

Instagram para negócios

CIESP
JAÚ

PORTAL
DA
MARI

SOBRE

A MARI



Formada em Jornalismo pelo Centro Universitário Toledo (Araçatuba-SP) e especialista em Marketing pela USP/Esalq, sempre fui apaixonada pelo universo digital.

Durante a minha carreira como jornalista, atuei na parte digital de jornais e revistas. Em 2015, fiz minha a minha transição para o marketing após ser desafiada por um antigo chefe a fazer o rebranding da marca. De lá para cá já atuei como social media, copywriter e estrategista de conteúdo de diferentes marcas.

Hoje, além desse trabalho também atuo como consultora de marketing no Portal da Mari e educadora na Comunidade Cosmos. Um espaço em que ensino mulheres empreendedoras um universo de marketing real e possível.



ALGUMAS EMPRESAS QUE JÁ ATENDI NA ÁREA DE MARKETING

CentralAr.com

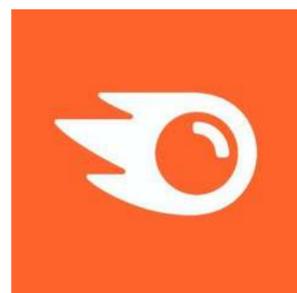
2015–2017

Principais destaques: atuação no rebranding da marca e na reestruturação do setor de marketing e mídias sociais da empresa.



2017–2018

Principais destaques: cobertura de feiras e eventos. Participação ativa em lives e cursos para os clientes.



2018–2019

Principais destaques: atuação como Social Media em parceria com a agência Zimmermann Pro de Campinas. Além da atuação em redes sociais, também participava da cobertura de eventos.



2019–2020

Principais destaques: atuação como Social Media, cobertura de eventos em parcerias com chefs, visitas a clientes para a criação de conteúdo para stories e criação de conteúdo para blog.



AVON

No começo de 2021, eu fui contratada pela antiga agência Wunderman Thompson para fazer a cobertura do BBB21 para a marca Avon. Nessa época, eu era responsável por assistir ao programa e criar conteúdos em tempo real sobre o que estava acontecendo.

Depois disso, passei a atuar como copywriter de Always On da marca, criando textos para redes sociais e campanhas. Em junho do ano passado fui promovida à Supervisora de Conteúdo (Social Media) e desde então, atuo desenvolvendo estratégias de conteúdo para as redes sociais, presença digital e consistência do tom de voz da marca em seus principais canais.

[VEJA MEU PORTFÓLIO AQUI](#)



AVON

AGENDA

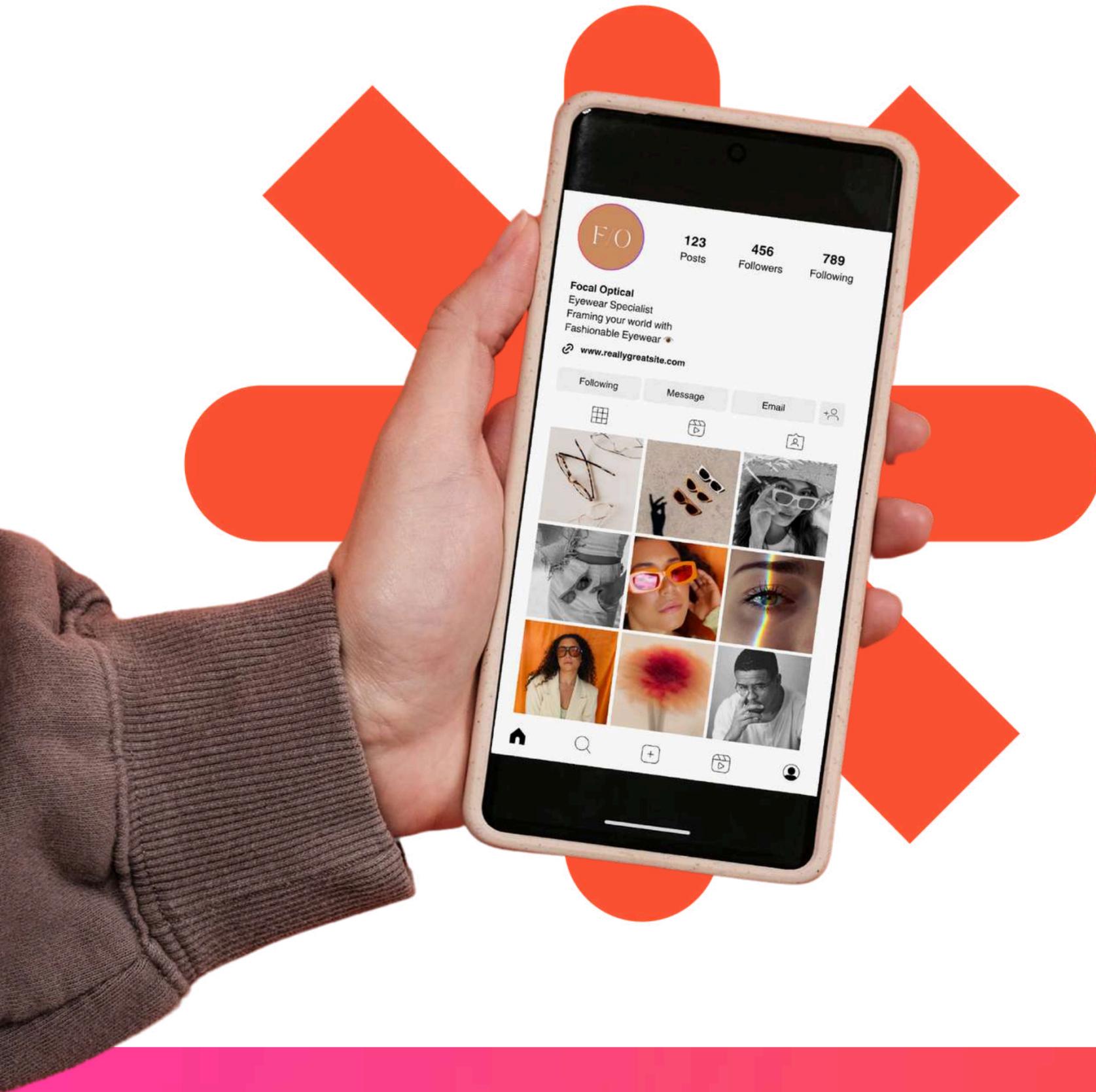
- 1** DESCOBRIR O QUE TE IMPEDE DE VENDER
 - 2** ENTENDER A LÓGICA E OS FUNDAMENTOS DO INSTAGRAM
 - 3** CONSTRUIR UM PERFIL ATRAENTE
 - 4** CRIAR CONTEÚDOS QUE ENGAJAM E VENDEM
 - 5** COMO FAZER UM BOM POST
 - 6** COMO MANTER A CONSTÂNCIA
-



**O QUE TE
IMPEDE
DE VENDER?!**



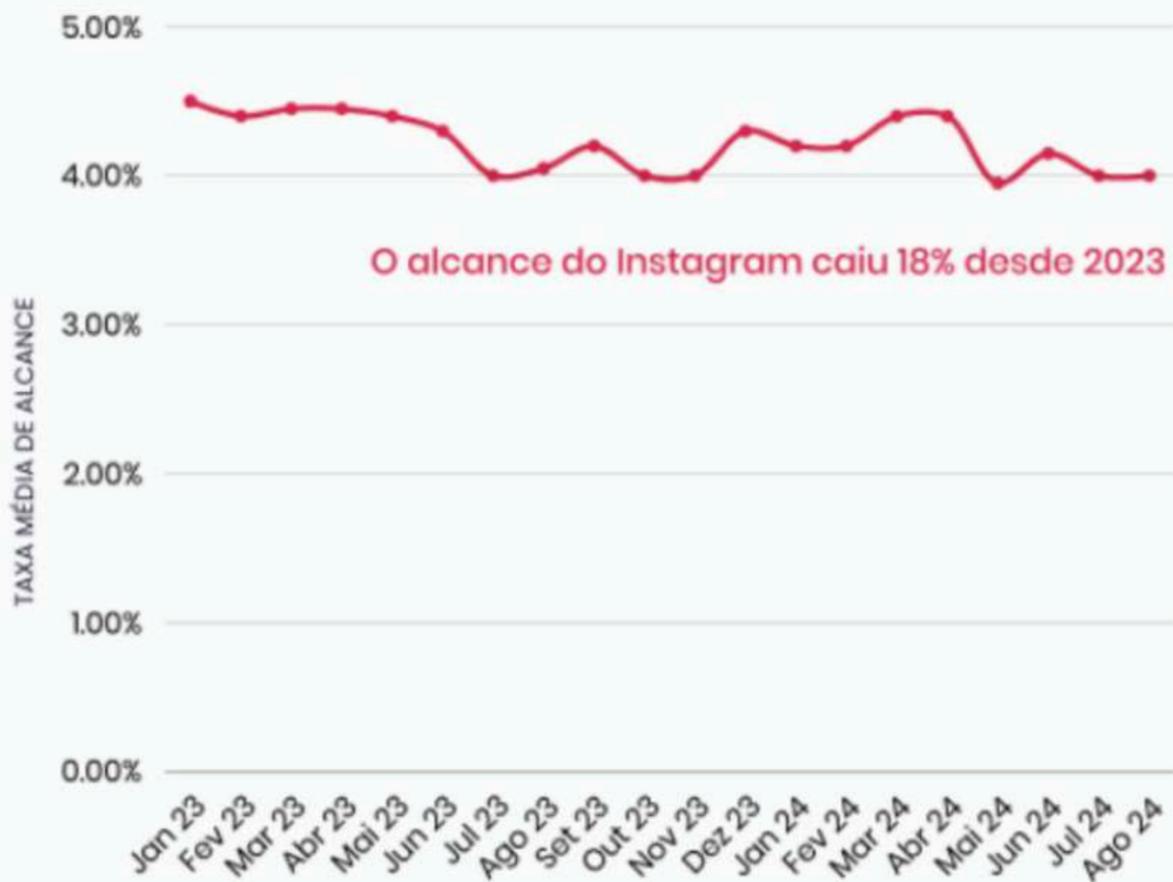
VOCÊ FAZ UMA DESSAS COISAS?



- Postar sem estratégia;
- Ignorar os stories ou usar da forma errada;
- Faz sorteios;
- Faz posts de datas só para marcar ali o dia;
- Não usar chamadas para ação;
- Ter uma bio que traduz o que você faz;
- Usar hashtags aleatórias;
- Não conhecer o seu público;
- Não postar legendas;
- Não responder comentários e mensagens;
- Não testar novos formatos (Reels, Lives, Carrosséis).

**VOCÊ NÃO
ENTENDE COMO
O INSTAGRAM
FUNCIONA**

O alcance orgânico do Instagram está caindo?

