

A top-down view of a person's hands on a speckled white table. The person is wearing a light-colored button-down shirt. Their left hand is resting on the table, while their right index finger points at a smartphone. The phone screen shows a grid of 12 small images, likely from an Instagram gallery. The background includes a patterned fabric with large leaf motifs. A large, bold, white text overlay is positioned on the right side of the image.

Ressuscita meu Insta

@portaldamari

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
-

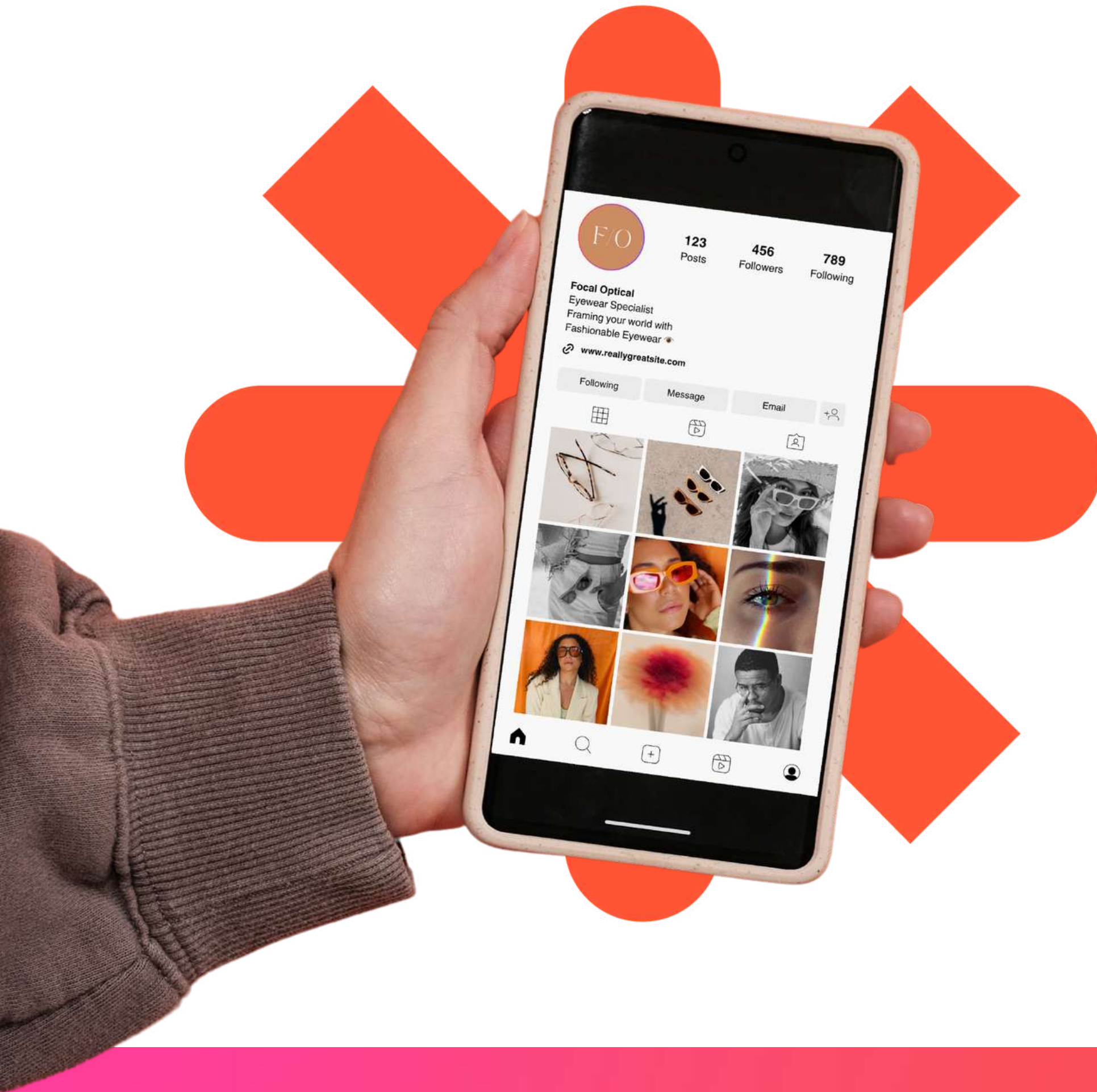


**O QUE TE
IMPEDE
DE VENDER?**



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**



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

Tempo que as pessoas
passam no post

Informações sobre
a pessoa que publicou

Seu histórico
de interação

Sua atividade

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

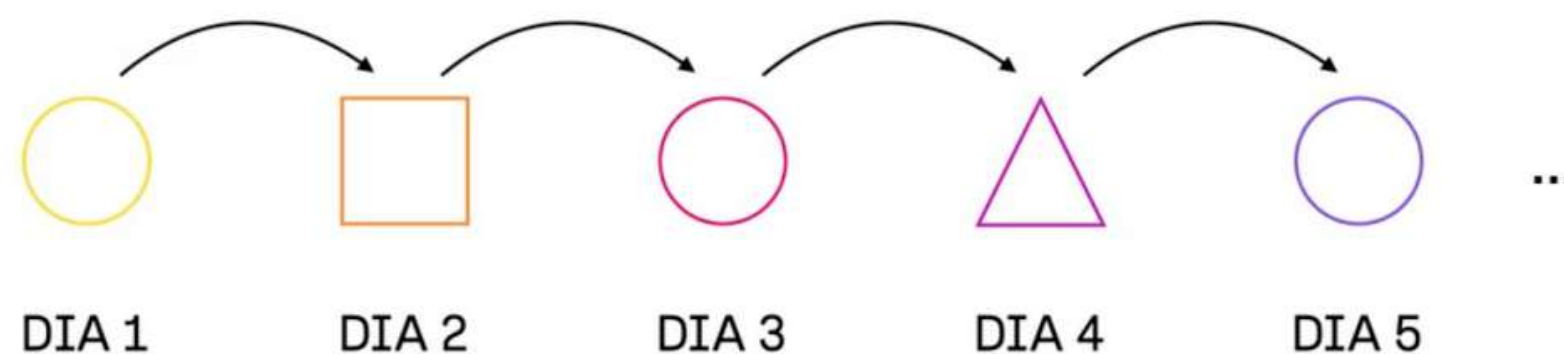
R

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
ap



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, criando relacionamentos com quem te segue e pode te ajudar a alcançar seus objetivos.

Intuito

Seja intuitivo e mais próximo da sua audiência, oferecendo soluções que resolvam os problemas de quem segue.

