



VOLUME I

Segredos do Instagram: como ter um perfil campeão



www.hotmart.com



AUTORA

ANA CECÍLIA NOGUEIRA
CONTENT WRITER



DESIGN

CLARA GUIMARÃES
GRAPHIC DESIGNER

COMO APROVEITAR ESTE EBOOK AO MÁXIMO



Antes de começar a ler, aqui vão algumas dicas para te ajudar a navegar com facilidade por este ebook e desfrutar de todas as informações e recursos que temos por aqui:

BLOG HOTMART: no canto superior direito, você encontra um ícone com acesso para nosso blog. Lá, você pode encontrar muito mais informações e recursos.



/BLOG

SAIBA MAIS: para explorar mais um determinado assunto, aproveite os links que aparecem destacados em **vermelho** no texto.



Quickspro

SUMÁRIO: uma forma rápida de acessar facilmente os capítulos ou tópicos que mais te interessam. Quer retornar à lista de capítulos? Basta clicar no ícone do canto inferior.



Agora está tudo pronto.

COMECE A NAVEGAR E BOA LEITURA!

SUMÁRIO



1. INTRODUÇÃO.....	05
2. DADOS SOBRE O INSTAGRAM.....	06
3. INSTAGRAM PARA EMPRESAS.....	07
4. LINHA DO TEMPO DO INSTAGRAM.....	08
5. DICAS PARA TER UM PERFIL CAMPEÃO NO INSTAGRAM.....	10
Invista na qualidade do conteúdo.....	10
Poste com periodicidade.....	12
Use hashtags.....	12
Experimente filtros e aplicativos de edição extras.....	13
Coloque as informações essenciais na descrição de seu perfil.....	14
Produza conteúdos em formatos variados.....	14
Crie um relacionamento com seus seguidores.....	15
Use legendas criativas.....	16
Personalize seu conteúdo.....	16
Faça postagens nos horários de maior engajamento...	17
Tenha um perfil comercial.....	17
Uma nova feature para ficar de olho.....	19
6. CONCLUSÃO.....	20



1. INTRODUÇÃO

O Instagram é a segunda rede social mais utilizada do mundo, atrás apenas do Facebook, mas é, certamente, a primeira opção de muitas marcas quando o assunto é anunciar e vender produtos. Neste ebook, vamos apresentar os principais números do Instagram e compartilhar dicas para você ter um perfil campeão.

Sinta-se à vontade para ler ele do início ao fim e utilize o índice para te guiar aos tópicos de seu interesse!

Esperamos que este conteúdo seja útil para você e o ajude a construir uma reputação sólida no Instagram. Continue com a gente e boa leitura!



2. DADOS SOBRE O INSTAGRAM

- Em 2018, o Instagram atingiu 1 bilhão de usuários ativos. Esse número é mais que o dobro de usuários mensais do Twitter e três vezes maior do que os usuários ativos de redes de bate papo como o Whatsapp.
- Não só o número de usuários cresce, como o tempo gasto na rede social também: em média, 80% por ano.
- 60% das pessoas que têm um perfil na rede social loga todos os dias.
- O usuário médio gasta pelo menos 25 minutos por dia no Instagram. *(Social Media Today)*
- 300 milhões de contas ativas no Instagram usam o Instagram Stories diariamente.
- Todos os dias, são compartilhados mais de 100 milhões de fotos pela rede social. *(Fonte: Sprout Social)* gerando mais de 4,2 bilhões de likes. *(Fonte: Social Media Today)*



3. INSTAGRAM PARA EMPRESAS

- Atualmente, existem mais de 8 milhões de perfis comerciais no Instagram. *(Fonte: Sprout Social)*
- 80% dos usuários seguem, pelo menos, um perfil comercial na plataforma, enquanto isso 60% alegam ter descoberto um produto ou serviço por meio de uma postagem no Instagram. *(Fonte: Yotpo Voice)*
- 36% das marcas B2C consideram o Instagram fundamental para suas estratégias de marketing. Entre as empresas B2B, esse número chega a 13%. *(Fonte: Social Media Today)*
- Posts feitos no Instagram geram até 10 vezes mais engajamento para marcas do que posts feitos no Facebook, 54 vezes mais que no Pinterest e 84 vezes mais que no Twitter. *(Fonte: Social Media Today)*



LINHA DO TEMPO DO INSTAGRAM

2010



O aplicativo é criado com o nome de *Burnb* e permite compartilhar fotos, fazer check in e compartilhar os planos para o fim de semana.

Mike Krieger e Kevin Systrom decidem simplificar o aplicativo deixando apenas a função de compartilhamento de fotos. A nova versão recebe o nome de Instagram.

