então ela imprimiu lá 3 vezes. Então a Carol é uma pessoa só no alcance, mas na impressão ela fez 3 impressões, tá? Deu pra entender a diferença? E a Juliana viu 5 vezes, então por exemplo, eu tenho 8 impressões, mas só foi a Carol e a Juliana. Então são 2 pessoas no alcance, tá?

Então na impressão vai ser no mínimo o número do alcance, ela nunca vai ser menor, tá? Porque cada pessoa viu seu perfil, viu pelo menos uma vez, tá? Mas a impressão pode ser maior sim, tá? Mas o contrário não pode, ou seja, o alcance nunca vai ser maior do que a impressão. Se ficar alguma dúvida vocês me falam, tá, mas isso é prática mesmo, eu demorei pra entender essa diferença entre alcance e impressão.

Mas tenta lembrar impressão, impressora, tá? Quantas vezes você pode imprimir uma folha? Infinitas, né? Então pense, impressão a pessoa pode ver quantas vezes ela quiser, tá? Fazer quantas cópias ela quiser.

E também aparece o que lá pra gente, né, nos insights. Principais cidades e países, ou seja, onde tá o seu público, faixas etárias, qual idade dessa sua audiência, gênero, tem mais mulheres ou homens te vendo, seguidores e não seguidores, quem vê os seus posts tá te seguindo ou não tá te seguindo.

Posts mais relevantes, quais foram os posts mais vistos, tá? Stories a mesma coisa, mais relevantes, quais stories foram mais vistos. Os principais vídeos do reels, qual teve mais visualização e vídeos do IGTV, também os vídeos mais vistos, tá bom?

Atividade do perfil, vamos lá. Visitas ao perfil, quantas pessoas acessaram ali o seu perfil, sua página principal. Toque no site, quantas pessoas clicaram no seu link, então seu link whatsapp, quantas pessoas clicaram pra falar com você no whatsapp. Toque no botão enviar email, se você tiver habilitado ali o email, quantas pessoas clicaram pra te enviar o email. Endereço comercial é a mesma coisa, quantas pessoas clicaram na localização ali pra ver o endereço onde você fica. Botão ligar e botão de texto a mesma coisa.

O botão de texto, interessante falar, quantas pessoas te enviaram uma mensagem no whatsapp, mas precisa ser o business, tá? Não dá pra conectar com o whatsapp normal, tem que ser o whatsapp business, aí você consegue ali colocar, invés de ligação, colocar mensagem de whatsapp. É bem legal.

Contas com engajamento. É a antiga interação com o conteúdo, tá, antigamente aparecia interação com conteúdo, agora aparece contas com engajamento, teve essa atualização, né, como eu falei, interação nada mais é do que engajamento eles só atualizaram esse nome. Então quantas pessoas interagem com os seus posts? Também aparece de quais cidades e países elas são e se é homem ou se é mulher, tá?

Elas te seguem ou não também aparece, quem tá engajando com você é seguidor ou não é seguidor e quantas interações você teve de cada tipo, curtida, comentário, salvamento, compartilhamento, tá? E de acordo com cada uma dessas ações, por exemplo, qual foi o seu post que teve mais curtidas? Qual foi o post que teve mais comentários? Também dá

pra filtrar ali dentro dos insights, tá? Como eu falei eu vou gravar depois no celular pra mostrar pra vocês que fica mais visual, tá? Mas tem muita, muita, muita informação ali é muito completo, tá?

Então por isso que eu falo, **o Instagram é uma ferramenta incrível, gratuita e que fornece muita informação pra gente**. Então é uma ferramenta muito, muito completa. Não tem porque não usar uma ferramenta de trabalho incrível.

