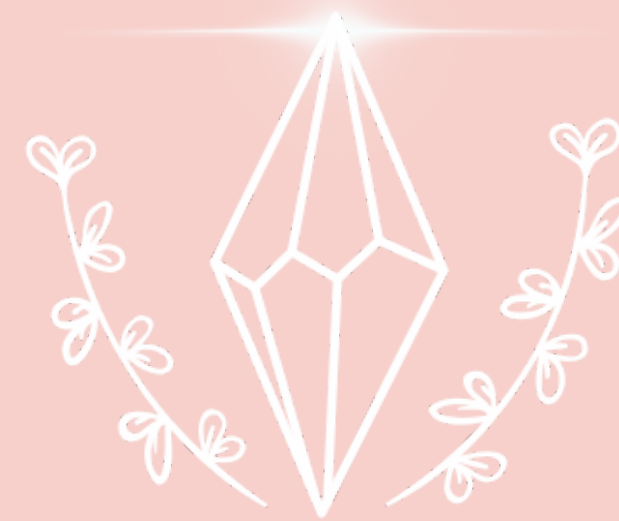


# **Aula 6: 20/12**

# **Instagram**

**Carolina Lucchetti** —————



# Sobre Instagram

---

- Social media
- Como funciona
- O que é engajamento
- Bio
- Destaques
- Foto do perfil
- Número de seguidores
- Métricas
- Qual o melhor tipo de conta?
- Formatos de post
- Stories

# Instagram para Social Media

---

A gente que é Social Media precisa estar sempre atualizada sobre o Instagram. Ele é a nossa ferramenta de trabalho.

Claro que não precisamos saber tudo, somos humanas. Mas devemos saber, pelo menos, o básico para poder orientar nossos clientes.

Eles confiam em nós, então quando tiverem alguma dúvida sobre Instagram vão vir nos perguntar. Se a gente não souber, é só falar que vamos pesquisar e voltamos com a resposta! Sem problemas.

Mas tente se preparar para as perguntas mais comuns. Esse é o tema da nossa aula.

# Instagram para Social Media

---

Você pode até oferecer um bônus para responder essas dúvidas quando o cliente contratar o seu pacote.

Foi isso que eu fiz e os clientes adoram. Criei um Manual do Instagram e envio quando o cliente me contrata. Vou disponibilizar o arquivo para vocês se inspirarem.

Eu coloquei as dúvidas que eu percebo que meus clientes têm, mas você pode personalizar com as dúvidas dos clientes de vocês.

Como ele é um brinde, não personalizo pra cada cliente. Todos recebem o mesmo PDF.



# Como funciona o Instagram

---

Apesar de usarmos o Instagram como ferramenta de trabalho, precisamos lembrar que ele é uma rede social. Ou seja, a base dele é o relacionamento entre pessoas.

Você já percebeu que as fotos pessoais (selfies, foto com amigos, cachorro, filhos...) têm mais curtidas? Justamente porque é isso que a maioria das pessoas gosta de ver no Instagram.

# Como funciona o Instagram

---

Por isso, na aula de linha editorial, eu ensino a incluir conteúdo sobre a vida pessoal da cliente. Não é pra mostrar a intimidade, mas nosso cliente precisa mostrar um pouquinho da vida dele para deixar claro que existe uma pessoa por trás da empresa.

Exemplos do que postar se a pessoa é mais reservada: bastidores, dicas de séries e filmes, estudos, rotina de organização.

# O que é **engajamento**

---

Ouvimos muito essa palavra, né? Mas o que ela significa na prática?

Interação.

Ponto. Nada mais do que isso. Uma conta engajada é uma conta que os seguidores interagem bastante. Quais tipos de interações existem?

Reações nos stories, curtidas, comentários, salvamentos, encaminhamentos (ou compartilhamentos), votos nas enquetes, respostas nas caixinhas, respostas aos stories.

# Bio: o nosso cartão de visitas

---

A primeira coisa que uma pessoa vê quando ela chega no seu perfil é a bio. Por isso, eu costumo falar que ela é o seu cartão de visitas. É uma forma rápida de você se apresentar para aquela pessoa.

Você precisa comunicar de forma rápida: o que ela vai encontrar no seu perfil, como você pode ajudá-la, onde ela pode te contratar.

Ou seja: por que ela deveria te seguir?