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

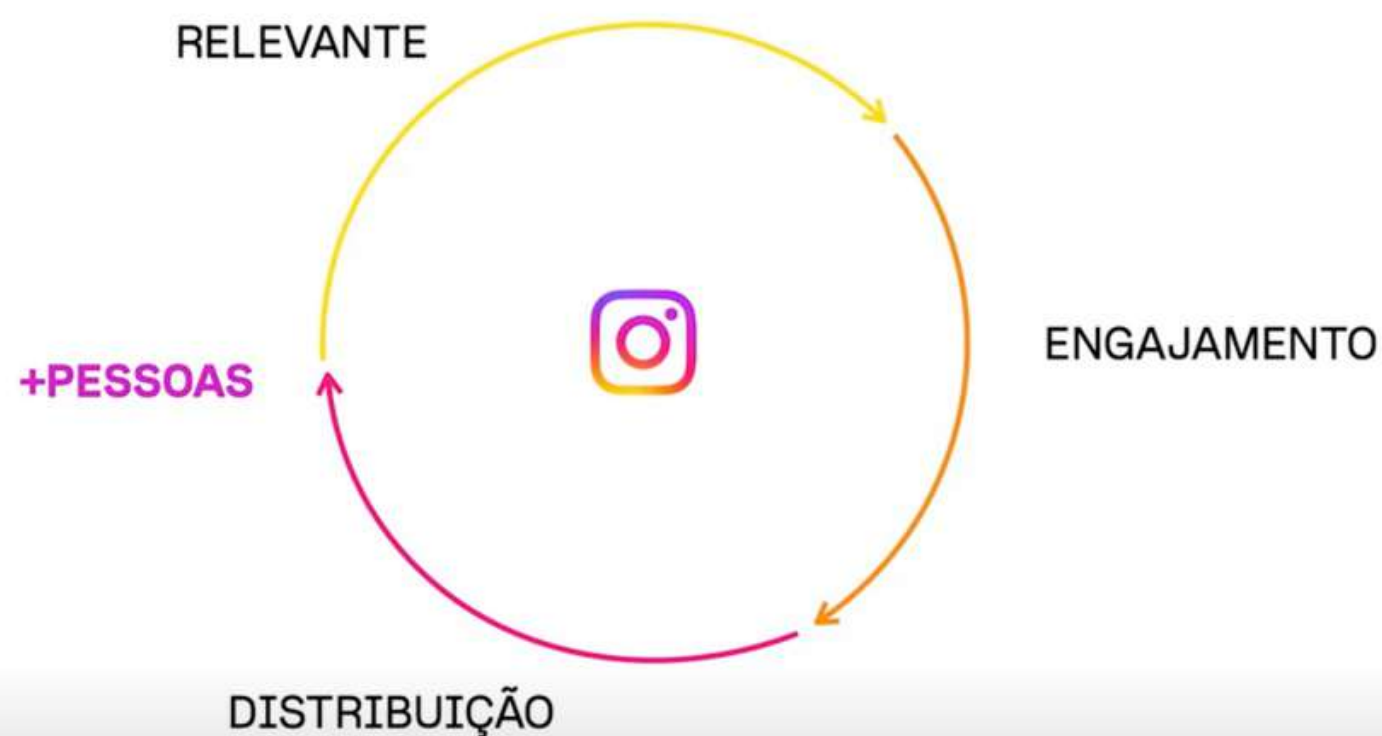
A

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.



A large, yellow speech bubble with a tail pointing towards the bottom left, serving as a background for the text.

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://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

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](https://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



🌟 **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.

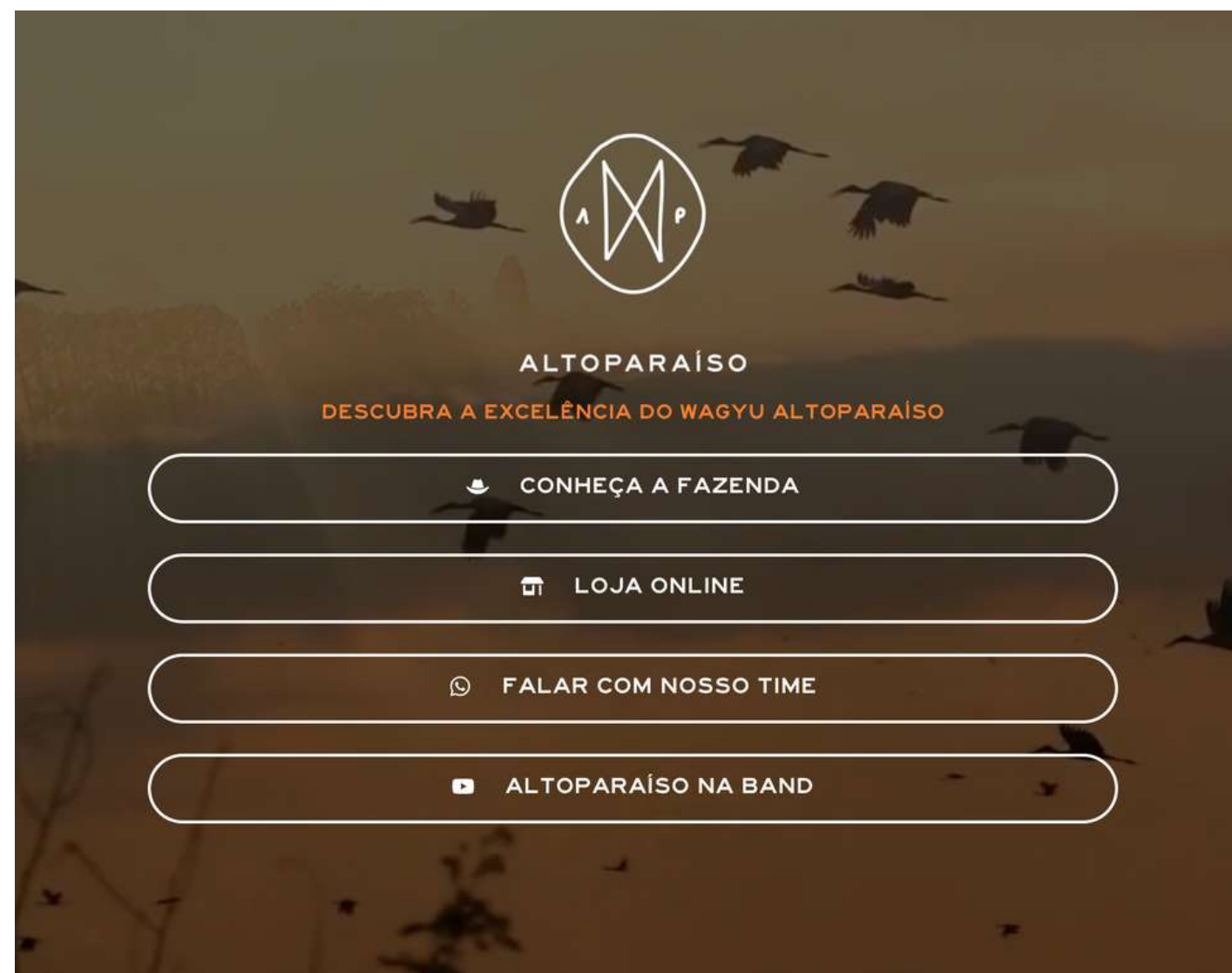
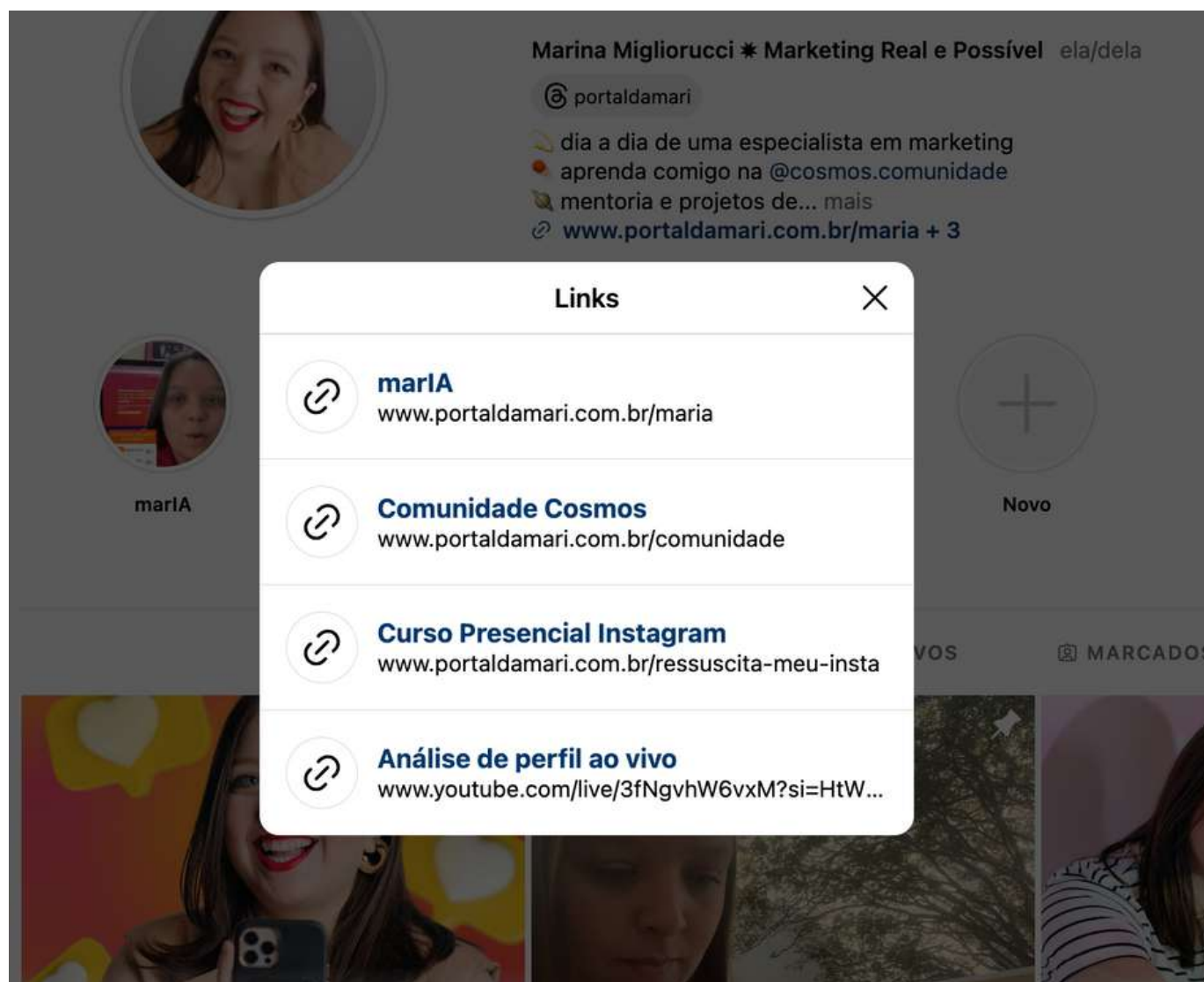
Conteúdo Gratuito