Interação com os stories, respostas e compartilhamentos e quais stories foram mais relevantes, qual teve mais resposta, qual as pessoas enviaram pra mais pessoas, tá bom? E qual teve mais visualizações também. Continuando aqui nas contas com engajamento, tem muita informação, como eu falei, tem interação com reels, reels mais relevantes, então qual reels teve mais comentário, qual foi mais visto, qual foi mais salvo, qual teve mais alcance, mais pessoas viram. Então tem muita informação ali. Também tem dos vídeos, dos vídeos ao vivo e dos vídeos normais que você coloca ali, então das lives também aparecem essas informações.

E uma coisa muito legal das lives é que aparece número máximo de espectadores simultâneos, ou seja, qual foi o pico da sua live, teve 70 pessoas vendo ao mesmo tempo, então também aparece. É bem legal, tá?

Total de seguidores, né, quantas pessoas te seguem, crescimento, quantas pessoas começaram a te seguir e quantas deixaram de te seguir, principais localizações. Então de quais cidades e países são seus seguidores. Então eu fui indo por etapas, essa parte aqui é dos seguidores, então quando você abrir ali os insights, vai aparecer vários bloquinhos, então eu fui destrinchando cada bloquinho.

Quando você abre o primeiro bloquinho, o que aparece lá dentro? E o segundo, o que aparece lá dentro, tá? Então é por isso que tem bastante informação, algumas repetidas mas pra você ver que ele te dá as informações gerais e depois as informações por bloquinhos, por temas, vamos supor, então aqui tá falando dos seguidores, tá, esse é o bloquinho dos seguidores. Então lá na visão geral você consegue ver esse total de seguidores, mas aqui ele coloca mais detalhado, tá bom?

A faixa etária, qual idade dos seus seguidores, também pode ver a idade por gênero, então.. *ah média de idade das mulheres é 30 mas de idade dos homens é 50* por exemplo, tá bom? E os períodos mais ativos, os horários e os dias que os seguidores estão online e também a quantidade de conteúdo compartilhado, você pode filtrar, 7 dias, 14 dias, 30 dias, então... *ah eu quero ver, eu tive um aumento de seguidores nesses últimos 7 dias, aí eu fui lá ver que eu compartilhei 20 posts nesses últimos 7 dias* por exemplo, então você fala... *ah foi por isso*.

Então você consegue ver se as suas estratégias estão funcionando e você também consegue descobrir de onde está vindo esse crescimento. Então ... *aí eu fiz aqui um montão de post mas eu nem percebi né, que foi tanto assim, eu fui fazendo, fui fazendo, eu tava com um monte de ideia, fui fazendo e aí chegou um monte de seguidor, porque será?* Ai você vai lá ver nesse período, fala... *ah é porque eu fiz muito post*. Então você consegue

descobrir porque que tá acontecendo algum movimento na sua conta, tanto de crescimento, quanto de queda e consegue ajustar, tá bom?

Então onde você vê tudo isso? Ali na página inicial do seu perfil tem essa abinha aqui insights, tá aqui as informações. Então você coloca ali. Não dá pra acessar no computador, tá, é importante, por isso que eu não consigo mostrar aqui pra vocês, ao vivo, tem que ser pelo celular, então depois eu gravo a tela e faço upload lá no hotmart, tá bom?

Outros recursos disponíveis. Promover publicação, conteúdo de marca, é ótima pra quem é influencer, tá? Eu não uso, mas pra quem é influencer é muito legal. É assim que eles colocam, sabe ali embaixo do seu nome, quando você posta alguma coisa que você pode marcar a localização, por exemplo? Quem tem esse conteúdo de marca também pode postar ali, parceria paga com, é assim que aparece, tá? É quando você cadastra uma marca nesse conteúdo de marca.

E respostas salvas. Eu prefiro bloquinho de notas. Eu especificamente, mas você também pode deixar a resposta salva, então por exemplo, quando você digita pacote insta, vamos supor, o instagram substitui pelo texto de descrição pelo pacote, tá? É uma opção para usar no direct. Então é uma opção bem legal principalmente pra quem tem loja grande, né, não quer ficar respondendo toda hora, tem um fluxo muito alto de mensagens, você consegue deixar algumas mensagens salvas.