# Bio: o nosso cartão de visitas

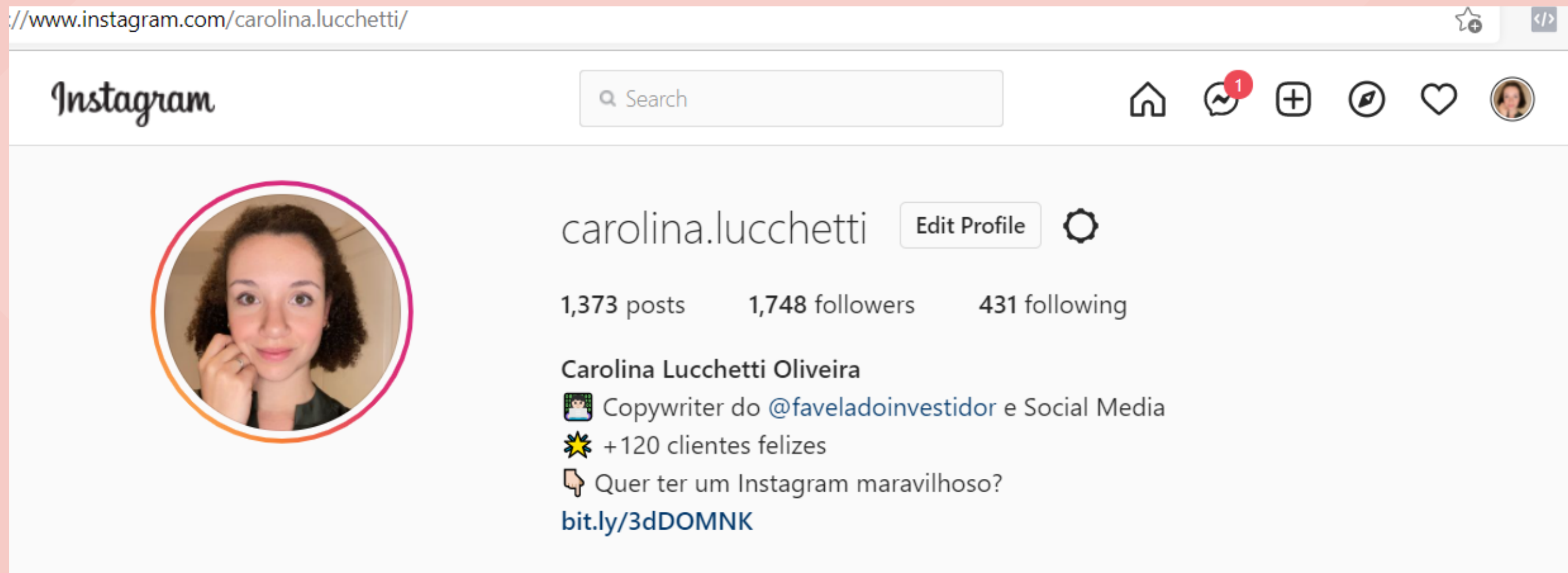
---

Eu abordo 3 pontos na bio do cliente:

- O que você faz. Exemplo: Te ajudo a construir a casa dos seus sonhos.
- Conquistas. Exemplo: +10 anos vendendo bolos.
- Contato. Exemplo: Me conte mais sobre o seu negócio.

Obs: no PDF não dá para colocar emojis, mas eu sugiro que você coloque um em cada linha, no começo da frase.

# Bio: o nosso cartão de visitas



# O que colocar nos destaques

---

Outra dúvida muito comum dos clientes e que está presente no Manual do Instagram.

Tem 3 coisas que devemos ter nos destaques:

1. Serviços ou produtos COM a tabela de preços disponível.
2. Sua história ou a história da marca. Como você chegou até aqui?
3. Feedback. Se ainda não tem clientes, poste mensagens bacanas que recebeu.



