

1 - Análise dos perfis

Por que analisar um perfil de redes sociais?

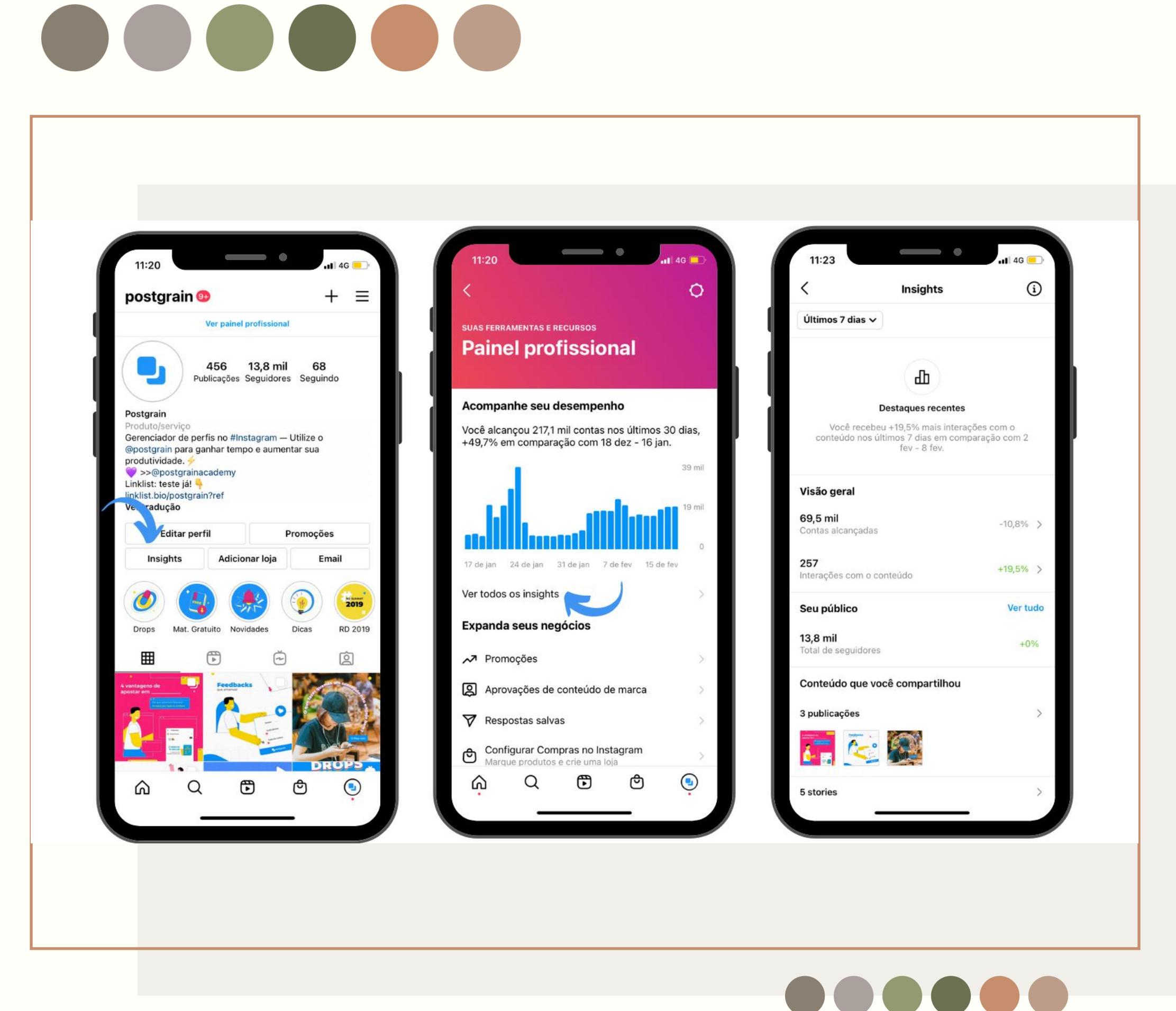
Quando analisamos um perfil, é possível descobrir:

- Preferências de usuário
- Reações dos seguidores às publicações
- O melhor momento para publicar postagens
- Formato de conteúdo ideal
- As melhores formas de anunciar
- Além disso, com a ajuda das métricas, é possível determinar quais custos com anúncios foram desnecessários e não trouxeram o resultado desejado.