E onde que isso aparece? Essas três opções que eu falei, então vamos voltar. Promover publicação, conteúdo de marca, resposta salva, onde você acessa. Quando você abre o seu perfil aqui em cima tem painel profissional, você consegue acessar ali, tá bom? Também no celular, tá, no computador não dá pra acessar.

Qual é o melhor tipo de conta. Todas as informações que eu tô mostrando aqui pra vocês só estão disponíveis na conta comercial, tá? Conta pessoal nunca, né, pra quem trabalha e tem a conta de criador de conteúdo, mas eu particularmente não sugiro porque eu já vi muita gente falando que as métricas não são tão precisas. O instagram já falou que tá melhorando, mas não teve nenhum comunicado oficial. Então assim, muita gente opta pela conta de criador de conteúdo, até coloquei aqui óh, por causa das músicas disponíveis... *ah tem mais opção de música*, mas isso não é tão relevante quanto às métricas, né? Mas eu entendo, mas não é tão relevante assim.

Então o que eu sugiro se a pessoa quer realmente a música né? Se a sua cliente quer ter música. Coloca a categoria do perfil como empreendedor, o meu tá como empreendedora, até porque, né, é isso que a gente faz, a gente empreende, então você coloca ali no editar perfil, vai na categoria e seleciona a opção desejada, tem várias opções e aí você coloca empreendedor, tá? Que vai ter as mesmas músicas da conta de criador de conteúdo.

*Como criador de conteúdo eu consigo ver essas métricas.*

*Você consegue ver tudo Ra?*

*Consigo, você tá falando eu eu tô até acompanhando aqui abrindo q acompanhando do meu, eu consigo ver tudo.*

*Ah interessante, bom saber. Eles falaram que iam melhorar isso, então pode ser que tenham melhorado mesmo.*

*Você já fez tráfego pago?*

*Nessa conta aqui? Já fiz e inclusive tô com meu, minha conta foi bloqueada, do facebook. E eu fiz com um gestor mesmo, inclusive do ONM. Eu fiz tudo certinho, a gente já abriu vários processos, já consegui até falar com um atendente mesmo do facebook. Porque foi um erro meu bloqueio e até hoje eles não desbloquearam.*

*Eu imagino. Falam que é muito difícil conseguir desbloquear, né?*

*Porque eu conversei com eles foi o seguinte, que pode continuar bloqueada, não tenho problema com isso não, mas que pelo menos o dinheiro eu consigo resgatar ou jogar pra conta da minha loja. E eu fiz com um gestor de tráfego. Foi tudo organizadinho, não fiz sozinha já pra não dar erro e eu consegui esse bloqueio. A gente não conseguiu a resposta pra poder ver o que era. E aí por causa disso, hoje eu não consigo usar o botão promover.*

*Mas você consegue fazer tráfego dentro do gerenciador de anúncios?*

*Não. Nessa conta, nada.*

Então, eu não sei, tá, se tem a ver, mas as pessoas que falam disso, né, quem trabalha mais assim com o instagram mesmo, fala, por exemplo a Valeska Bruzzi sempre fala, o Paulo Cuenca, que tem que ser essa **conta comercial**, que criador de conteúdo não é tão boa, das métricas e do tráfego pago. Eu não sei se tem a ver esse bloqueio, né, como você falou foi um erro, como vocês não fizeram nada de errado, então eu não sei. Mas o que eu **sempre sugiro é a conta comercial**, porque se não tem diferença eu prefiro essa que é mais segura, digamos, né? Que é certo que vai ter todas as informações. Mas relamente não sei. Eles não dão muitas informações sobre isso, né? De bloqueio de anúncio e tal.