# O que colocar nos destaques

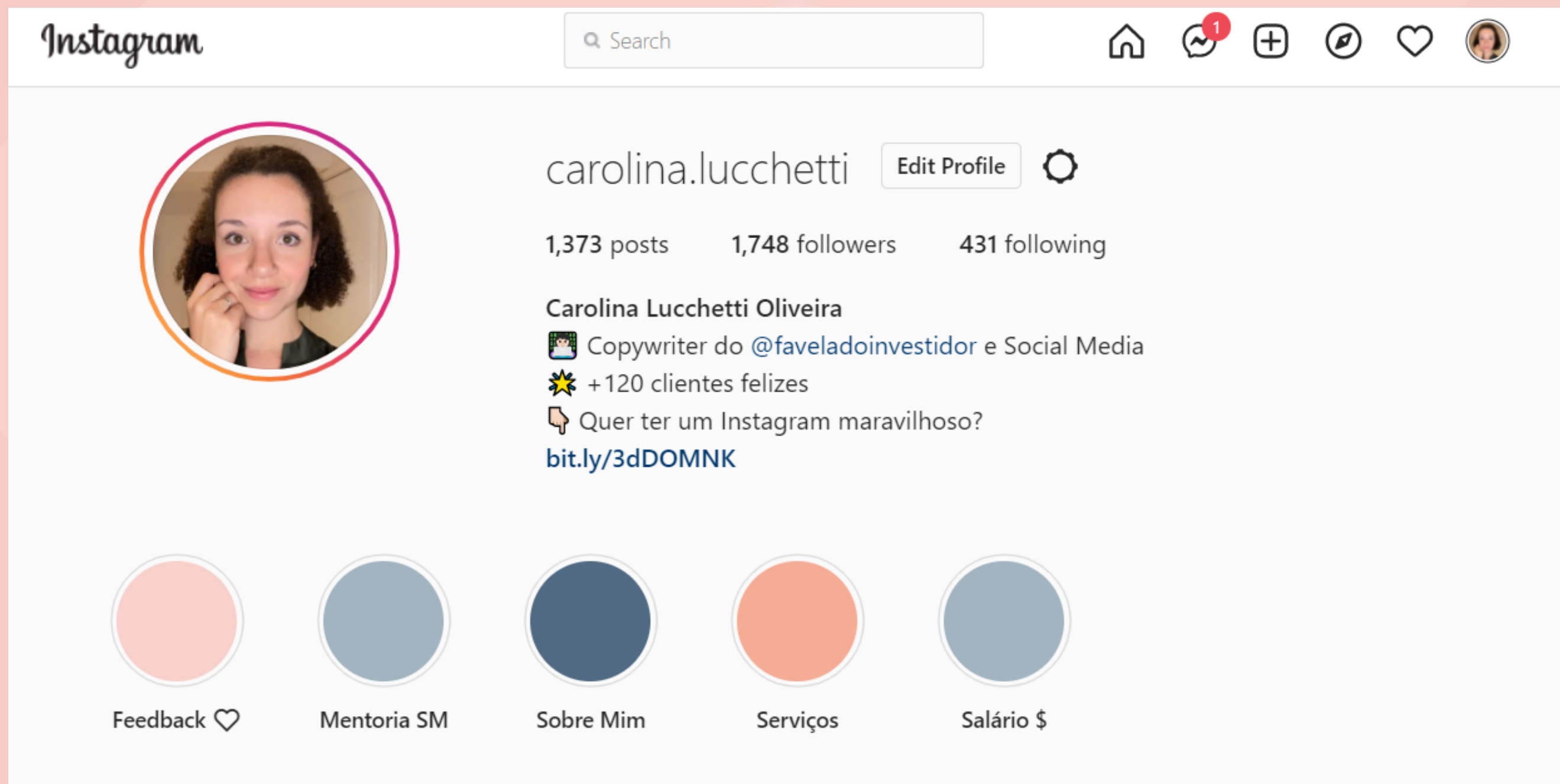
---

Claro que essa lista pode ser personalizada pra cada perfil! Mas esses 3 pontos não podem faltar.

Eu só não gosto de deixar uma lista muito extensa porque acho que perde o sentido de destaque, né? Fora que a pessoa fica com preguiça de procurar o que tem ali. Destaque os pontos mais importantes! Sugiro que você tenha, no máximo, 6 destaques. O que você pode incluir nesses 3 opcionais?

- Comece por aqui. Um guia para quem acabou de chegar.
- Dúvidas frequentes
- Na Mídia. Para quem apareceu em revistas, programas de TV, etc.

# O que colocar nos destaques



# Como deve ser a foto do perfil

Fiz um post com os 5  
itens que devemos  
prestar atenção ao  
escolher a foto do  
nosso perfil:



# Como deve ser a foto do perfil

---

Para tirar o fundo da foto, você pode usar o site gratuito: [remove.bg](https://remove.bg) ou o Canva Pro (versão paga do Canva).



Editar imagem  
Removedor de fundo





# Cuidados com a foto do perfil

---

- Evitar decotes
- Maquiagem que te representa. Se você usa batom vermelho sempre, coloque uma foto assim! Se não usa, não coloque somente para a foto.
- Cuidado para o cabelo não cobrir o rosto.
- Dependendo do nicho, você pode adicionar algum elemento. Por exemplo: câmera fotográfica, espátula de bolo, flor.
- Óculos somente se você realmente usa sempre.
- Evite mudar toda hora! As pessoas começam a te reconhecer pela foto do perfil.

# Será que importa quantos seguidores você tem?

---

Esse é um dos números menos importantes do Instagram! Principalmente agora que o link (antigo arrasta pra cima) está disponível para contas de todos os tamanhos.

O mais importante é o que você representa para aqueles seguidores. Eles te seguem porque se identificam com o seu conteúdo ou apenas porque você começou a seguir o perfil deles primeiro?

# Será que importa quantos seguidores você tem?

---

Sempre gosto de falar de números porque fica um exemplo mais palpável.  
No mês passado, Novembro/2021, eu faturei mais de R\$20 mil.

Hoje é dia 16/12/2021. Tenho 1749 seguidores.

Lembra que o primeiro tópico da aula foi sobre o Instagram ser uma rede social? É exatamente isso que vai fazer as pessoas comprarem de você: o relacionamento que você tem com elas.



# O que são **métricas?**

---

Métricas são alguns dados que conseguimos medir dentro do Instagram.

É essencial que você saiba o que cada uma delas significa para analisar o que está dando certo e o que pode melhorar.

Quais métricas o Instagram disponibiliza?

# Métricas nos posts do feed

---

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

# O que significa cada métrica?

---

- Alcance: quantas contas viram o seu perfil. Exemplo: Carol, Juliana, Bruna e Carla. Alcance = 4.
- Impressões: quantas vezes seu conteúdo foi visto. Se a Carol viu seu post 3x e a Juliana viu 5x, você tem 8 impressões. Seu alcance continua sendo 2 (a Carol e a Juliana).

# O que significa cada métrica?

---

- Principais cidades e países: onde está o seu público.
- Faixas etárias: qual a idade da sua audiência.
- Gênero: tem mais mulheres ou homens te vendo?
- Seguidores e não seguidores: quem vê os seus posts, está te seguindo ou não?
- Posts mais relevantes: quais posts foram mais vistos?
- Stories mais relevantes: quais stories foram mais vistos?
- Principais vídeos do reels: quais reels tiveram mais visualizações?
- Vídeos do IGTV mais relevantes: vídeos mais vistos.

# O que significa cada métrica?

---

- Atividade do perfil:
  - Visitas ao perfil: quantas pessoas acessaram seu perfil?
  - Toques no site: quantas pessoas clicaram no seu link?
  - Toques no botão enviar e-mail: se você tiver habilitado, quantas pessoas clicaram para te enviar um e-mail?
  - Toques no endereço comercial: se você tiver habilitado, quantas pessoas clicaram na sua localização.
  - Toques no botão ligar: se você tiver habilitado, quantas pessoas te ligaram?
  - Toques no botão de texto: se você tiver habilitado, quantas pessoas te enviaram uma mensagem no WhatsApp? Precisa ser o Business, ok?

