



# Aula 25/10/2023

## O que mede se as postagens estão indo bem?



# O que são métricas?

---

Vamos começar do começo: métricas são os dados sobre cada conteúdo postado na rede social e sobre o perfil no geral.

No caso do Instagram: curtidas, comentários, compartilhamentos, alcance, salvamentos, novos seguidores, taxa de engajamento.

Porém, os números por si só não representam nada. É preciso analisá-los.



# Como fazer a análise?

---

Se você ainda não viu a aula de análise de métricas no módulo principal "Profissão Social Media", recomendo que veja. Lá, eu compartilho a tela e explico como interpretar as métricas.

A aula de hoje será mais específica, não é sobre o relatório. Por isso, se você está vendo essa aula gravada, pause e vá ver a aula de análise antes. Entendendo, você volta pra essa.

Na aula de hoje, vou explicar o que mede, de verdade, se o perfil está tendo uma boa performance. Simbora!



# Directs

---

Muitas pessoas não comentam em público, mas se abrem no privado. Por isso, não se preocupe tanto com os comentários dos posts (ele é importante, mas secundário): se os seguidores estão enviando direct, eles estão se conectando com o dono do perfil. Principalmente porque a maioria dos directs é em resposta ao story.

Ou seja: isso mostra que o conteúdo do story é interessante e conversa com a audiência. Nunca deixe os directs sem resposta e oriente o seu cliente sobre a importância de respondê-los.

# Respostas nas caixinhas

---

Mais uma métrica que permite o anonimato do seguidor. Se as caixinhas não estão tendo respostas, mas as visualizações dos stories estão boas, significa uma das 2 coisas:

- O dono do perfil é amigo da audiência, mas não transmite autoridade: as pessoas não confiam nele pra responder dúvidas sobre o ramo. Faça mais conteúdos técnicos e de autoridade. Exemplo: como funciona o serviço, o que é X coisa, principais dúvidas do ramo.
- A segunda opção é que a sequência que introduz a caixinha não existiu ou não foi bem executada. Crie uma narrativa antes de jogar a caixinha nos stories. Comece com uma pergunta ou frase que gere identificação, depois contextualize (porquê trouxe aquele tema) e, só no final, abra a caixinha.

# Interações gerais

---

Depois das interações privadas, vêm as públicas: comentários e compartilhamentos.

Isso mostra que o tema está interessando a audiência. Curtidas não significam nada, sabe por quê? Seja sincera: quantas vezes você já curtiu um post sem ler o que estava na legenda ou no próprio design?

Pois é, eu também já perdi a conta. Por isso, não leve curtidas em consideração.

# Salvamentos

Mostra que a audiência vê aquele perfil como referência ou que planeja comprar depois.

Nesse caso: quais são as objeções dela? Por que ela salvou pra comprar mais tarde?  
Avalie o top 5 posts de alcance, comentários, e compartilhamentos para ver quantos salvamentos tiveram. Mostrei na próxima página como fica, é só você ir até essa parte do Business Suite e clicar no post:

The screenshot displays the Instagram Business Suite interface. On the left is a sidebar with navigation icons and menu items: Visão geral, Resultados, Público, Avaliação comparativa, Conteúdo, Visão geral, Mensagens, Visão geral, Ganhos, and Vídeos. The 'Conteúdo' item is highlighted. The main area shows a list of posts with the following columns: Título, Tipo, Data da publicação, Alcance, and Cur. The posts are sorted by reach, with the top post having 11,3 mil reach. Each post includes a thumbnail, a title, a 'Turbinar' button, and a progress bar for reach.

Título	Tipo	Data da publicação	Alcance	Cur
"Patrícia, me ajuda! Quando que meu filho irá do..." patriciakoiky	Turbinar	Quarta, 4 de outub...	11,3 mil Contas da Central de ...	503 Cur
Quando o bebê acorda durante a noite, pode..." patriciakoiky	Turbinar	Sexta, 13 de outub...	9,2 mil Contas da Central de ...	25 Cur
Estamos sujeitas ao erro, às falhas. E a culpa ve..." patriciakoiky	Turbinar	Sexta, 29 de sete...	8,1 mil Contas da Central de ...	126 Cur
Gurias, vamos falar de um dilema comum qu..." patriciakoiky	Turbinar	Quarta, 11 de outu...	7,3 mil Contas da Central de ...	373 Cur
Quando decidimos trilhar o caminho para noite d..." patriciakoiky	Turbinar	Sexta, 6 de outubr...	7,3 mil Contas da Central de ...	34 Cur

# Salvamentos

## Como está o desempenho da minha publicação?

Alcance da publicação do Instagram ⓘ

6.886

Mais alto do que o normal

Normalmente 522–1.325

## O que está afetando o alcance da minha publicação? ⓘ

Quanto mais interações sua publicação receber, mais alto no feed ela poderá aparecer.

