

Instagram

DE SUCESSO



JONAS KAZ

INSTAGRAM DE SUCESSO

UMA DAS MAIORES REDES SOCIAIS DO MUNDO

O Instagram é uma das maiores redes sociais do mundo. Mas para além de uma rede de relacionamentos e postagens de fotos e vídeos, o Instagram pode ser uma rede comercial com geração de lucros muito acima da média. Quem está fora do Instagram ou não usa essa ferramenta de maneira comercial, está deixando muito dinheiro na mesa.

O QUE É UM INSTAGRAM DE SUCESSO?

Um Instagram de sucesso para mim é aquele que tem seguidores qualificados. É aquele em que o público que te segue realmente quer saber do teu conteúdo e, principalmente, é um público comprador. Seguidor não paga boleto, cliente sim.

No momento em que escrevo esta apostila tenho 26,4 Mil seguidores no meu perfil do Instagram e já faturei mais de 1.7 milhões. Então, vamos deixar isso bem claro:

Seguidor é importante? Sim. Porém, não é o número de seguidores que irá definir o seu faturamento.

Tenho amigos próximos que possuem mais de 1 milhão de seguidores e não faturam mais que 30 mil reais por mês. Então, pode acreditar quando eu digo que atualmente você já possui o número de seguidores suficiente para começar a faturar.

ALGUMAS OBSERVAÇÕES IMPORTANTES SOBRE A FERRAMENTA

O Instagram vive pelo tempo de permanência do cliente no aplicativo. Assim, a tua missão é trabalhar para que a pessoa (cliente) passe cada vez mais tempo acompanhando o teu conteúdo, logo o algoritmo irá te ajudar a crescer.

O Instagram valerá mais dinheiro à medida que tiver mais usuários e com maior tempo de usabilidade.

Todo conteúdo compartilhado no Instagram deve conter no mínimo um dos itens abaixo:

- Inspiração
- Esperança

- Motivação
- Entretenimento
- Conhecimento
- Dores
- Ganhos
- Sonhos

Com posts no Feed (imagem e vídeo), Reels e IGTV você ganha seguidores e nos Stories você fideliza o seguidor. Por isso, você precisa fazer movimentos para ganhar seguidores e depois nos stories você faz movimentos para transformar esses seguidores em clientes.

FOTO DO PERFIL

- A) Com qualidade;
- B) Tem que te dar autoridade;
- C) Mostrar seu rosto;
- D) Ela vende você?
- E) Sua foto deve ser tirada com qualidade e você tem que fazer pose.

NOME DE USUÁRIO

- a) Menos de 15 caracteres.
- b) @jonaskzk, um nome ótimo seria @jonaskaz, um nome perfeito seria @jonas, mas no meu caso não estão disponíveis.

O que não deve ter:

- Underline (_): jonas_kaz
- Traços (-): jonas-kzk
- Números: jonaskzk12

INFORMAÇÕES DO PERFIL

Título:

- Mentor dos mentores

Biografia:

- Trabalhei em 15 países e viajei por 29

1) Primeira linha – Transformação que você causa:

- Ajudo pessoas a aumentarem seu termostato financeiro

2) Segunda linha – Para quem é:

- Para quem busca liberdade financeira

3) Terceira linha - Algum fato que gere autoridade:

- Mais de 1.000 alunos

4) Quarta linha - CTA (Call To Action - chamada para ação):

5) Link de WhasApp ou Formulário

- Normalmente os pontos 4 e 5 estão sempre juntos. Dependendo de qual seu objetivo no momento, você deve indicar para a pessoa o que ela terá que fazer. Por exemplo:

Se você fizer atendimentos e quiser que pessoa fale como você no WhatsApp, coloque o link do seu contato e um CTA indicando que a pessoa pode falar com clicando no link.

DESTAQUES DO PERFIL

- 1) Tenha poucos destaques.
- 2) Os destaques servem para que as pessoas que acabaram de chegar tenham as informações necessárias te conhecer.
- 3) Fotos de destaques diferentes.

