

SEBRAE



**VENDENDO
MAIS E MELHOR
ATRAVÉS DO
INSTAGRAM**

Sumário

Introdução	3
1. Fazendo publicações relevantes	5
2. A importância das hashtags e dos stories	10
3. Fazendo um feed de publicações atraente e profissional	13
4. Perfil de empresa: deixar público ou fechado?	15
5. Utilizando os vídeos	17
6. Dando dicas aos seguidores	19
7. Agendando as publicações	21
8. Os melhores horários para publicação	23
9. Os pecados capitais no Instagram	25
Conclusão	28



INTRODUÇÃO

O Instagram é uma das mídias sociais mais usadas no mundo e conta atualmente com 700 milhões de usuários ativos. Além de servir para o compartilhamento de fotos pessoais, pode ser utilizado para divulgação de produtos, conseguindo ótimos resultados.

O [público dessa mídia social](#) é bem engajado e composto principalmente por adultos entre 18 e 29 anos (37% dos usuários). Essas pessoas estão acostumadas a fazer compras pela internet e compõem um perfil interessante como alvo de investimentos em marketing. O Instagram pode representar até [80% das vendas](#) de uma marca.

Essas informações são mais que um incentivo para que as empresas invistam em publicidade dentro do Instagram. Não é um trabalho difícil, mas requer dedicação e pode trazer excelentes resultados para o crescimento do seu negócio.

Acompanhe esse e-book para saber como fazer uma boa divulgação pelo Instagram.





1. FAZENDO PUBLICAÇÕES RELEVANTES

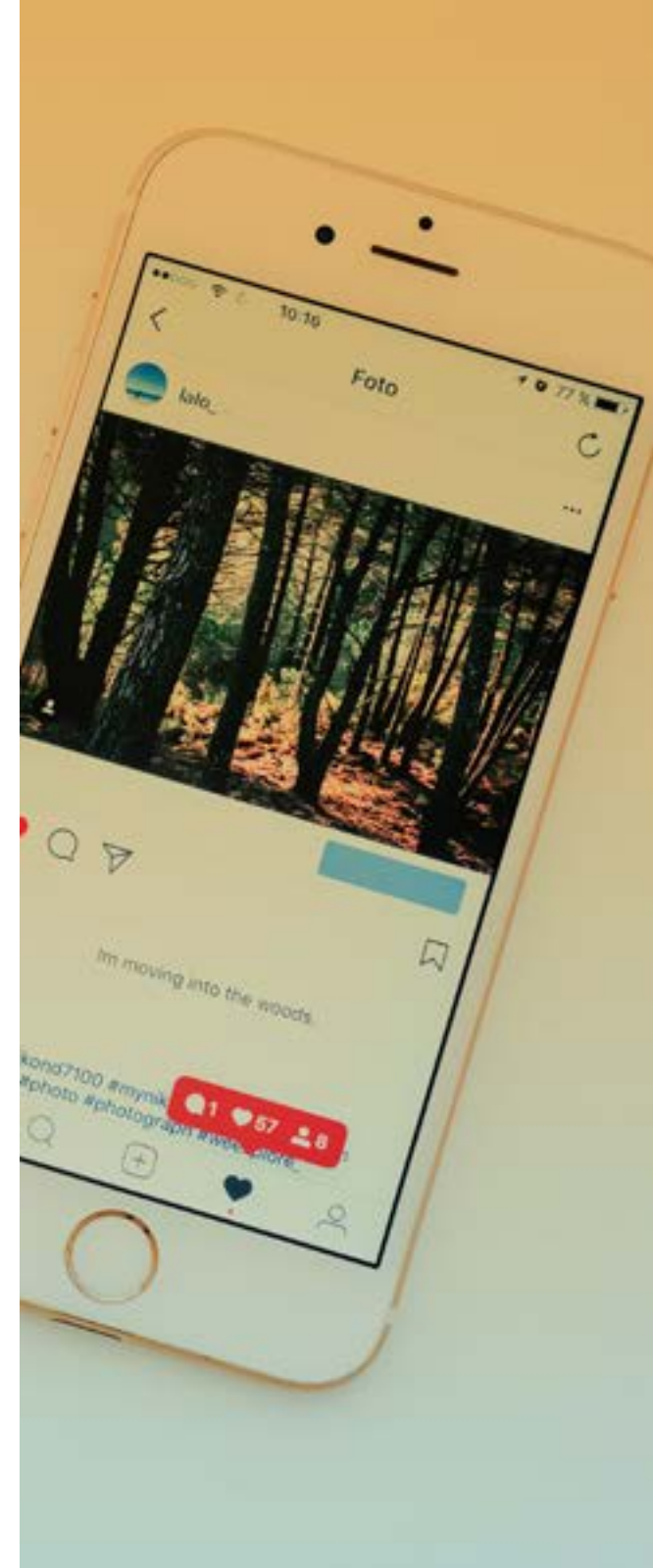


O maior erro de quem quer aumentar o número de vendas no Instagram é publicar conteúdo apenas relacionado aos seus produtos. A maneira mais eficiente de promover sua marca e aumentar o número de seguidores é compartilhar posts relevantes.

O primeiro passo é identificar a persona: o público-alvo que consumirá seu produto. A partir desse reconhecimento, procure criar conteúdo com o qual as pessoas se identifiquem e comecem a participar das publicações, curtindo ou deixando comentários. Eles se familiarizarão com a sua marca, criarão relacionamento e passarão a consumir o que você está vendendo.

Procure criar conteúdos que inspirem, eduquem e despertem o interesse de quem segue a sua conta no Instagram. O equilíbrio ideal é de 80% de conteúdo e 20% de ofertas.

Faça pesquisas sobre que tipo de postagem mais interessa aos seus consumidores: dê dicas, faça vídeos do tipo “faça você mesmo”, poste frases inspiradoras, faça montagens de ambientes bonitos que usem seus produtos ou ligados ao seu setor, sugira looks, etc.