- 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

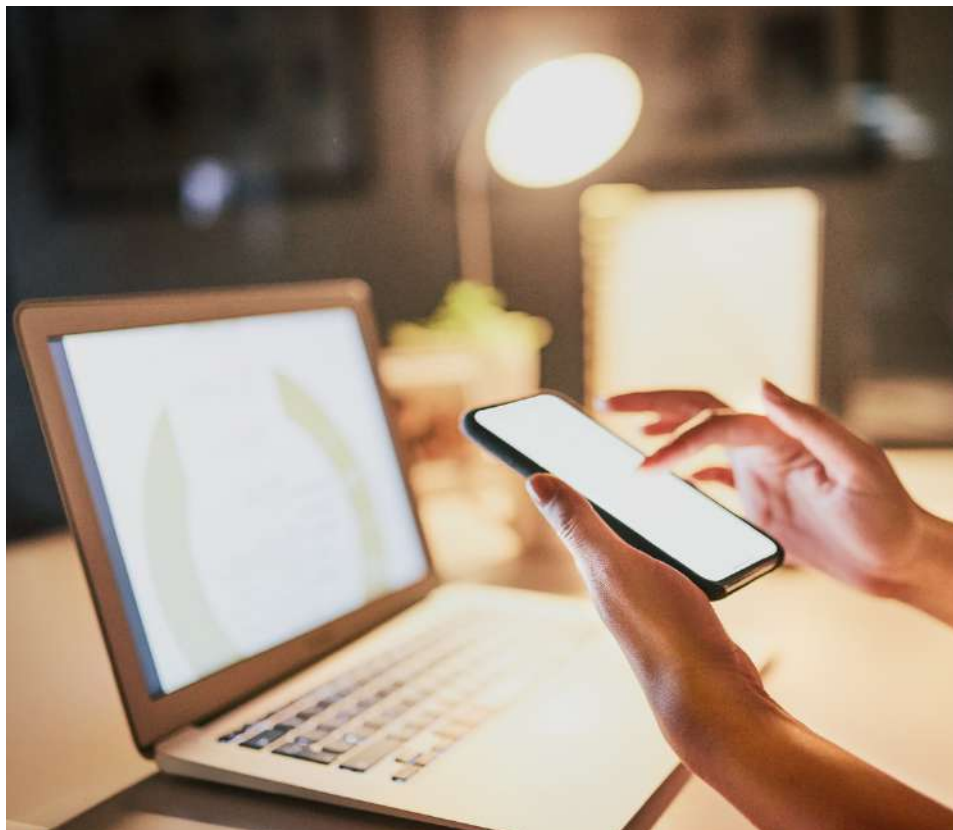




**COMO VENDER
SEM PARECER
QUE ESTÁ
VENDENDO**

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



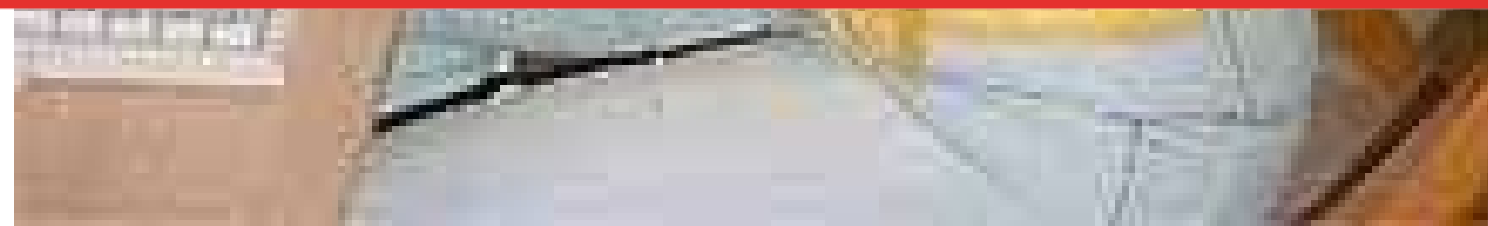
- Novas redes sociais e era de ouro das blogueiras;

* 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.

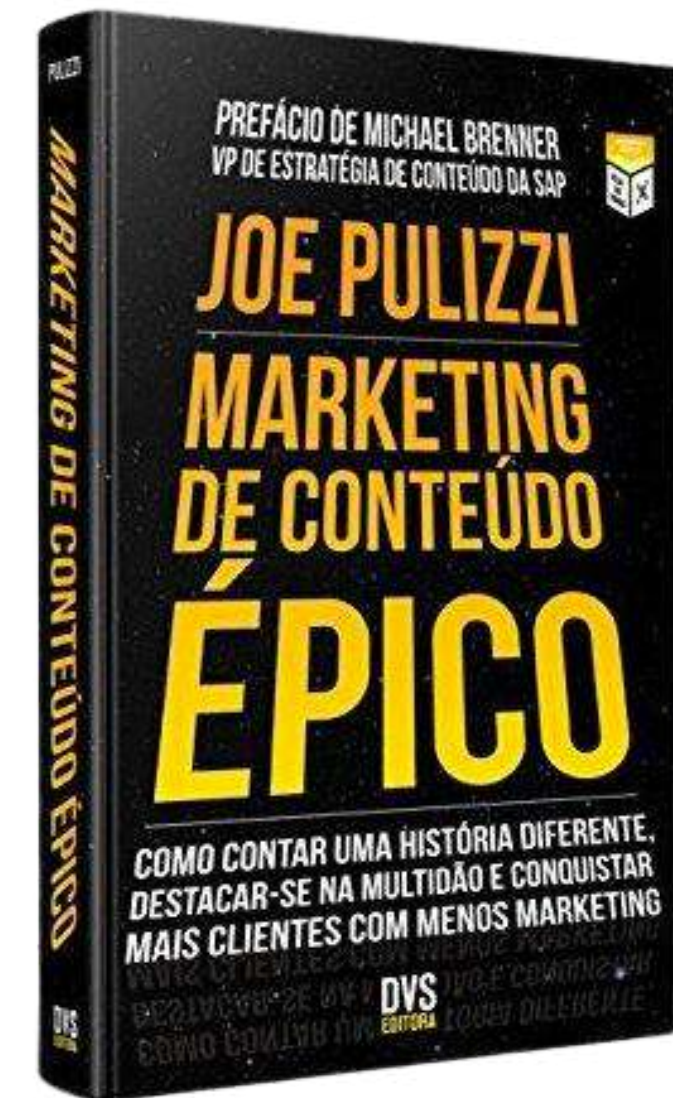
ESTIMULE A AÇÃO

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.

