

Marketing Digital



Instagram

Conceito e Criação
Postagens e Stories
Diferentes Perfis



Marketing Digital



- **Qual o conceito do Instagram?**

- Rede Social online de compartilhamento de fotos e vídeos entre usuários, que permite aplicar filtros digitais e compartilhá-los em uma variedade de serviços de redes sociais, como Facebook, Twitter e Tumblr. Originalmente usava a proporção 1:1 (quadrado em suas fotos);
- O Instagram foi criado por **Kevin Systrom** e **Mike Krieger** e lançado em outubro de 2010. O serviço rapidamente ganhou popularidade, com **mais de 100 milhões** de usuários ativos.
 - Isso porque era somente para o sistema IOS (Apple) e em abril de em abril de 2012 liberaram para Android, BlackBerry e 2013 para Windows Phone.
- O serviço foi adquirido pelo **Facebook** em abril de 2012 por cerca de **1 bilhão de dólares** em dinheiro e ações.



<https://pt.wikipedia.org/wiki/Instagram>



Marketing Digital

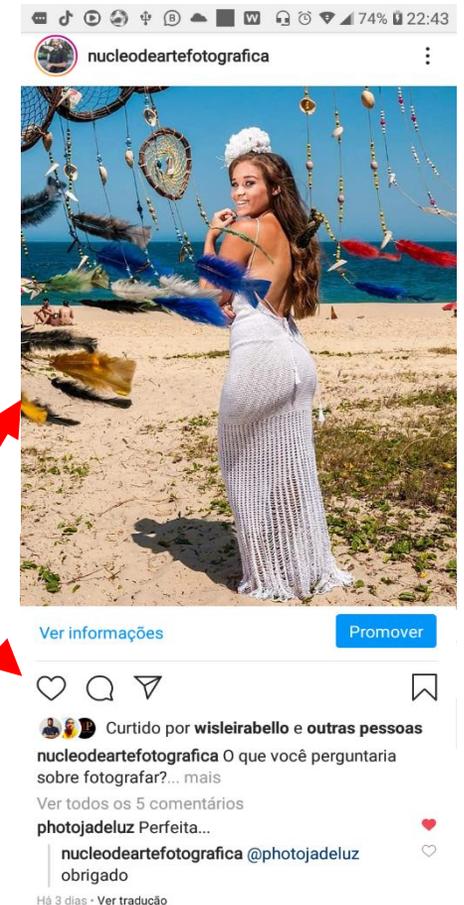


• Por quê e como utilizar o Instagram?

- O Instagram é uma rede social com um alcance com um alcance gigantesco e se estamos vendendo um produto ou serviço e por que não levar nosso trabalho para esse público?
 - O Brasil é o terceiro no ranking de mais usuários do Instagram, perdendo apenas para os Estados Unidos e Índia. O país conta com mais de 69 milhões de usuários atualmente.

• Criar uma postagem

- No Instagram é muito fácil criar uma postagem, já que basta fazer uma foto ou um vídeo com o próprio celular, criar uma legenda legal (texto de descrição) e postar para que seus amigos possam curtir e até mesmo compartilhar, mas as fotografias e os vídeos podem vir de fontes externas.

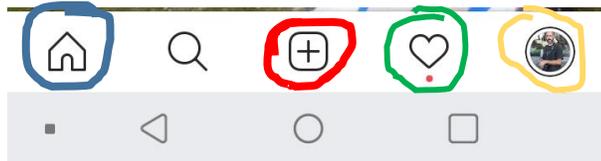


Marketing Digital



• Mas como é o Instagram?

- O Instagram Tem algumas coisas que precisamos conhecer para poder “transitar” por ele



Podem estar em locais diferentes,
Mas ainda tem a mesma função

- A **Casinha** é o botão INICIAR, ou o seu FEED (área onde verá todas as mensagens – Postagens);
 - A **Lupa** é o mecanismo de busca (pesquisa), onde poderemos procurar pessoas, tags, lugares, entre outros;
 - O **Mais (+)** serve para criar a postagem, após clicar nele devemos escolher a imagem ou o vídeo em sua galeria ou também fazer a sua foto ou vídeo utilizando os filtros;
 - O **Coração** veremos as pessoas que fizeram alguma ação na tua postagem, como curtir, comentar ou te marcar em alguma postagem
 - Na **Foto** é o acesso a seu perfil, as configurações estão dentro do perfil.
-
- **Melhor do que falarmos é ver um vídeo**