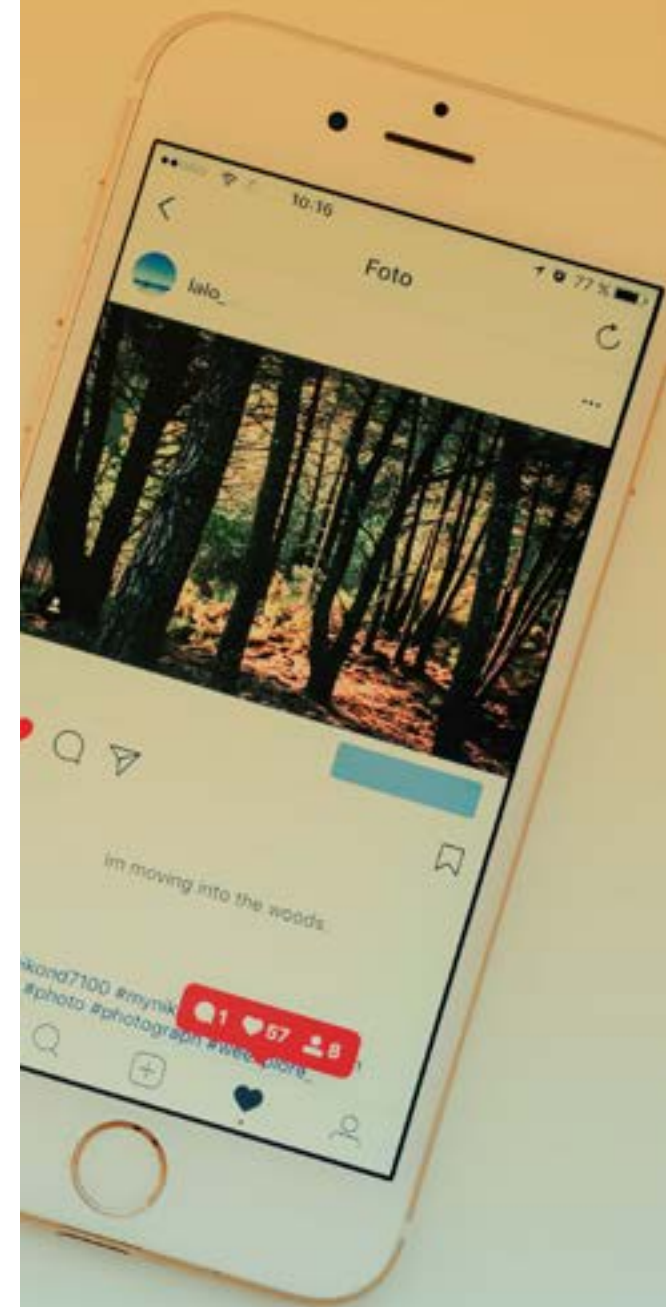


Vender no Instagram é muito mais fácil quando os benefícios do produto são mostrados: exibir como a sua solução pode ajudar o consumidor traz resultados melhores que falar de promoções. Dicas relacionadas ao seu nicho de atuação também costumam trazer um retorno satisfatório, vendendo a sua empresa como uma autoridade no segmento.

Também é importante focar na criação de legendas que sejam atraentes e cativantes. O ideal, dentro do Instagram, é o uso de uma linguagem informal e próxima ao público. Tome cuidado com erros de português e aproveite os recursos que a linguagem na web proporciona, como os emojis.

Outros aspectos ainda podem ser explorados: você pode criar imagens baseadas em hashtags relevantes com o uso de aplicativos como o [Canva](#), por exemplo. O propósito principal é publicar um conteúdo que agregue valor positivo à sua marca.

Outros aspectos podem ser trabalhados para a construção de publicações que sejam relevantes ao seu público:

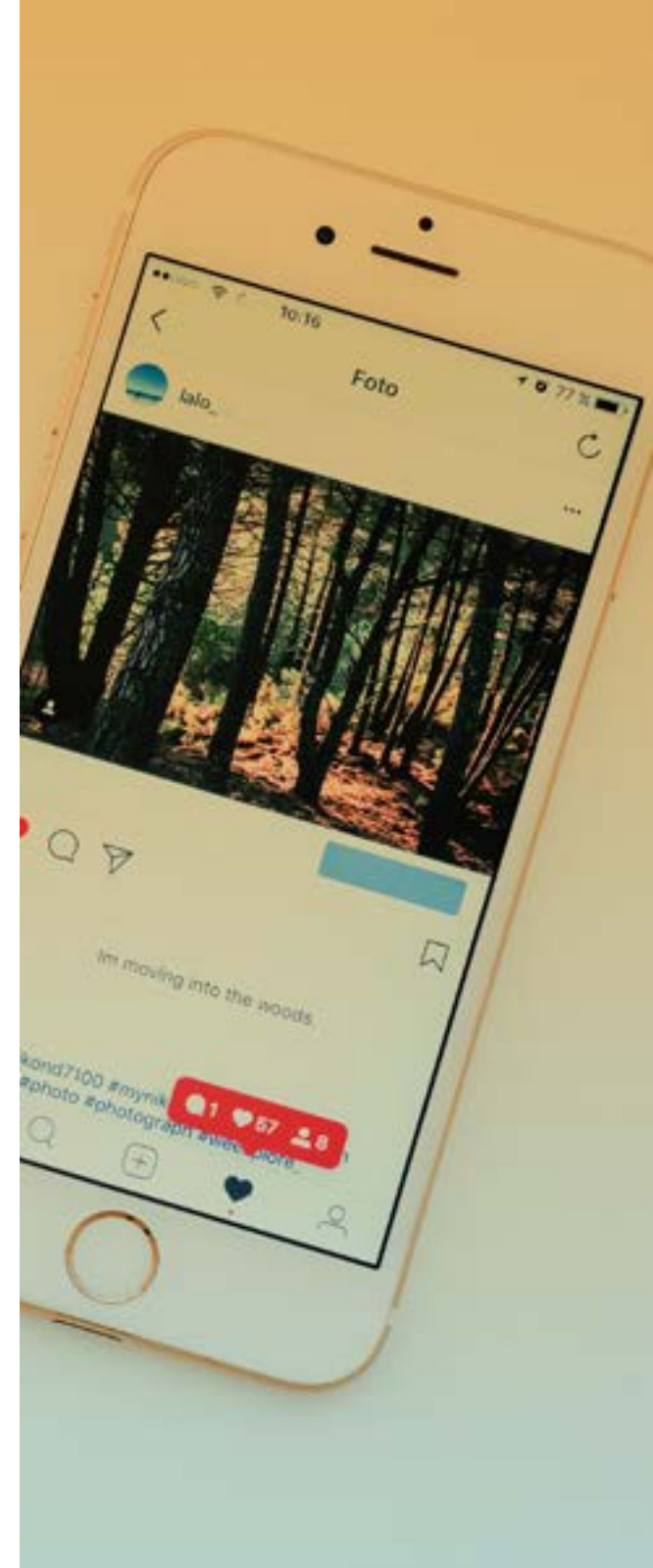


Foque em lifestyle

Uma das coisas fascinantes no Instagram é o compartilhamento de coisas relacionadas à rotina e ao estilo de vida. Para aproveitar esse gancho, procure transmitir o estilo de vida que seus produtos proporcionam, inserindo-os dentro de um contexto maior que seja atraente. Procure manter suas fotos e vídeos coerentes com a identidade da marca.