Instagram Insights

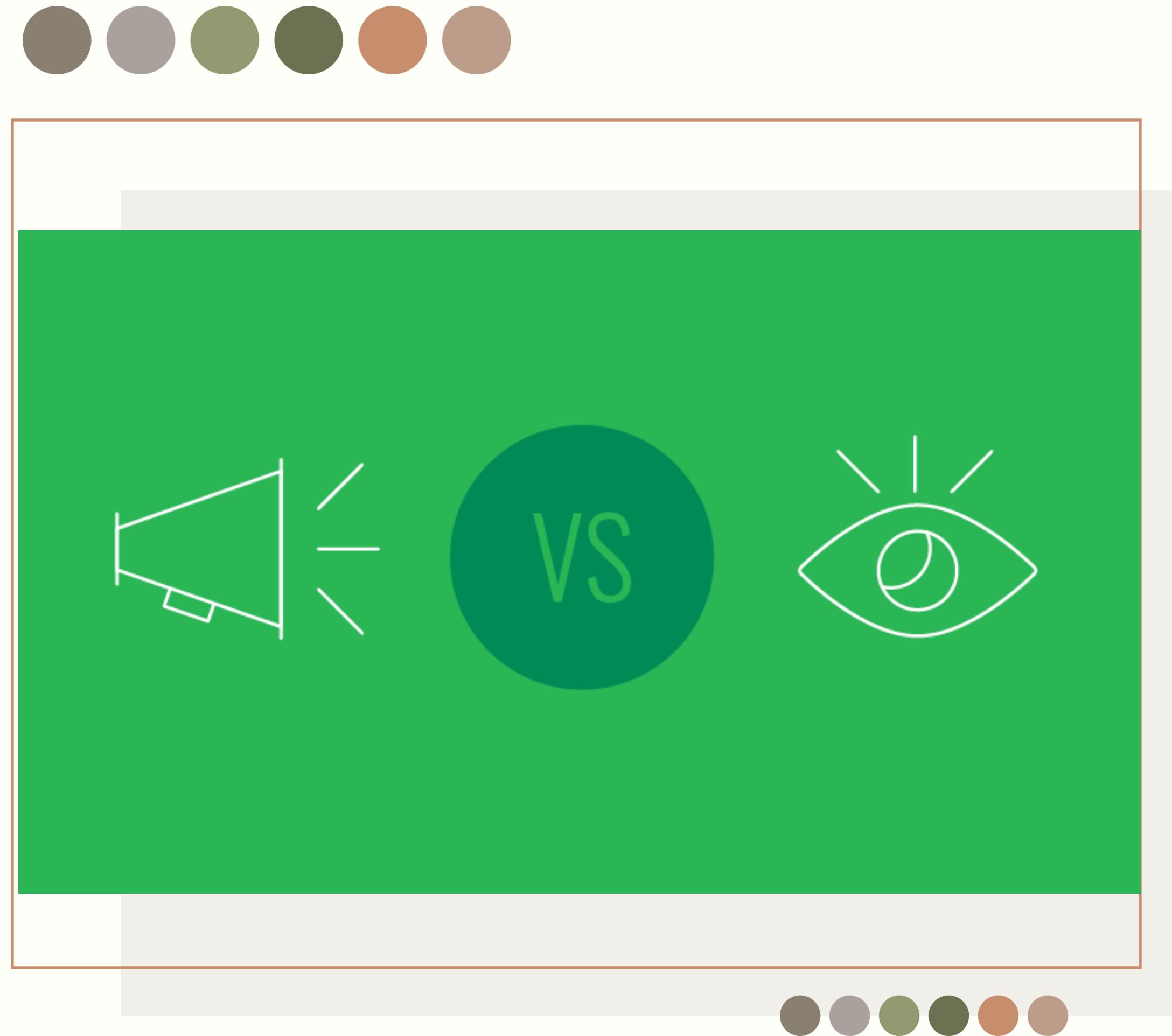
O Instagram fornece gratuitamente o serviço de análise Insights. O que inclui:

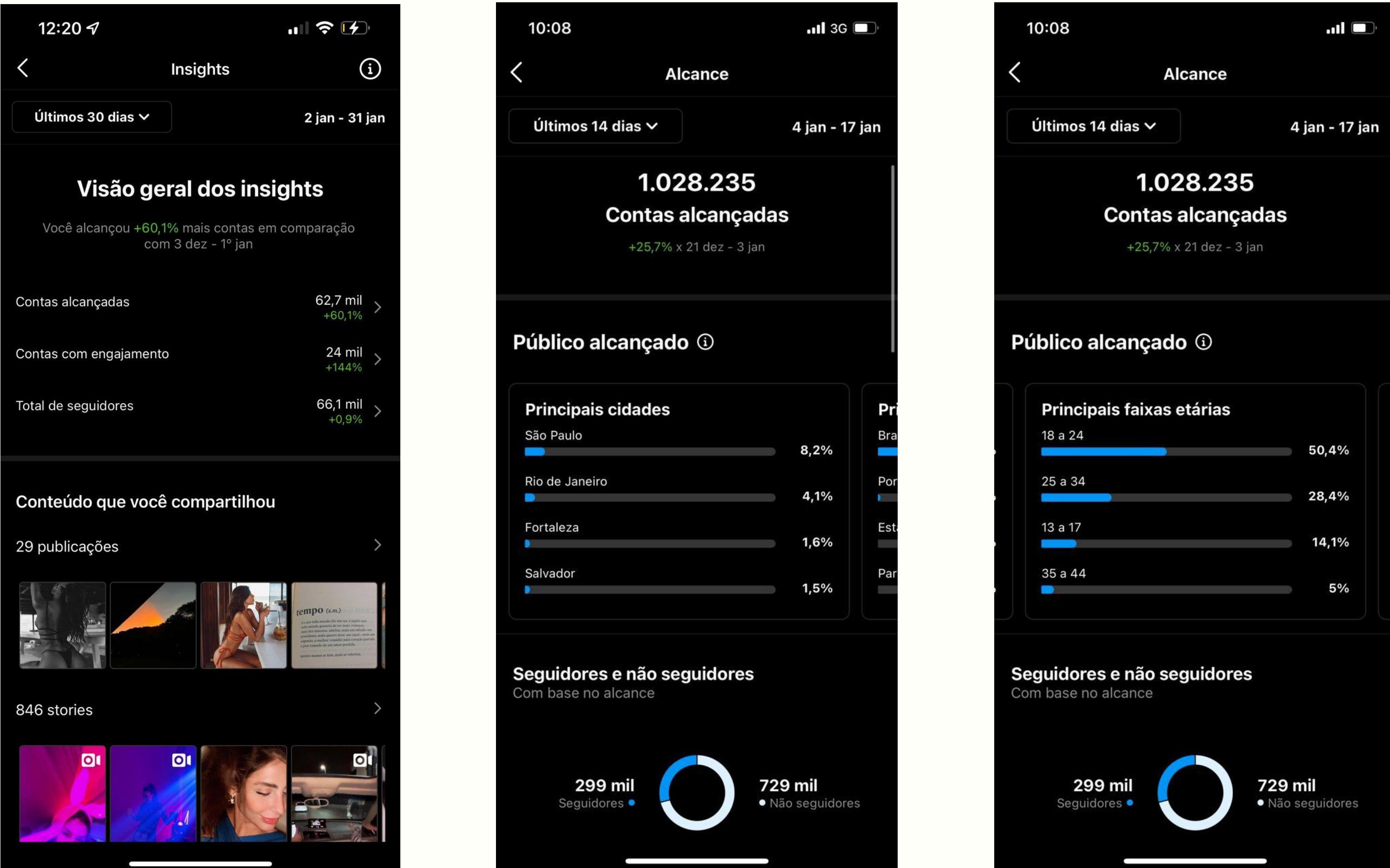
- Número de seguidores
- Impressões e alcances
- Visualizações
- Número de postagens e menções
- Características dos seguidores por demografia
- Nível de envolvimento