- [Vamos assistir o vídeo que explica bem as funções básicas do Instagram](#)



Marketing Digital



• Postagens e Stories

- Vamos entender a utilização dessas duas formas de divulgação.
 - **Postagens** são divulgações no **feed** (alimentação) de notícias, aquilo que passamos para nossa audiência e são permanentes enquanto deixarmos que permaneçam lá, todos que nos seguem ou que pesquisam nossa conta terão acesso, podem ser imagens ou vídeos.
 - **Stories** são divulgações rápidas por vídeos curtos, imagens ou textos e tem a duração de 24 horas e após elas se apagam, surgiram após o sucesso do **SnapChat** (2011), os stories podem ser salvos nos destaques.

• O poder da comunicação

- No Instagram é muito importante estar em **constante contato com seu público** para que a conta **cresça e ganhe destaque** e **quanto mais você interagir maior será o alcance**, pois assim como entende o algoritmo no Facebook e YouTube, quanto mais tempo as pessoas passam na tua página e quanto mais clicarem no conteúdo mais interessante será o que você passa para as pessoa.
 - Postagens: o recomendado é que sejam feitos no **mínimo 2 posts por dia**, assim sua audiência poderá acompanhar diariamente, a ação de postar material frequentemente mantém o engajamento.
 - Stories: esse tipo de comunicação acabou se tornando um contato um pouco mais íntimo, mais pessoal e acabou sendo muito positivo para quem é influencer, deu um ar de amizade e intimidade já que como seriam postagens que sumiriam com o tempo as pessoas se apresentavam mais verdadeiras. Por isso ganhou um grande poder de engajamento e alcance. Recomenda-se que se faça no **mínimo 3 ou 4 stories por dia**.