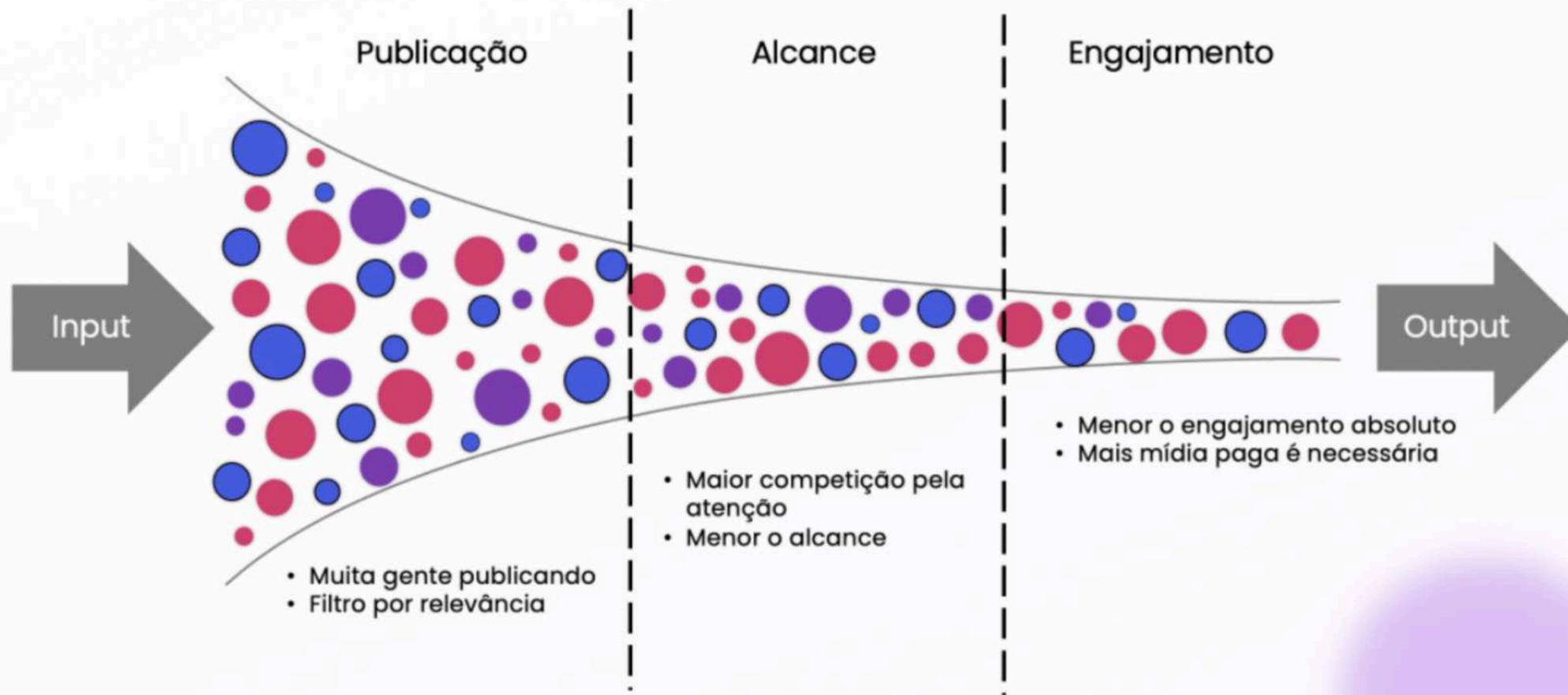


Fonte: Social Insider 2024

Rafael Kiso
@rafaelkiso



Relação de Relevância vs Entrega





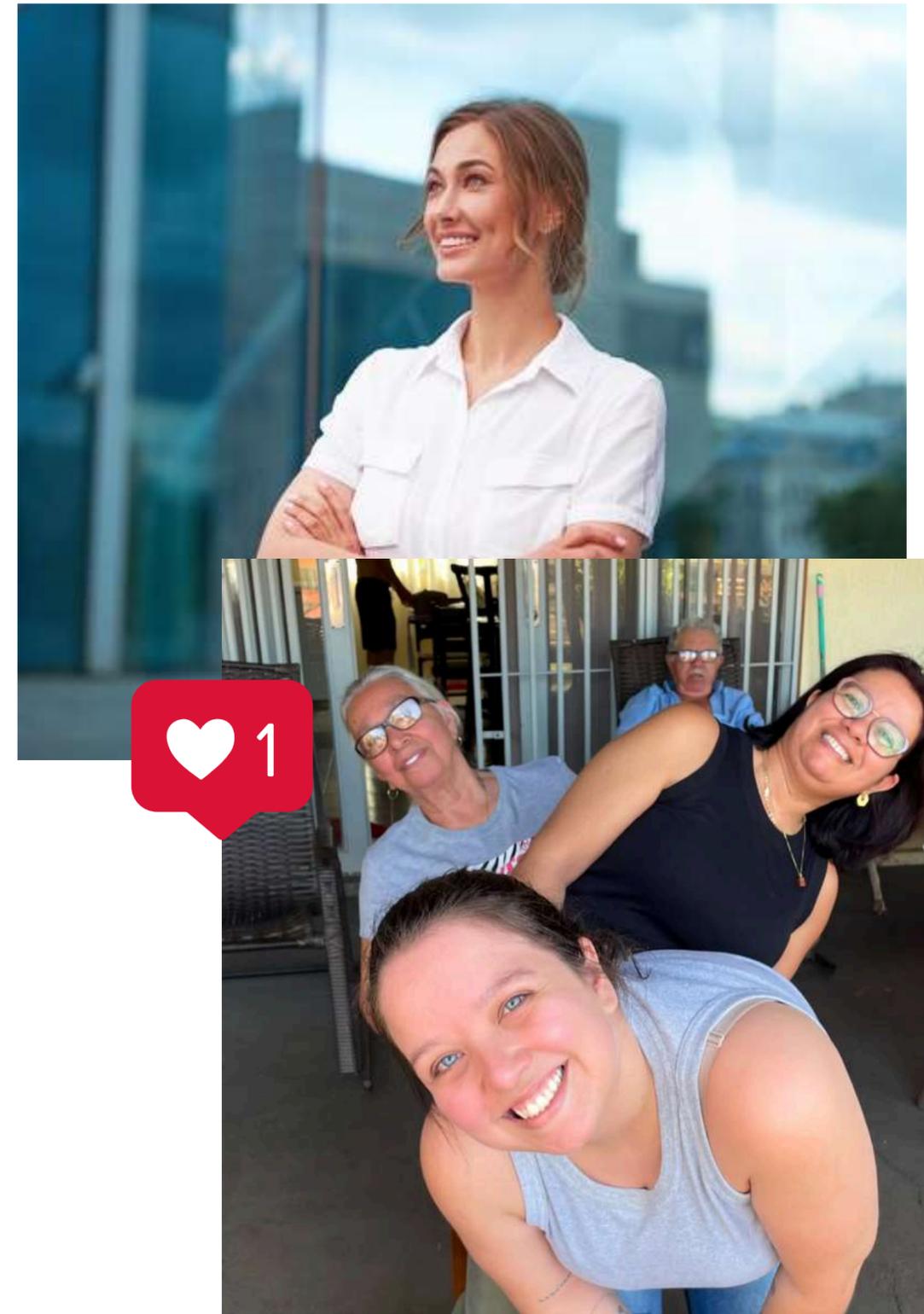
TEMPO É TU-DO!

E É COM NOSSO TEMPO QUE ELE GANHA MAIS DINHEIRO

Quanto mais tempo a gente passa no Instagram, mais anúncios a gente vê e assim, mais dinheiro ele ganha. Por isso, os conteúdos que geram retenção, são os mais queridos pela plataforma para ter mais alcance.

INSTAGRAM É DIFERENTE DE GOOGLE

No Google, o forte é a BUSCA. A pessoa procura. A pessoa acha. No Instagram, a máquina de aprendizagem vai indicar o seu conteúdo para aqueles que consomem conteúdos similares.



O QUE É O ALGORITMO?

Sequência lógica de instruções para ranquear informações.

Este algoritmo é também uma machine learning, ou seja, ele vai se aperfeiçoando conforme aprende/entende o que você gosta de ver mais.

No caso do Instagram, ele não tem só um algoritmo, ele tem vários!





Informações sobre a publicação

Seu histórico de interação

Tempo que as pessoas passam no post

Sua atividade

Informações sobre a pessoa que publicou

Informações sobre o vídeo

C

Consistência

Coerência e firmeza nos assuntos que você aborda é importante. É preciso também passar uma previsibilidade de frequência.

A

Autenticidade

Não dá pra só seguir trend e fazer o que todos fazem. Criar conteúdos genuínos, isso facilita e cria uma aproximação maior com as pessoas.

R

Relevância

Se torne relevante para o seu público criando um relacionamento com quem te segue. Não pode ter conta fantasma.

E

Engajamento

Quanto mais engajamento a sua publicação tem, melhor é a distribuição e mais chances de aparecer para quem não te segue.

C

A

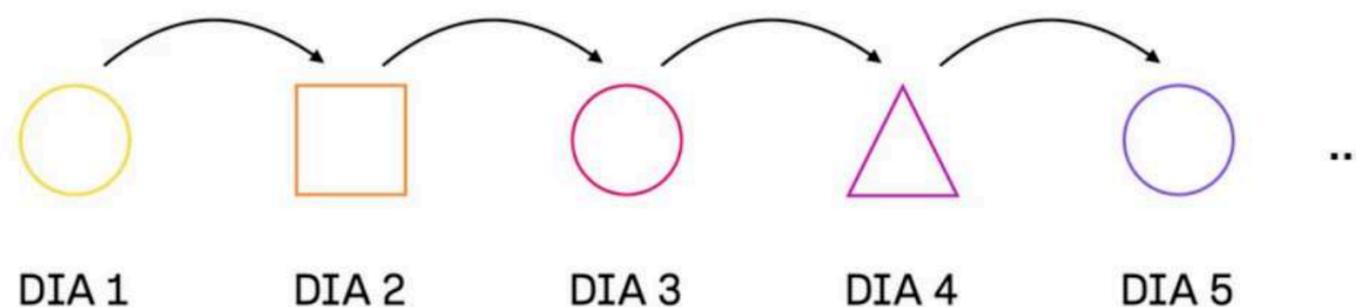
R

E

Consistência

Coerência e firmeza nos assuntos que você aborda é importante. É preciso também passar uma previsibilidade de frequência.

Nã
tr
tc
co
issc
aç



É sobre garantir um espaço nas mentes e corações da sua comunidade

com as pessoas.

tantasma.

nao te segue.

C

Consistência

Coerência e firmeza nos assuntos que você aborda é importante. É preciso também passar uma previsibilidade de frequência.

A

Autenticidade

Não dá pra só seguir trend e fazer o que todos fazem. Criar conteúdos genuínos, isso facilita e cria uma aproximação maior com as pessoas.

F

Universo de Marca

Sobre a Marca 6

👤 Estrutura financeira

🔑 Parcerias-Chave

💖 Essência de Valor e Proposta da Marca

✍️ Linguagem Verbal e Visual

📊 Benchmarking & Swot

🎯 Objetivos

Relevância

Se torne relevante para o seu público, relacionar-se com quem te inspira pode te ajudar a alcançar seus objetivos.

Importância

Seja mais relevante para o seu público, isso facilita a distribuição de conteúdo para quem precisa.

C

A

R

E

Relevância

Dica #2

MÉTRICAS

Analise os insights de posts, Vídeos do Instagram, Stories, Reels e Lives



O que minha comunidade espera ou quer consumir?

frequência.

com as pessoas.

Relevância

Se torne relevante para o seu público criando um relacionamento com quem te segue. Não pode ter conta fantasma.

Engajamento

Quanto mais engajamento a sua publicação tem, melhor é a distribuição e mais chances de aparecer para quem não te segue.

C

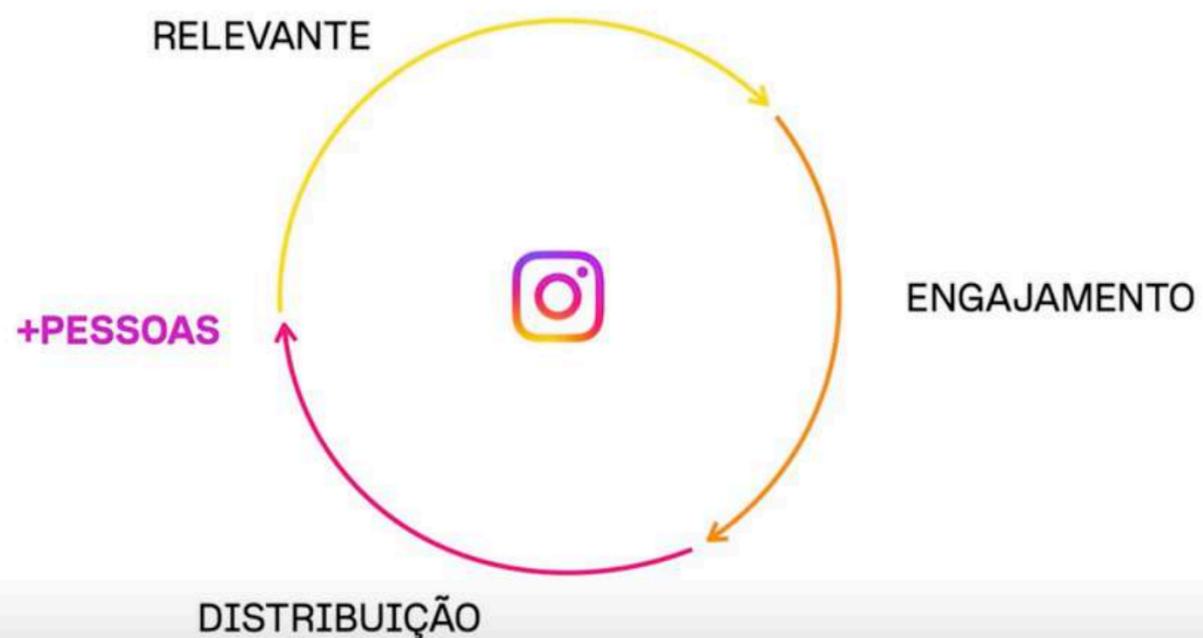
A

R

E

O tal do algoritmo

Mais engajamento, melhor **distribuição**



Engajamento

Quanto mais engajamento a sua publicação tem, melhor é a distribuição e mais chances de aparecer para quem não te segue.



**COMO
CONSTRUIR UM
PERFIL
ESTRATÉGICO**

portaldamari ▾ ●



Compartilhe
uma nota

Marina Migliorucci ✨ Marketing Real
e Possível ela/dela

740 5.294 3.240
publicações seguidores seguindo



🌟 dia a dia de uma especialista em marketing
🍎 aprenda comigo na [@cosmos.comunidade](https://www.cosmos.comunidade.com.br)
🪐 mentoria e projetos de marketing para marcas

↓ Saiba mais
Ver tradução

🔗 www.portaldamari.com.br/m... e outros 3 links

@portaldamari 🔍 daily da mari ✨

Painel profissional

Novas ferramentas já estão disponíveis.

Editar

Compartilhar p...

Contato



Novo



marIA



Cosmos



Comece aqui



Palestra

SOBRE O PERFIL

- Foto do perfil: Clara, profissional e fácil de reconhecer.
- Nome: Destaque seu nicho ou o que você faz.
- Bio: Explique claramente o que você oferece e a transformação que entrega.
- Destaques: Categorize em tópicos que reforcem sua autoridade e facilitem a navegação.

@ E NOME

@

- ✓ Se possível palavras-chave do seu nicho
- ✓ Evite nomes complicados ou difíceis de escrever
- ✓ Se possível, coloque seu nome pessoal junto ao que você faz
- ✓ O mesmo em todas as redes

NOME

- ✓ Precisa ter uma palavra-chave do que você faz.
- ✓ Não coloque hashtags

portaldamari ▾ ●



Marina Migliorucci ✨ Marketing Real e Possível ela/dela

740 publicações 5.294 seguidores 3.240 seguindo

🌟 dia a dia de uma especialista em marketing
👉 aprenda comigo na [@cosmos.comunidade](#)
🪐 mentoria e projetos de marketing para marcas

↓ Saiba mais

Ver tradução

[www.portaldamari.com.br/m...](#) e outros 3 links

@ portaldamari 🔍 daily da mari ✨

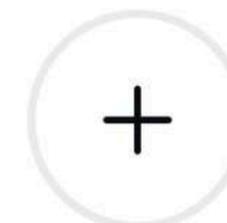
Painel profissional

Novas ferramentas já estão disponíveis.