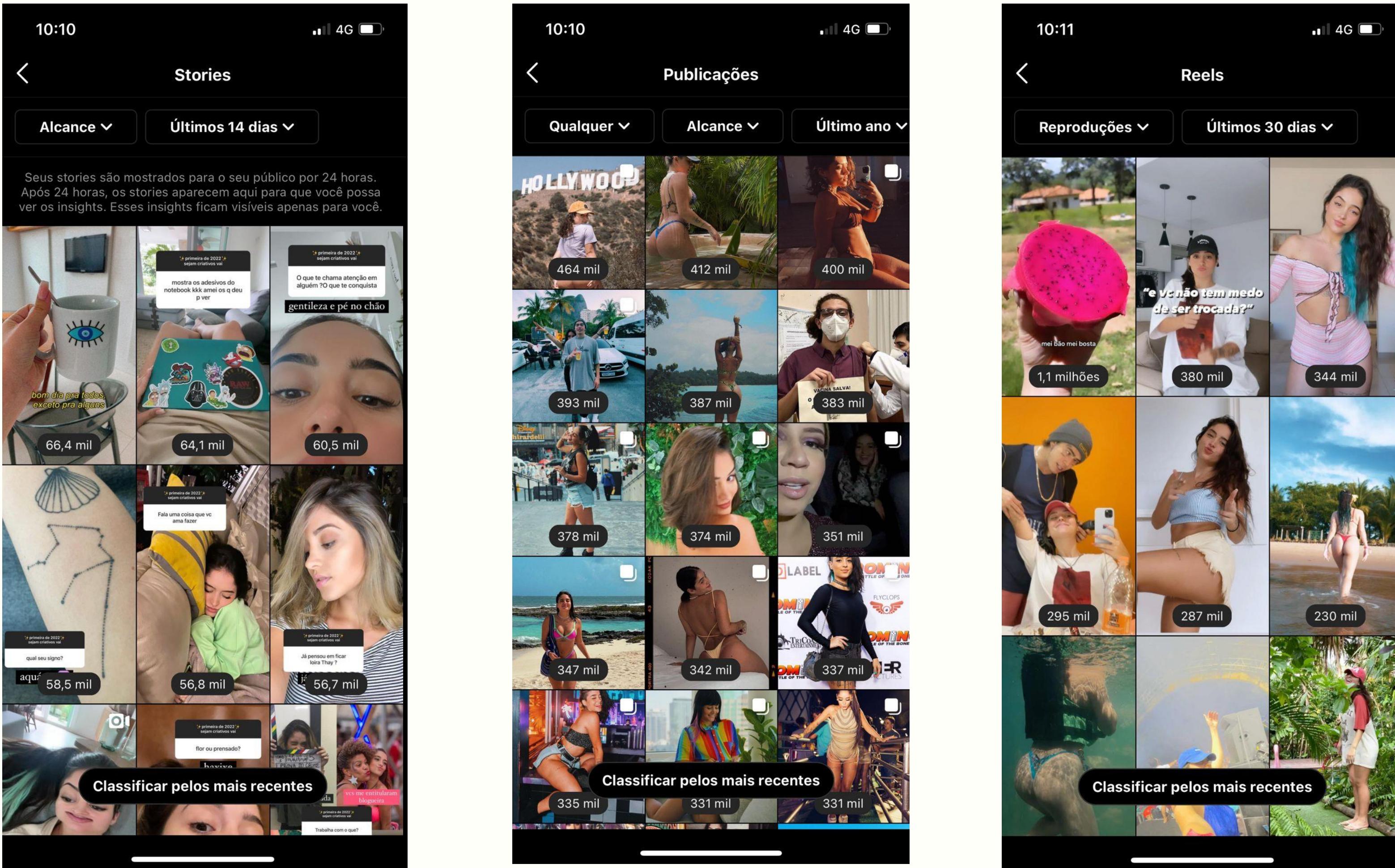
Alcance: o número de pessoas que visualiza o seu conteúdo. Ele representa o número de pessoas que entraram em contato com um post. Se você tiver visto o mesmo conteúdo 3 vezes, será contabilizado como usuário único.

Impressões: o número de vezes que seu conteúdo é exibido. São contabilizadas quantas vezes os posts foram exibidos para o usuário.