Invista em promoções exclusivas

Crie um concurso exclusivo entre os seguidores do Instagram e dê cupons de prêmios e descontos. Essa prática aproxima os consumidores e incentiva engajamento e compartilhamento.

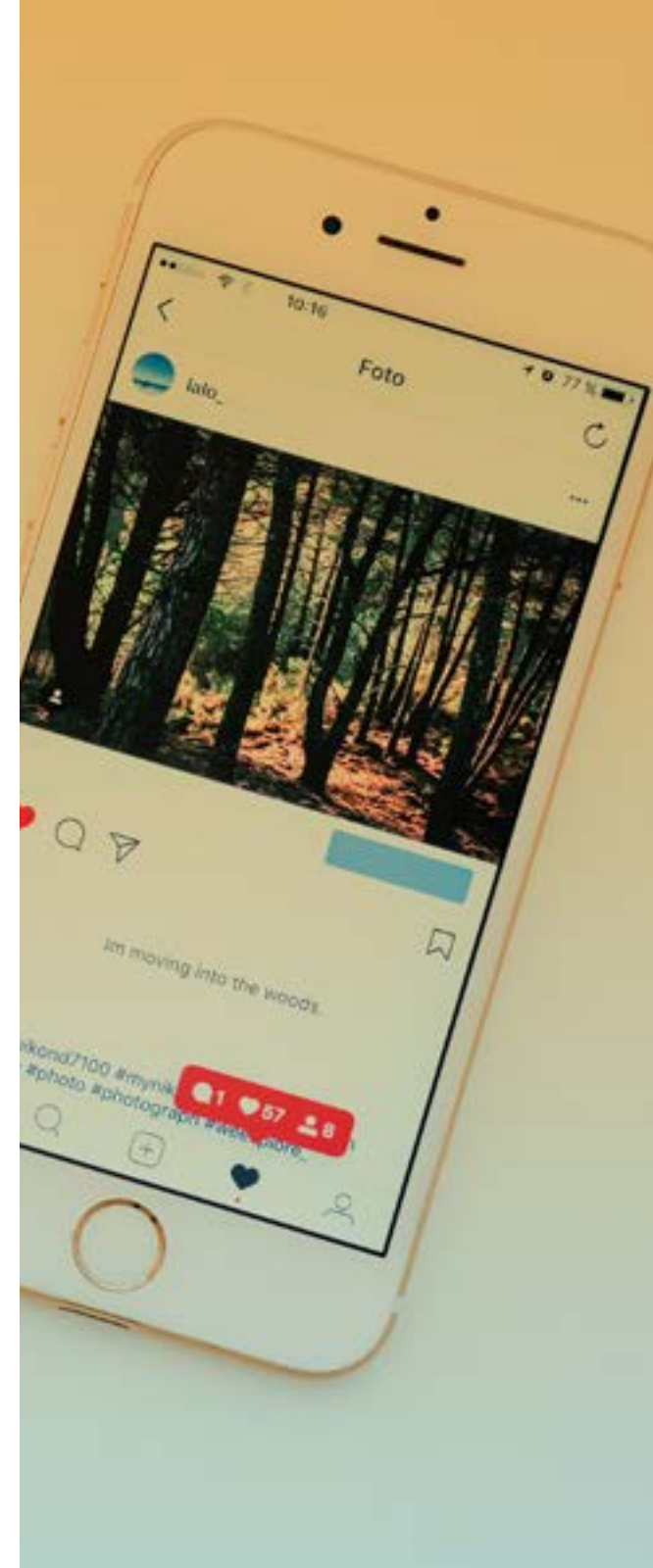


Conte com a ajuda de influenciadores

Influenciadores são pessoas que já têm um bom número de seguidores. O testemunho positivo deles sobre os seus produtos pode aumentar muito o número de vendas e fortalecer a imagem da sua marca.

Localize e aproxime o consumidor

Publique fotos dos clientes usando seus produtos em situações reais. Aplicativos como o Regrann podem ser úteis nesse aspecto. Também poste imagens de bastidores e eventos com geolocalização - essa ação aumenta o engajamento em 79%.





2. A IMPORTÂNCIA DAS HASHTAGS E DOS STORIES



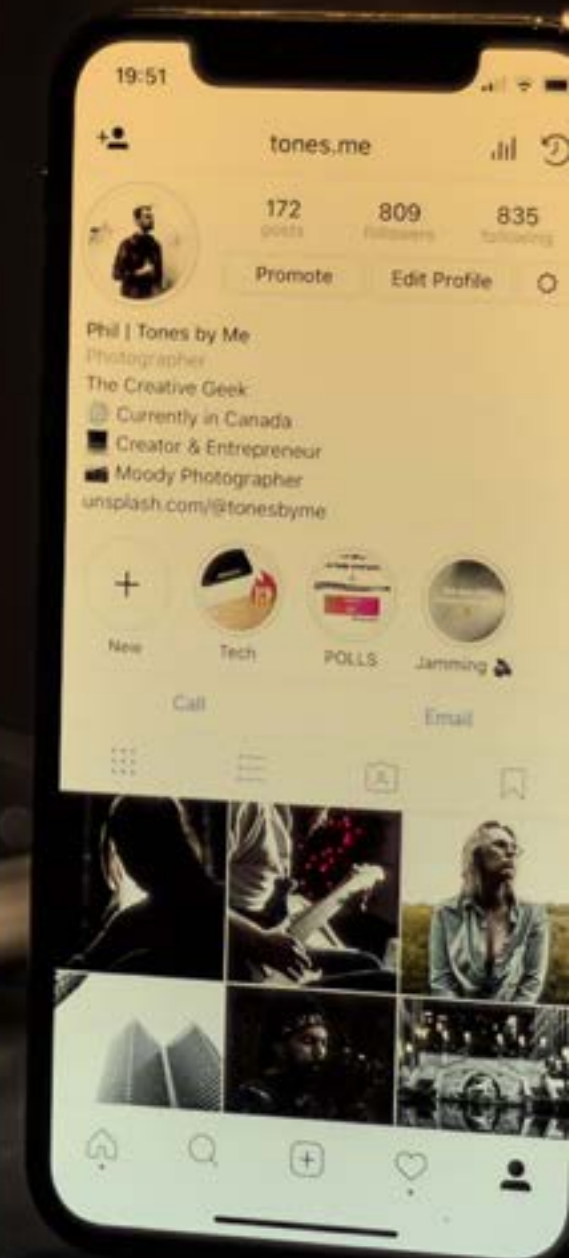
O que são hashtags e como usá-las?