Editar

Compartilhar p...

Contato



Novo



marIA



Cosmos



Comece aqui



Palestra

BIO

🌟 **Modelo 1: Transformação e Chamada**

Transformação: "Ajudo mulheres a se sentirem confiantes e poderosas."

Razão para seguir: "Dicas diárias para elevar sua autoestima."

Chamada para ação: "Vem comigo nessa jornada! 🙌"

🌟 **Modelo 2: Público-alvo e Benefício Claro**

Transformação: "Menos estresse, mais produtividade!"

Razão para seguir: "Método fácil para organizar sua rotina."

Público-alvo: "Para empreendedoras ocupadas."

Chamada para ação: "Acesse as dicas gratuitas aqui! 🙌"



🌟 **Modelo 3: Quem é você e Autoridade**

Quem é você: "Nutricionista especialista em emagrecimento."

Benefício prático: "Receitas rápidas e práticas."

Autoridade: "+500 clientes satisfeitas."

Chamada para ação: "Agende sua consulta grátis agora! 📍"

🌟 **Modelo 4: Problema & Solução**

Problema: "Cansada de dietas que não funcionam?"

Solução: "Método simples para emagrecer sem restrições."

Razão para seguir: "Dicas práticas para uma vida mais saudável."

Chamada para ação: "Quer descobrir como? Clique aqui! 📍"

DESTAQUES

PRODUTOS

Sobre Nós

- História da marca, valores, missão.

Produtos

- Catálogo organizado por categorias ou coleções mais importantes.

Como Comprar

- Passo a passo de como realizar a compra, meios de pagamento, formas de envio, link direto para a loja ou WhatsApp.

Depoimentos

- Avaliações reais dos clientes satisfeitos, mostrando confiança e qualidade.

Dúvidas Frequentes

- Perguntas comuns sobre prazos, trocas, tamanhos, personalização, etc.

Bastidores

- Processo de produção, embalagem, rotina da equipe. Humaniza a marca.

DESTAQUES

SERVIÇOS

Sobre Mim/Sobre Nós

- Apresentação pessoal ou da equipe, mostrando credenciais e autoridade.

Serviços

- Descrição detalhada dos serviços prestados, pacotes ou opções disponíveis.

Como Funciona

- Explicação clara do processo desde o primeiro contato até a entrega.

Resultados/Depoimentos

- Antes e depois, feedback dos clientes, provas sociais.

Dúvidas Frequentes

- Perguntas sobre agendamento, cancelamento, preços, políticas, etc.

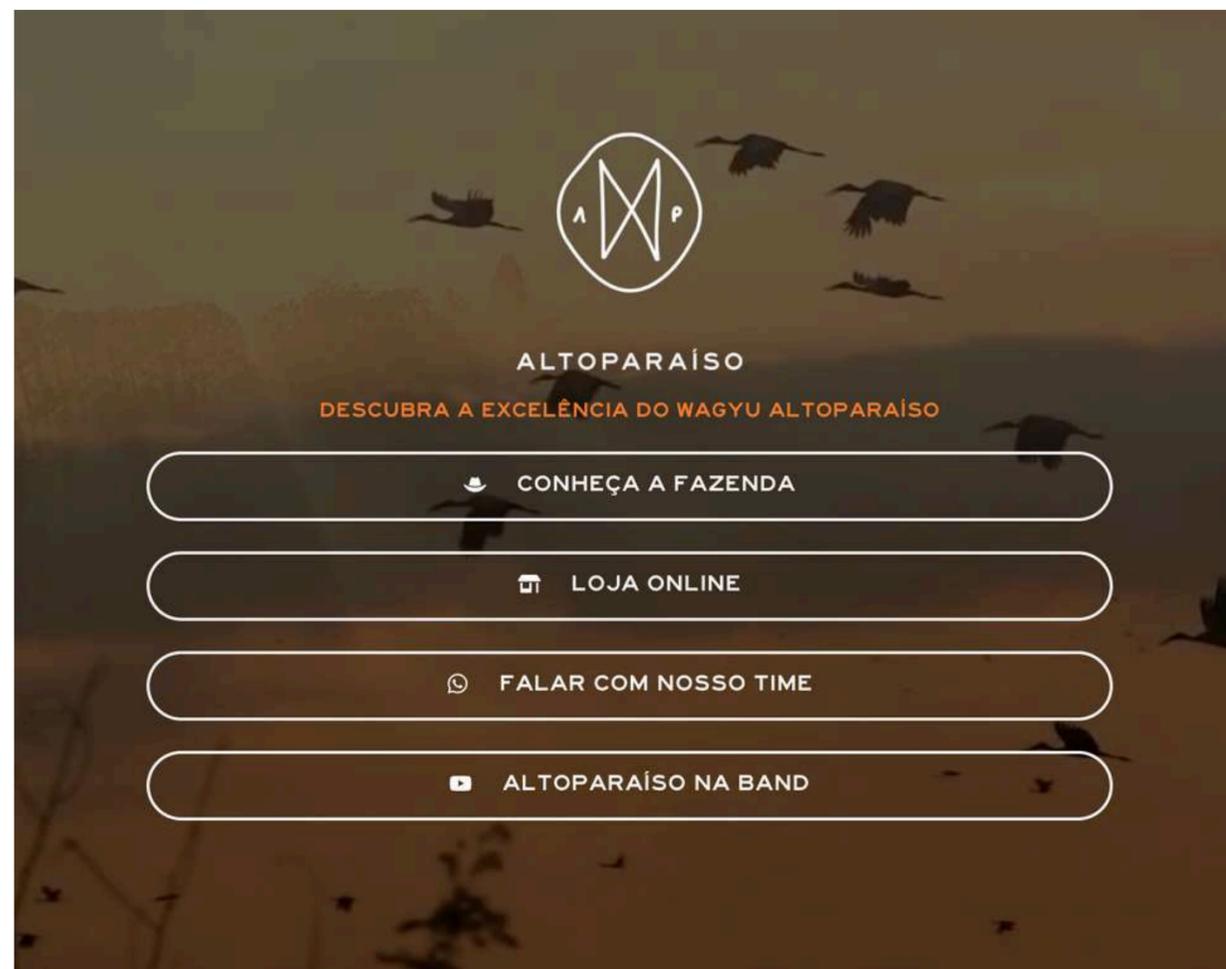
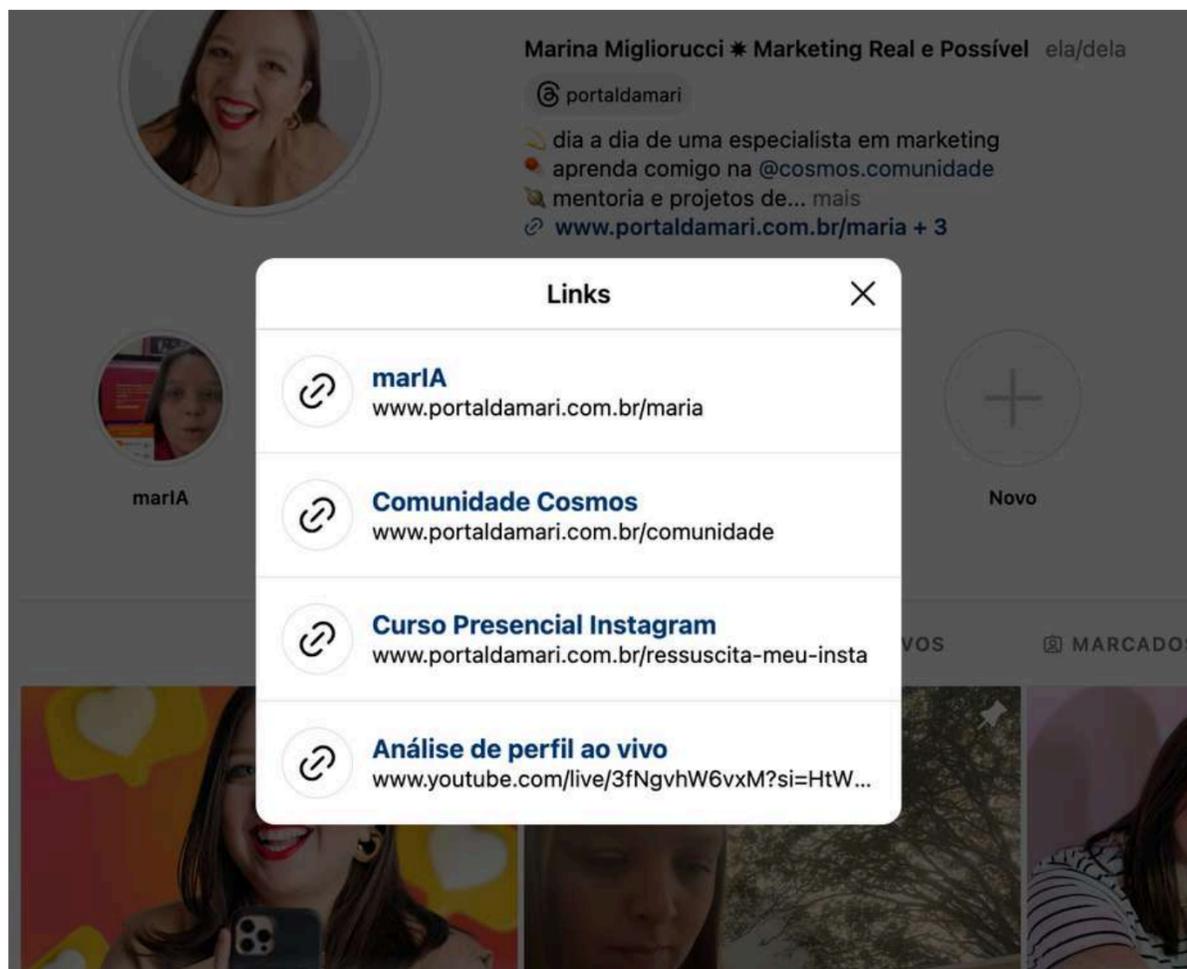
Conteúdo Gratuito

- Lives, vídeos, tutoriais rápidos que mostrem autoridade e gerem valor.

LINKS

Sempre fique atenta para ver se o seu link está funcionando.

WhatsApp: <https://wa.me/5514NUMERODOTELEFONE>





marIA | Análise de Perfil

Por MARINA MIGLIORUCCI 

Consultora de marketing com análises detalhadas.

Começar análise

Pergunte alguma coisa

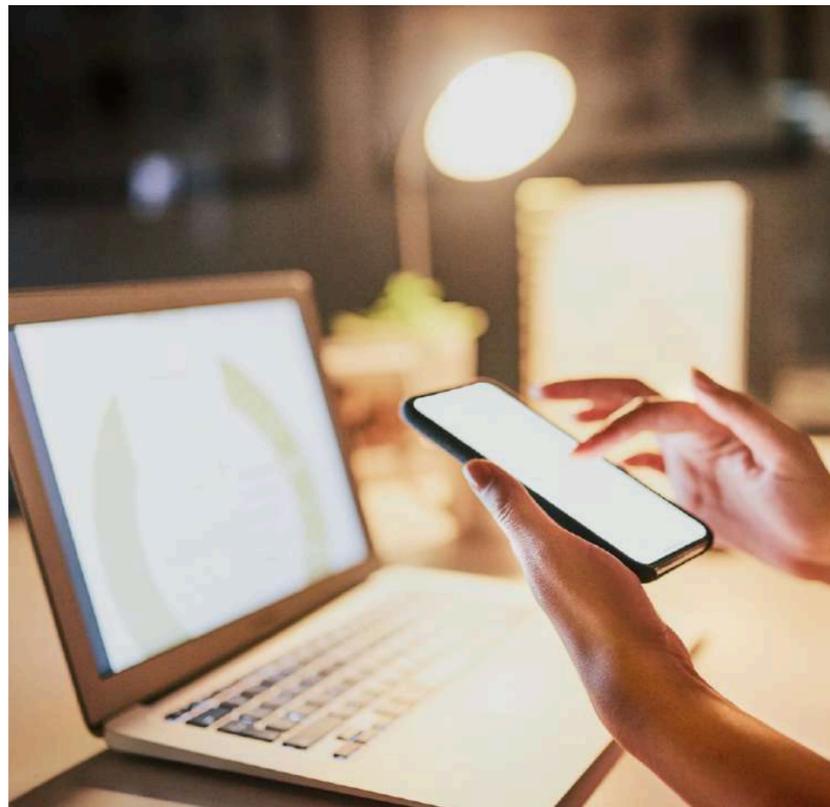




**COMO VENDER
SEM PARECER
QUE ESTÁ
VENDENDO**

POR QUE CRIAR CONTEÚDO?

A dinâmica das redes sociais mudou e novas maneiras de consumir conteúdo surgem todos os dias. Aqui eu vou te mostrar o passo a passo para ser visto e lembrado.



Não dá para postar só por postar. Colocar várias fotos do seu produto feitas com modelo ou um banner qualquer falando sobre o seu serviço. É preciso despertar consciência.



Você vai aprender a lógica por trás da criação de conteúdo. O resultado é postar menos, mas com muito mais qualidade para atrair as pessoas certas para o seu negócio.



MKT DE CONTEÚDO

ATRAI, CONQUISTA E ENVOLVE UM PÚBLICO-ALVO CLARAMENTE DEFINIDO PARA GERAR UMA AÇÃO LUCRATIVA.

MKT DE CONTEÚDO

AJUDA O CLIENTE A DESCOBRIR QUE O SEU PRODUTO OU SERVIÇO VAI RESOLVER O PROBLEMA DELE!

