

MÓDULO 03



Aula 05



TEORIA E PRÁTICA

COMO USAR CADA FERRAMENTA DO INSTAGRAM

BIOGRAFIA

I. FOTO



- Deve ser harmônica com o teu feed (tanto no tema quanto nas cores).
- Não ser escura (a não ser que esteja relacionado com a imagem que você quer passar);
- Não ser distante. É importante mostrar o seu rosto, então evitar de corpo todo.

**Tem pasta de inspiração
no Pinterest**

Aula 05



TEORIA E PRÁTICA

BIOGRAFIA

II. DESCRIÇÃO

- Usar linguagem fácil de compreensão.
- Não usar termos muito técnicos.
- Gerar curiosidade e interesse das pessoas.
- Colocar chamada para ação (CTA).
- Colocar links para o que você quer dar ênfase.
- Linktree (só se tiver vários links que você quer dar ênfase). O ideal é ter um link direto, mas se tiver vários produtos, use o linktree.
- Cuidado em ser apelativo demais para não gerar desconfiança do público.



Aula 05



TEORIA E PRÁTICA

DESTAQUES



- **Usar capas?**

- Vantagem - deixar o feed mais homogêneo e organizado.
- Desvantagem - pode não gerar a curiosidade para as pessoas clicarem

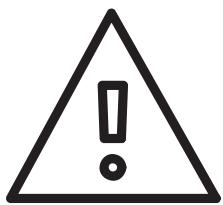
O ideal é usar uma foto que esteja relacionada com o assunto e que gere curiosidade para a pessoa clicar.

Aula 05



TEORIA E PRÁTICA

FEED



IMPORTANTE:

- Sempre gerar a curiosidade no início, seja para pessoa assistir o vídeo, ler a legenda ou rolar as imagens.
- As primeiras linhas ou segundos são preciosos.
- O segredo é conseguir fazer com que a pessoa passe mais tempo nos seus posts.



Aula 05



TEORIA E PRÁTICA

FEED

Tipos de conteúdo:

- 1 Dicas (em fotos ou vídeo)** - são mais compartilháveis, geram mais salvamentos e comentários.
- 2 Histórias** - deixar claro na imagem o tema que você vai abordar (seja escrito ou através da própria foto).

Gera identificação com as pessoas e aumenta o nível do relacionamento, uma maior proximidade com os seguidores.

Aula 05



TEORIA E PRÁTICA

FEED

Tipos de conteúdo:

3 **Meme/divertidos:** gera mais marcações e são mais compartilháveis.

Quando as pessoas se veem naquela situação ou veem pessoas que elas conhecem na situação, elas compartilham e marcam outros nos comentários.

4 **Enquetes** - para fazer com que as pessoas deem sua opinião ou participem de uma decisão.

Não são muito compartilháveis, mas geram interações nos comentários e salvamentos.

Aula 05 → TEORIA E PRÁTICA

FEED

Tipos de conteúdo:

5 **Vida pessoal:** humanizar o seu perfil.

Ajuda as pessoas a conhecerem os teus valores, tuas conquistas, aproximar o público de você. Pessoas gostam de seguir pessoas.

6 **Post de respiro:** são imagens visualmente mais simples, que permitem descanso aos olhos quando eles percorrem o feed. Muito usado para dar uma organizada no feed.

Aula 05



TEORIA E PRÁTICA

FEED

Vídeos:

I. Sempre falar no início do que trata o vídeo.

a. **Dica de ouro:** Os primeiros segundos são os mais importantes, pois aí que as pessoas decidem se vão parar para assistir ou não.

b. Você pode em um único post mixar com fotos ou slides. Isso faz com que a pessoa passe mais tempo no seu conteúdo.

II. Faça capa (Pense em algo que vai chamar mais atenção).

Aula 05



TEORIA E PRÁTICA



IGTV

vídeos maiores que 1 minuto

- 1** Formato 9:16
- 2** Os primeiros 15 segundos são os mais importante, pois o vídeo para e a pessoa tem que clicar em continuar assistindo.
- 3** No final colocar alguma surpresa, código secreto, uma chamada para ação (fala para as pessoas curtirem, comentarem, enviar para um amigo, etc).
- 4** Editar a prévia - que é o trecho que aparece no feed dos seguidores. Evitar que fica cortando você ou informações importantes do seu vídeo.