As hashtags são a chave de busca para conteúdo dentro do Instagram. É com a ajuda desses termos que os usuários dessa mídia social buscam por imagens específicas e as marcas aumentam as possibilidades de serem encontradas por clientes.

O Instagram permite o uso de até 30 hashtags por post. Para que você use os termos que alcançam o seu comprador em potencial, faça uma pesquisa prévia para entender os mais usados pelos clientes. Palavras como #amor ou #instamood são muito genéricas e pouco ajudarão na divulgação do seu post. Uma boa dica é checar as hashtags usadas pela concorrência e aproveitar o buscador no Instagram. Ferramentas como o [Iconosquare](#) ajudam a encontrar novas hashtags e avaliar o desempenho dessas palavras-chave na rede.

Dependendo da localização do seu negócio, também é importante usar hashtags de localização para atrair consumidores que realmente têm chances de frequentar a sua loja.

Outra estratégia interessante é o uso de uma hashtag exclusiva da marca, diretamente associada ao seu negócio. Essa ação ajuda a criar uma identidade para a empresa e incentiva a divulgação espontânea.



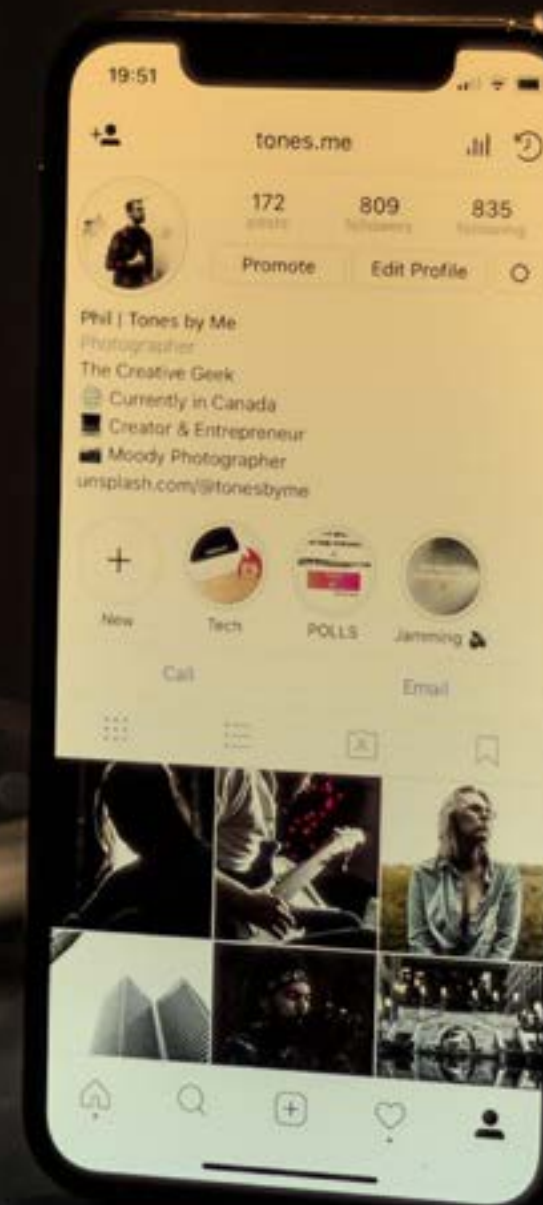
O que são stories e como usá-los?

Stories é uma ferramenta do Instagram que faz muito sucesso entre os usuários. Com ela, é possível transmitir vídeos e fotos que ficam disponíveis por apenas 24 horas. O usuário pode checar quem visualizou o seu conteúdo e aproveitar esse recurso para compartilhar momentos reais da marca, sem se preocupar tanto com a alta qualidade.

Alguns dos temas que podem ser explorados são: anúncio de novos produtos, demonstrações, tutoriais rápidos e bastidores. O Stories possui ainda funções para marcar outros seguidores, adicionar links e incluir chamadas para ação, convidando o usuário para ver mais informações sobre o produto ou loja.

O Instagram Stories também disponibiliza a função Live, que permite a produção de conteúdo ao vivo e incentiva a interação com o público. Ao entrar com a transmissão ao vivo, há grandes chances do conteúdo entrar na aba “explore”, aumentando as chances do seu vídeo ser encontrado por outras pessoas que ainda não conhecem a sua marca ou o seu perfil.

Não esqueça de fazer os vídeos sempre em formato vertical e explore a possibilidade de ter um diálogo com seu público. Essa ferramenta contribui bastante para o engajamento dos seguidores.



