

# REVOLUÇÃO DIGITAL

## Aula 02 O que mudou no Instagram?

Resumo



## **Objetivos da Aula:**

- Aprender a se adaptar às mudanças do algoritmo;
- Aprender como as atualizações podem te favorecer.

## O que mudou em nós?



- *Vídeos curtos*: temos privilegiado vídeos cada vez mais curtos, pois queremos ver muitos e não mais um só;
- *Busca pelo ápice*: não conseguimos mais lidar com histórias que não tenham um ápice. Queremos sempre saber o que aconteceu, o ponto máximo, o final;
- *Elemento surpresa*: em tudo que consumimos estamos sempre querendo ser surpreendidos. Buscamos a surpresa, a novidade, o que é estranho, diferente, assustador e bizarro. O que é básico deixa de estar presente nas pesquisas;
- *Infidelidade como seguidor*: não temos mais apego às pessoas que seguimos;
- *Aproximação com alguns (poucos) criadores*: somos fiéis a algumas poucas pessoas de maneira muito seletiva e continuamos a consumir o seu conteúdo;
- *Busca pela participação no conteúdo*: gostamos de fazer parte da criação de conteúdo de quem seguimos. Quando o seguidor sente que participa da criação do seu conteúdo, ele passa a ser fiel, priorizando quem deu voz para ele;
- *Fuga à artificialidade*: fugimos do que é artificial. Quando mostramos naturalidade a conexão é maior.

É por conta desses novos comportamentos que o algoritmo está sempre sendo atualizado.



## Como o Instagram mudou?

- *Privilégio na distribuição de vídeos:* o Instagram tentou comprar o TikTok, mas não conseguiu. Então, ele criou o Reels;
- *Absorção do que funciona no TikTok:* tudo que funciona bem no TikTok o Instagram vai pegar;
- *Criação de timeline exclusiva para reels:* esse movimento do algoritmo é uma tendência clara de que os reels serão priorizados. Todos os vídeos do Instagram viraram reels. O IGTV foi extinto;
- *Busca por apresentar outros criadores:* seu tempo é finito, por isso o Instagram prioriza te mostrar a outros criadores de conteúdo para ampliar o seu repertório e a rede continuar sendo interessante para você. Entretanto, para isso acontecer ele acaba não mostrando com frequência os perfis que você mais acompanha;
- *Distribuição de conteúdos que contam com alto nível de engajamento:* o algoritmo tem privilegiado o conteúdo que atrai uma conversa, o conteúdo que faz com que as pessoas realmente engajem, comentem, compartilhem, enviem reações. Traga os assuntos que importam para a sua comunidade. Sempre que puder, mobilize a sua audiência de maneira pedagógica, levantando bandeiras que façam sentido para sua comunidade, ampliando o repertório e a visão de mundo. Dessa forma, você atrairá a fidelidade dos seus seguidores.



## O que fazer na prática?

- *Conteúdos mais espontâneos:* a espontaneidade ganha. É importante ter conteúdos e fotos profissionais, mas capriche na espontaneidade, pois ela cria conexão. Seja uma pessoa de verdade;
- *Conteúdos com edição:* criamos conteúdos para o algoritmo e para a audiência. Para o algoritmo, você posta a espontaneidade. Para a audiência, você se mostra bem posicionada, pois é preciso também fazer o papel de reforço de marca no seu perfil. Você é uma marca e representa uma série de valores que vão além da sua pessoa. Tenha conteúdos bem editados. Use as melhores fotos e vídeos. Se arrume, cuide da sua imagem e do que você vai mostrar ou não;
- *Sempre indique o caminho ao seguidor:* deixe claro o que você quer. Fale o básico e reforce a mesma coisa várias vezes. Pergunte e se interesse de verdade com a opinião das pessoas;
- *Inclua na sua grade um conteúdo potencialmente viral:* existem indicativos do que pode vir a viralizar. Analise os seus stories e posts mais compartilhados e produza conteúdos em cima desse assunto;
- *Crie junto com a audiência:* chame as pessoas para criar junto com você, faça perguntas interessadas, deixe-as participarem. Se você tiver uma audiência participativa não será preciso ter muita criatividade. Eduque, crie essa cultura da participação. Peça palpite, pois ele abre o diálogo e faz as pessoas se sentirem mais próximas;



- *Quadros semanais*: não importa qual seja a sua área, crie quadros semanais;
- *Priorize Reels*: não dá mais para fugir dele. Não fique para trás.

## O PLANO Feed



Se você seguir esse plano nos próximos três meses sem falhar é impossível você não crescer, não conseguir mais clientes, não ter resultados e não ficar bem posicionada digitalmente. Está mais fácil fazer conteúdo agora. Se prepare, roteirize, pense nas ideias e organize o que você vai gravar.

- *Segunda*: reels com conteúdo de meio de funil, bem produzido e editado para mostrar autoridade. O conteúdo de meio de funil é aquele que gera desejo no seu produto/serviço, que já fala com quem já te conhece mas não virou seu cliente ainda. Meio de funil é para vencer objeções e amadurecer para a venda;
- *Terça*: descance;
- *Quarta*: faça um post (foto, carrossel, ou arte estática) que gere conexão e autenticidade;
- *Quinta*: reels com conteúdo de meio de funil, mais espontâneo. Sem necessidade de tanta edição e produção. Mostre seus bastidores, seu estoque, sua história, seu dia a dia, etc;



- Sexta: descance;
- Sábado: poste sobre as dificuldades que você já viveu, as superações, como você lidou com isso e direcione para os stories. Conexão é a palavra;
- Domingo: Reels com conteúdo de topo de funil, isto é, conteúdo que atrai pessoas para o seu perfil e que tem potencial de viralização. Pode ser o tema que mais bombou nos seus stories durante a semana, ou uma mensagem de motivação/inspiração.

## Stories

- Tenha um roteiro para cada dia. Faça 10 stories por dia, no mínimo;
- Estabeleça, pelo menos, 2 quadros com a sua audiência. Crie junto um ambiente divertido. Faça um quadro que te ajude profissionalmente e um de entretenimento;
- Produza para a audiência e o algoritmo;
- Crie narrativas, pois são elas que fazem a gente se conectar, de fato, com as pessoas.



# REVOLUÇÃO DIGITAL

## Dúvidas?

Pergunte na nossa  
comunidade no  
Facebook  
[clicando aqui](#) ou  
acessando o  
QRCode:



@valeskabruzzi