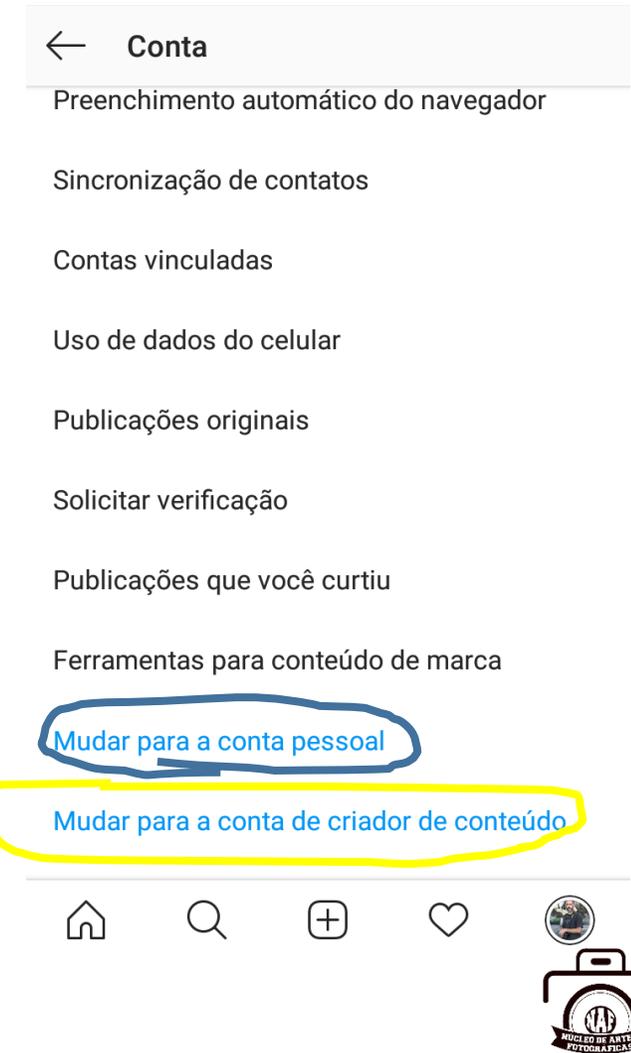
Marketing Digital



• Perfis

- Diferentes tipos de pessoas e suas contas no Instagram.
 - **Conta Pessoal** são, em geral, as primeiras contas que criamos no aplicativo até que descobrimos as vantagens e utilização de cada uma delas, ideal para quem gosta de postar fotos, stories e IGTV sem pretensões comerciais;
 - **Conta de Criador de Conteúdo** para quem é mais que um simples usuário (2019), proporciona um ambiente focado no desempenho, segmentação e com maior entendimento nas métricas e conteúdos produzidos.
 - Para mudar basta ir em **configurações > Conta > Mudar para criador de conteúdo**.
 - Gerenciamento otimizado de mensagens, pois pode acarretar em grandes volumes.
 - **Conta comercial** é voltada 100% para empresas (2016), ajuda companhias a usar a rede social de maneira profissional, as empresas perceberam que a plataforma era democrática e com um grande alcance, então resolveram utilizar o serviço, por isso o Instagram, tal qual o Facebook, abriu um espaço para elas e com ferramentas que ajudaria no suporte a esses perfis.
 - Possibilidade de veicular campanhas e ações
 - Comunicar-se de maneira mais próxima com o público, principalmente nos stories
 - Impulsionamento das publicações
 - Atendimento via Direct Message
 - Publicação e produtos para venda direta

Essas e muitas outras possibilidades se tornaram concretas graças às funcionalidades específicas que o Instagram for Business disponibiliza para empresas e empreendedores.



Marketing Digital



• Ferramentas

- Conheça algumas ferramentas que ajudam quem trabalha com o Instagram.
 - **Verificação de Conta** aquele check azul ao lado do nome do perfil, não se limita apenas aos perfis comerciais, mas tem grande valor para eles. Isso gera mais credibilidade ao consumidor, pois sabe que está seguindo um perfil verdadeiro.
 - **Instagram Insights** As métricas são fundamentais para que as empresas possam mensurar as suas ações dentro do Instagram. traz números detalhados não só sobre campanhas, mas também em relação ao alcance, impressões, visualizações de perfil, novos seguidores e outras informações fundamentais.
 - **CTAs** Também é possível inserir botões de CTA na bio do perfil da empresa. interessante para direcionar o seguidor para **conteúdos**, como **campanhas de publicidade**, ou até mesmo para acessar o **e-commerce**.
 - **Instagram Shopping** O Instagram Shopping é um recurso que permite publicar produtos na linha do tempo e usar tags de compras em cada um deles. basta inserir essa marcação em cima do item vendido. Ao clicar nele, o usuário checa o preço do produto e outras informações, podendo ser diretamente redirecionado para a página de compra.
 - **Parcerias pagas** A função de parceria paga é um recurso muito vantajoso para conectar influencers e geradores de conteúdo às empresas. Essa é a oficialização de um publipost de acordo com as regras do CONAR. Dessa forma, a foto em questão é acompanhada da informação “parceria paga com” seguida do nome da empresa.
 - Possibilidade de veicular campanhas e ações
 - Comunicar-se de maneira mais próxima com o público, principalmente nos stories
 - Impulsionamento das publicações
 - Atendimento via Direct Message
 - Publicação e produtos para venda direta
- Essas e muitas outras possibilidades se tornaram concretas graças às funcionalidades específicas que o Instagram for Business disponibiliza para empresas e empreendedores.