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 8

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

AS PESSOAS QUEREM SE IDENTIFICAR COM OS SEUS VALORES E COM A SUA VISÃO DE MUNDO.

- FOCO EM IDENTIFICAÇÃO;
- POSTS INSPIRACIONAIS E DE ENTRETENIMENTO;
- DIA A DIA;
- BANDEIRAS;
- NARRATIVAS.
- POSICIONAMENTO;
- GERAR CONVERSAS;

EDUCAÇÃO

AS PESSOAS QUEREM ENTENDER QUAL É A TRANSFORMAÇÃO QUE O SEU PRODUTO OU SERVIÇO TEM PARA O DIA A DIA DELA.

- SÃO POSTS QUE ENSINAM E ORIENTAM OS SEGUIDORES;
- GERA AUTORIDADE;
- ERROS COMUNS ➡ SOLUÇÃO ➡ CHAMADA PRA AÇÃO;
- DESEJO ➡ ERROS ➡ SOLUÇÃO;
- COMO USAR O SEU PRODUTO OU SERVIÇO NO DIA A DIA?

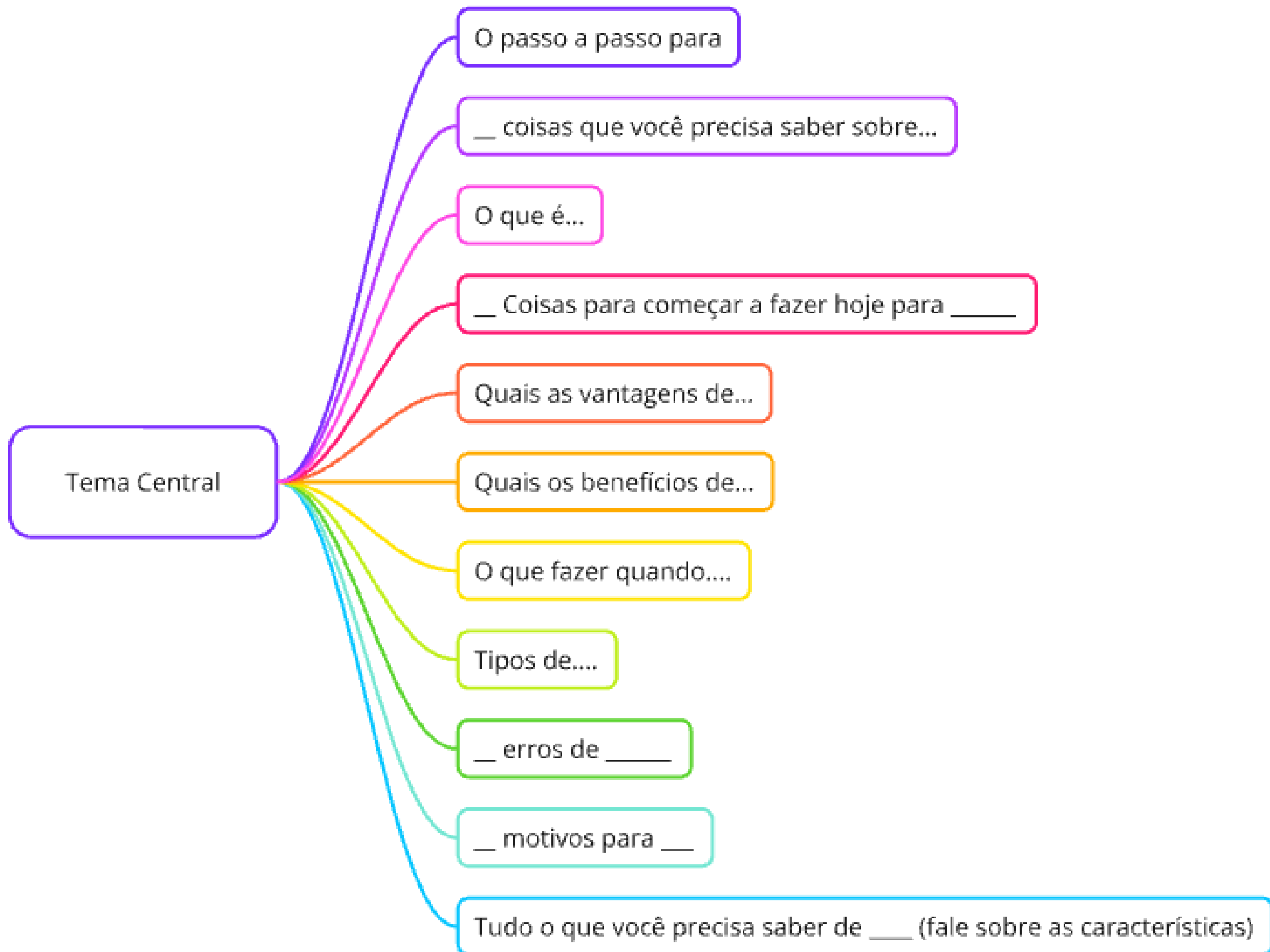
PROMOÇÃO

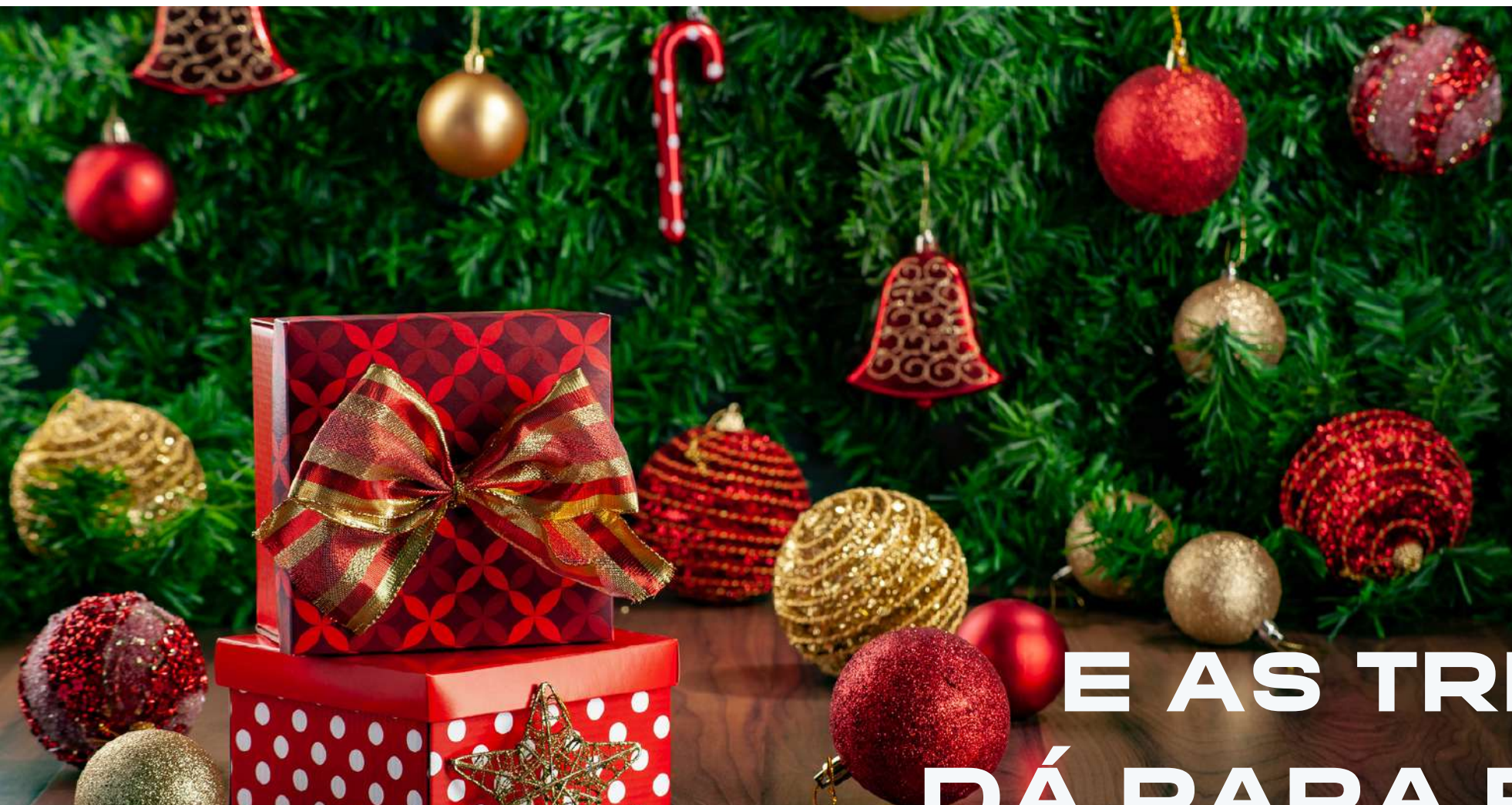