Aula 05



TEORIA E PRÁTICA



IGTV

vídeos maiores que 1 minuto

- 5** Editar a capa que irá aparecer no perfil - centralize.
- 6** Pense no título do IGTV: é a informação que ficará em destaque.
- 7** Descrição: não repetir a informação que está no título. Use uma informação complementar ao título.

Aula 05



TEORIA E PRÁTICA



IGTV

vídeos maiores que 1 minuto

Função de tela verde (ótima forma de contar história no IGTV, de uma forma bem dinâmica).

1º Pesquise por filtro “fundo verde” ou “green screen”.

Escolhi “fundo verde by rafaviana”, porque tem filtro no rosto. Existem vários, mas a maioria não tem o filtro de rosto.

2º Colocar no fundo uma foto ou vídeo que você queira e gravar os stories com a imagem aparecendo no fundo.

Aula 05



TEORIA E PRÁTICA

REELS

É um vídeo de propaganda do teu perfil. É mais para as pessoas que não te seguem do que para seus seguidores.

Porque?

A intenção é ir para o explorar e atrair mais público. Então tem que estar relacionado com o teu perfil para que as pessoas que te descubram pelo Reels se identifiquem e te sigam.

Dica: O Instagram prioriza nos destaques e no explorar os vídeos que usam o Instagram Music. Então usa essa opção sempre que possível. Além disso, usa as músicas que estão nas trends do momento.

Aula 05 → TEORIA E PRÁTICA

Uso de #HASHTAG

1. Para o post ir para a HASHTAG utilizada tem que ser colocada na legenda. Não adianta colocar nos comentários.
2. Pesquise e use HASHTAG em outras línguas também para atingir outros públicos.
3. Coloque poucas HASHTAG. Não tem um número fixo, mas não abuse.
4. Coloque HASHTAG mais específicas, intermediárias. É mais difícil do teu post ser visualizado usando # muito grandes, com milhares de postagens.

Aula 05



TEORIA E PRÁTICA

Uso de #HASHTAG

5. HASHTAG são importantes para filtrar o que vai aparecer no explorar. É uma forma de classificar o teu post para o Instagram e ele entregar para quem tem interesse naqueles temas.
6. Cuidado com as # proibidas (nudez, violência, preconceito, crimes, etc)

Shadowban (banimento fantasma) -

quando o Instagram te coloca na “geladeira” porque você infringiu regras. É uma espécie de impedimento não explícito que o próprio Instagram faz sobre o usuário que usa técnicas consideradas impróprias.

Aula 05 → TEORIA E PRÁTICA

shadowban

1. Diminui bastante o alcance do perfil no Instagram como também a conquista de novos públicos.
2. Exemplos: #sextou; #medicina, #whatsapp; #girlsonly
3. Para saber se uma # está em shadowban: Pesquise a # e ela estará se aparecer a seguinte mensagem

“Publicações recentes de # estão ocultadas no momento porque a comunidade denunciou conteúdo que pode não estar em conformidade com as diretrizes da comunidade do Instagram”

Aula 05 → TEORIA E PRÁTICA

Comentários

1. Dedique os 30 primeiros minutos a responder os comentários.
 - a. Conta como novos comentários pelo Instagram.
 - b. Para ser considerado pelo Instagram deve ter pelo menos 3 palavras. O Instagram faz isso para evitar as ações de bots.
2. Fixe no topo os comentários que você quer destacar e que levarão os outros a quererem comentar também.

Aula 05



TEORIA E PRÁTICA

Análise de dados:

1. Conta de criador de conteúdo ou comercial para ter acesso aos dados de interação. Não use configuração de conta pessoal.



Curiosidades:

- a. Dizem que é melhor ter a conta comercial do que a de criador de conteúdo em relação à entrega de conteúdo.
- b. Não possui diferenças de configurações de acesso a dados entre as duas.
- c. A comercial é interessante para quem quer vender produtos no próprio Instagram, na opção de loja.

Aula 05 → TEORIA E PRÁTICA

Análise de dados:

2. Analise as informações da publicação:
 - a. Quantidade de seguidores que você ganhou com a publicação.
 - b. Alcance - quantidade de contas que viram o seu post.
 - c. Impressões - quantidade de x que seu post foi visto. Ele pode ter sido visto mais de uma vez pela mesma conta. Informa a origem das impressões:
 - do Explorar
 - da página inicial
 - do perfil
 - de hashtag
 - de outro

Aula 05



TEORIA E PRÁTICA

Análise de dados:

2. Analise os dados para saber que tipo de conteúdo e formato gerou mais interação. Assim, você pode usar no seu planejamento de conteúdo.
3. Quais as métricas mais importantes?