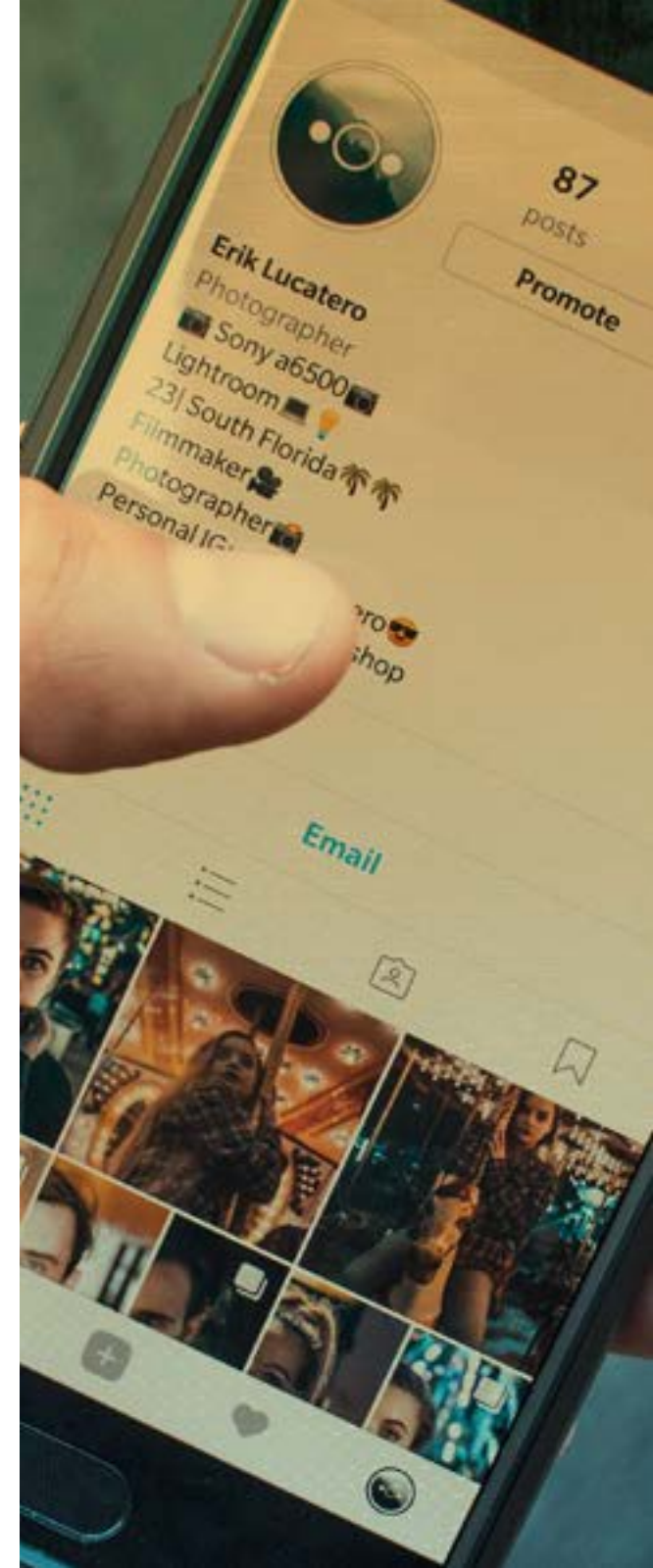


3. FAZENDO UM FEED DE PUBLICAÇÕES ATRAENTE E PROFISSIONAL

A identidade visual do Instagram deve traduzir a personalidade da sua empresa. Isso reflete a importância de padronizar as fotos, sem abrir mão da criatividade e de alinhar esses elementos ao público-alvo. O seu feed de publicações é a cara do seu negócio.

Algumas estratégias podem ser usadas para construir um feed interessante e que estimule o engajamento:

- Procure escolher três cores que serão predominantes dentro das suas imagens. Tente identificar os tons que traduzem melhor a proposta da sua empresa.
- Busque um estilo que traduza a mensagem que seu produto transmite: pode ser algo suave, minimalista, tropical... Você também pode escolher três elementos que transmitam bem a proposta do seu negócio e aplicá-los nas fotos.
- Também é interessante criar um calendário de publicações e variar as imagens postadas, sem fugir da proposta inicial identificada com o perfil da empresa. As melhores fotos são feitas com luz natural, de preferência no começo da manhã ou no fim do dia, ou então com a ajuda de pequenos estúdios móveis. Faça as fotos sempre com alta qualidade.
- Tente não se concentrar apenas nas imagens: construa legendas interessantes, provoque a participação da sua audiência, interaja com as pessoas que comentam nos posts e responda às mensagens diretas. Faça do Instagram um verdadeiro canal de contato com o público.





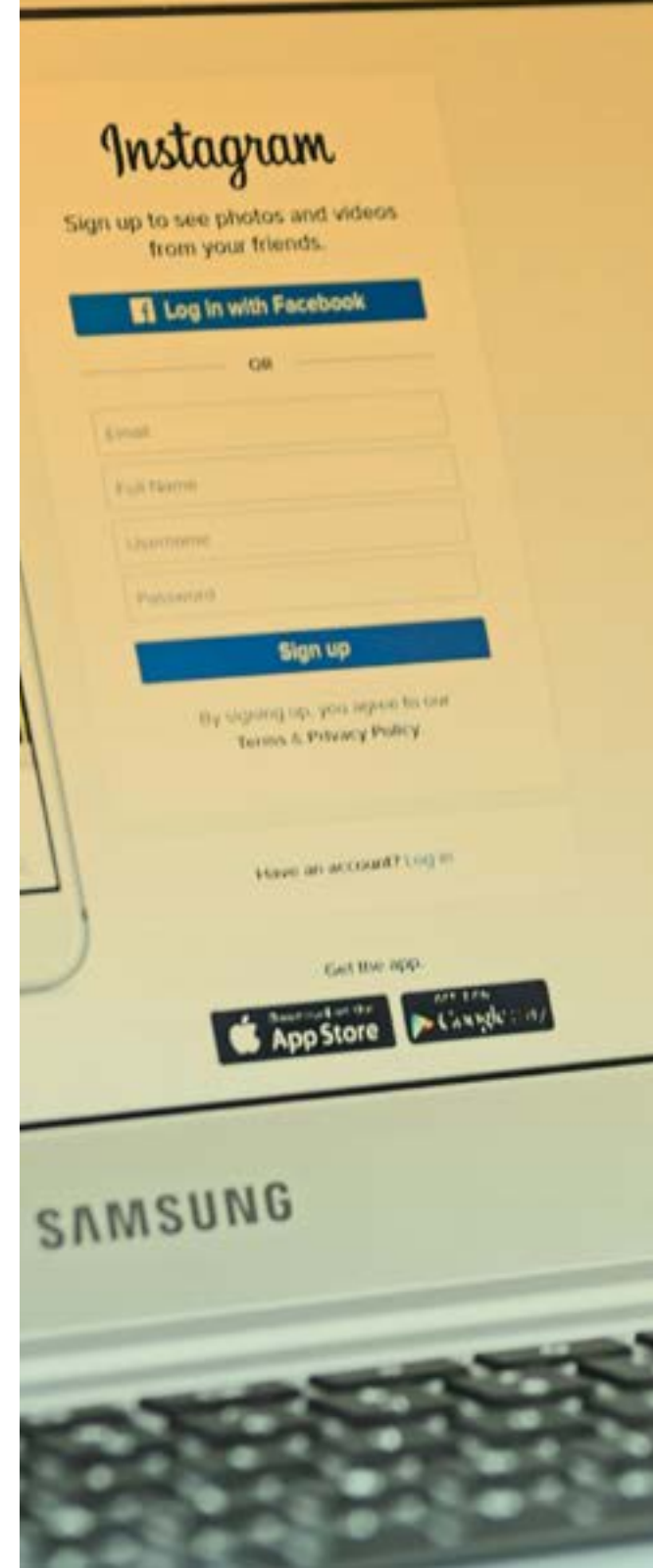
4. PERFIL DE EMPRESA: DEIXAR PÚBLICO OU FECHADO?