SÓ VENDE QUEM OFERTA. PODE SER QUE ELAS NEM SAIBAM O QUE É QUE VOCÊ FAZ E O QUE É QUE VOCÊ VENDE. É PRECISO DEIXAR ISSO CLARO SEMPRE.

- PROBLEMA ➡ SOLUÇÃO ➡ RESULTADO
- DEPOIMENTOS
- BENEFÍCIOS DOS PRODUTOS/SERVIÇOS + LINK.

BÔNUS

UM TEMA vários posts





**E AS TRENDS?
DÁ PARA PREVER?
PRECISA POSTAR TODAS?**



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

principalmente se for só por fazer <3



**COMO FAZER
UM BOM POST**

VAMOS ENTENDER O INTUITO DE CADA FORMATO

+ ALCANCE

+ CONEXÃO



REELS

CARROSSEL

FOTOS

VÍDEOS

LIVES

STORIES

CANAL

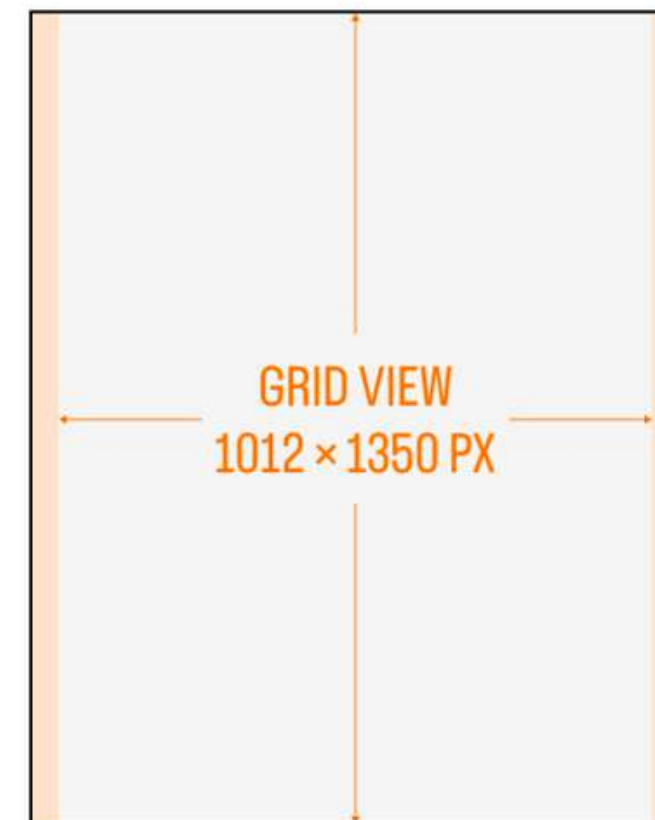
REELS

- 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.



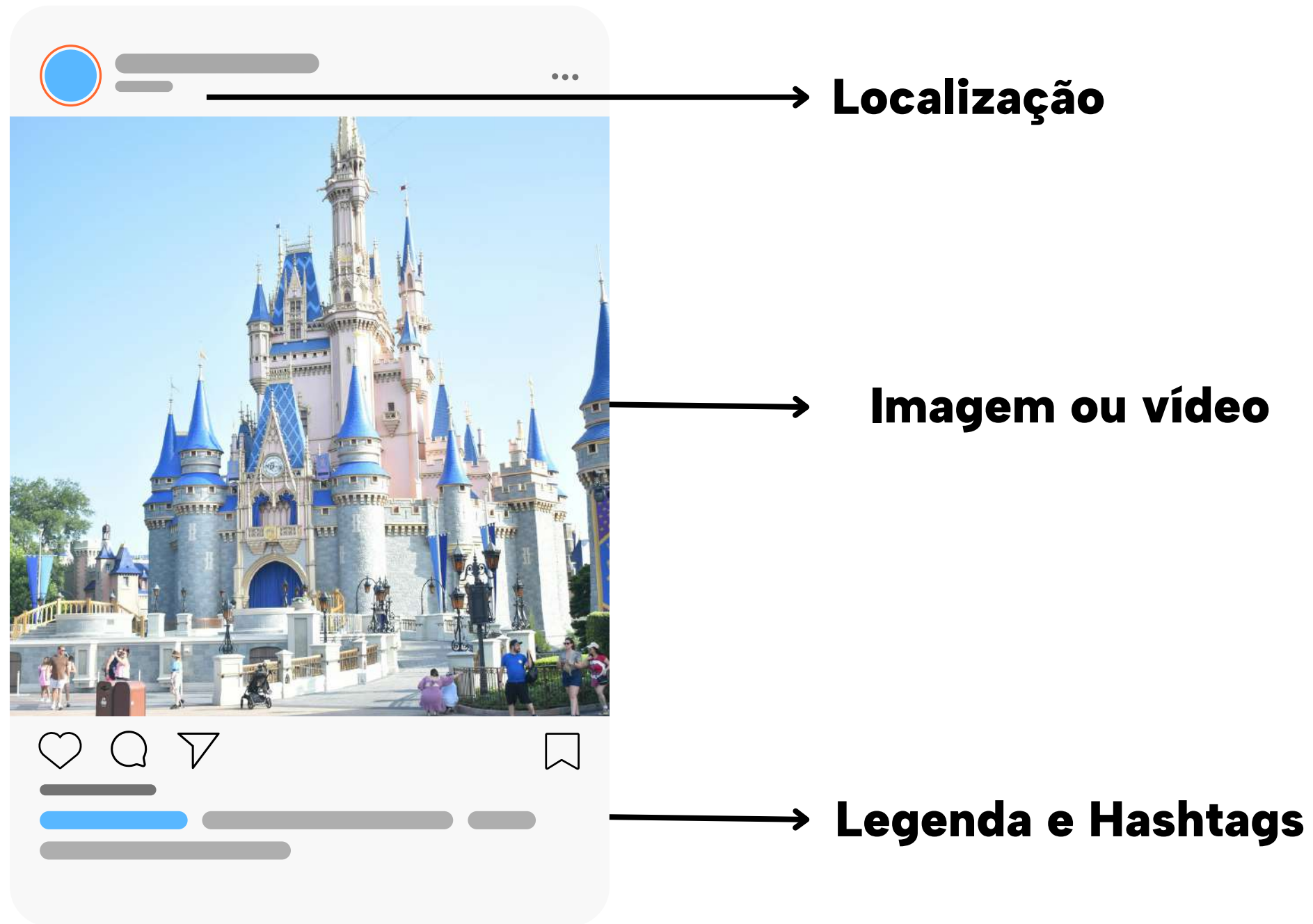
- Image size (4:5)
1080 × 1350 px
 - Grid view (3:4)
1012 × 1350 px
- Only the center area is visible in the grid view.