# O que significa cada métrica?

---

- Contas com engajamento (antiga "interações com conteúdo"): quantas pessoas interagem com os seus posts? Também aparece de quais cidades e países elas são e o gênero.
  - Eles te seguem ou não?
  - Quantas interações você teve de cada tipo: curtidas, comentários, salvamentos, compartilhamentos.
  - Posts mais relevantes de acordo com cada uma das interações.
  - Interações com stories: respostas e compartilhamentos. Quais stories foram mais relevantes.

# O que significa cada métrica?

---

- Contas com engajamento (antiga "interações com conteúdo"):
  - Interações com reels: comentários, curtidas, salvamentos, alcance, reproduções, compartilhamentos e interações.
  - Reels mais relevantes de acordo com cada uma das interações.
  - Interações com vídeos: comentários, curtidas, salvamentos e compartilhamentos, % média assistida, seguidores, visualizações, toques, impressões e alcance.
  - Interações com vídeos ao vivo: comentários, compartilhamento, alcance, número máximo de espectadores simultâneos e interações com vídeos ao vivo.



# O que significa cada métrica?

---

- Total de seguidores: quantas pessoas te seguem.
- Crescimento: quantas pessoas começaram a te seguir e quantas deixaram de te seguir.
- Principais localizações: de quais cidades e países são os seus seguidores.
- Faixa etária: qual é a idade dos seus seguidores (também pode ver a idade de cada gênero).
- Gênero: tem mais homens ou mulheres te seguindo?
- Períodos mais ativos: horários e dias em que os seus seguidores estão online.
- Quantidade de conteúdo compartilhado no período (7 dias, 14 dias, 30 dias, mês anterior, últimos 90 dias).

# Onde ver cada métrica?

Na página inicial do seu perfil, tem uma aba chamada Insights. Não dá para acessar pelo computador, somente pelo celular.



# Outros recursos disponíveis

---

- Promover publicação
- Conteúdo de marca: ótimo para influencers. É assim que eles colocam em uma foto "Parceria paga com..."
- Respostas salvas: prefiro o bloquinho de notas do celular, mas você pode criar atalhos para responder direct. Exemplo: ao digitar "pacoteinsta" o Instagram substitui pelo texto de descrição do meu pacote.

# Outros recursos disponíveis

Essas 3 opções ficam  
disponíveis no Painel  
Profissional.



# Qual é o melhor tipo de conta?

---

Para conseguir analisar todas essas métricas, tanto você quanto o seu cliente devem ter uma conta comercial.

Eu não sugiro a conta de criador de conteúdo porque as métricas não são tão precisas, principalmente quando você começa a investir em anúncios (tráfego pago). Dizem que o Instagram está arrumando isso, mas ainda não foi comunicado oficialmente.

# Qual é o melhor tipo de conta?

---

Normalmente, as pessoas optam pela conta de criador de conteúdo por causa das músicas disponíveis. Mas dá para ter musica na conta comercial também: basta colocar a categoria do perfil como "Empreendedor".

É só ir em editar perfil, clicar em "Categoria" e selecionar a profissão desejada.

Para ocultar essa categoria: vá em editar perfil, clique "exibição do perfil" e selecionar se você quer deixar disponível ou oculto.