Lembre-se que o Instagram é uma vitrine on-line da sua loja. A intenção é de que as suas fotos e o seu conteúdo chamem a atenção dos consumidores e despertem o interesse pelos seus produtos. Manter o perfil da empresa fechado vai contra esse raciocínio e só dificulta o acesso às informações.

O ideal é deixar o perfil aberto, principalmente para que as pessoas que ainda não conhecem a sua marca possam encontrá-la com a ajuda de hashtags, interações com outros perfis e influenciadores ou pesquisas pelos produtos.

O perfil também deve ser muito bem trabalhado, com todas as informações relevantes sobre a sua empresa: WhatsApp de atendimento, link clicável para o site e um logo bem-feito.

Mude a conta de pessoal para comercial. Com essa configuração, o Instagram permite o acompanhamento de métricas como visualizações, alcance e envolvimento, além de impulsionamento de posts.





5. UTILIZANDO OS VÍDEOS

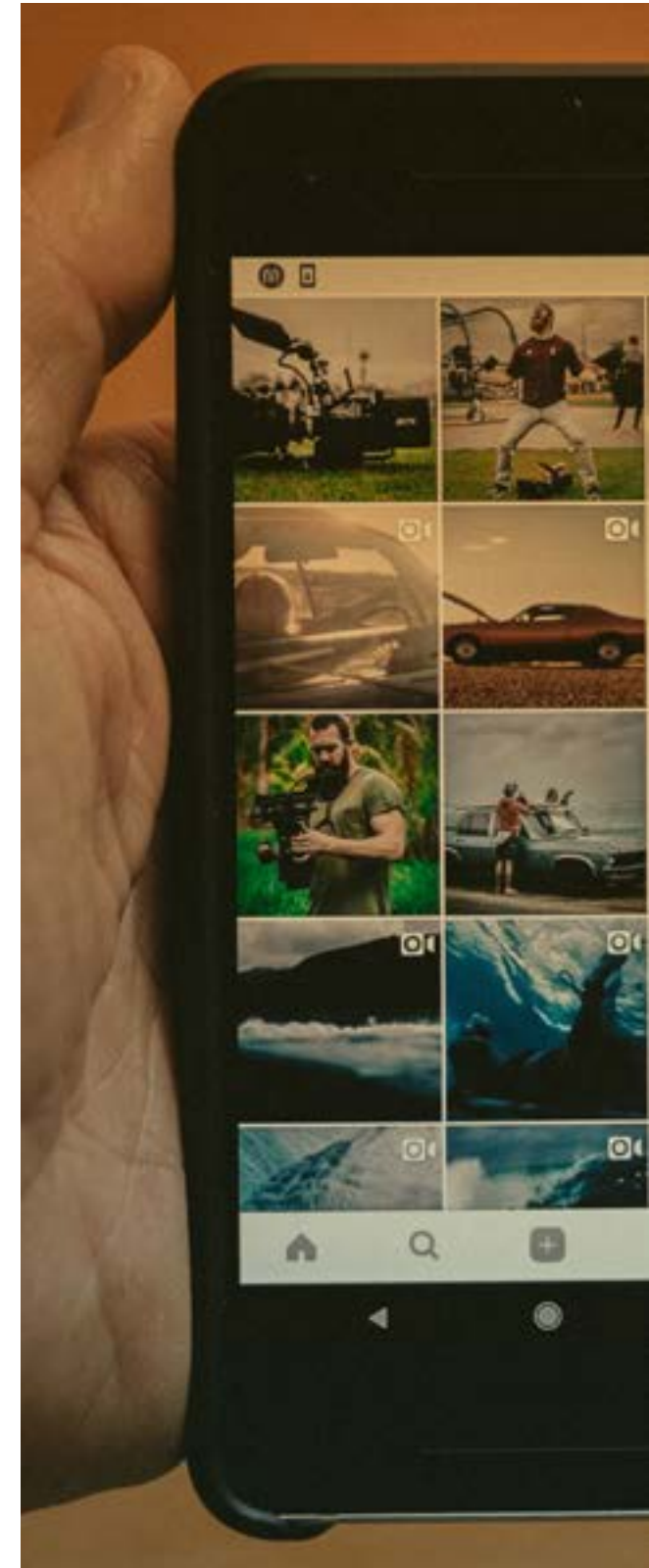


Vídeos mostrando seus produtos ajudam muito a aproximar o consumidor da sua loja. Você pode usar esse recurso para mostrar detalhes, proporções, opções de tamanho e cor, acabamento, etc.

Uma excelente maneira de engajar os possíveis clientes com a sua marca é mostrar os bastidores do seu negócio: você pode exibir alguma etapa de produção ou pedidos sendo embalados. Esse tipo de conteúdo dá uma sensação de intimidade e desperta simpatia na audiência, aumentando o envolvimento dos consumidores com a sua marca e ajudando a aumentar as vendas.

O Instagram permite a publicação de vídeos de até um minuto. Essas publicações costumam atrair um engajamento maior que posts estáticos. Os vídeos são carregados e se reproduzem automaticamente, o que aumenta o número de visualizações.

Procure focar na criação de conteúdo dentro da estratégia da marca, de acordo com os objetivos definidos para essa divulgação. Você também pode aproveitar esse recurso para campanhas exclusivas em datas especiais, como Dia das Crianças, dos Namorados e das Mães, entre outros. As hashtags podem ser usadas em conjunto para aumentar o alcance do post.