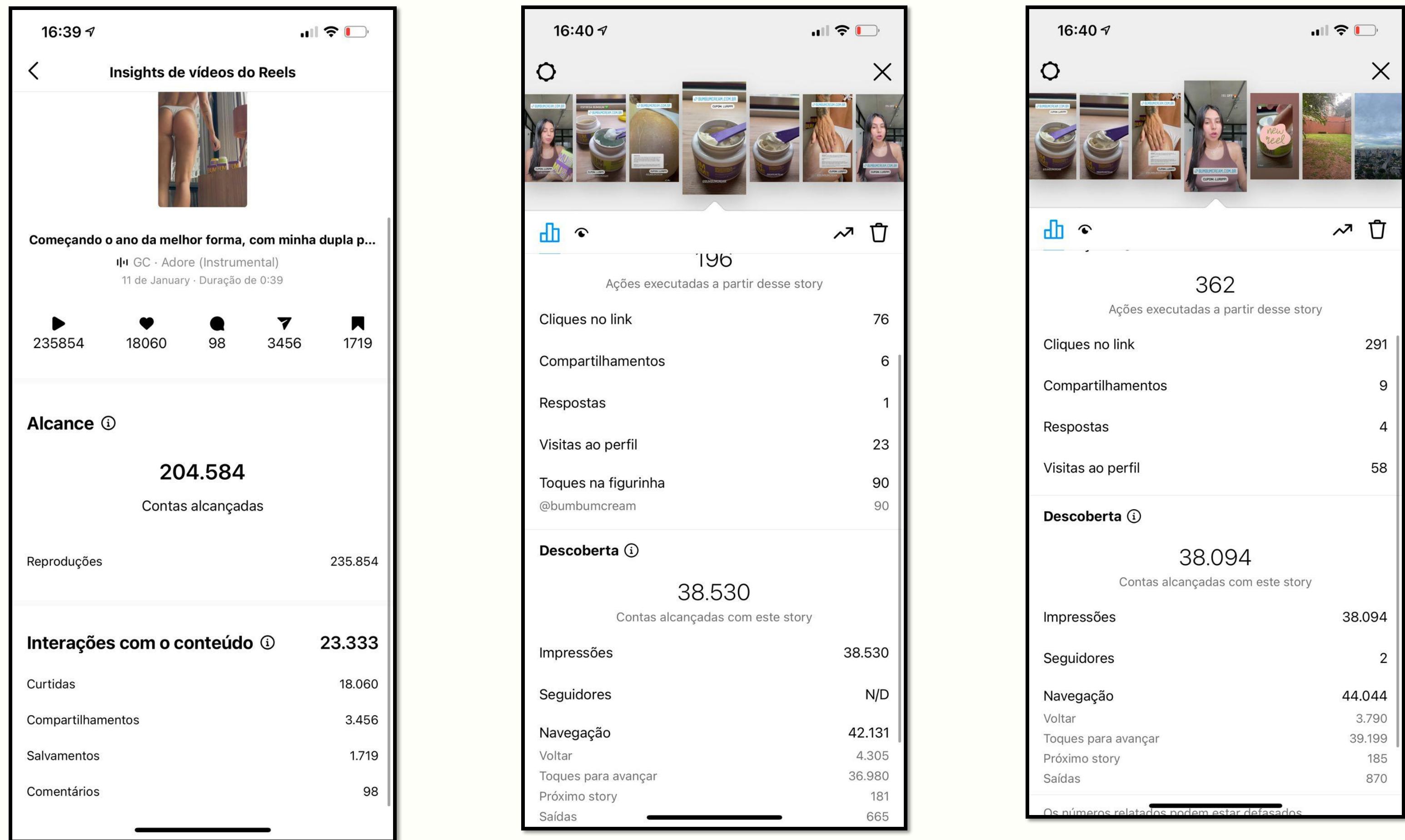




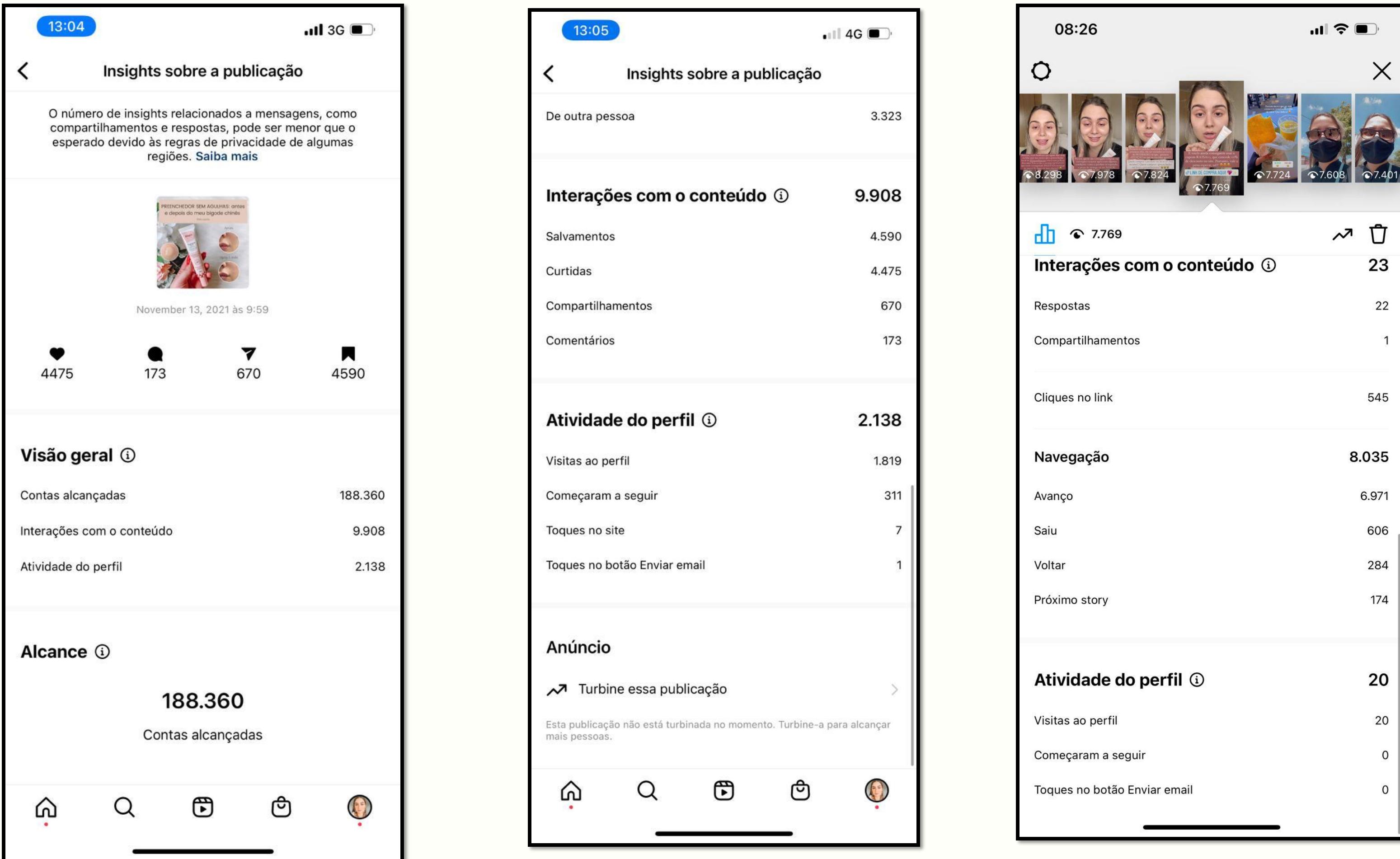
Exemplos de analytics: visão geral, localização e faixa etária