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.

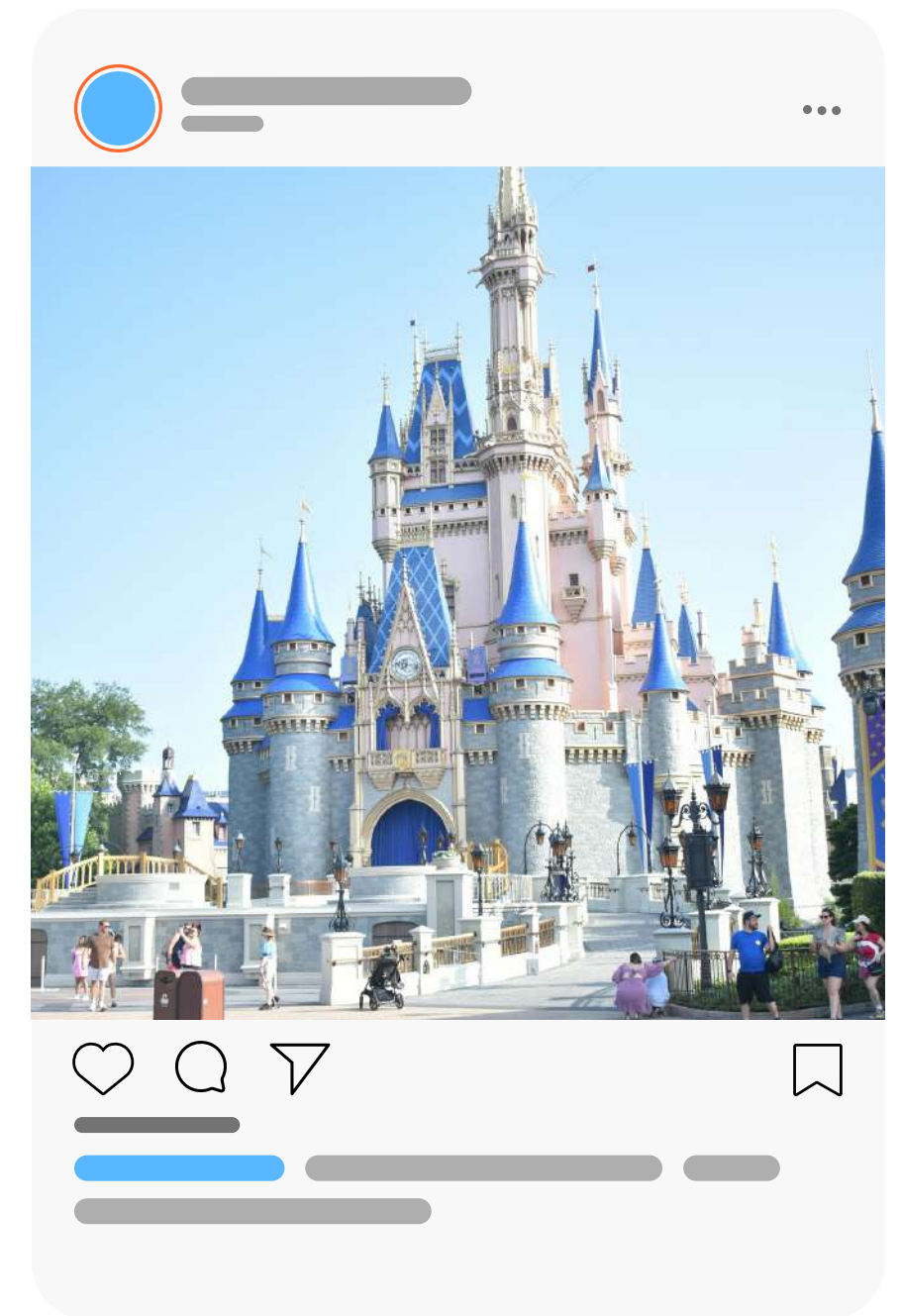


O QUE TODO POST PRECISA TER



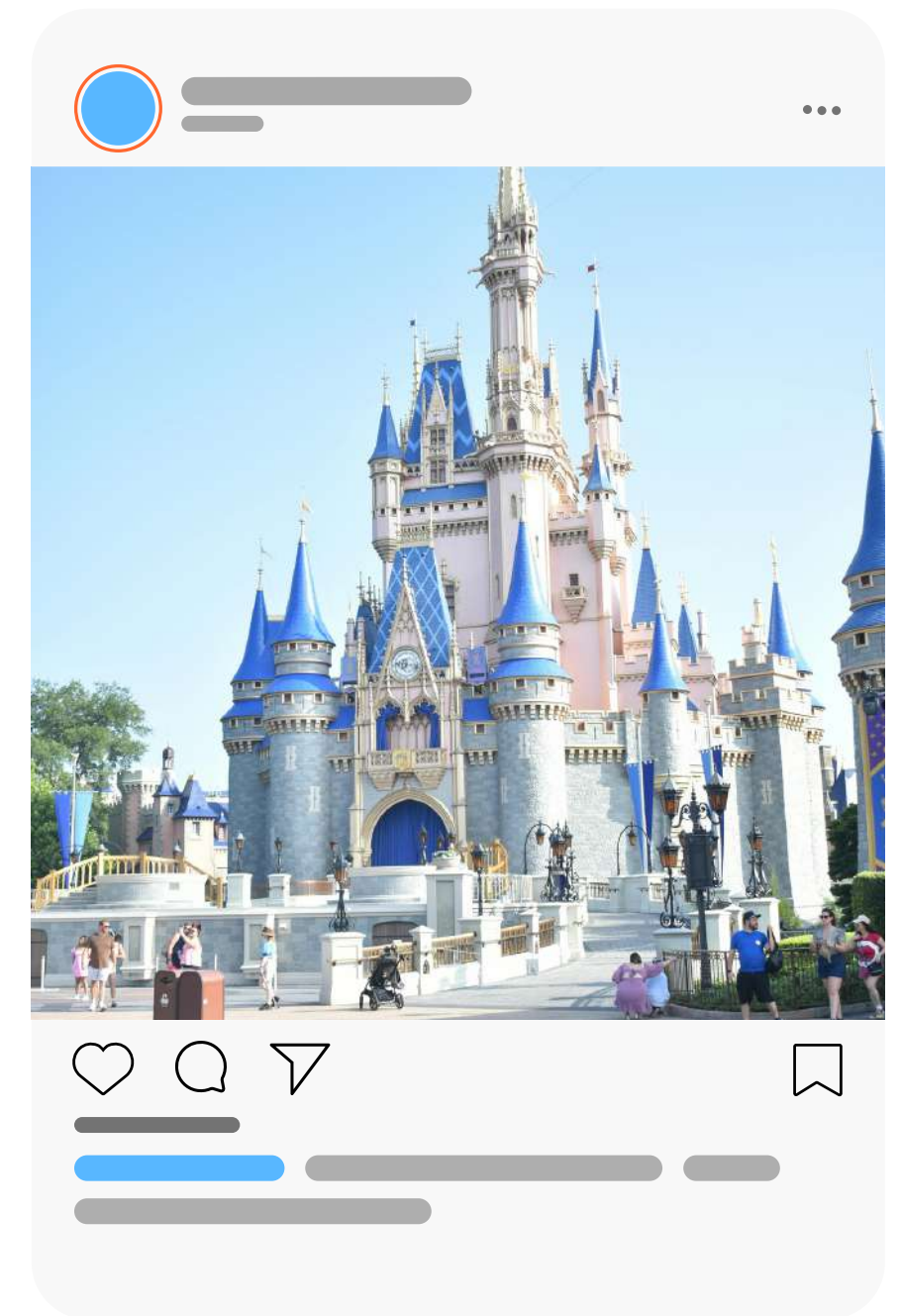
O QUE TODA LEGENDA PRECISA TER

- 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 MANTER
A CONSTÂNCIA**



**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 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

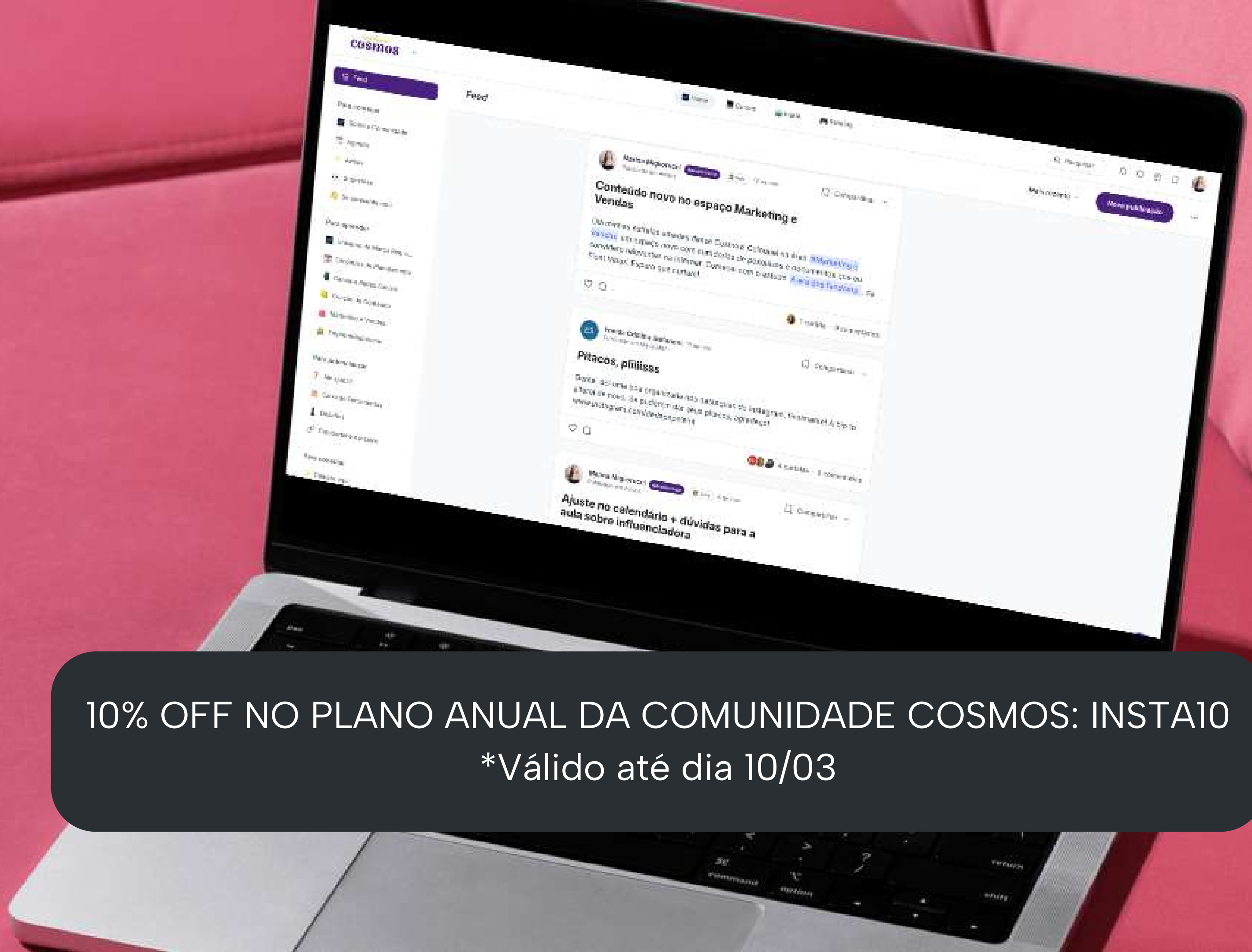
Não seguidores

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

● Seguidores ● Não seguidores

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





10% OFF NO PLANO ANUAL DA COMUNIDADE COSMOS: INSTA10

*Válido até dia 10/03



10% OFF NO PLANO ANUAL DA COMUNIDADE COSMOS: INSTA10

*Válido até dia 10/03



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 28/02





O Idealista



marIA | planejamento e conteúdo

Por MARINA MIGLIORUCCI 8

Expert in marketing, strategy, content, and sales optimization.