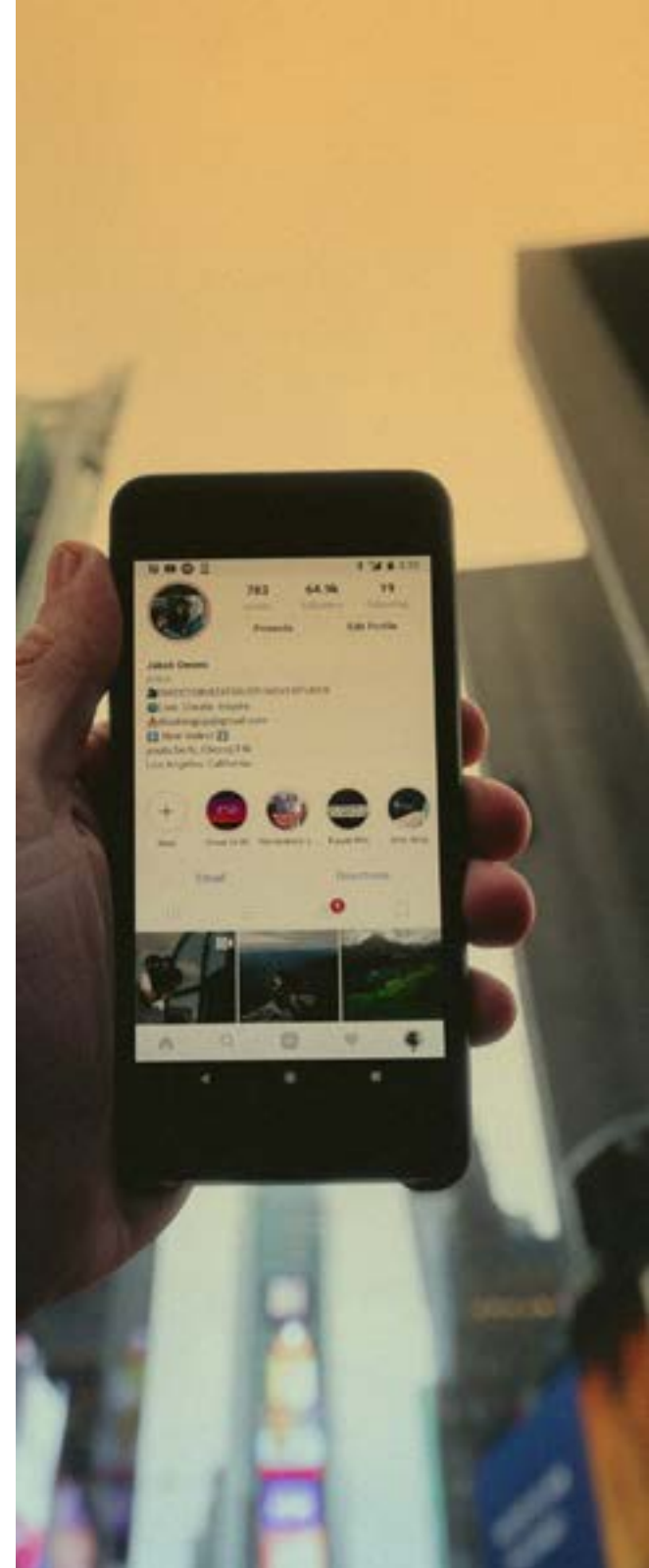
6. DANDO DICAS AOS SEGUIDORES



Uma das maneiras eficientes de conseguir mais seguidores no Instagram e fazer com que eles se envolvam com a sua marca ou produto é ajudá-los a resolver problemas ou questões que os incomodam de alguma maneira.

Por isso, dar dicas ou preparar tutoriais ajuda muito na disseminação e conhecimento da sua marca. Podem ser dicas para combinar roupas, usar os produtos ou até mesmo das soluções da sua empresa sendo usadas.

Se você fizer parcerias com influenciadores, abra espaço para que eles criem novas soluções com os seus produtos: outras utilidades ou combinações podem estimular os seguidores.