SEQUÊNCIA DE DESTAQUES

PRIMEIRO - Comece por aqui

A estratégia é entregar e gerar proximidade. Fale sobre:

Quais suas redes sociais – O que você posta nos seus stories – Qual seu objetivo de vida – Você vende um curso ou serviço – Como a pessoa faz para entrar em contato com você – Como ela faz para comprar de você.

SEGUNDO – Quem sou eu

Faça caixa de perguntas – responda o que as pessoas precisam saber sobre você, gere conexão:

Qual seu nome – Qual sua idade – Qual seu currículo – Qual seu produto – Qual transformação você oferece.

TERCEIRO - Meus serviços ou meus produtos: Pitch de vendas. Aqui você deve colocar o menu de produtos:

Como funciona o produto – Qual forma de pagamento – Qual mudança (Transformação) – Preços – Para quem é e pra quem não é.

QUARTO - Conquistas

Tudo o que você já conquistou na vida que te gere autoridade.

QUINTO – Feedback

Aqui você coloca prova social do resultado que você gera para os clientes.

SEXTO - Bastidores

Dia a dia – Como é na prática o serviço – Seu networking – Quantos funcionários você tem - Como é formada a sua equipe.

RELEVÂNCIA DE ENGAJAMENTO NO FEED DE NOTÍCIAS:

1. Mensagem inbox
2. Tempo de visualização
3. Salvamento
4. Comentários
5. Like

OBJETIVO DOS STORIES: RETER E ENTRETER

RETER

Conseguir fazer com que o seguidor assista o stories até o final. Por exemplo, de um stories de 15 segundos, o seguidor assistir 13 segundos.

ENTRETER

Seja pontual e sucinto nos stories, não enrole para falar. Compartilhe o seu dia a dia, os bastidores do seu negócio. Ao compartilhar o seu dia a dia nos stories se certifique que isso irá ser benéfico para você.

RELEVÂNCIA EM ENGAJAMENTO NOS STORIES

1. Respostas (Direct).
2. Votar em enquetes - Estratégia de sequência de enquetes aumenta em até 30% o número de visualizações.
3. Respostas na caixinha de pergunta.
4. Quiz.
5. Encaminhar os stories.
6. Tirar print dos stories.

O aparecimento dos stories para a sua audiência pode acontecer por meio de ordem cronológica e ordem de relevância. Mas outros fatores decidem isso também:

- Relevância
- Ordem de postagem
- Interação no inbox
- Ter audiência

Como você pode burlar o algoritmo dos stories

1. Enquete
2. Quiz
3. Post no Feed mandando para os stories

INFORMAÇÕES IMPORTANTES

- É normal perder seguidores.
- Não poste coisas monótonas nos Stories.
- Qual o melhor horário? Quando você puder.
- Postar no Feed, no mínimo, uma vez ao dia.
- Postar mínimo 5-10 Stories por dia.
- Poste algo interessante.
- Post nos stories pelo menos 3 vezes ao dia: 7 da manhã, 11 da manhã, 18h.

CONTAS PROFISSIONAIS NO INSTAGRAM

Diferença de conta comercial e criador de conteúdo

Conta comercial: atalho de mensagem (recomendado para quem tem loja)

Criador de conteúdo: para quem não possui uma loja mas vende algum produto ou serviço.

Lembre-se de salvar e publicar o mesmo Stories em outras redes sociais (WhatsApp e LinkedIn). Deixe o Instagram sincronizado com o Facebook, assim tudo o que você postar no Instagram irá aparecer automaticamente no Facebook.

LOOPING DE NOVELA

Logo no primeiro minuto de apresentação faça uma promessa de algo inovador que você irá entregar ou revelar no final da live ou da aula.