# Quais são os formatos de post

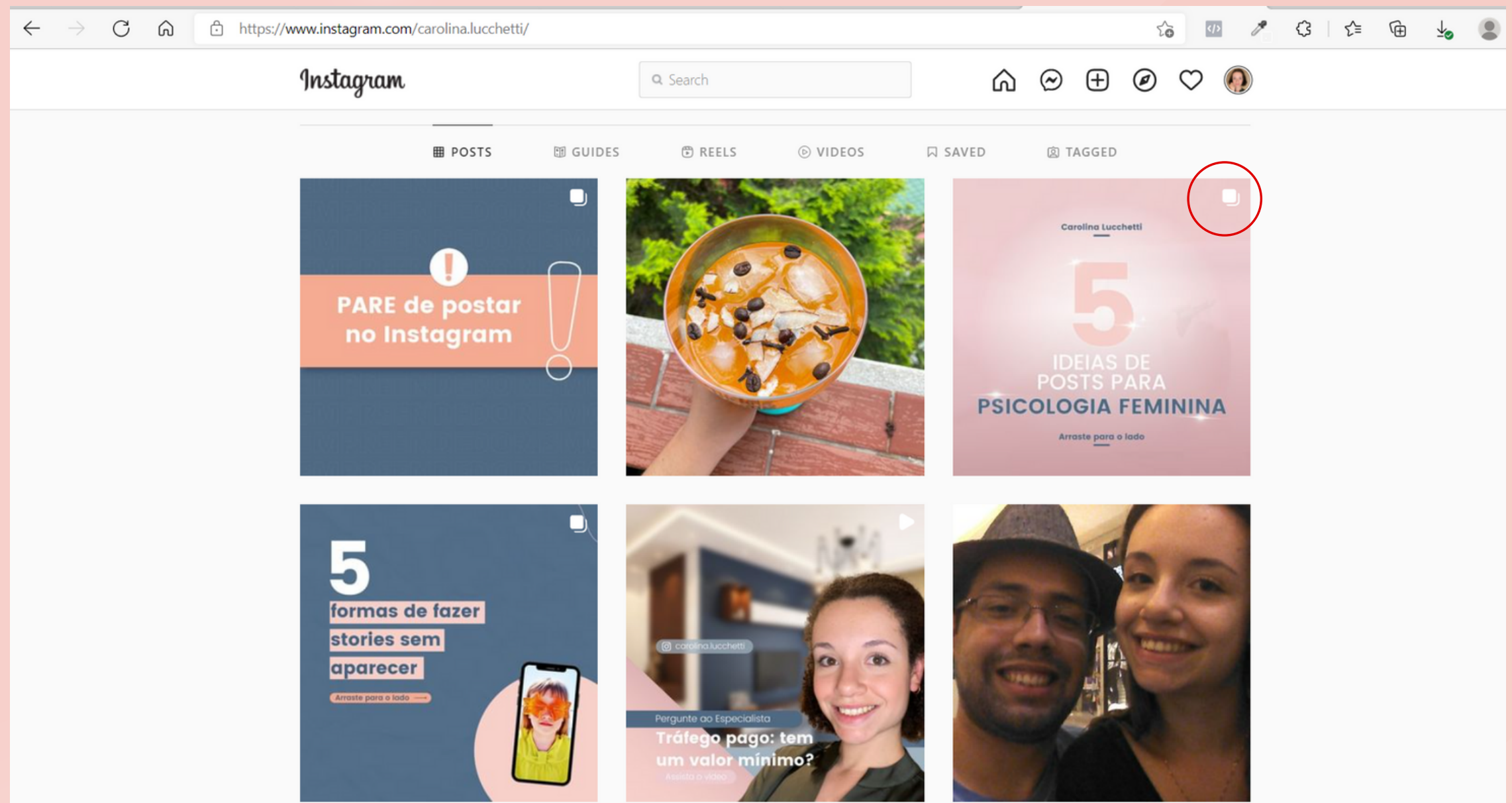
Estático: apenas  
uma foto ou arte.





