

Insights

Transcrição

[00:00] Como a conta da Joaquina Doceria ainda é muito pequena, não dá pra vocês terem muita noção, eu abri aqui outra conta de uma amiga minha, que tem uma marca de acessórios, só pra gente ter uma ideia mais ou menos de como é essa parte do insights.

[00:15] A gente entra aqui, por exemplo, em atividade. Esse gráfico que aparece aqui mostra os dias onde as pessoas acessam mais a conta dela. Aqui, por exemplo, você vê que quarta e quinta-feira são dias de atividade melhor pra ela do que sexta, por exemplo. E isso te diz o quê? Se você tiver alguma coisa importante pra promover, alguma coisa importante pra postar, pra falar, você coloca nesses dias, que são mais fortes pra você.

[00:55] Aqui nessa parte abaixo de descoberta você tem dois dados importantes. Um que é o reach, que é o seu alcance, quantas pessoas você conseguiu alcançar a mais num intervalo de tempo, aqui ele colocou de 2 a 8 de abril, por exemplo. E embaixo são impressões, que é quantas pessoas podem ter visto o seu post e não necessariamente te seguirem.

[01:23] Por exemplo assim, o seu post tem 15 curtidas, mas ele chegou pra 57 pessoas, como tem aqui, porque as pessoas viram ou foi mandado pra alguém, então essa é a parte de impressões. Não necessariamente o número de curtidas que você tem na sua foto é o número de alcance do seu post, de quantas pessoas chegaram a ver o seu post. Esse é um número bacana também pra gente saber.

[01:56] Aqui na última aba a gente tem audiência, como eu falei, aqui ele mostra as cidades, o dela é majoritariamente São Paulo, por exemplo, e algumas pessoas do Rio, Curitiba, Goiânia e tal. É importante você saber de onde está vindo o seu público, ainda mais se você tiver um negócio nacional, que aí você talvez tenha que focar em outro mercado, e isso a gente faz com posts pagos, que eu vou falar um pouquinho depois.

[02:31] E aqui embaixo a gente tem a idade das pessoas que te seguem, então ele faz mais ou menos uma média aqui. A gente pode ver que no dela majoritariamente são pessoas adultas de 25 a 34 anos, por exemplo. O grosso do público dela fica entre 25 e 44 anos, que são as duas maiores porcentagens.

[02:55] E aqui embaixo a gente tem gênero, que a gente tem 86% mulher e 14% homem. Aqui a gente tem um horário de atividade também dos seus seguidores, quando eles acessam mais o Instagram. A gente tem aqui na segunda-feira, você pode ver que o pico aqui é às 12 horas, na hora do almoço, meio-dia. E também nove horas da noite, por exemplo. E aqui você pode ver um total dos dias. Mas se você quiser, você vai mudando os dias aqui. Pronto, você vai tendo uma noção de atividade por período de hora.

[03:47] O que eu poderia dizer vendo esse gráfico é que pra ela seria ideal ela postar ou meio-dia ou seis da tarde na sexta-feira. Já na quarta, nove horas da noite é mais forte do que seis da tarde. Isso é bacana pra você aproveitar e jogar o seu post na hora em que o seu público está mais ativo no Instagram também, isso é superimportante.