*Não. E no mesmo período que eu fui bloqueada eu vi vários comentários em vários grupos, de várias pessoas também que foram bloqueadas. Foi uma semana que eles saíram, a gente não foi nem bloqueado, eles desativaram a nossa conta. Eles desativaram total a nossa conta e aí eu vi que várias pessoas. E aí começou todo esse processo, todo mundo tentando. Eu tô no grupo do Doda, Eduardo, eu fiz o MD com ele e aí na mesma semana um monte de gente lá dentro também reclamou que estava com esse mesmo problema. E todo mundo a gente tentando se ajudar mas a gente não conseguiu esse desbloqueio não.*

*É então, eu já vi muita gente falando que foi bloqueado e não conseguiu reverter, teve que abrir outra conta. É um absurdo. Sendo que foi erro deles né.*

*E se eles não respondem, porque, uma justificativa do porquê. Eu não tive justificativa. Eles só bloquearam.*

*E aí não desbloqueia mais né. Como se eles não tivessem esse poder de desbloquear. Deve ser uma coisa super simples.*

Então eu sempre tento a conta comercial, mas realmente esse negócio de tráfego pago é delicado. Eu vou começar agora, tô torcendo pra dar tudo certo, vamos ver. Mas eu tenho um pouco de pé atrás com isso, justamente porque você trabalha tanto pra construir o seu instagram, né, a sua base ali, seu engajamento e aí por causa de um erro da própria ferramenta, né, do próprio facebook, você acaba perdendo esse trabalho.

*E aí hoje eu não consigo clicar no botão promover. Até hoje também, já tentei entrar em contato com o instagram, desde quando eu criei o meu instagram, esse novo instagram, o meu botão promover, né, que é hoje turbinar, ele não funciona. Nunca consegui fazer nada. Ele não funciona.*

Olha só, essa daí nunca tinha visto. O instagram tem vários bugs, apesar de eu achar que é uma ferramenta maravilhosa, ela tem uns problemas, viu. E que ninguém consegue descobrir. Mas faz parte, a gente vai tentando driblar. É importante você tentar ter algum outro canal de comunicação, né, com seus clientes ou então ter uma conta reserva, para se preparar para esses imprevistos.

Aí eu coloquei aqui uma sequência de formatos de post, né, no feed. Então o **estático, é só uma foto ou uma arte**, tá, isso daqui é uma foto que eu coloquei, então basiquinho, fotinho, legenda, acabou, chama post estático, justamente porque ele não é carrossel, não dá pra mexer nele, nem vídeo. Ele é um post paradinho ali.

**Carrossel**, né, então ele aparece, tá vendo aqui que eu circulei, ele aparece com vários, com quadradinhos aí do lado, então quer dizer que tem mais de uma página. Então **é uma sequência de várias páginas**, você vai deslizando assim, né, e é no máximo 10, tá? Então, sempre que você for pensar num carrossel para o seu cliente, lembra que é no máximo 10, contando a capa e contando a última página que costuma ter uma CTA, né, uma chamadinha para ação. Então são 10 páginas no máximo.

Aqui eu coloquei como fica quando você abre, então ali tem as bolinhas embaixo tá vendo? Então você vai mudando de página, ele vai destacando a bolinha da página. Então a página 1, destaca a primeira bolinha, a página 2 destaca a segunda bolinha e assim por diante.

**Vídeos**. Eles ficavam antes como IGTV, mas agora ficam vídeos. Então tanto vídeos curtos, quantos vídeos mais longos, o IGTV era até, não, era a partir de 1 minuto e no feed era até 1 minuto, mas agora independente do formato, do tempo desculpa, fica ali nessa aba vídeos, tá? Então ele fica com formato de storie, ali quando você vai na aba vídeos, mas no feed ele fica no formato quadrado.

Então toma cuidado com a formatação da capa, depois a gente vai ter uma aula com a Bárbara, que ela vai ensinar os formatos de post mesmo né, os formatos de tipo de post, cada um tem o seu, a sua medida, a sua forma de fazer certinho, pra ficar assim justinho na margem, né, pra não cortar nenhuma parte. Então depois a Bárbara ensina vocês a fazerem isso certinho, mas só pra vocês terem atenção e no feed sempre fica o formato quadrado, tá? Então mesmo que seja capa de um vídeo ... *ai Carol mas o vídeo ele fica compridinho, no formato de storie*. Sim! Mas a capa no feed fica nesse formato, então toma cuidado, tá?