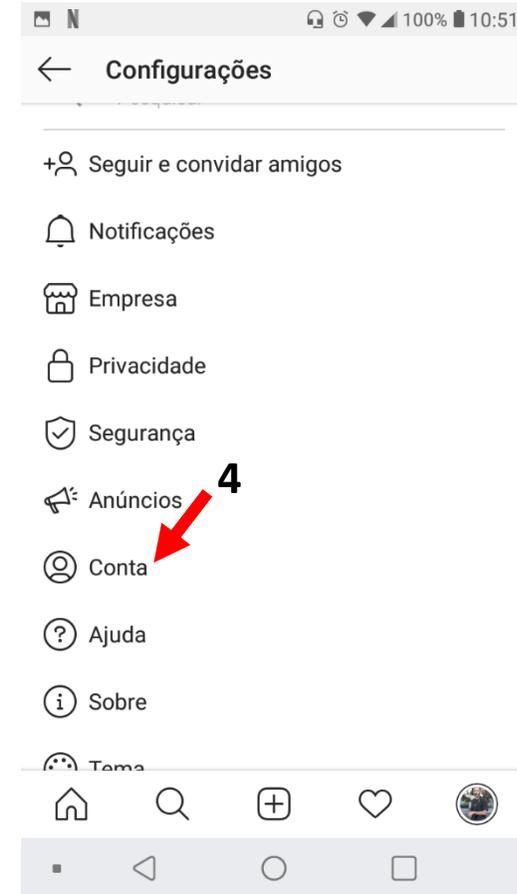
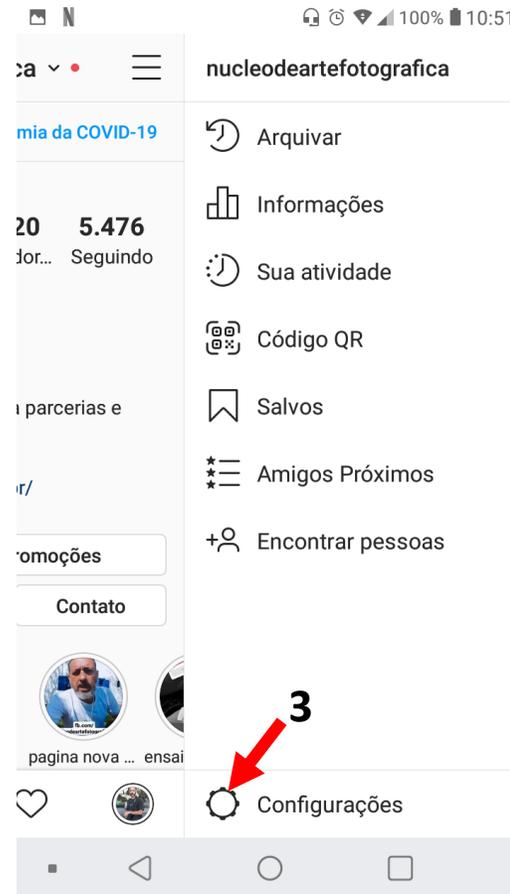
Marketing Digital



