



## Boas práticas no Instagram

Os anúncios são importantes porque nos ajuda a encontrar com mais facilidade aquelas pessoas que podem ter mais interesse no que temos a dizer. Então entender como funciona o processo de criação de anúncios, definir público e os demais itens que compõe o anúncio são importantes, mas agora vamos falar de alguns pontos importantes também.

A intenção com o anúncio é fazer com que o usuário clique no link ou faça a outra ação que nós definimos como objetivo. Mas e se a pessoa clicar para ver o perfil de quem criou o anúncio, o que ela vai encontrar? Se for um perfil desatualizado, apenas com propagandas, podemos ter um problema.

Então eu preciso manter a agenda de publicações do Bytebank ativas para causar sempre uma boa impressão quando alguém acessar o perfil.

Então vamos fazer um check list para verificar se o nosso perfil está bem organizado.

**Nome e foto de perfil:** Utilize preferencialmente o nome da sua marca. Use o logo na imagem de perfil porque isso vai ajudar as pessoas associarem o seu produto ou serviço com a marca.



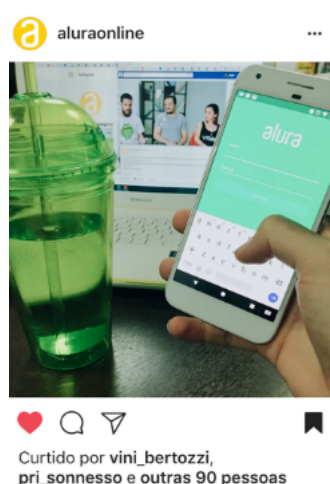
**Marcação e pessoas:** Podemos incluir a localização do conteúdo publicado a fim de contar um pouco mais a respeito da história da sua marca. Marcar as pessoas envolvidas na imagem para que elas ajudem a alcançar um público mais amplo.



**Imagem e edição:** Publique aquilo que terá relevância para os usuários. Uma boa prática é capturar fotos e momentos belos adicione filtros para agregar um visual inspirador às fotos. Dedique seu tempo à criação com qualidade e criatividade. Para um perfil que vende produtos, dá para ter muitas ideias como este post, por exemplo.



Mas e o Bytebank? Por mais que eles tenham o cartão de crédito, ainda assim se trata de um serviço e como tangibilizar isso? Vamos dar uma olhada no Instagram da Alura.



Neste exemplo quero ressaltar duas coisas: divulgação das Lives que acontecem todas às quintas-feiras e como o tema desta Live era o App da Alura, tiraram uma foto bem criativa, na minha opinião. Usaram um filtro que deu um destaque interessante ao post.

**Descrição:** A descrição pode ser um dilema às vezes: textos mais curtos ou extensos? Na dúvida, seja sucinto.



**Bastidores da empresa:** Com o recurso das Histories podemos mostrar mais o dia a dia da empresa, só precisamos tomar cuidado com o excesso de exposição das pessoas que trabalham na empresa.



Participação em eventos, demonstrar alguma ação que a empresa realizar, apresentar departamentos são boas opções para usar as Histories a favor de um negócio.