MKT DE CONTEÚDO

DESPERTA IDENTIFICAÇÃO COM A SUA MARCA E GERA A SEGURANÇA NECESSÁRIA PARA QUE O CLIENTE COMPRE O QUE VOCÊ VENDE.

MKT DE CONTEÚDO

VOCÊ ATRAI O CLIENTE E NÃO CORRE ATRÁS DELE.

MKT DE CONTEÚDO



MICHELIN - 1900

Edouard e André Michelin assumiram a Michelin em 1889. A empresa fabricava apenas pastilhas para freio. Mas, depois de ver uma oportunidade de negócio, eles começaram a criar pneus para equipar as carrugagens e tornar as viagens mais confortáveis e silenciosas. Em 1895, com a criação do automóvel, eles apresentaram para o mundo o Éclair, um carro idealizado e fabricado pela Michelin. Como fazer esse negócio ser rentável se só existiam 3 mil carros?

Em 1900, para impulsionar a troca mais rápida dos pneus, eles passaram a distribuir gratuitamente o Guia Michelin.

- Eventos;
- Fax;
- Mala direta;
- Telefone;
- TV;
- Rádio;
- Jornal;
- Outdoor;
- Revista;
- Jornal;
- Boletim Informativo.



- Novas redes sociais e era de ouro das blogueiras;

* 1990

* 2000

Popularização da internet e dos blogs

* 2010

**O CONTEÚDO
FUNCIONA
COMO UM APOIO
PARA O SEU
NEGÓCIO!**

NÃO É SOBRE VOCÊ!

Os clientes não se preocupam com você, seu produto ou serviço. Eles se importam consigo mesmo e com os seus próprios problemas. Quanto mais você fala sobre si e seus produtos e serviços, menos esse conteúdo é compartilhado.

Como ele vai resolver os problemas?

E NÃO UM MONÓLOGO

Estimule a conversa, mas também responda as pessoas. Não adianta ter um perfil "fantasma". Principalmente se você está em uma rede social, essa troca é muito importante para gerar conexão, mais engajamento e mais vendas.

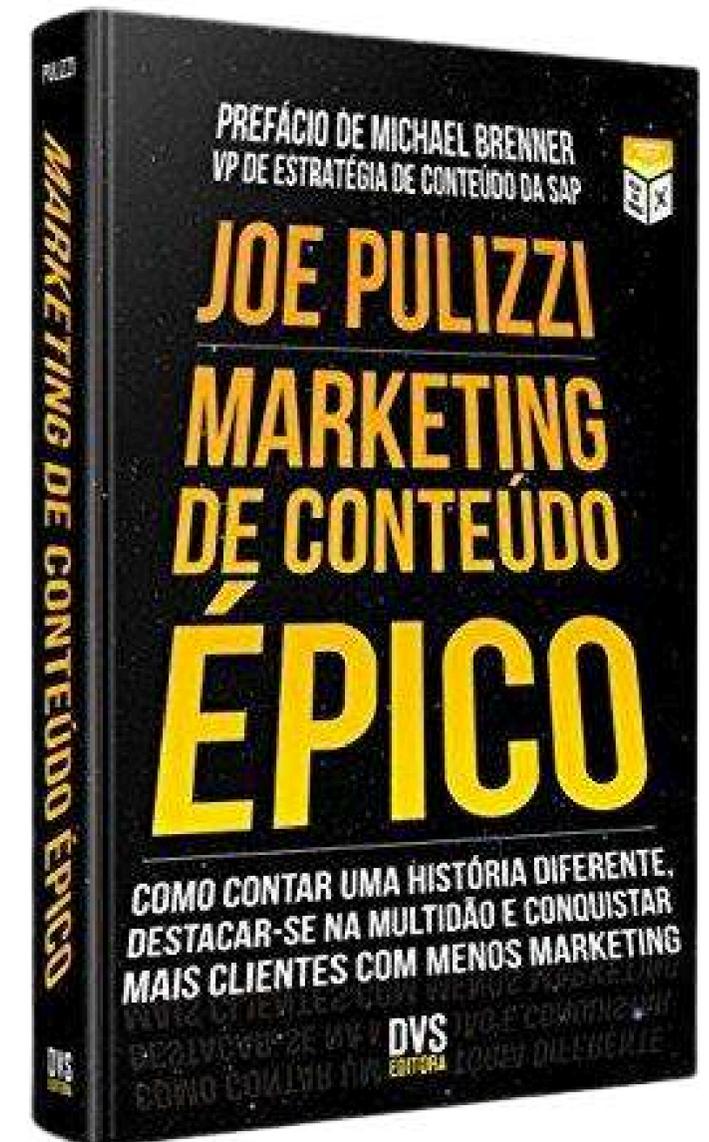
ESTIMULE A AÇÃO

Conte histórias que envolvam as pessoas e que os estimulem a agir e a tomar uma decisão. Nem que essa decisão seja compartilhar o conteúdo que você está publicando. Os clientes só precisam de conteúdo relacionado a vendas em um momento específico.

6 PRINCÍPIOS DO MARKETING DE CONTEÚDO ÉPICO!

1. Satisfaça uma necessidade;
2. Seja consistente;
3. Seja humano;
4. Tenha um ponto de vista;
5. Evite falar de vendas o tempo todo;
6. Seja o melhor da categoria.

Joe Pulizzi



**"EU NÃO SOU O ALVO
PARA O MEU CONTEÚDO"**

com quem você TÁ FALANDO?

Seus clientes são pessoas!

Eles tem gostos, preferências, desejos, medos e conforme abordamos melhor esses aspectos emocionais, a gente se conecta melhor e elas começam a prestar atenção na nossa marca e produtos e passamos a ser considerados no processo de compra dessas pessoas.



persona NÃO SE INVENTA

persona SE CONVERSA





marIA | perfil de cliente

Por MARINA MIGLIORUCCI 👤

Mapeie a sua persona com facilidade e tenha insights de conteúdo sem revelar fontes internas.

Quero Começar

Pergunte alguma coisa



O ChatGPT pode cometer erros. Considere verificar informações importantes.



VOCÊ VENDE SEM PARECER QUE ESTÁ VENDENDO PORQUE...

- Aumenta o nível de consciência do consumidor
- Desperta desejo nos clientes
- Traz prova social para garantir eficiência do seu trabalho
- Traz autoridade e confiança sobre o seu negócio
- Cria constância nas publicações
- Faz ofertas de vendas sempre de um jeito menos agressivo
- Aumenta o nível de consciência do consumidor

CONEXÃO

CRIAR IDENTIFICAÇÃO EMOCIONAL E FORTALECER O VÍNCULO COM O PÚBLICO.

COMO FAZER:

- CONTE HISTÓRIAS REAIS (SUAS OU DOS SEUS CLIENTES).
- MOSTRE BASTIDORES, VULNERABILIDADES, DILEMAS E CONQUISTAS.
- USE FRASES COMO: "POSSO SER HONESTA COM VOCÊ?", "JÁ SE SENTIU ASSIM TAMBÉM?"

EXEMPLO: NÃO FABRICAMOS OSSOS. CONSTRUÍMOS CONFIANÇA.

EDUCAÇÃO

GERAR AUTORIDADE, CLAREZA E VALOR. ENSINAR ALGO ÚTIL, PRÁTICO OU TRANSFORMADOR.

COMO FAZER:

- DICAS APLICÁVEIS, TUTORIAIS, BASTIDORES DO SEU MÉTODO.
- DESMISTIFICAR ALGO TÉCNICO DO SEU NICHU.
- USE TÍTULOS COM: "COMO FAZER", "X PASSOS PARA", "VOCÊ SABIA QUE...?"

EXEMPLO: O MAIOR MEDO DE QUEM ESTÁ APRENDENDO É MACHUCAR ALGUÉM QUANDO ESTIVER SOZINHO NA PRÁTICA.

PROMOÇÃO

CONVERTER. MOSTRAR O VALOR DA SUA OFERTA, COM PROVAS E CLAREZA.

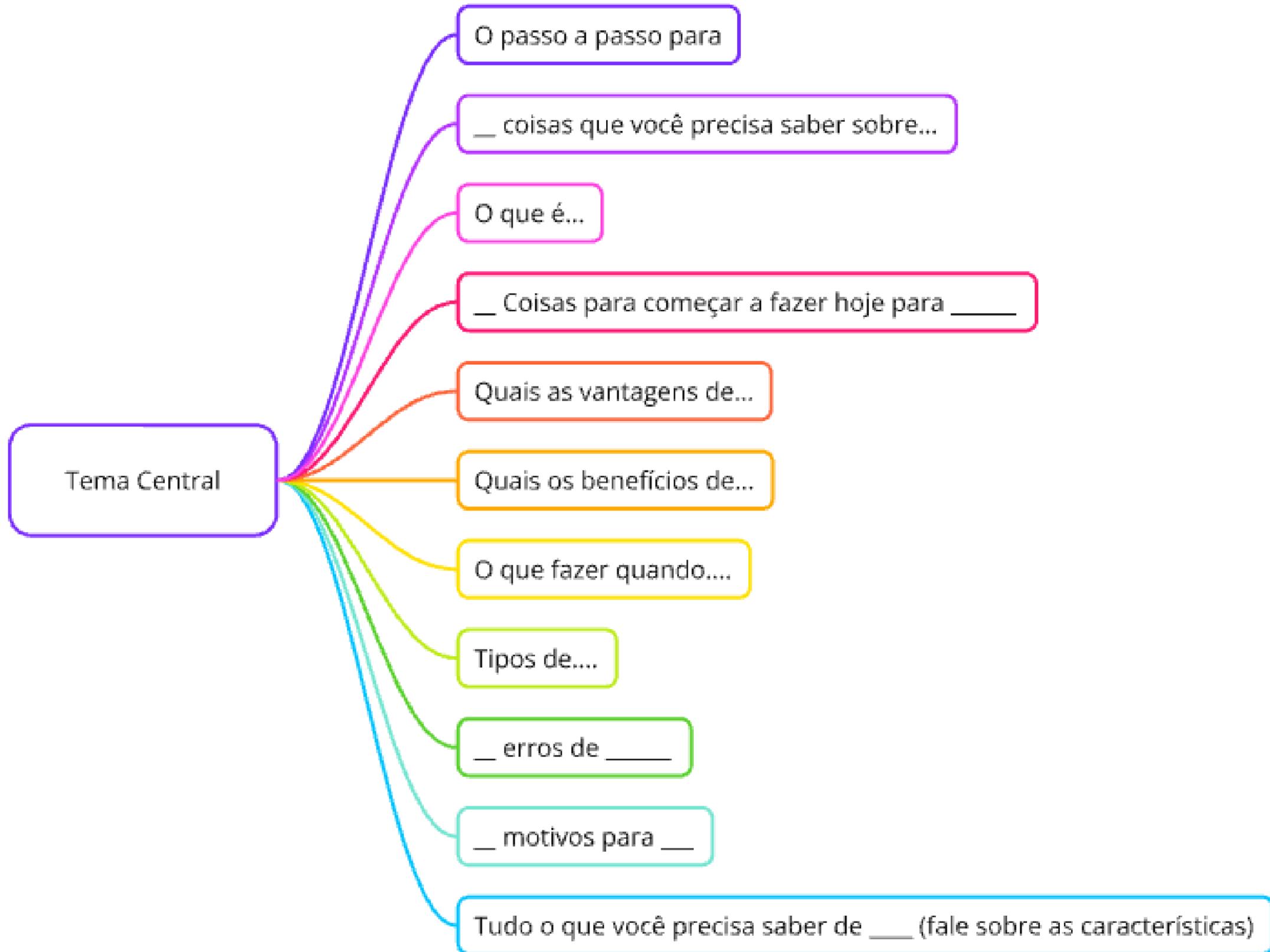
COMO FAZER:

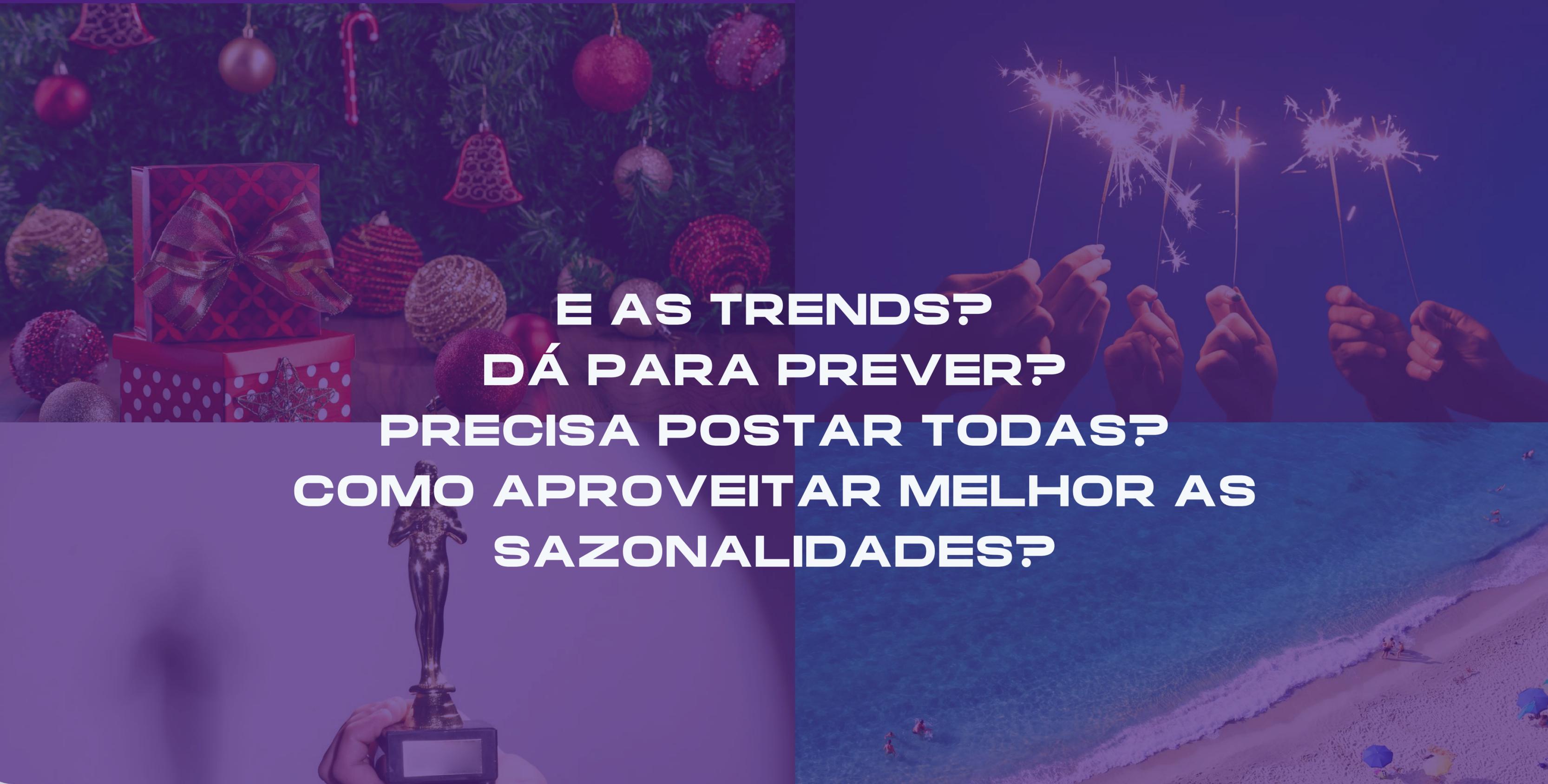
- DEPOIMENTOS, ANTES E DEPOIS, DIFERENCIAIS DA SUA SOLUÇÃO.
- CTA'S DIRETAS E ELEGANTES.
- USE FRASES COMO: "AGORA É A SUA VEZ.", "ESSA OPORTUNIDADE É PRA QUEM QUER SAIR DO LUGAR."

EXEMPLO: 29 ANOS CRIANDO OSSOS QUE ENSINAM. E AINDA TEM GENTE ACHANDO QUE É SÓ UMA RÉPLICA

BÔNUS

UM TEMA VÁRIOS POSTS





**E AS TRENDS?
DÁ PARA PREVER?
PRECISA POSTAR TODAS?
COMO APROVEITAR MELHOR AS
SAZONALIDADES?**

**não precisa e
principalmente,
nem deve, fazer
tuuuuudooooo!**

principalmente se for só por fazer <3

**Escute as pessoas nas redes,
entenda quais são os temas
quentes e porquê, e depois, fale
sobre o que eles estão falando e
como eles estão falando.**

**De um jeito natural e orgânico,
tá? Sem matar a piada.**



**E quando o assunto for
datas comemorativas ou
sazonalidades....**

**ENTENDER
O QUE FAZ
SENTIDO**





**COMO FAZER
UM BOM POST**

VAMOS ENTENDER O INTUITO DE CADA FORMATO

+ ALCANCE

+ CONEXÃO



REELS

CARROSSEL

FOTOS

VÍDEOS

LIVES

STORIES

CANAL

REELS

- Formato: 1080x1920
- Pode usar áudio em alta? Pode, mas aí você não vai poder impulsionar.
- Sempre façam a legenda usando palavras-chaves e complementando o que foi dito no vídeo. Não esquecer de fazer uma chamada para ação.



CARROSSEL & FOTO ESTÁTICA

- Formato: 1080x1350
- Pode usar áudio em alta? Pode, mas aí você não vai poder impulsionar.
- Sempre façam a legenda usando palavras-chaves e complementando o que foi dito no vídeo. Não esquecer de fazer uma chamada para ação.



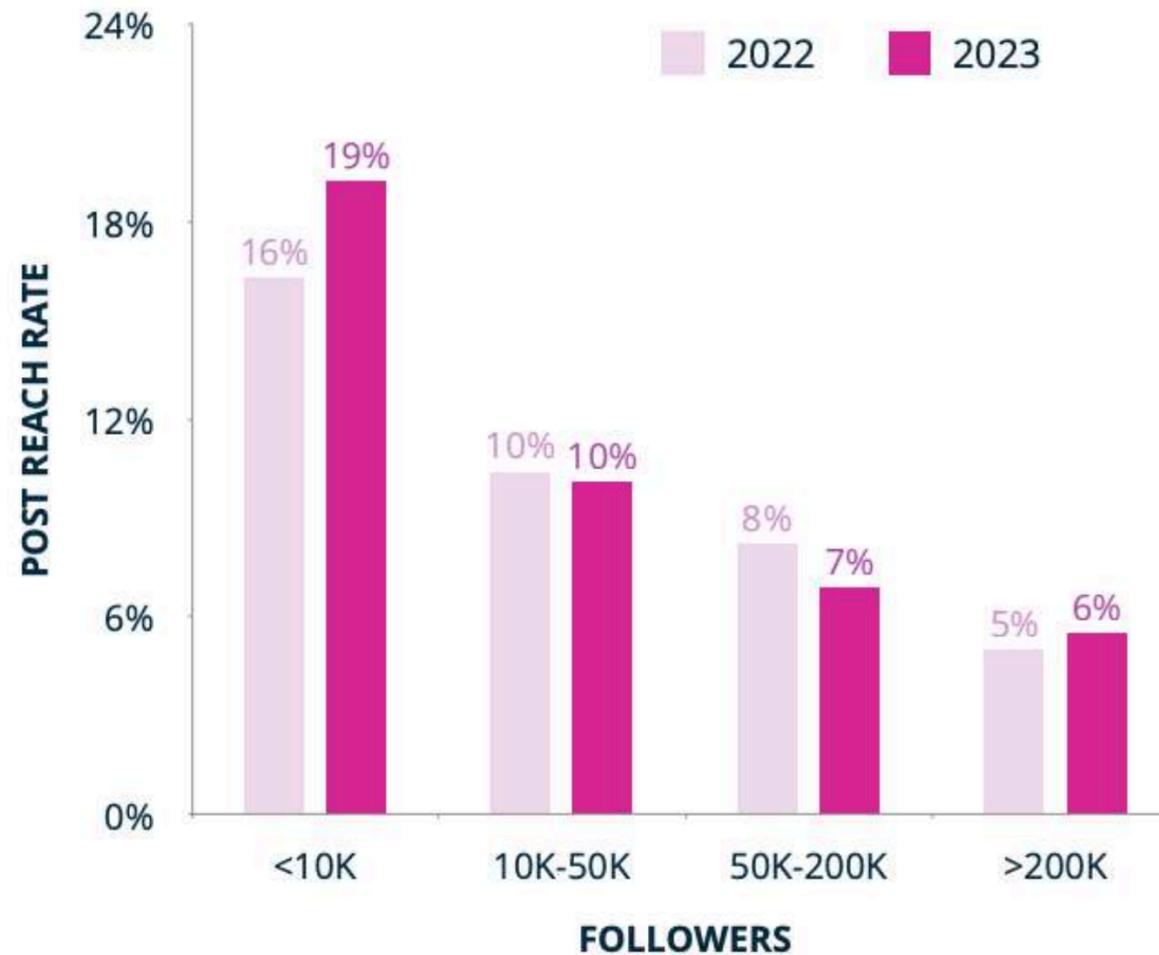
- Image size (4:5)
1080 × 1350 px
- Grid view (3:4)
1012 × 1350 px
- Only the center area is visible in the grid view.

Post Reach Rate

The reach of a post expressed as a percentage of followers.

Post reach rates were a little up or flat this year, just like they were for Story reach rates.

- Small handles with fewer than 10K handles saw a 17% increase in post reach rate.
- Mid-sized brands with between 50K-200K followers saw the only post reach rate decline of the year of 15%.



RIVAL IQ INSIGHT

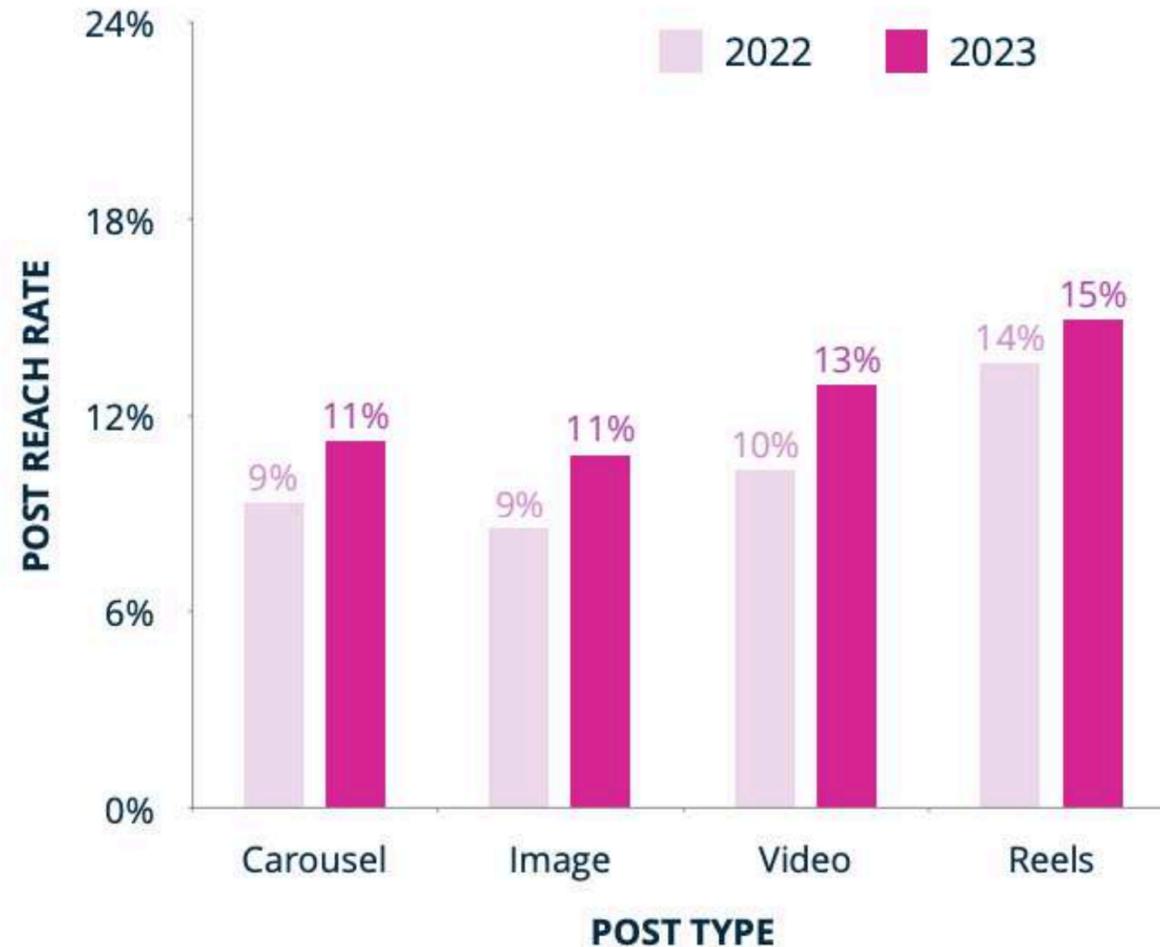
Post reach rate has been on the decline for a few years running now, so we love to see it on the rise (or flat) for all the brands we studied this year.

Post Reach Rate by Media Type

The reach of a post expressed as a percentage of followers.

Brands saw their post reach rates increase for every media type in 2023.

- Images saw the biggest post reach rate increase of 27% over last year.
- Reels saw the smallest increases in reach this year but still showed improvement.



RIVAL IQ INSIGHT

Is Instagram back on top? We won't know for sure until our 2024 Social Media Industry Benchmark Report comes out, but post reach rate increases across all media types should give creators confidence in investing in the 'gram in 2024.

STORIES

- Formato: 1080x1920
- Pode usar áudio em alta? Pode.
- Pode usar interações? Deve.
- Quantos stories fazer? Entre 4 e 6.
- Se for postar produto atrás de produto, sempre, coloque o link para o seu WhatsApp ou faça interações entre as pessoas.
- Legende o que você fala!
- Vamos entender como os stories funcionam?
- Ideias do que postar: dia a dia, bastidores, dúvidas de clientes, storytelling.

Quantos stories você vê antes de pular?