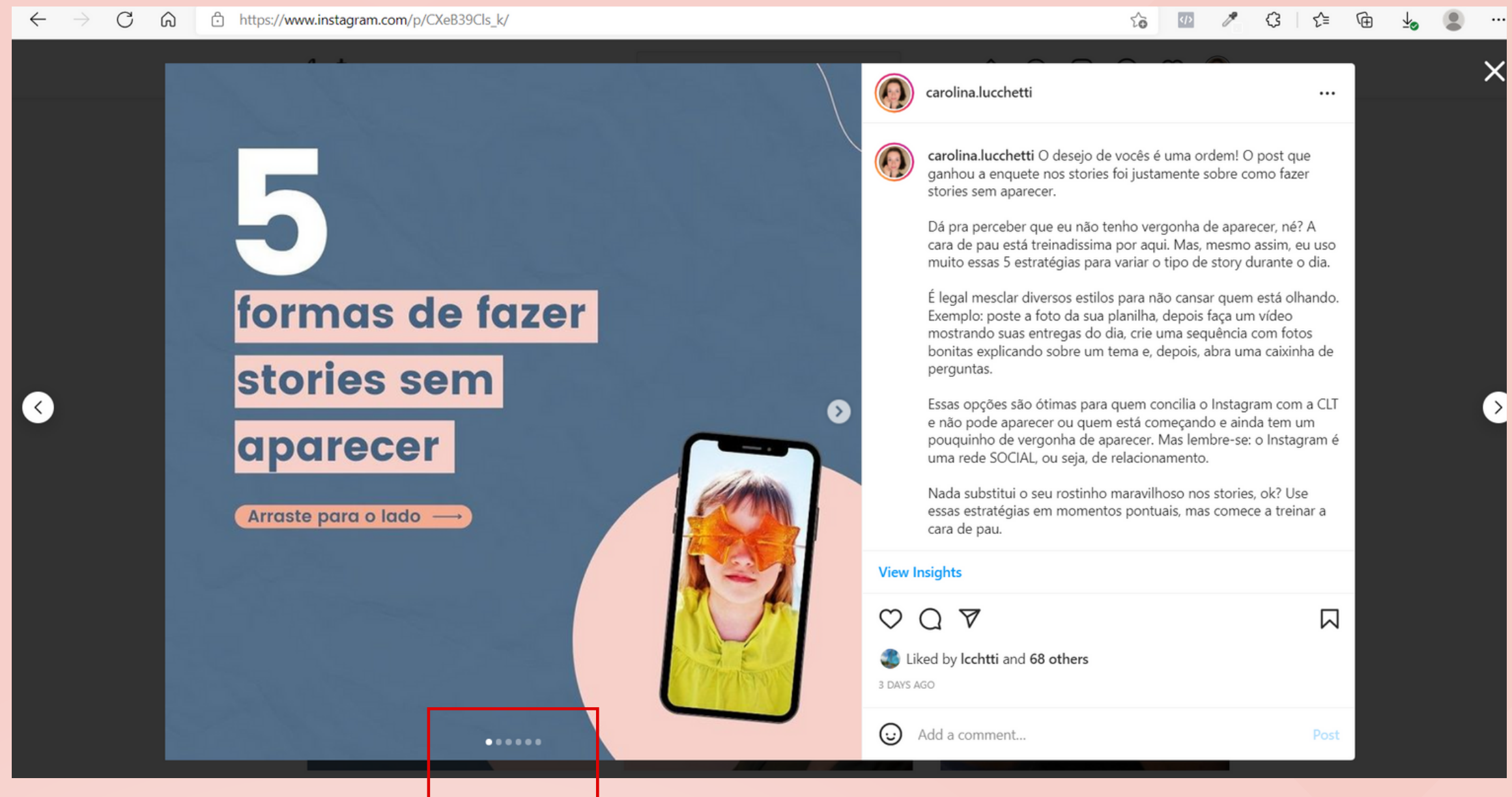
# Quais são os formatos de post

Carrossel: post  
com uma  
sequência de  
várias páginas  
(máximo de 10).



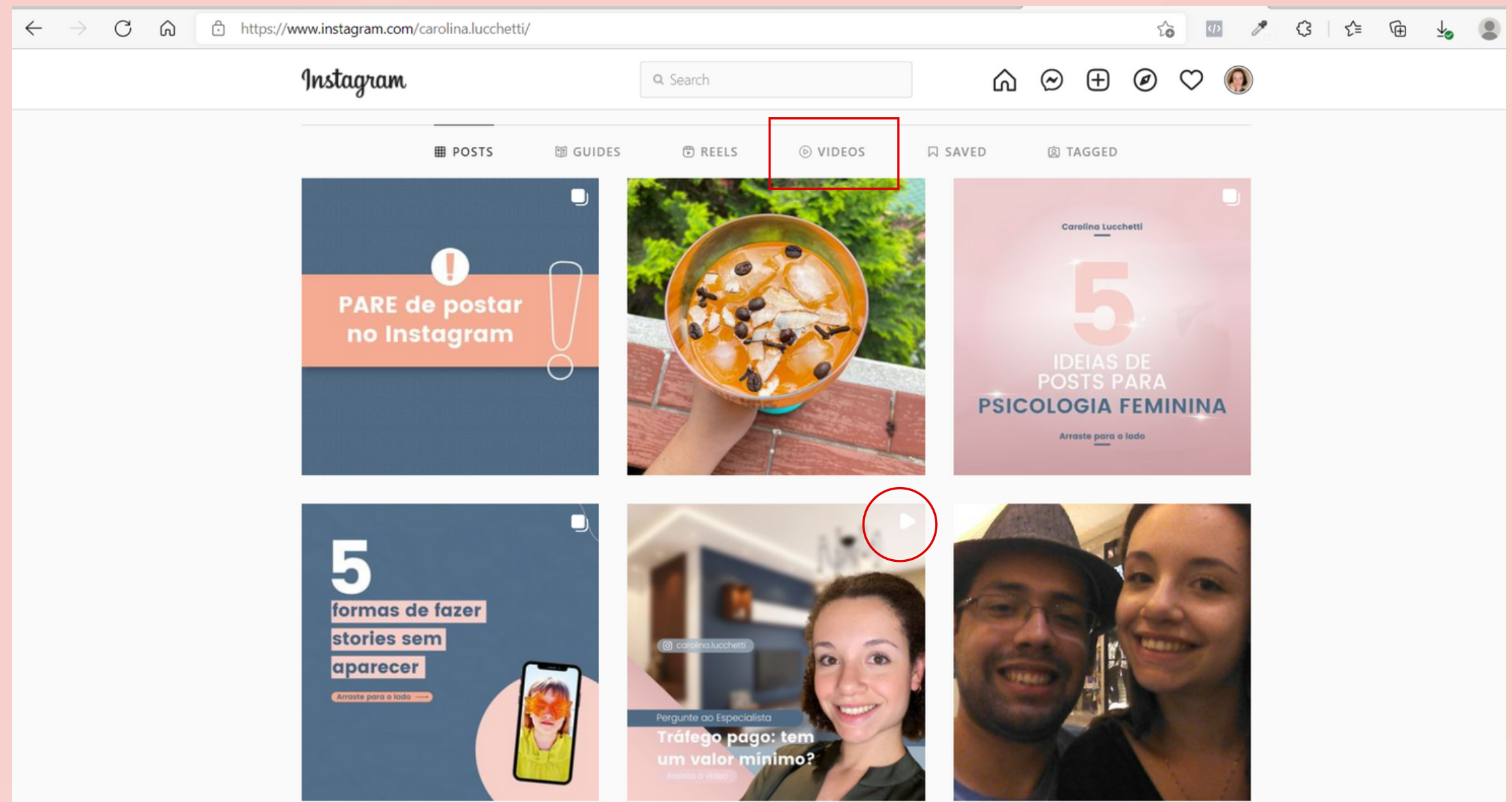
# Quais são os formatos de post

Carrossel: post  
com uma  
sequência de  
várias páginas  
(máximo de 10).