- Gatilho de curiosidade, novidade e algo muito importante está vindo.
- Faz uma introdução.
- Pede a opinião do público (enquete).
- Faz um suspense.
- Revela o conteúdo.
- Pede a opinião.
- Finaliza com uma reflexão.

TIPS

- Pesquise tudo que está bombando e modele.

Ex: Pesquise qual tipo de Reels mais bomba e modele para o seu tipo de conteúdo.

Obs: pesquise tanto em português quanto em outras línguas.

- Você deve seguir poucas pessoas e pessoas relevantes para que você possa realmente se inspirar. Deixe de seguir qualquer site de meme, fofoca e notícia ruim.

- Tente nunca postar vídeo ou fotos que não sejam no formato correto da rede.

Tamanhos recomendados para Feed:

- Quadrado (1080x1080)
- Retangular (1080x1350)

Tamanhos recomendados para Stories:

- Stories tamanho padrão (1080x1920)

- Lives: leia a apostila “**O Segredo das Lives que Bombam**” disponível para download ao final da apostila.

O QUE FAZER

- Postar stories diariamente
- Postar 1 feed por dia
- Postar 1 reels por dia
- Postar 1 IGTV por dia
- Agendar o maior número de lives que puder.

Se você se organizar isso não ficará pesado. Olhe para isso como um trabalho e faça o que tem que ser feito.

O QUE NÃO FAZER

Abordar temas diferentes: o importante é que teu público te reconheça como especialista em no máximo 3 áreas. Logo, estes temas serão a sua porta de entrada para vender outros produtos na sequência. Porém, você precisa ser reconhecido como o especialista em algo.

Postar frases motivacionais de outras pessoas com imagens de outras coisas: imagina comigo, você posta uma frase do Ayrton Senna e coloca uma frase dele, o que o seu público comprou? Ele e não você. Pare de divulgar outras pessoas e comece a colocar fotos suas e frases suas.

Poste imagens com textos caprichados: se é para fazer mal feito é melhor nem postar. Não precisa ser perfeccionista, mas pare 3 minutos para escrever algo que seja relevante e gere engajamento.

Não reposte tudo que te marquem nos stories, somente o que for relevante.

Ao fazer lives, faça sempre com muita energia, tome café, energético ou algo que agite você. Processo de venda é baseado na emoção então utilize ela a seu favor.

CHECKLIST INSTAGRAM DE SUCESSO

FOTO DO PERFIL

- ☐ Com qualidade
- ☐ Passa autoridade e profissionalismo
- ☐ Mostrar seu rosto
- ☐ Foto que me vende
- ☐ Foto com qualidade e pose que passa autoridade

NOME DE USUÁRIO

1) Menos de 15 caracteres: _____

O que não deve ter:

- Underline (_): jonas_kaz
- Traços (-): jonas-kzk
- Números: jonaskzk12

INFORMAÇÕES DO PERFIL

☐ Título: _____

Biografia:

☐ **Primeira linha** – Transformação que você causa:

☐ **Segunda linha** – Para quem é:

☐ **Terceira linha** - Algum fato que gere autoridade:

[] **Quarta linha** - CTA (Call To Action - chamada para ação):

[] **Link de WhasApp ou Formulário**

DESTAQUES DO PERFIL - SEQUÊNCIA DE DESTAQUES

[] **PRIMEIRO** - Comece por aqui

[] **SEGUNDO** – Quem sou eu

[] **TERCEIRO** - Meus serviços ou meus produtos: Pitch de vendas

[] **QUARTO** - Conquistas

[] **QUINTO** – Feedback

[] **SEXTO** - Bastidores

O QUE FAZER

[] Postar stories diariamente

[] Postar 1 Feed por dia

[] Postar 1 Reels por dia

[] Postar 1 IGTV por dia

[] Agendar o maior número de lives que puder

O SEGREDO DAS LIVES QUE BOMBAM

Clique na capa abaixo para ler a apostila “O Segredo das Lives que Bombam”