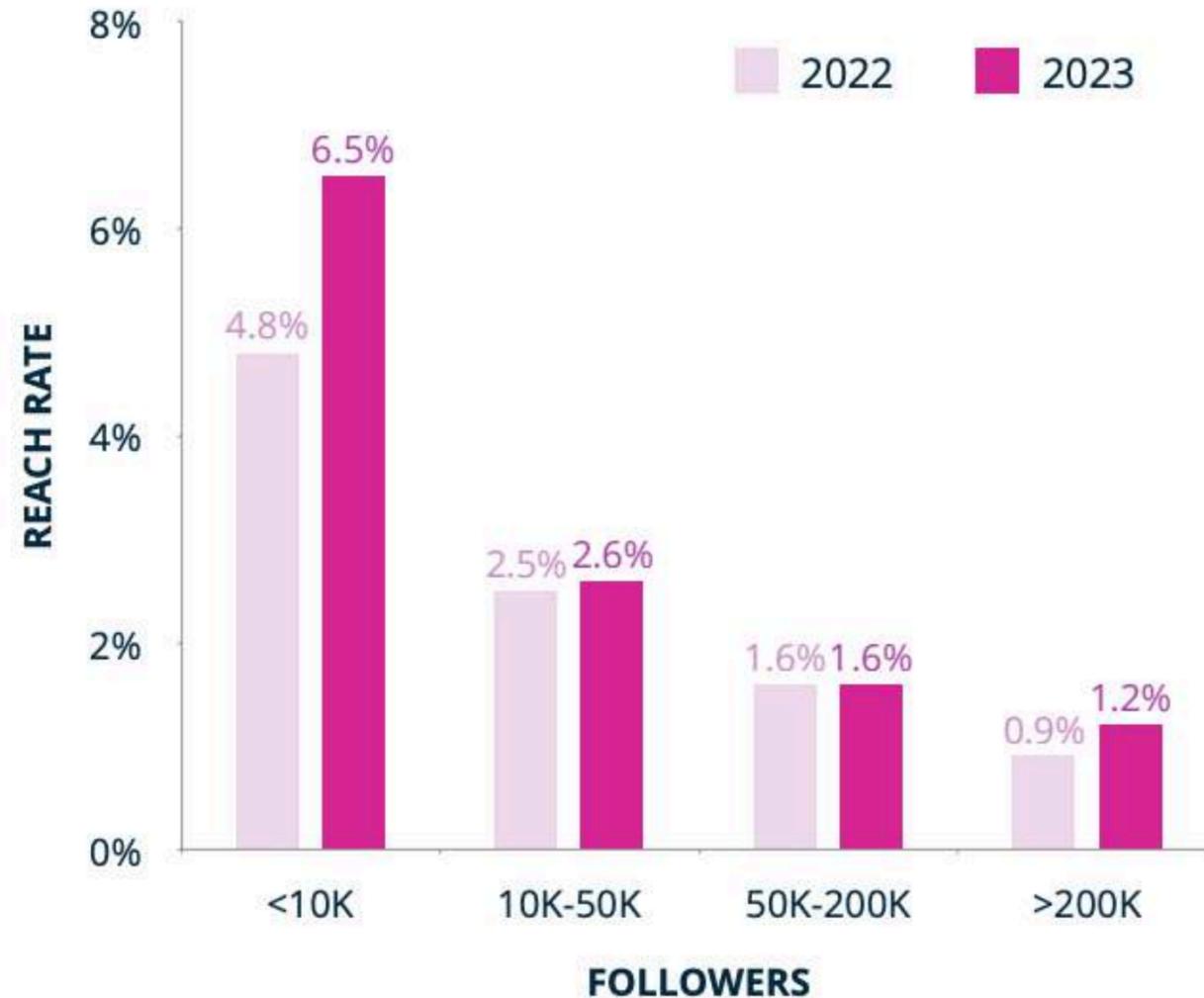


Story Reach Rate

Story Viewers on any given day divided by follower count, expressed as a percentage.

Story reach rates increased or stayed flat for creators in 2023.

- Smaller brands with under 10K followers saw a 35% increase in Story reach rate this year.
- Mid-size brands between 50K-200K followers were the only group to stay flat this year at 1.6%.



Fonte: RivalIQ

RIVAL IQ INSIGHT

Brands are working harder than ever to create dynamic content that grabs attention and keeps it, so a slight uptick in reach rate feels especially heartening.

O QUE TODO POST PRECISA TER



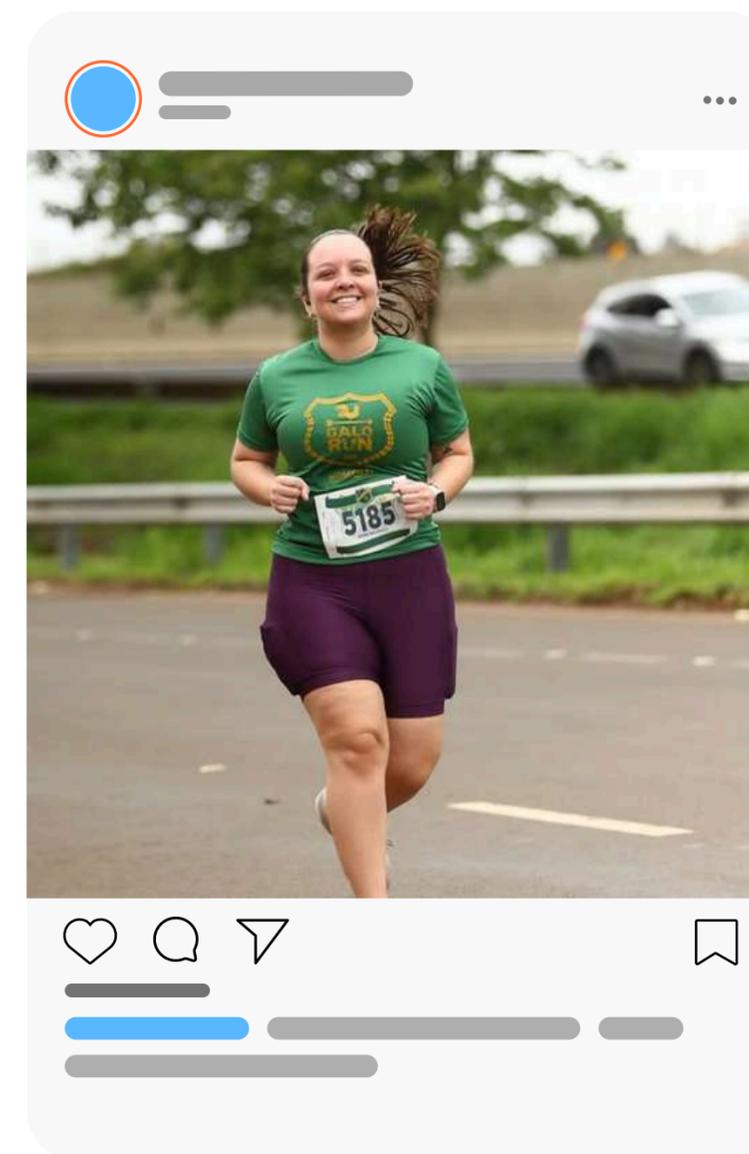
→ **Localização**

→ **Imagem ou vídeo**

→ **Legenda e Hashtags**

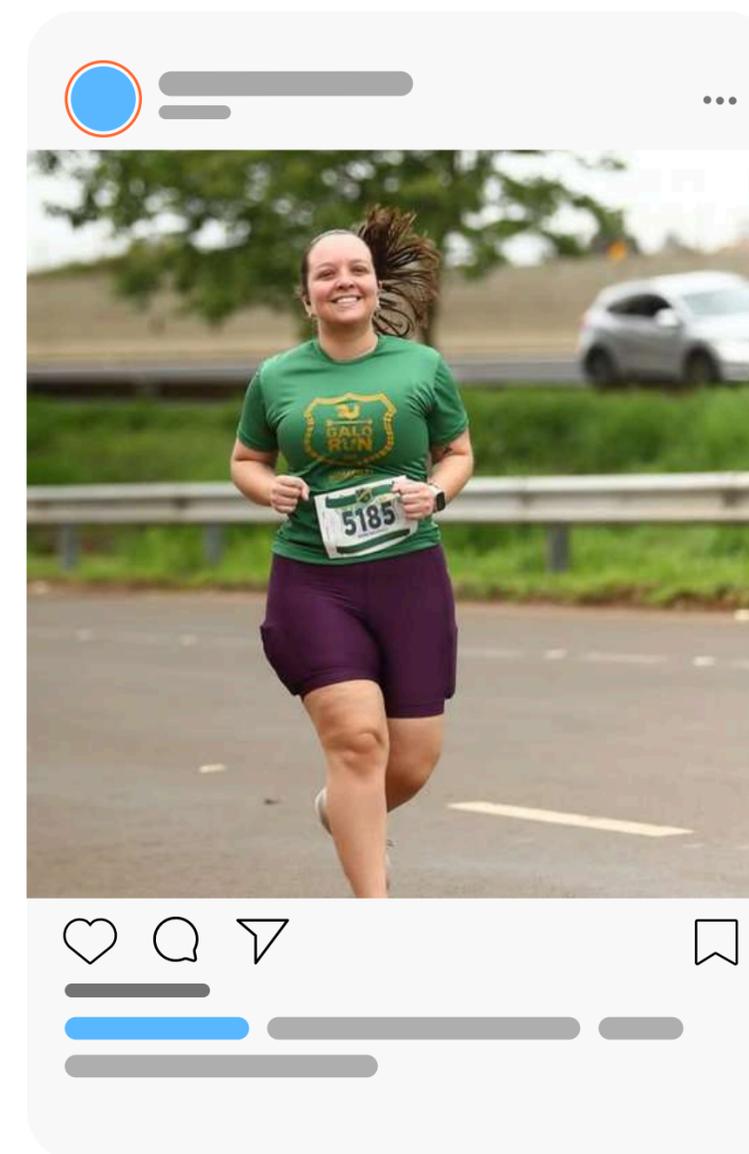
O QUE TODA LEGENDA PRECISA TER

- Gancho: Comece com uma frase chamativa para prender a atenção e evitar que a pessoa pule o post.
- Desenvolvimento: Aqui você vai contar a história, explicar o conteúdo ou apresentar um problema e a solução. Conecte essa parte ao gancho inicial, mostrando por que o público deve se importar.
- Chamada pra ação: Finalize sempre com um convite para engajamento ou ação. Exemplos:
 - “Qual dessas opções você escolheria? Comente aqui!”
 - “Gostou? Salve este post para lembrar depois!”
 - “Quer saber mais? Me chame no direct!”
 - “Clique no link da bio para [fazer o pedido/agendar].”



O QUE TODA HASHTAG PRECISA TER

- No máximo entre 5 e 10 hashtags
- Use hashtags diretamente ligadas ao seu produto, serviço e público. Exemplo: Se você vende viagens para a disney, não use só #disney. Use também #disneyemfamilia #disneycomamigas
- Crie uma hashtag própria: Se possível, tenha uma hashtag da sua marca, tipo #mariaskincare ou #treinocommaria. Assim, você constrói uma identidade e seus seguidores podem usá-la também.





**COMO ANALISAR
O QUE DEU CERTO**

pule para as perguntas relacionadas a metricas e insights

Bora direto pras métricas e insights então! Me responde essas aqui uma por uma (pode mandar tudo junto se preferir, mas tenta manter na ordem, tá?):

8. Quantos seguidores você tem?
9. Quantos seguidores você ganhou no mês?
10. Quantos seguidores você perdeu no mês?
11. Quantas contas o seu perfil alcançou?
12. Qual foi o número de visualizações/impressões total do perfil no mês?
13. Qual foi o número de contas com engajamento do perfil no mês?
14. Quantos posts você fez no mês?
15. Quantos toques no link você teve? E visitas ao perfil?

Se você não souber onde encontrar, é só abrir os **insights da conta** lá no Instagram. Assim que você me passar os dados, eu te entrego uma análise completinha com diagnóstico, comparativo com benchmarks e sugestões práticas pra crescer de verdade! 🚀



5424 seguidores
ganhei 169 seguidores
perdi 61 seguidores
alcansei 39.897 contas
188.749 impressões
616 contas engajadas
21 posts
1815 visitas ao perfil

SEGUIMENTOS & ALCANCE

Total de seguidores: 5.424

Seguidores ganhos: 169

Seguidores perdidos: 61

 Taxa de Crescimento:

$(169 / 5424) \times 100 = 3,1\%$

 Resultado bom! A média saudável é de 2% a 4% ao mês, então você tá no caminho certo.

 Taxa de Perda de Seguidores:

$(169 / 61) = 2,77$

 A taxa ideal é maior que 3. Isso mostra que seu conteúdo atrai, mas pode estar perdendo algumas pessoas no caminho. Vamos investigar isso nos tipos de postagens e stories depois, tá?

ALCANCE & IMPRESSÕES

Alcance: 39.897 contas

Impressões: 188.749

 **Repetição de Impressões:**

(188.749 / 39.897) = 4,7 vezes

 Isso significa que, em média, cada pessoa viu seu conteúdo quase 5 vezes. Excelente pra gerar lembrança de marca. Mas cuidado: se isso vier de pouca variedade de conteúdo, pode causar cansaço visual.

❤️ ENGAJAMENTO

Contas com engajamento: 616

📊 Taxa de Engajamento Geral:

$$(616 / 39.897) \times 100 = 1,54\%$$

⚠️ Abaixo do ideal. A média considerada boa é 2% a 5%. Vamos melhorar isso com posts mais interativos, stories com enquetes e CTAs melhores. Já te dou algumas ideias!