# Quais são os formatos de post

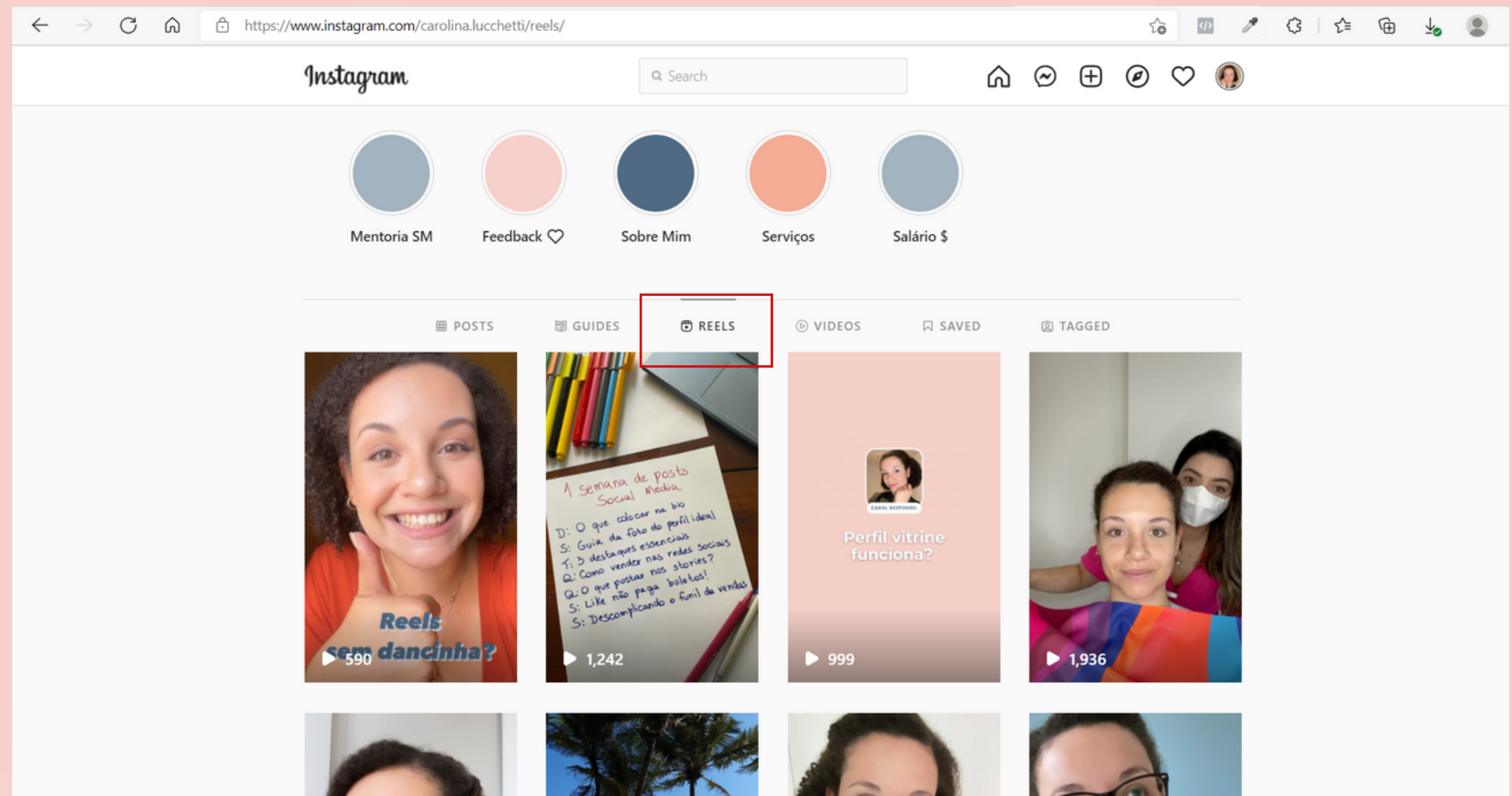
Vídeos:  
antigamente,  
vídeos de até 1  
minuto ficavam  
no feed e mais do  
que isso ia para o  
IGTV. Hoje, todos  
ficam na aba  
vídeos.