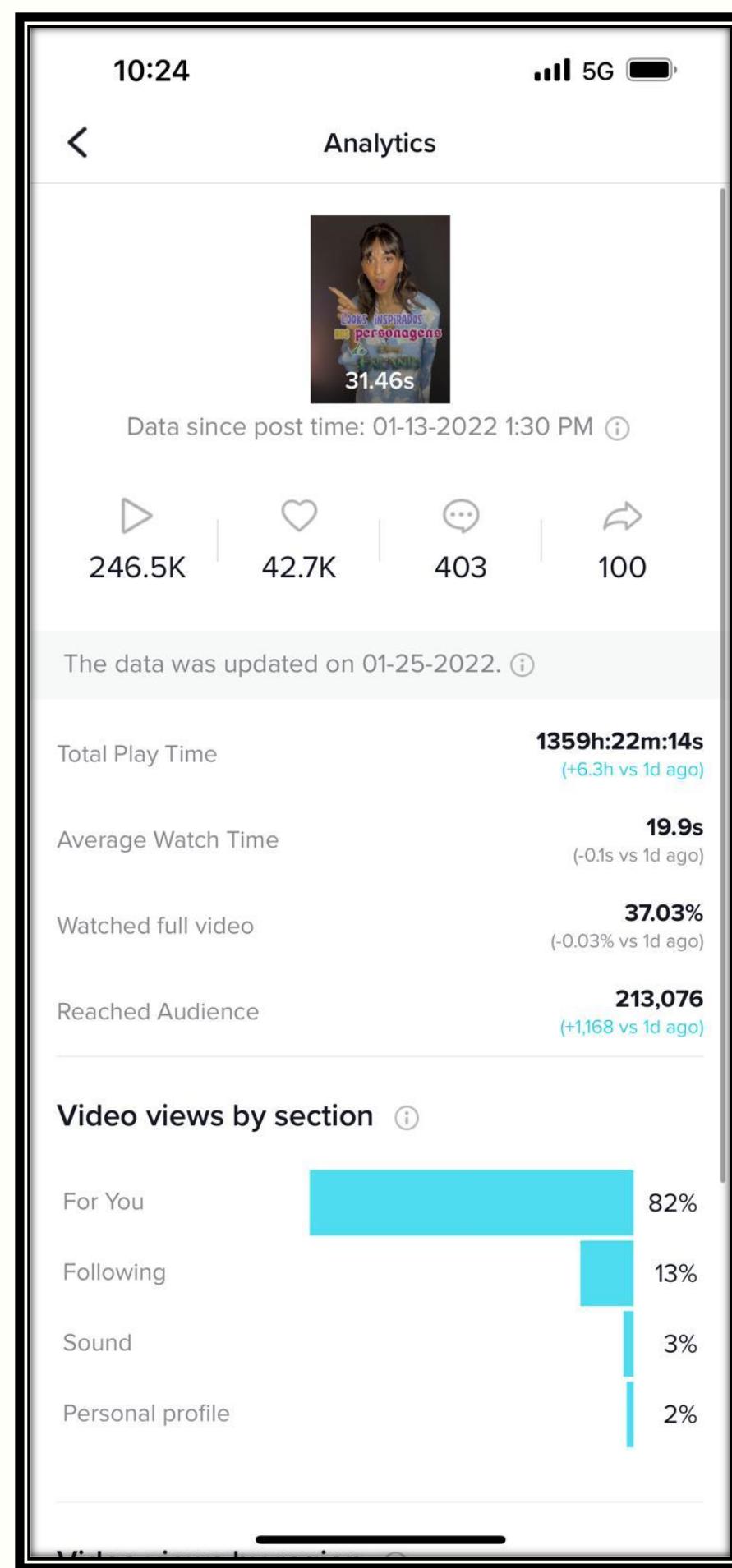
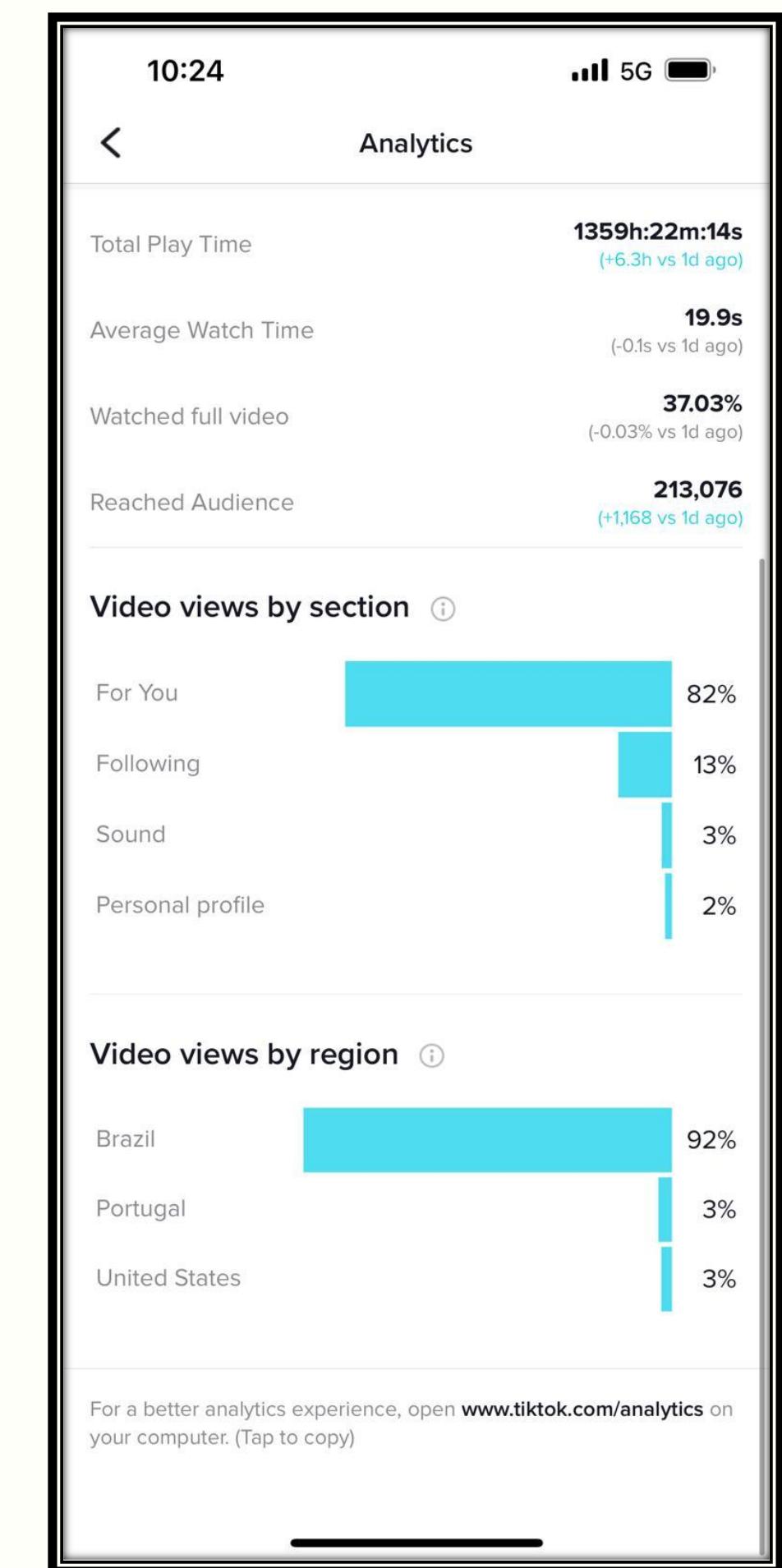
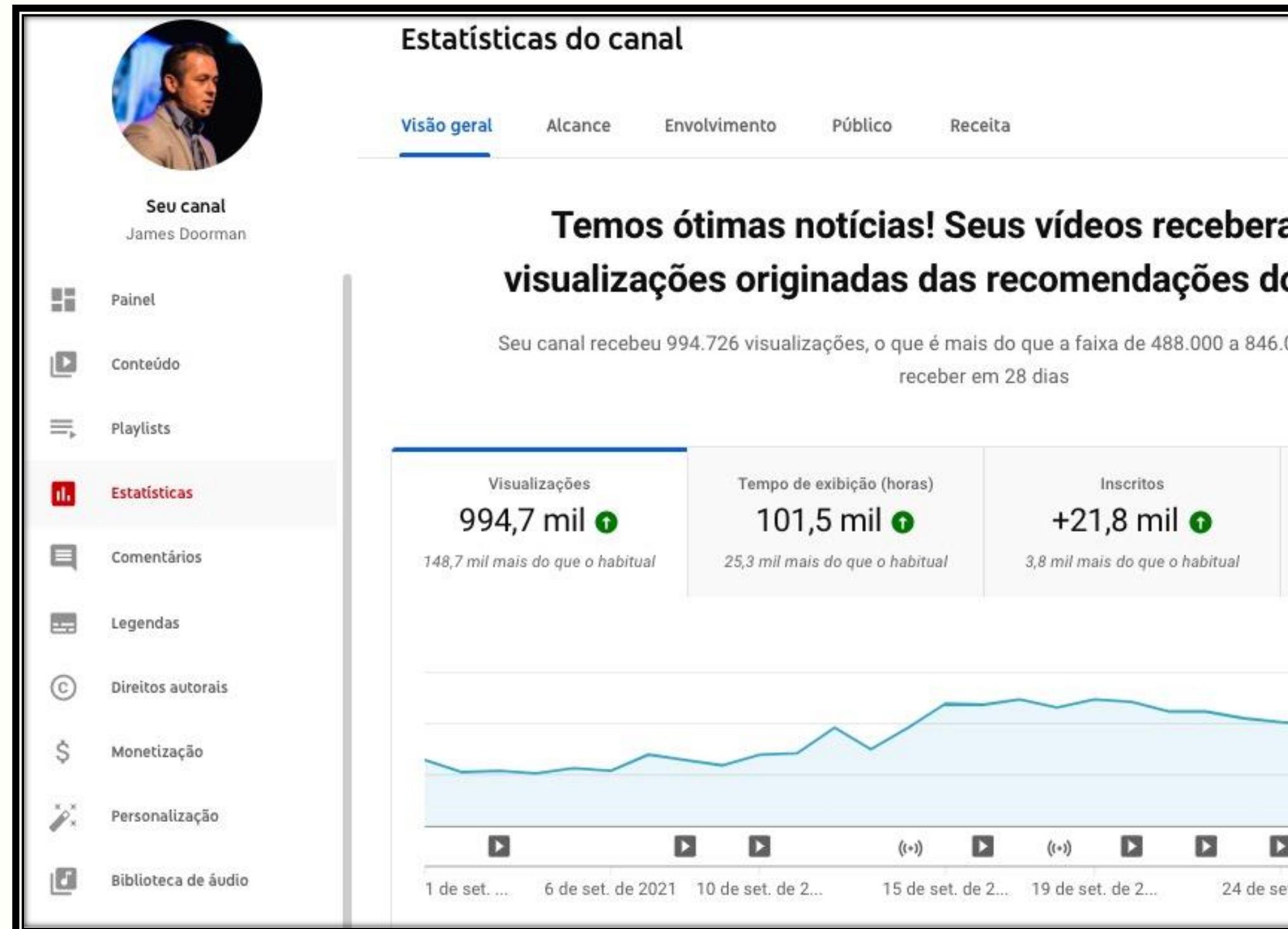
Exemplos de analytics: stories, publicações e reels



Exemplos de cliques no link e @ da marca



Exemplos de métricas de feed e stories



Exemplos de métricas de Youtube e Tiktok



Mari Zanin, CEO e Founder da MZ Creators

Mari está no mercado agenciando influenciadores desde 2012, e tem em seu portfólio nomes como Taciele Alcolea e Niina Secrets.



CASE MZ CREATORS

Marca do segmento de moda contratou duas influenciadoras

Taciele Alcolea (5.8 milhões de seguidores)

Não performou bem

Não acertou o público alvo

Gabi Moretti (356 mil seguidores)

Trabalha com a marca há 4 anos

Contrato anual

Performa super bem