Quero começar
a criar
meu planejamento

Quero criar
uma estratégia
de conteúdo

Quero criar
uma estratégia
de vendas

Me dê ideias
de posts

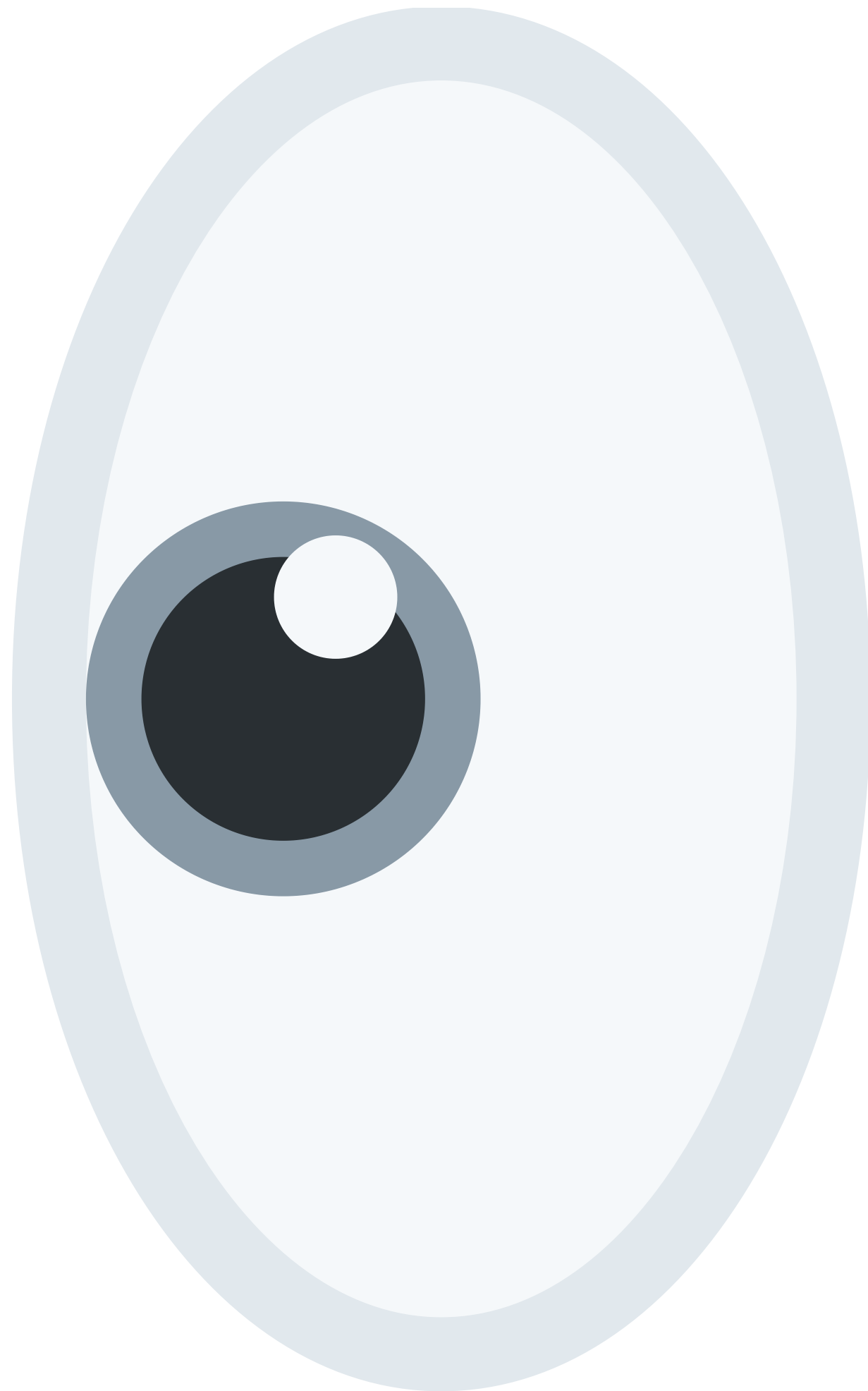
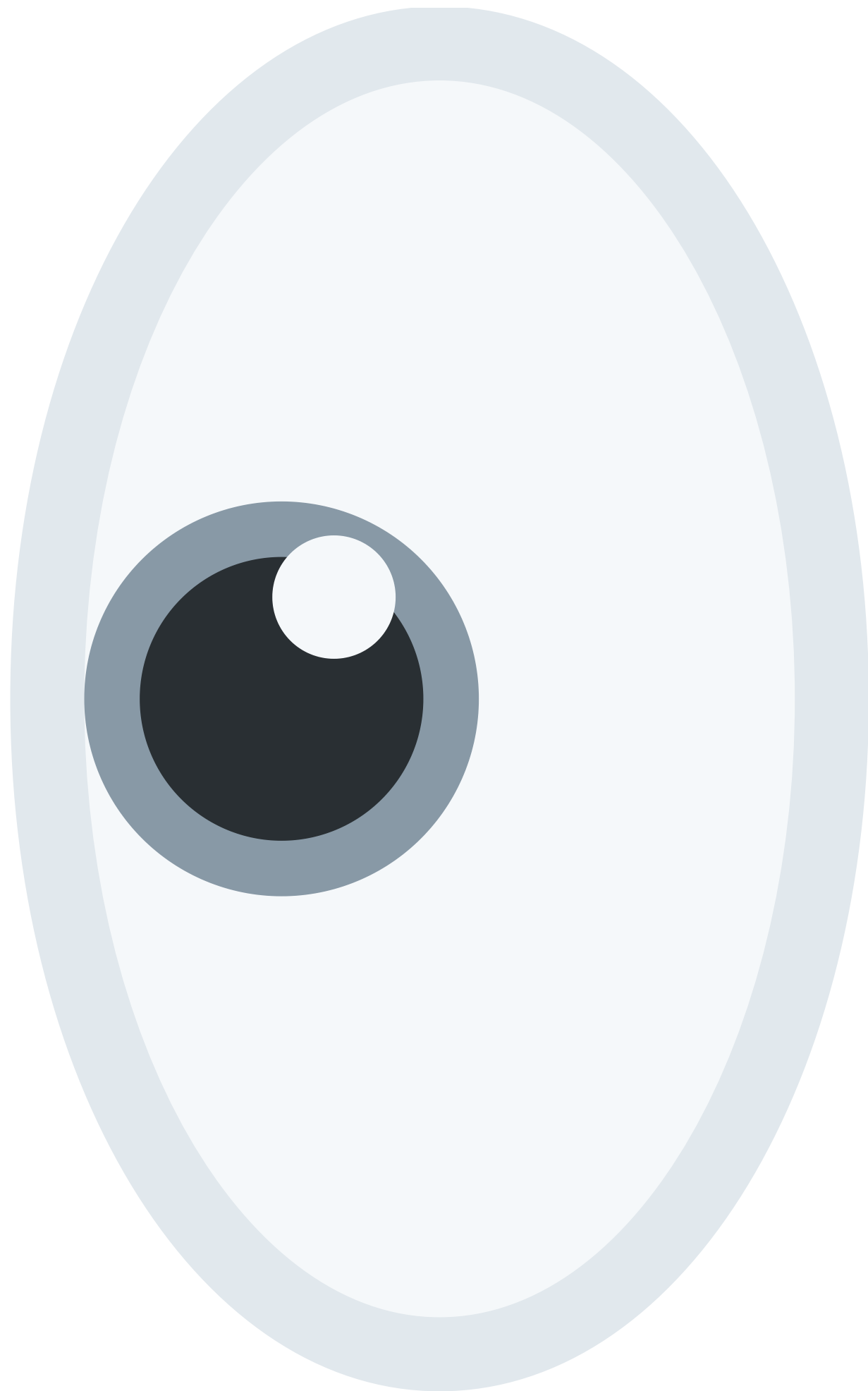
10% OFF NA MARIA PLANEJAMENTO E CONTEÚDO: INSTA10
*Válido até dia 28/02



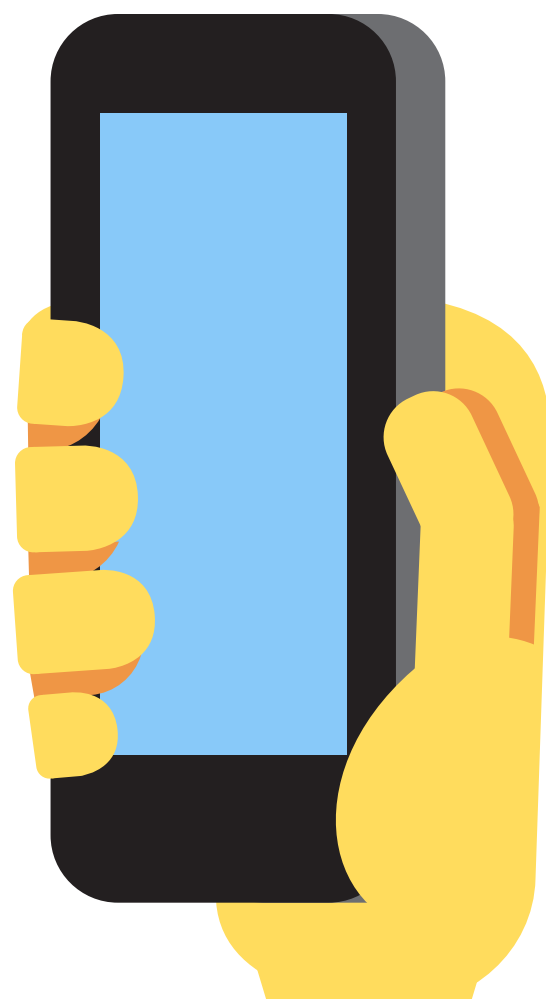


10% OFF NA MARIA PLANEJAMENTO E CONTEÚDO: INSTA10

*Válido até dia 28/02



**TEMOS
TEMPO?**



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



**TRÊS
APRENDIZADOS
QUE VOCÊ
TEVE HOJE?**

obrigada!