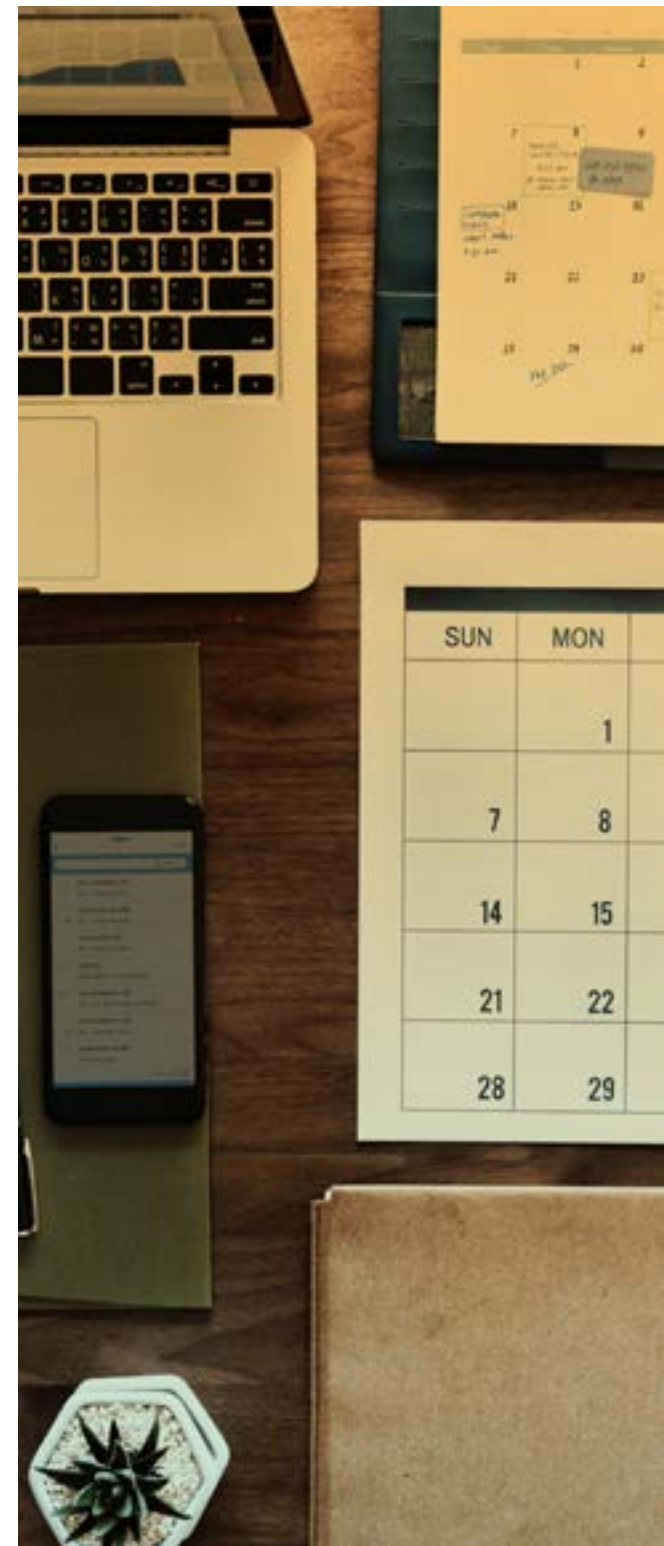
7. AGENDANDO AS PUBLICAÇÕES

CALENDAR						
SUN	MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31			

O segredo para otimizar o tempo de trabalho no Instagram é programar as publicações. Separe algumas horas em um dia da semana, monte um calendário de conteúdos e prepare os posts com antecedência. Com esse material pronto, você pode usar um aplicativo para ajudar no agendamento, como o [Later](#) e o [Postgrain](#), que permitem agendamento prévio pelo próprio PC.

Automatizar as publicações permitirá que a sua marca esteja ativa e ajudará na sua organização pessoal, evitando que você pare várias vezes durante o dia para cuidar dessa divulgação.

A consistência nas publicações é importante para o alcance do perfil. Isso significa que postar semanalmente ou mensalmente prejudicará a divulgação da sua empresa. A frequência indicada é de uma a duas vezes por dia. Com planejamento e agendamento prévio, é possível manter uma boa regularidade de postagens.





8. OS MELHORES HORÁRIOS PARA PUBLICAÇÃO

Alguns horários são os mais indicados para postagem no Instagram. Porém, é difícil dimensionar um padrão para todos os tipos de negócio. Tudo depende dos hábitos e do ritmo de vida do seu público-alvo.

Alguns artigos de especialistas afirmam que o melhor é fazer as postagens durante a semana; outros garantem que o melhor é postar nos finais de semana entre 12h e 22h; alguns que declaram que os melhores resultados são alcançados fora do horário comercial.

Na verdade, o público do Instagram costuma ficar ativo durante horários diversos. O ideal, nos primeiros meses, é postar em diferentes horários e acompanhar o retorno para entender quando as postagens devem ser feitas.





9. OS PECADOS CAPITAIS NO INSTAGRAM



Algumas práticas podem prejudicar completamente a sua interação no Instagram. Podemos citar as principais que podem atrapalhar o seu desempenho e devem ser evitadas:

- Postar fotos de má qualidade: o ponto principal do Instagram é a publicação de imagens bem-feitas. Publicar fotos ruins, com iluminação falha ou com ruído na informação passará uma imagem negativa do seu negócio.
- Demorar para responder pelo Direct Messenger: demorar para responder ou simplesmente ignorar uma dúvida pode provocar a perda da credibilidade do negócio. Estabeleça horários durante o dia para esse trabalho ou contrate alguém que possa ajudar nessa tarefa.
- Subestimar influenciadores: os influenciadores têm um alto poder de atingir os consumidores. Busque pessoas que tenham prestígio entre o seu público-alvo para que ajudem na promoção do seu produto e veja as vendas crescerem.
- Não ser consistente nas postagens: publicar conteúdo com grandes intervalos ou não manter um estilo nas postagens fará com que seu perfil não tenha o impacto desejado.



- Postar apenas promoções e vendas: um vendedor insistente acaba sendo chato, não é mesmo? Lembre-se sempre de priorizar conteúdo.
- Não conhecer o que provoca os bloqueios no Instagram: seguir um grande número de pessoas em um intervalo curto de tempo é um dos motivos de bloqueio de perfil e pode atrapalhar a sua divulgação. Procure conhecer a fundo a política dessa mídia social para aproveitar ao máximo as suas funcionalidades.
- Não usar hashtags: como destacamos, as hashtags são o que permitem que seu conteúdo seja encontrado durante uma busca. Ignorar esse detalhe fará com que o seu post fique perdido em um mar de informações.
- Não interagir: como em qualquer mídia social, a interação é parte importante de um perfil bem-sucedido. Acompanhe comentários e converse com os seguidores para construir um relacionamento e transformar audiência em clientes.





CONCLUSÃO

As redes sociais oferecem uma série de oportunidades para micro e pequenas empresas, que, muitas vezes, não contam com um orçamento alto para investir em publicidade. Por se tratar de uma mídia acessível a todos, investir tempo e estratégia na divulgação pelo Instagram ajudará a aumentar as vendas, consolidar o nome da marca no mercado e conseguir um bom número de seguidores e fãs.

Cuidar do perfil da sua empresa no Instagram agregará sentimentos positivos aos seus produtos e ajudará os seguidores a realizarem a compra após a construção de um relacionamento.

Fique atento a mudanças e facilidades que o Instagram pode oferecer e não deixe de acompanhar as métricas do seu negócio: como está o engajamento, quantas vendas a mídia social gera e o que pode ser melhorado para as próximas ações. Esse controle é importante para direcionar as campanhas e conseguir resultados ainda melhores.





Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas Bahia

O Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) é uma entidade privada sem fins lucrativos, que conta com uma rede de quase 700 agências de atendimento presencial em todo o Brasil. Com o apoio e a orientação do Sebrae, as micro e pequenas empresas se fortalecem e geram mais empregos e renda para todo o Brasil.

O Sebrae na Bahia foi concebido para apoiar e fomentar a criação, a expansão e a modernização das micro e pequenas empresas do estado, capacitando-as para cumprir, eficazmente, o seu papel no processo de desenvolvimento econômico e social. Para facilitar o atendimento nas várias regiões do estado, foram inauguradas diversas unidades de atendimento.

Dessa forma, o Sebrae na Bahia fica ainda mais próximo de seus clientes, oferecendo soluções em educação, consultoria, acesso ao crédito e ao mercado, além de incentivar a abertura de novos pequenos negócios e a qualificação das empresas já existentes. Tudo para fomentar o progresso econômico e social do povo.



0800 570 0800

www.ba.sebrae.com.br