Então até 1 minuto eles vão direto para o feed e mais do que isso eles ficam no antigo formato. Mas se você clicar ali na aba vídeos aparece todos, tá? Então é uma novidade que eles fizeram.

Os vídeos de 15 a 60 segundos são os **reels**, tá, então você pode criar reels de 15, 30, 45 e 60 segundos e eles ficam nessa aba específica de reels que foi inspirada no tik tok. Então são vídeos sim, mas eles são no formato reels, tá, que tem essa aba específica ali que eu circulei.

As **lives** também ficam na aba vídeos, tá, então como você sabe se é live ou se é vídeo? Não dá pra saber na verdade. É só se você clica ali e aí você vê, tá, mas fica com o mesmo formatinho.

*Uma boa ideia é destacar na capa, né, colocar live.*

É exatamente. Quando eu faço com cliente, essa daqui foi de vocês, né, foi da, pra lançar a mentoria, eu não coloquei, eu coloquei aula, mas quando é só live eu costumo colocar, não tirei print, *mas é uma ótima ideia Ra*, coloca sim live, que aí destaca.

E os **stories** né, como funciona os stories. Eles **são vídeos ou fotos** né, pode postar qualquer um dos dois **que somem em 24 horas**. Então se você quiser deixar no ar por mais tempo, o que você faz, tem que salvar nos destaques, tá bom? Quando você vai ali em arquivos você consegue ver os stories mais antigos e aí você deixa salvo nos destaques se já passou do tempo, já saiu do ar, tá?

E pra ficar sempre na frente da fila dos stories, o que você faz? Você **faz stories durante o dia**, então sabe aquela filinha ali que tem em cima, bolinhas? Então, pra você ficar sempre no começo pra pessoa poder te ver, seu seguidor poder ver o seu perfil aí destacado, coloca em vários momentos do dia.

Então por exemplo, no mínimo tá, 4 stories de manhã, 4 de tarde e 4 de noite... *Ai Carol mas de noite, que horário?* Depende dos seus seguidores, tá, mas eu sugiro um horário assim mais normal. Não vai colocar onze horas, meia noite, que tem poucas pessoas online e você vai ficar lá no final da fila, tá bom?

Então os mais importantes são os da manhã, porque? Porque é o primeiro que a pessoa vai ver e se for um storie legal ela vai querer ver o resto do dia. Então já começa assim bem, tá, então começa ali com a sua rotinha, **começa com uma coisa interessante, já um tema interessante e vai abordando ao longo do dia**, pra pessoa querer acompanhar o final daquela história, tá bom?

E aí quando as pessoas reagem com os seus stories também, tem essa questão do engajamento, né, não só a pessoa vai querer acompanhar, como o instagram vai entender que se muita gente reagiu aqueles stories, na sua enquete de bom dia por exemplo, fala... *nossa esse conteúdo tá bacana, eu vou continuar mostrando para mais pessoas* e traz essas pessoas que já viram ao longo do dia, justamente porque é um conteúdo bacana e que as pessoas estão gostando, tá? Então os primeiros stories são muito importantes.



Então o que postar, né, nesses stories tão importantes da manhã. Cria um **ritual de bom dia**, tá, porque as pessoas gostam de acompanhar uma novelinha, elas gostam de saber o que elas estão, o que elas vão ver e também elas se sentem parte da sua rotina, né, então fala... *de manhã eu já sei que a Carol vai tomar café e vai postar a planilha*. Então ela sabe que vai ver a planilha, ela fica ali esperando, fala...*ah, agora meu dia começou*, sabe? Então é uma coisa bem gostosa de acompanhar. Eu gosto de acompanhar a rotina das pessoas também.