Salvo e enviados - Por isso a importância de post compartilháveis.



Comentários



Curtidas

Aula 05 → TEORIA E PRÁTICA

Análise de dados:

4. Analise constantemente também as informações do seu público:
 - a. Faixa etária
 - b. Localização
 - c. Gênero
 - d. Horários mais ativos - Em relação aos horários apesar de ter alguns padrões (meio dia, início da noite), cada perfil deve analisar o seu para entender melhor o seu público.

Aula 05 → TEORIA E PRÁTICA



STORIES

As pessoas que assistem os stories são as que mais vão receber os seus posts

1. Mostre o seu rosto nos stories.
2. Não crie uma sequência de stories muito longa sobre um mesmo tema. Resuma ao abordar os assuntos. Você pode ir mudando os cenários ou se movimentando durante os stories para dar uma dinâmica maior.
3. Mostrar uma parte da tua vida pessoal (uma parcela pequena do teu conteúdo). A não ser que o foco do teu perfil seja compartilhar tua rotina ou você goste.

Aula 05



TEORIA E PRÁTICA

STORIES

4. Faça enquetes (5 a 10 enquetes por semana). Podem ser todas em um único dia. O Instagram entende cada resposta como uma interação com seu perfil.
5. Caixinha de perguntas (é uma ótima fonte para ideia de conteúdo e também para ser usado quando você não criou um conteúdo para postar naquele dia ou momento).
6. Peça que as pessoas te envie alguma mensagem (directs, indicações, etc) e responda seus directs.
7. Use a opção criar (post anteriores, GIFs, fundos/temas mais diferentes).

Aula 05 → TEORIA E PRÁTICA

STORIES

8. Listas (tem várias opções prontas nos stories)
9. Menções (pessoas que te marcaram e você pode usar para repost).

Ótimo conteúdo de prova social e de autoridade, pois você vai mostrar outras pessoas falando sobre você ou seu conteúdo.

10. Memórias (são as lembranças de post antigos).

Aula 05



TEORIA E PRÁTICA

Não acabe com teu engajamento



1

Não compre seguidores e curtidas

O Instagram tem ferramentas de detecção dessas ações para evitar que sejam utilizadas.

Se você tiver um número alto de seguidores e não tiver interação dessas pessoas o teu engajamento será péssimo e o Instagram entende como conteúdo não relevante e entrega para menos pessoas.

A % de engajamento vai diminuindo com o aumento do nº. de seguidores. Isso significa que o Instagram entrega mais as contas menores.

Aula 05



TEORIA E PRÁTICA

Não acabe com teu engajamento



Sorteio não é uma boa

Explicando:

- 1) Antes os posts apareciam por ordem cronológica (na ordem que eram postadas).
- 2) Atualmente a visualização é por ordem de relevância para tentar evitar que as pessoas driblam o algoritmo.

Aula 05



TEORIA E PRÁTICA

Não acabe com teu engajamento



Sorteio não é uma boa Com o sorteio

Você aumenta rapidamente a sua base de seguidores, mas estes não tem nenhuma interação com teu perfil.



O Instagram entende que o seu conteúdo não tem relevância para eles acabando com seus dados de engajamento.



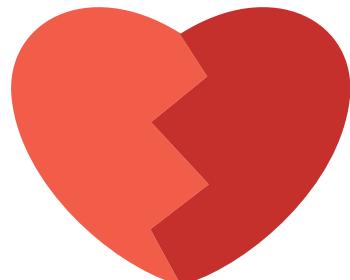
Post são cada vez menos entregues.

Aula 05



TEORIA E PRÁTICA

Recuperando o engajamento da sua conta



Não precisa excluir sua conta para começar uma nova.

Define teu nicho e planeja o conteúdo (como se estivesse começando do zero).

Faça collabs com outros perfis do teu mesmo nicho ou nicho relacionado (lives, changelle, etc).

Planeje o repost útil (Você marca um perfil maior, fazendo alguma análise desse perfil ou comentando algo relacionado, para ser repostado por ele).