ENGAJAMENTO REAL

**= (CURTIDAS+COMENTARIOS+
COMPARTILHAMENTOS/ALCANCE)**

***100**

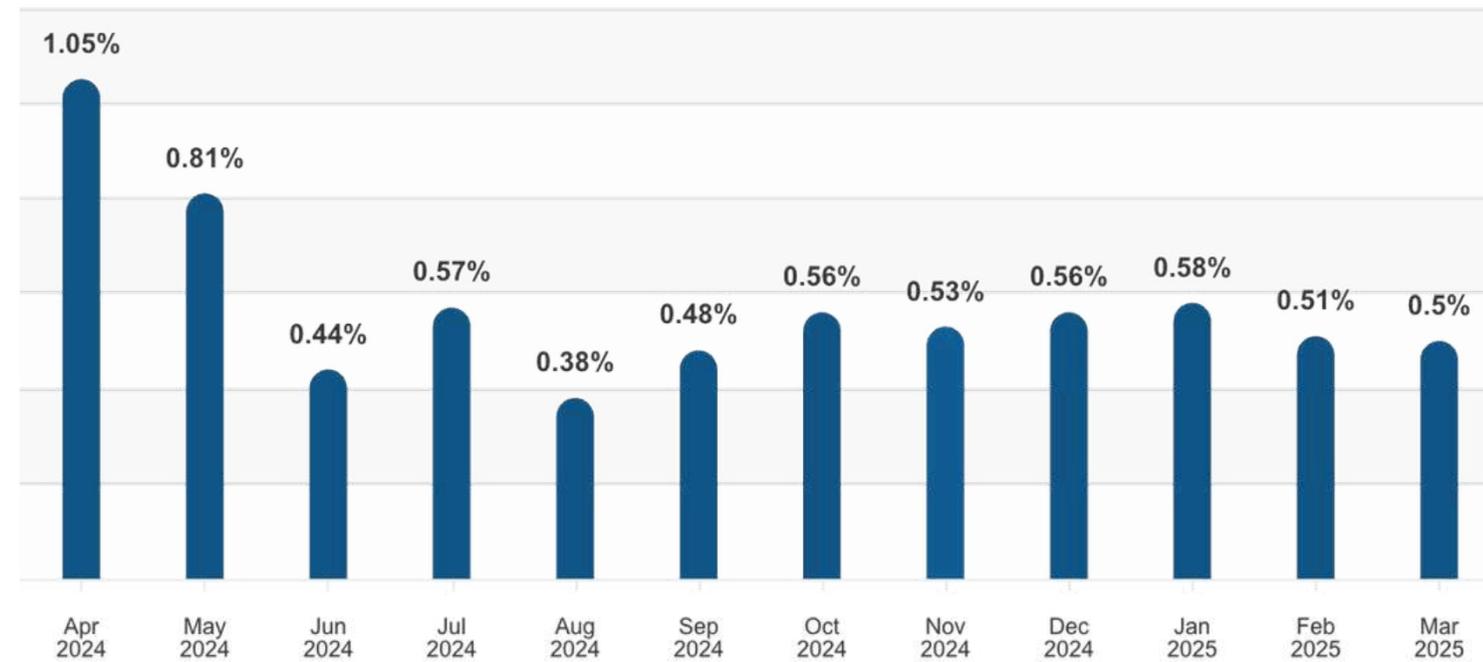
ENGAJAMENTO PÚBLICO

**= (CURTIDAS+COMENTARIOS
/SEGUIDORES)**

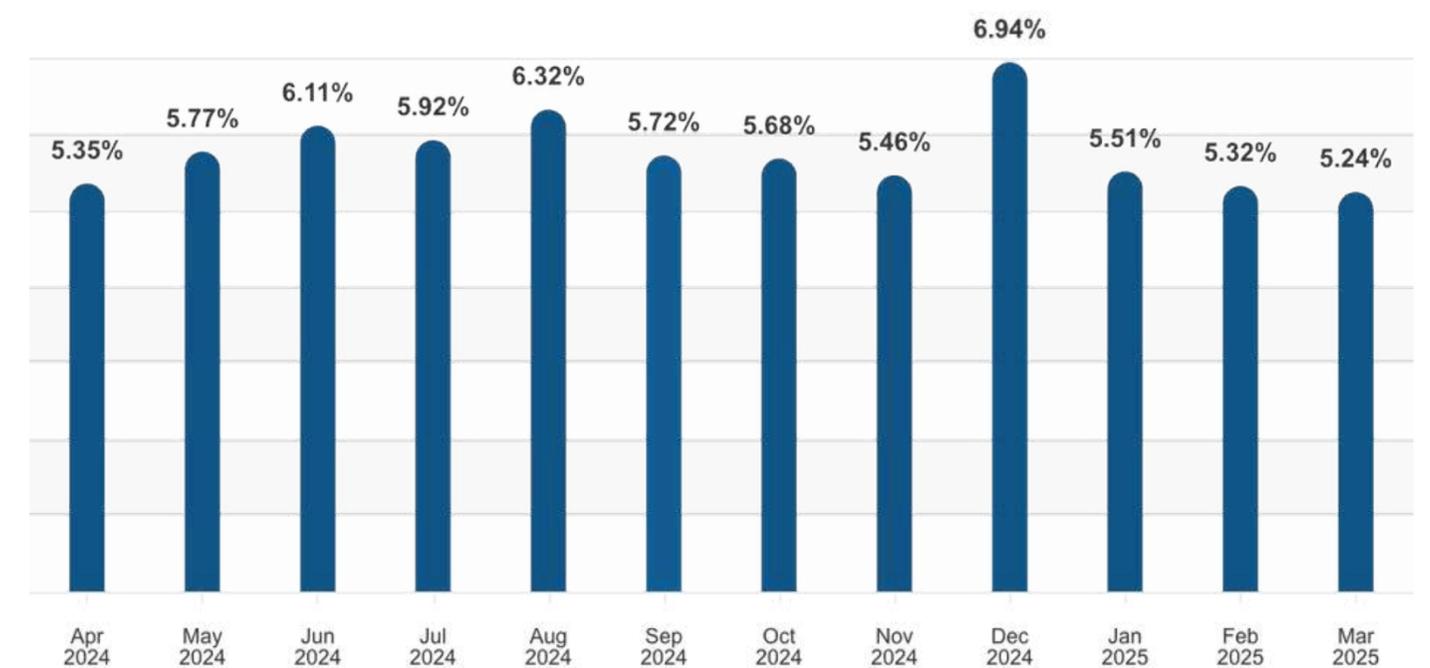
***100**

BÔNUS

ENGAJAMIENTO PÚBLICO



ENGAJAMIENTO REAL



LINK NA BIO & VISITAS

Visitas ao perfil: 1.815

Cliques no link: 44

 Taxa de Cliques no Link:

$(44 / 1815) \times 100 = 2,4\%$

 Bem abaixo do ideal (o recomendado é 5% ou mais). Provavelmente sua bio não está clara ou não está chamando atenção pro link. Precisamos revisar com urgência esse CTA e o que você entrega no link!



COMO MANTER A CONSTÂNCIA



7	1	2	3	4
14	8	9	10	11
21	15	16	17	18
28	22	23	24	25
	29	30	31	

**não precisa e
principalmente,
nem deve.**

Poste pelo menos duas vezes na semana

SE ORGANIZE

Primeiro passo: mapeie a sua semana. Coloque no papel tudo o que você faz na sua rotina.

Segundo passo: encontre o intervalo para mapear os conteúdos que você precisa fazer.

Terceiro passo: tente se organizar para gravar/criar no canva os conteúdos da semana ou de quinze dias > parece loucura? SIM! mas a partir do momento que você se organiza, dá certo!

SEGUNDA	TERÇA	QUARTA	QUINTA	SEXTA
ORGANIZAÇÃO DAS DEMANDAS DA SEMANA	AGENDAR OS CONTEÚDOS	TRABALHAR	DIA DAS ENTREGAS DA SEMANA (SE A PESSOA QUER ANTES, PAGA A ENTREGA)	TRABALHAR
CRIAÇÃO DE CONTEÚDO (NÃO FICAR MAIS DE 3H FAZENDO A TAREFA)	FAZER STORIES (NO MÁXIMO 6 TELAS)	TRABALHAR	FAZER STORIES (NO MÁXIMO 6 TELAS)	TRABALHAR
TRABALHAR	TRABALHAR	FAZER STORIES (NO MÁXIMO 6 TELAS)	TRABALHAR	FAZER STORIES (NO MÁXIMO 6 TELAS)

antes de acabar...



Estratégia, Conteúdo e Presença Digital para Marcas



[BÔNUS](#)

Checklist do Instagram

Esse é o seu Checklist de Instagram! Um passo a passo para deixar o seu perfil mais profissional.

Por Marina Migliorucci (@portaldamari).

>> *copie esse template para o seu notion*

Passo 0 - Sobre você e a sua marca

- Defina os principais valores da sua marca e quais objetivos ela tem.
- Tenha anotado quais são os principais pontos de destaque dos seus produtos ou serviço.
- Saiba quem é a sua persona: o que eles gostam? Como seu produto/serviço resolve um problema que eles tem?

Insights ▾

Ferramentas para anúncios

Insights sobre a conta

Últimos 30 dias ▾

Visualizações ⓘ

93.128

Visualizações

Seguidores	48,1%
Não seguidores	51,9%

Contas alcançadas	23.713
-------------------	--------

Por tipo de conteúdo

Tudo

Seguidores

Não seguidores

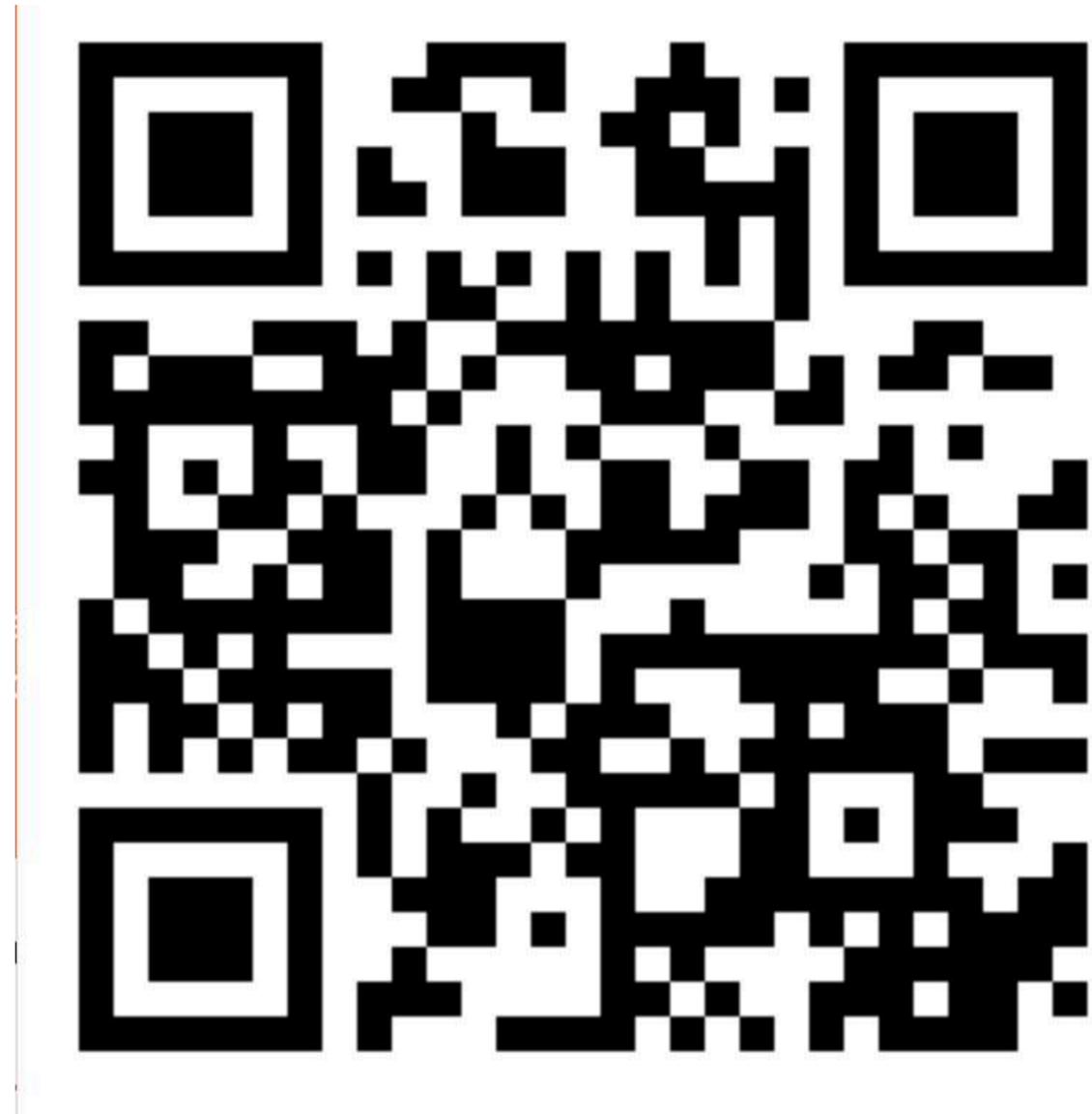
Stories		75,0%
Reels		22,4%
Ao vivo		1,8%
Publicações		1,0%
Vídeos		0,0%