E o que faz parte da sua rotina, não precisa ser uma planilha por exemplo, igual a minha, mas o que faz parte da sua rotina que você consegue mostrar todos os dias? Porque tem coisas que você deve fazer todo dia mas que não dá tempo de mostrar, por exemplo... *ah você veste seus filhos pra escola*, tá, mas é aquela loucura né, então não dá tempo de postar sempre, então tem que ser uma coisa que você consegue manter, tá bom?

Por exemplo, a planilha e o bonjour é o meu trabalho, mais uma curiosidade que eu falo francês, então se você fala outro idioma, então se você mora numa cidade mais turística, se você mora fora do país, posta, tá? O boomerang da Valeska é um exemplo. É uma coisa super simples, ela no espelho, sozinha, então só depende dela e ali na frente do espelho, só fazer um bumerangue, acabou. Ela consegue manter isso, uma coisa simples.

A Malu Perini, fala bom dia meu povo, é só ela falar isso, então é uma coisa que ela consegue manter. Salve família, do favelado investidor, então é só ele abrir a câmera e falar salve família, aí você fala... *putz agora começou o dia, já vi o favelado investidor me dar um salve*, tá? Então é uma coisa bem simples, mas que você vai criando essa rotina todos os dias.

Então a planilha é uma coisa que eu uso todos os dias, mas eu uso de segunda a sexta, tá, então também pode ser uma coisa durante a semana e no final de semana você quebra um pouquinho da rotina. Não precisa ficar tão presa a isso.

E quais são as ferramentas dos stories. Eu estava falando ali de engajamento, que as pessoas interagem. Então quais são essas ferramentas, né. O instagram como eu falei distribui porque ele vê que as pessoas estão interagindo e que tá muito legal. Então as ferramentas são: caixinha de perguntas, você tem que introduzir o assunto antes de perguntar alguma coisa, tá, então não joga só ali.

Então por exemplo, hoje eu fiz uma caixinha de perguntas falando... *olha eu vou dar uma aula na mentoria sobre instagram, qual é sua dúvida sobre instagram? Vamos falar disso aqui também?* Ta? Então pronto é uma introdução simples, mas que já tem um contexto ali, você não só jogou dúvida sobre o instagram, do nada. A pessoa não sabe nem o que perguntar.

Então você pode usar caixinha de perguntas, enquetes, mas enquetes relevantes, tá, eu coloquei aqui, esqueci de ler óh, use as ferramentas disponíveis com sabedoria, não faça enquetes forçadas só pra aumentar as views, porque você sabendo disso, que o instagram vai distribuir para mais pessoas, você fala... *ah então vou abusar de enquete, vou por o dia inteiro enquete para o pessoal ir clicando*. Aí fica aquelas enquetes meio tosquinhas né... *ah frio ou calor, você prefere café ou chá, você prefere num sei o que*, e tipo, do nada, né?

Se você tá falando sobre café, se você tá falando sobre frio, ok. Mas se não tem nada a ver, não faça, tá, porque fica chato. Fica muito nítido que... *ah a pessoa só quer biscoitos, sabe?* Então uma enquete relevante, termômetro, sabe quando você posta e dá pra arrastar ali aquela barrinha. Eu acho muito legal aquela reação.

Então quando você posta alguma coisa legal, quer saber se as pessoas curtiram, então você fala... *ah uma novidade, hambúrguer de calabresa*, por exemplo, e aí você quer saber se as pessoas gostaram, aí você coloca ali a barrinha, o termômetro, tá?

**Stickers** novos, por exemplo, aquela figurinha 2021 é nova, né? Quando você abre ali os stickers, é figurinha mesmo, né, que chama, você vê ali quais têm novos e sempre criando um contexto, claro. Então por exemplo, na última semana de trabalho 2021, então, ao invés de você escrever 2021, coloque a figurinha, já aumenta um pouquinho o alcance. Sempre que tem uma novidade no instagram, usa, tá? Quer dizer que ele vai te distribuir para mais pessoas.