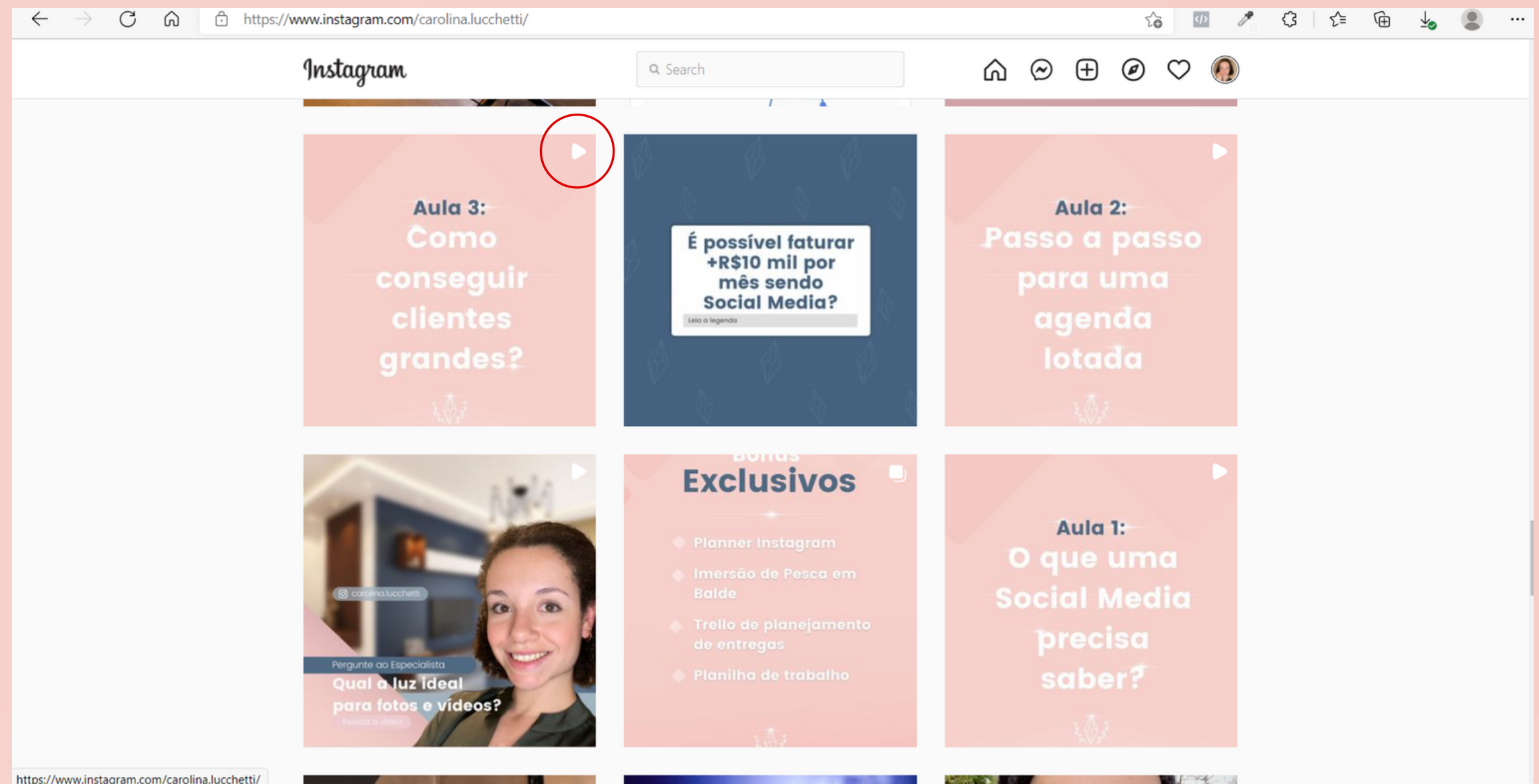
# Quais são os formatos de post

Reels: vídeos de 15 a 60 segundos. Ficam na aba específica de reels, inspirada no TikTok.



# Quais são os formatos de post

Lives: vídeos ao vivo. Também ficam na aba vídeos.



# Como funcionam os stories

---

Stories são vídeos ou fotos que somem em 24 horas. Se você quiser deixá-los no ar por mais tempo, tem a opção de salvar nos destaques.

Para ficar sempre na frente da fila dos stories, você precisa estar presente em momentos diferentes do dia. Sugiro que você faça no mínimo: 4 stories de manhã, 4 stories de tarde e 4 de noite.

Os mais importantes são os primeiros da manhã, por causa da interação. Se bastante gente assiste e interage, o Instagram entende que seu conteúdo tá legal e continua entregando os próximos stories durante o dia.

# O que postar nos stories de manhã

---

Crie um ritual de bom dia! As pessoas adoram acompanhar uma novelinha e saber que fazem parte da sua rotina.

O que faz parte da sua rotina e você consegue mostrar igual todos os dias?

Exemplos: planilha e bonjour (meu trabalho + curiosidade que eu falo francês), boomerang da Valeska Bruzzi no espelho, bom dia meu povo da Malu Perini, salve família do Favelado Investidor.

# Quais são as **ferramentas dos stories**

---

Quando você usa as ferramentas e as pessoas interagem, a entrega dos seus stories fica melhor. O Instagram distribui os seus stories para mais pessoas porque entende que o público está gostando de ver aquilo.

Use as ferramentas disponíveis com sabedoria (não faça enquetes forçadas só pra aumentar as views).



# Quais são as **ferramentas dos stories**

---

- Caixinha de perguntas: introduza o assunto antes de perguntar alguma coisa.
- Enquetes: relevantes, não somente "frio ou calor".
- Termômetro: quando você posta algo legal e quer saber se as pessoas curtiram.
- Stickers novos: é legal usar em um vídeo ou foto que tenha a ver com o tema da figurinha.
- Músicas: criam uma vibe legal para quem está assistindo.

# Boas práticas para os stories

---

- Tente legendar todos os seus stories. Mesmo que seja apenas um resumindo do que você está falando. Isso ajuda não somente quem é surdo, mas quem não pode assistir com som naquele momento porque o bebê está dormindo no colo, porque está no trabalho, etc.
- Fale o mais rápido possível de uma forma que dê para entender.
- Varie entre fotos, prints da tela, você falando, vídeos explicando, etc. Fica menos massante e mais dinâmico.
- Músicas podem ficar bem legais! Principalmente quando é foto.
- Limpe a câmera antes de gravar!

# Boas práticas para os stories

---

- Não abuse dos filtros que mudam a sua fisionomia. Stories é o mais próximo da vida real no Instagram.
- Preste atenção no contraste do texto com o fundo.
- Cuidado com barulhos externos: pessoas falando, buzina, vento. Pode ficar bem desagradável para quem está assistindo.
- EU prefiro stories simples, sem templates, o mais natural possível. Mas é gosto! Teste para ver o que a sua audiência prefere.

# Aula 6

## Desafio

---

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