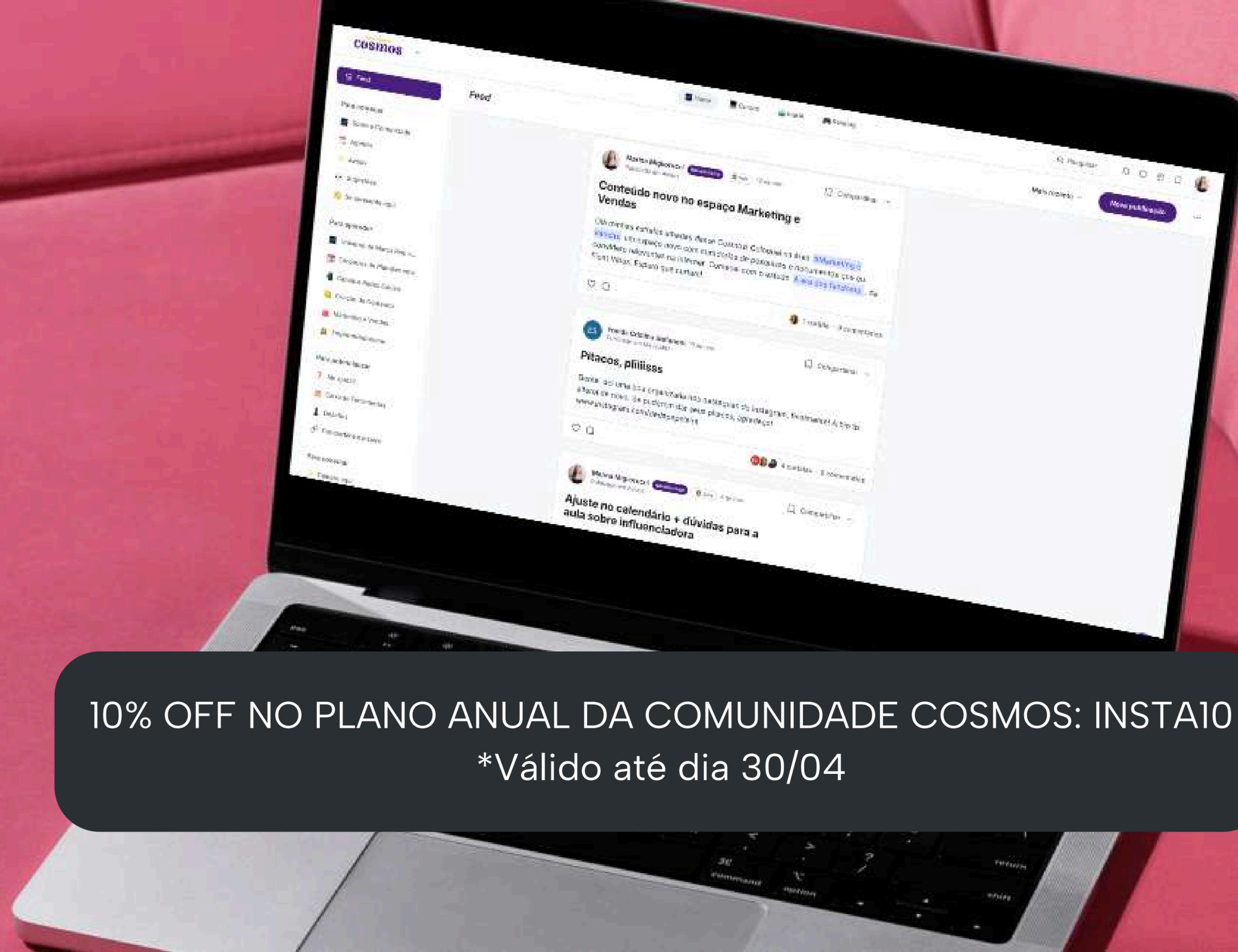
● Seguidores ● Não seguidores

Conteúdo principal baseado em visualizações

[Ver tudo](#)

**BAIXE A APRESENTAÇÃO
E OS BÔNUS AQUI:**





10% OFF NO PLANO ANUAL DA COMUNIDADE COSMOS: INSTA10
*Válido até dia 30/04



marIA | roteiro para stories

Por MARINA MIGLIORUCCI 

Roteiros estratégicos e criativos para stories com ganchos inovadores e interatividade.

Me dê um roteiro para me conectar e engajar com me...

Me dê um roteiro para lançar um produto

Me dê um roteiro para vender um produto

Me dê um calendário de roteiros para uma...

10% OFF NA MARIA ROTEIRO DE STORIES: INSTA10
***Válido até dia 20/04**





marIA | conteúdo real e possível

Por MARINA MIGLIORUCCI &

Estrategista criativo que transforma conteúdos com ousadia e storytelling de impacto.

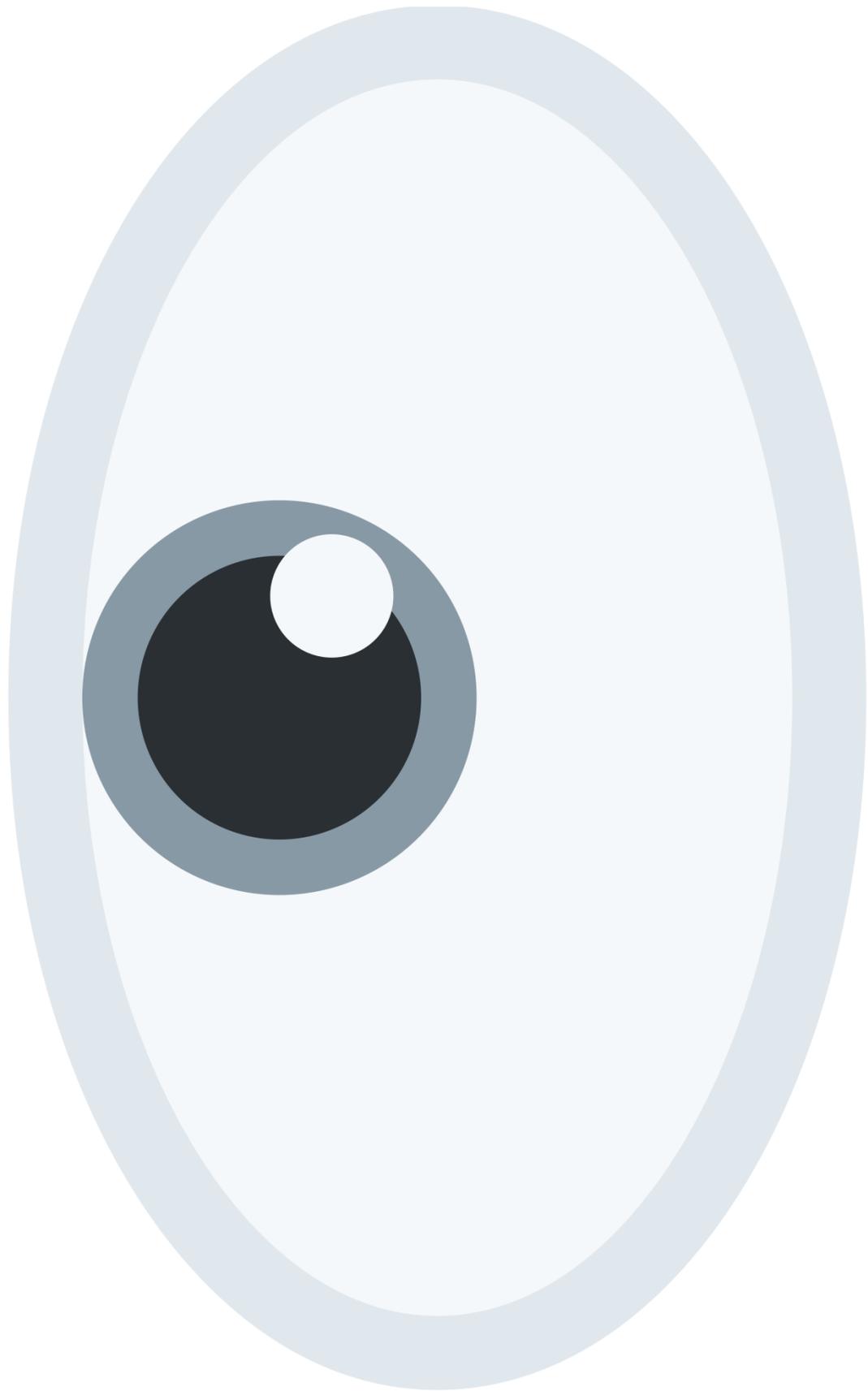
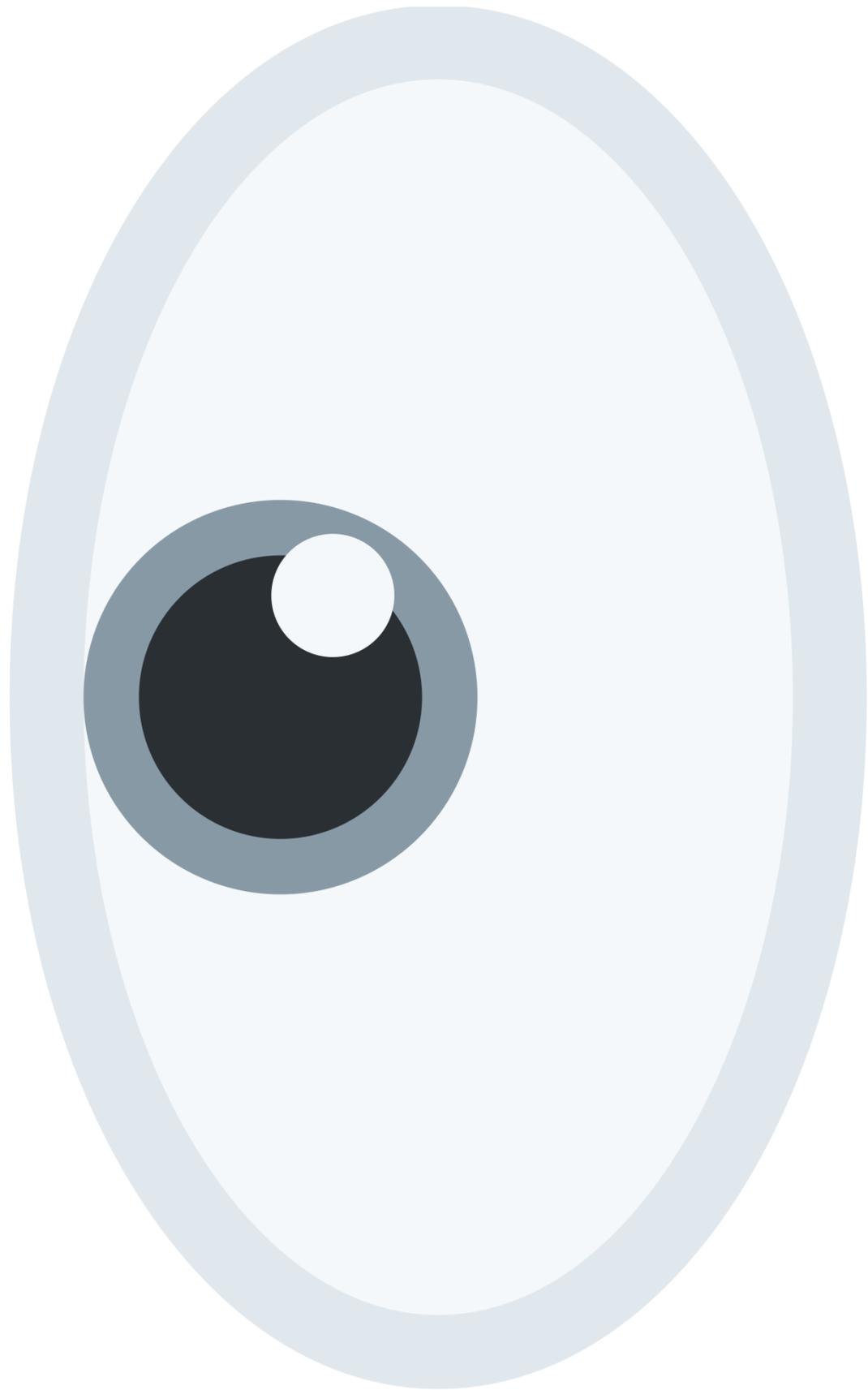
Quero criar
um calendário
de conteúdo

Quero criar
um post

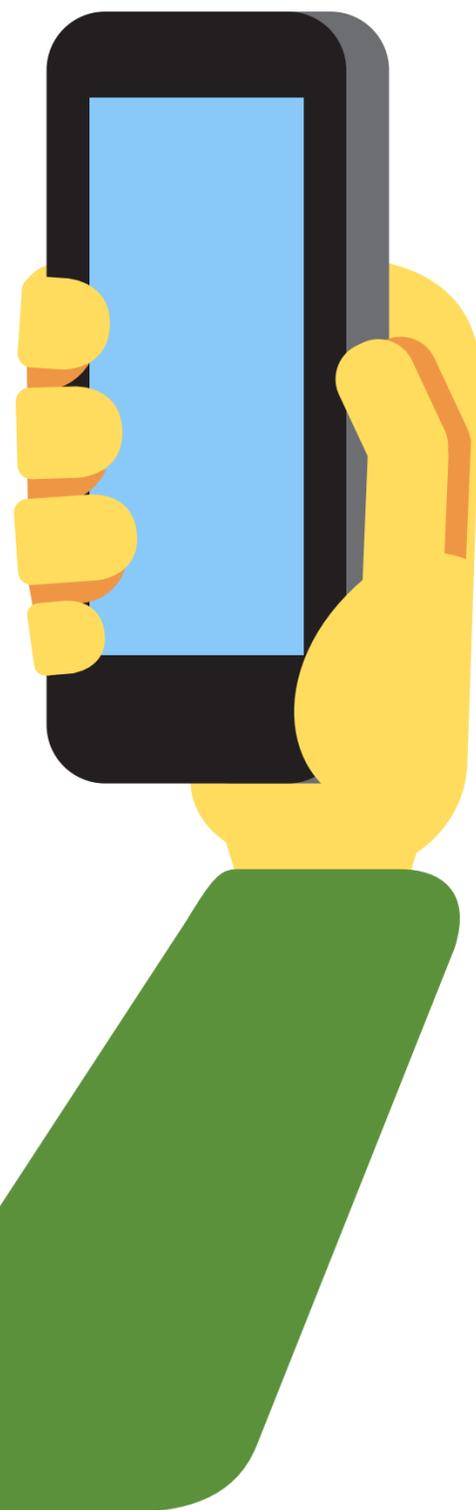
Analise o
meu conteúdo

Me ajude a tirar
uma ideia do papel

10% OFF NA MARIA PLANEJAMENTO E CONTEÚDO: INSTA10
*Válido até dia 20/04



**TEMOS
TEMPO?**



**QUAL MUDANÇA VOCÊ
VAI FAZER NO SEU INSTA
A PARTIR DESSA AULA?**



**TRÊS
APRENDIZADOS
QUE VOCÊ
TEVE HOJE?**

obrigada!