

02

Os principais recursos do Instagram ADS

Transcrição

[00:00] Agora quero destacar alguns pontos que considero importantes para entender como o Instagram funciona e poder pensar em estratégias para o Bytebank conseguir ter uma presença digital forte e conquistarmos os objetivos que estipulamos. [00:20] Envolvimento. As pessoas que estão no Instagram estão predispostas a receberem conteúdos informativos, e isso faz com que as empresas adotem certas abordagens para comunicar o serviço, ou seja, aquilo que elas têm a oferecer ao mercado de forma atrativa, utilizando o recurso da imagem, do vídeo. Temos o exemplo de uma empresa que traz na descrição o que a empresa faz. De alguma maneira, essa marca conseguiu encontrar a pessoa com as necessidades que ela resolve. Da mesma forma, o cliente da Bytebank pode sentir isso. [02:05] Outro item que precisamos prestar atenção é a percepção visual. O apelo visual no Instagram é muito forte. Quanto mais criatividade nas nossas publicações, maiores as chances de impactarmos positivamente o leitor e fazer com que ele tome a ação que definimos. Quero compartilhar uma imagem do Ifood. Eles utilizaram um recurso da plataforma e fizeram um patrocínio, criando uma publicação diferenciada. [03:33] Outra questão importante é a inspiração. Ou seja, o que você vai compartilhar com o seu público. Nesse caso, podemos colocar coisas do nosso dia a dia, do nosso cliente, isso pode motivar outras pessoas a terem o desejo de viver a experiência. [04:41] Assim começamos a ver como empresas com recursos bem diferentes conseguiram fazer publicações criativas utilizando esses quesitos, para fazer com que as pessoas se engajassem. Eu já comecei a pensar em como fazer uma publicação legal para o Bytebank. [05:53] Agora vem o desafio. Eu já promovi uma publicação. Como crio um anúncio? Não tem segredo. Vou acessar nosso gerenciador de anúncios, faço aquele passo a passo de sempre. Agora vem o pulo do gato. Se eu continuar, ele vai para o Facebook, mas quero ir para o Instagram. Eu clico em editar posicionamento. Ele vai abrir os dispositivos. O Facebook vou tirar e vou deixar apenas o Instagram. Dessa maneira, consigo fazer um anúncio apenas para o Instagram, ao invés de fazer simultaneamente no Facebook. Se deixarmos o anúncio simultâneo, o gerenciador vai direcionar mais do orçamento disponível para a campanha que está dando mais resultado. Por um lado é bom, mas no nosso caso queremos experimentar o Instagram. Além disso, os públicos das plataformas são diferentes. [08:14] Agora vou preencher as outras coisas, que vocês já lembram. Fiz todo o passo a passo. Só confirmo para verificar se está tudo certo. E clico em fazer pedido. Da mesma maneira que o Facebook aprova os anúncios, o Instagram também faz isso. [10:32] Percebeu que é muito simples? A questão mais importante é o tipo de comunicação que queremos fazer com nosso público. Eu já disse em outras oportunidades que as imagens são fundamentais, mas no Instagram é mais ainda, porque as pessoas que estão ali esperam ser surpreendidas. No caso do Bytebank, vamos entender como essa plataforma funciona, para termos ideias mais criativas e fazer com que as pessoas tenham curiosidade em conhecer o que o Bytebank tem a oferecer para elas.