Porque justamente ele teve um trabalho pra criar aquilo, então ele quer incentivar as pessoas a usarem, então ele vai te priorizar. Então se você usa a ferramenta ele vai te entregar pra mais pessoas, porque mostra que a iniciativa dele, a criação que o Instagram criou, né, tá dando certo. Então é uma coisa bem legal.

E a **música** também, cria uma vibe bem legal pra quem tá assistindo. Então se você tá ali vendo os stories, daqui a pouco vem um com música, você fala... *opa eu vou parar aqui pra ver*. Então é uma coisa bem bacana de usar, tá?

**Boas práticas para os stories.** Não é obrigatório, mas é de bom tom, tá? Tente legendar, eu sei que nem sempre dá, mas coloca ali um resuminho, tá? Então por exemplo... *ah eu tô falando aqui sobre dúvidas do instagram*, então coloca... tema da aula da mentoria de hoje. Acabou, a pessoa que quiser ouvir mais ela aumenta ali. E não é só pra quem é surdo, né, eu sei que muita gente fala... *ah mas ninguém que me acompanha é surdo*. Não tem como a gente saber, né, as vezes realmente tem alguém que não escuta, mas também quem não pode assistir com som naquele momento, às vezes tá com bebê dormindo no colo, as vezes tá no trabalho, às vezes tá na aula e a pessoa não vai conseguir assistir, tá?

E **tenta falar o mais rápido possível**, de uma forma que dê pra entender, tá? Também não desembesta, tá? Mas tenta falar o mais rápido possível, justamente pra não cansar. Então você vai treinando, não fica... *ah então, bom dia gente*. Não! Você já corta, fala... *Oi, tudo bem? Então vamos*. E aí você já vai falando, tá, não precisa ficar introduzindo muito, já vai direto ao ponto que fica mais fácil. Aos poucos vocês vão pegando a prática, tá?

E vai variando o formato. Então você vai postar uma foto, posta ali a foto da sua planilha, depois você posta um print da tela, depois você falando... *ah mas ainda eu não tô arrumada*. Filma a tela, né? Depois vídeo explicando alguma coisa, então vai variando o formato pra não ficar maçante, tá bom?

Por exemplo, quando eu vou responder caixinha de pergunta, eu tento dar um pause entre algumas caixinhas e outras, eu até perguntei se ficava cansativo, as pessoas falaram que

não, mas eu particularmente acho um pouco cansativo. Então eu tento não ir de uma vez só, eu respondo algumas, depois eu faço outra coisa, outro assunto, posto ali uma foto do que eu tô fazendo, ou então eu apareço pra falar.

Mesmo se eu continuar respondendo caixinha, talvez eu comece a responder falando, né, justamente pra dar uma variada e a pessoa não cansar, tá?

E **músicas**, né, como eu falei, podem ficar bem legais, principalmente quando é foto, né, porque às vezes a pessoa não tá esperando, tá ali só a foto, ela fica pulando, pulando, pulando, aí daqui a pouco toca uma musiquinha, ela para, então chama a atenção, tá?

E sempre limpe a câmera antes de gravar. Eu não tinha esse hábito, mas agora eu tô sempre me policiando, porque a câmera é muito embaçada, porque às vezes a gente tá com um celular super incrível, iphone 13 pro max, num sei o que, super tecnológico, mas a câmera té embaçada e a imagem não fica boa, da pra ver que a câmera tá suja, tá? Então tome sempre cuidado com isso.

E **não abuse dos filtros**, eu sei que a gente quer sempre aparecer linda, maravilhosa, mas vida real inspira muito mais. Se você um dia quer usar filtro, use, tá? Mas tenta usar aqueles que não mudam a sua fisionomia. Então aquele da social media maravilhosa eu amei, porque ele não muda a fisionomia. Ele adiciona só uns brilhinhos ali, dá um tapa na pele e tem aquela plaquinha em cima, né, social media maravilhosa.