### Interações orgânicas

Comentários nas publicações do Instagram

1

Normal

Normalmente 0–4

Compartilhamentos da publicação no Instagram

4

Normal

Normalmente 1–8

Curtidas na publicação do Instagram

170

Mais alto do que o normal

Normalmente 12–90

Salvamentos da publicação no Instagram

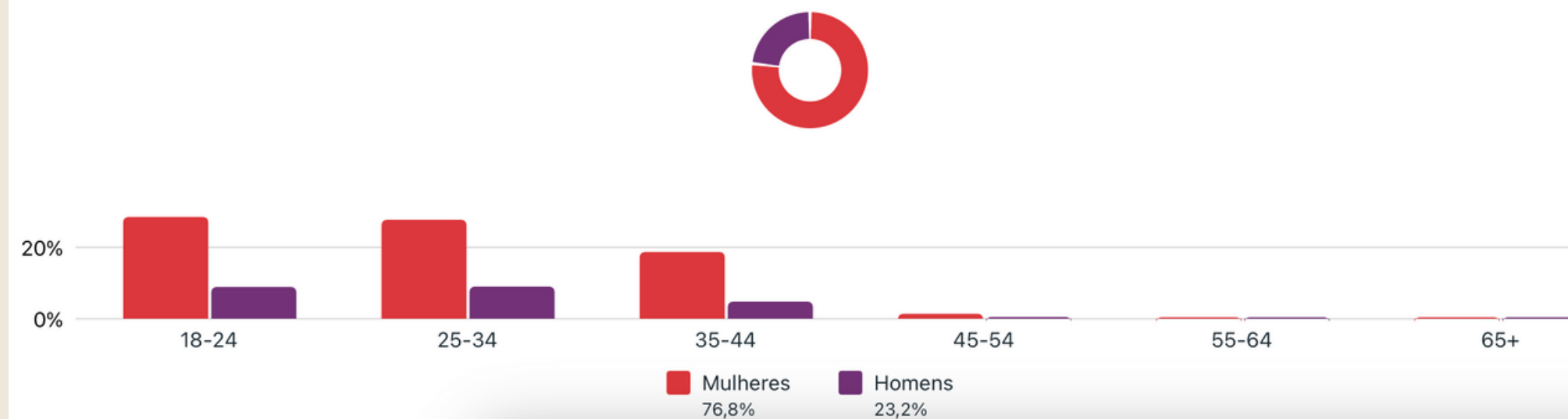
4

Mais alto do que o normal

Normalmente 1–2

## Quem estou alcançando com essa publicação?

Faixa etária e gênero ⓘ











# Insights de 90 dias

Nessa parte de "visão geral", as métricas são de 90 dias. Se o saldo é positivo, isso mostra que o perfil está evoluindo.

Essa é a parte mais importante, pois o nosso trabalho é de longo prazo.

-  Visão geral
-  Resultados
-  Público
-  Avaliação comparativa
- Conteúdo
  -  **Visão geral**
  -  Conteúdo
- Mensagens
  -  Visão geral
- Ganhos
  -  Vídeos

# Converse com o cliente

---

A métrica de direct e de resposta na caixinha não é medida por nós, mas pelo nosso cliente ou pelo time comercial/de suporte caso ele tenha.

Por isso, é importante ter aquela última página do relatório em que perguntamos sobre a percepção dele em relação ao nosso trabalho. A frase é essa aqui:

"Agora, quero saber a sua percepção: você sentiu diferença nas vendas? Ou um aumento no interesse pelo conteúdo e na interação com os posts?"

De acordo com a resposta dele, você consegue montar a estratégia para os próximos meses.

# Feedback negativo

---

Caso o cliente responda que não está tendo muitas respostas no direct, contatos no WhatsApp e nem um melhor engajamento, hora de colocar a mão na massa!

Precisamos pesquisar formatos que estão indo bem no nicho dele e em outros, além de olhar quais perguntas as pessoas fazem no perfil de outros profissionais do nicho.

Essa busca de referências pode (e deve) ser feita na rede social que você tá trabalhando (Instagram por exemplo), mas não só: use o Google e, principalmente, o TikTok para ter boas referências e criar conteúdos mais direcionados.

# Cliente não participa

---

Se você estiver lidando com o clássico caso em que o cliente não participa da criação de conteúdo, proponha uma solução.

Você pode fazer os stories pra ele? Pode desenvolver roteiros? Pode fazer todos os posts no formato carrossel, já que ele não grava reels?

O importante é pensar na solução do problema.



# O que funciona?

---

Resumindo:

- Aumento de directs e respostas na caixinha
- Interações gerais
- Salvamentos
- Insights de 90 dias





# Desafio da semana

---

- Fazer um relatório de métricas com base no seu perfil ou no perfil de um cliente. Torne-se melhor amiga das métricas! Elas facilitam (e muito) o nosso trabalho.