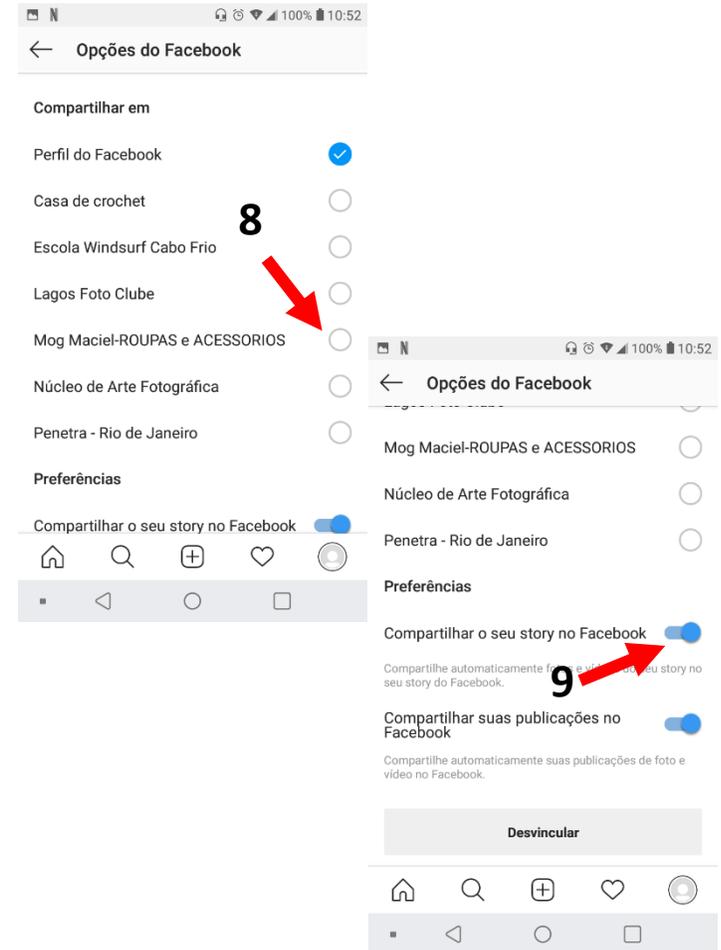
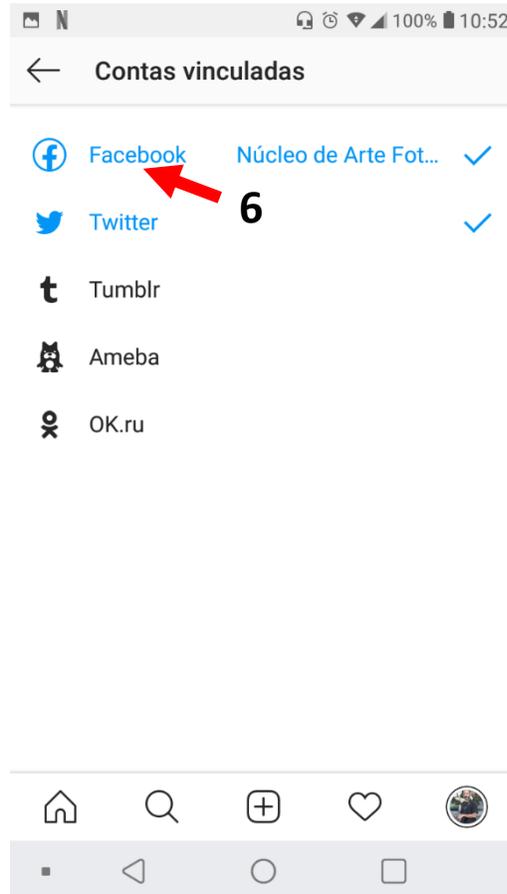
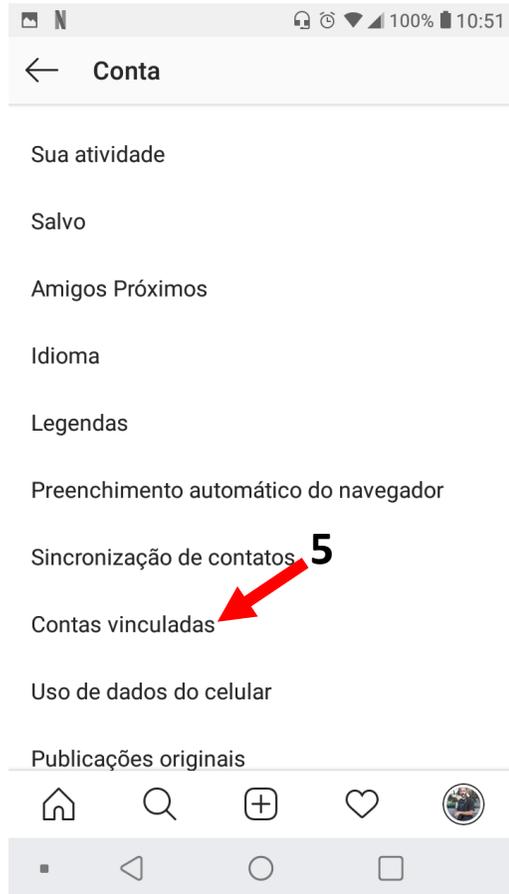
- **Trabalhar com o Instagram conectado ao Facebook?**
 - As duas redes sociais mais utilizadas podem ser grandes aliadas quando estamos produzindo conteúdo, já que trabalhando juntas nos permitirão uma audiência maior.
 - O que postarmos no Instagram será postado automaticamente em sua página do Facebook;
 - Feed e Stories;
 - Crie materiais com dimensões corretas para ambas as plataformas;
 - Criar publicação interativa e responder as publicações gera engajamento.
 - Pessoas engajam com pessoas e por isso mesmo que represente uma marca crie um rosto para estar próximo da audiência.
 - [Vejam como conectar as redes sociais >>>>](#)



Marketing Digital



Marketing Digital



Marketing Digital



- **Conhecendo as métricas**

- Conhecer as métricas ajudam a tomar decisões.
 - Pra quem trabalha com marketing digital precisa acompanhar as métricas, os indicadores do desempenho das ações tomadas e para promover as melhorias necessárias, o Instagram Insights, que existe desde 2016, ele entrega dados relevantes sobre a performance da conta business:
 - Conhecer melhor os seguidores, entendendo quem são eles;
 - Acompanhar o alcance das postagens e focar em conteúdo mais relevante para seu público;
 - Entender de que forma a audiência se relaciona com a marca, quais as melhorias devemos proporcionar para aumentar o engajamento tanto no feed quanto no stories



Marketing Digital



• Conhecendo as métricas

• Métricas para observar:

- Número de seguidores
 - Expõe a quantidade de usuários que seguem o perfil. Essa métrica é altamente variável.
- Alcance
 - Quantidade de perfis únicos que viram as postagens, é um bom dado para avaliar o crescimento do perfil, já que considera o total de contas alcançadas
- Impressões
 - Mostra a quantidade de vezes que a postagem foi vista pelas pessoas, independentemente se for a primeira ou segunda vez que visitam a postagem, isso faz com que essa métrica seja sempre maior que o alcance
- Cliques no perfil
 - Reúne os dados referentes as ações de interação dos usuários com as informações disponibilizadas como ***cliques que direcionam ao site, enviar email, mensagem pro whats app e obter localização***
- Características da audiência
 - Nos mostra o gênero, faixa etária e dados de localização e assim podemos segmentar de forma mais precisa nossas postagens usando a linguagem correta para alcançar nosso público
- Engajamento
 - Forma com o que o público engaja com a marca, ***salvamento, compartilhamento, curtidas e comentários*** são um exemplo
- Stories
 - Assim como o feed, no stories podemos mensurar a interação do público.



Marketing Digital



• Métricas



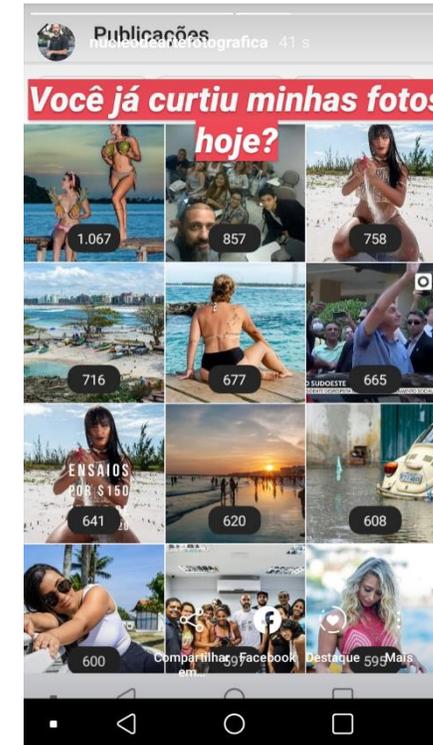
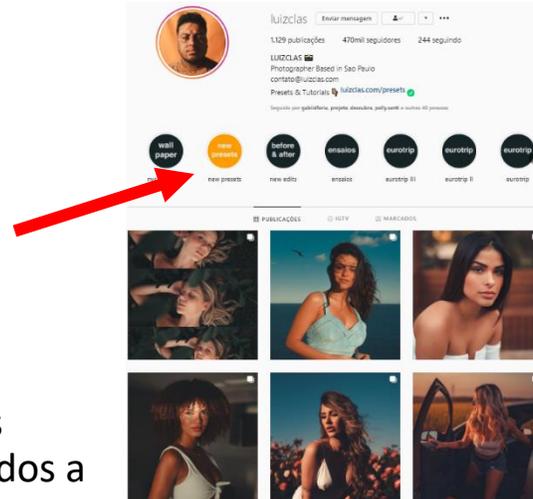
Marketing Digital

- Usando as ferramentas

- As ferramentas engajam e atraem.

- Feed;
- Stories;
- Reels;
- Ao Vivo;
- Filtros e Stickers;
- IG TV

- Plataforma onde podemos postar vídeos de 15 segundos a 10 minutos;



Marketing Digital



• Estratégias para o Instagram

- Criando estratégias para crescer.
 - Postar no feed ao menos 2 vezes por dia;
 - Produzir conteúdo interessante e voltado para a persona
 - Poste coisas que chamem atenção pela grandeza, as pessoas gostam de ver coisas grandes, grandes números ou coisas que desejariam, mas dentro do esperado para a tua audiência.
 - Feed e Stories
 - Manter uma coerência nas postagens e conciliar o stories como ponto de apoio para as postagens, lembrando que eles somem em 24h
 - Use o stories mais frequentemente, faça vídeos interagindo com a audiência, poste enquetes, boomerang, use filtros e stickers e outras ferramentas do stories

• Reels

Tudo que for lançado pelas plataformas de rede tem a maior possibilidade de entrega para o público, sendo assim o Reels é uma ótima opção para engajar mais com sua audiência.

- Reels é o antigo Cenas (que só existia no Brasil) agora ele está em vários países e foi aprimorado para competir com o Tic Toc, por isso acredita-se que sua entrega ao público tem mais alcance.