Então **o storie é o mais próximo que a gente tem da vida real**, por isso que eu não gosto muito de usar filtros assim super pesados, né, que mudam a fisionomia, porque? Porque eu quero ver a pessoa de verdade ali, não quero ver um filtro. E quando a pessoa tem um celular um pouquinho mais antigo e usa esses filtros pesados, dá uma bela de uma travada nos stories e aí fica super desagradável de assistir, né? Então tenta tomar cuidado com esses filtros e avisa os seus clientes também, tá?

Presta **atenção no contraste do texto com o fundo**, então muita gente escreve ali rapidinho... *ai Carol eu legendei os stories*, mas aí não dá pra ver. Vamos supor que eu tô aqui me gravando e eu coloco uma legenda toda confusa, escrita em branco sem nenhum plano de fundo, não dá pra ler, tá, então toma cuidado com a cor que você vai escrever ali a legenda, tá bom?

**Cuidado com barulhos externos** se você vai gravar na rua, com as pessoas falando, com buzina, com vento, com vento é o pior pra mim, porque às vezes a pessoa vai gravar um áudio nos stories, com vento não dá pra ouvir nada e a pessoa ao vivo não percebe, mas se ta ventando toma cuidado, porque a câmera, a câmera não, o microfone do celular pega muito esse audio e fica muito, muito desagradável.

E eu particularmente prefiro stories simples, tá, sem muitos templates, o máximo que eu gosto é de uma caixinha de perguntas animadas que eu acho legal, mas stories eu gosto simples, vida real, mas é gosto, tá? Você pode usar e testa pra ver o que a sua audiência prefere. Se você trabalha com artes, pode ser um diferencial também, né, usar templates, então sempre testa, tá? Tudo é teste no instagram, não tem muita regra. Cada audiência

prefere de uma forma e cada pessoa se adapta de uma forma. Então faça de uma forma que te represente, tá bom?

E o desafio, né, não podia faltar. Então o que eu quero que vocês façam essa semana. Bastante coisa hein, antes do natal. Ter conta comercial, quem já tem, já dá um check aí, arrumar bio se for preciso, organizar os destaques, lembra que lá na primeira semana, acho que foi na primeira semana, ou foi na segunda, que teve um desafio ali de colocar a sua história no destaque, quem ainda não fez dá tempo de fazer, então organiza ali os destaques, tá bom?

Arrasar na foto de perfil, tira uma foto lá bonitona, arrasando, pode me marcar se quiser, me mandem, tá? Se quiser ajuda no canva, me avisa, que eu ajudo vocês. Fazer um post estático e um post carrossel pra treinar formato de post, tá bom? E personalizar o bônus dos clientes, muita gente me perguntou o que podia dar de bônus para as clientes, então quais são as principais dúvidas dos seus clientes? São as mesmas que as minhas clientes?

Pode ser, porque a gente é social media, né? Pode ser muito parecido, então eu vou deixar ali o arquivo aberto pra vocês do canva como template, então é só você clicar e personalizar com as suas cores e com o seu nome, porque se eu não me engano tá meu nome ali, então você coloca o seu, tá? Pode usar, fica tranquila.

E criar um ritual da manhã, se você ainda não tem, então cria ali o seu bom dia, pode ser uma foto no espelho, como eu falei, pode ser só uma forma de falar, pode ser... *bom dia meu povo*, igual da Malu Perini, acabou, a pessoa já se sente, já se reconhece, né, já fala... *ah agora a Ravena chegou, agora posso começar meu dia*. Então coloca ali uma coisa que você consegue postar todos os dias, tá bom?

Vou encerrar aqui a gravação. Muito obrigada pra quem participou ao vivo, quem tá vendo gravado se tiver com alguma dúvida, deixa nos comentários ou me manda um direct e todas as informações extras, como o link pra encurtar o whatsapp, como colocar o whatsapp na bio, eu vou colocar na descrição aqui do vídeo e mais qualquer dúvida, se você não conseguir acessar me manda uma mensagem, tá bom?