O Instagram atinge a marca de 3 milhões de usuários.

2011



O Instagram é eleito o aplicativo do ano para IOS.





2012

É lançada a primeira versão do Instagram para Android.

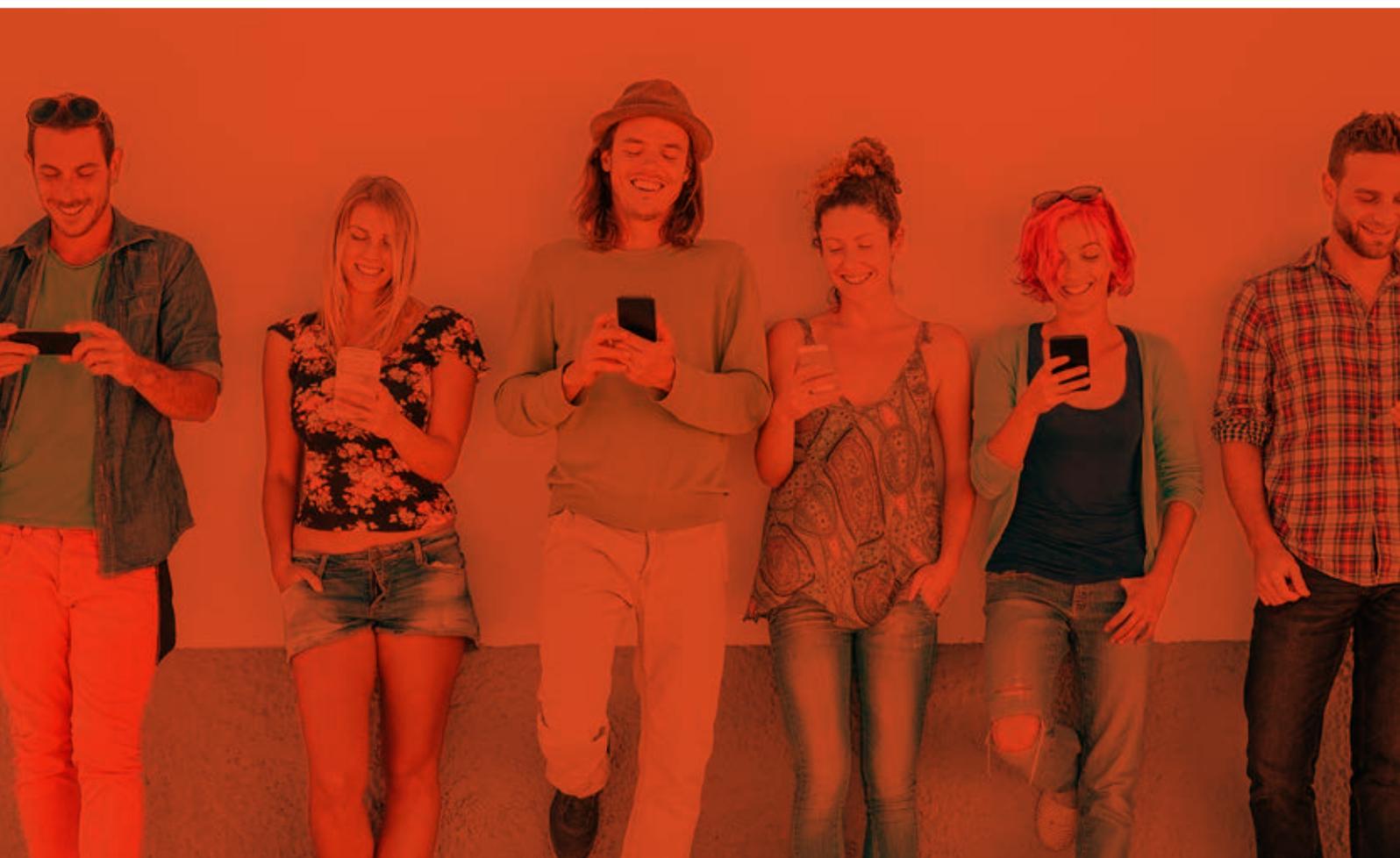
2016

O Instagram é comprado pelo Facebook em uma transação de 1 bilhão de dólares.

O Instagram lança a função Stories, que permite gravar vídeos de curta duração que se autodestroem em 24 horas.

2018

O Instagram atinge a marca de 1 bilhão de usuários ativos por mês e lança a funcionalidade de TV.





5. DICAS PARA TER UM PERFIL CAMPEÃO NO INSTAGRAM

Você não precisa ter uma conta com mais de 1 milhão de pessoas te seguindo para rentabilizar seu perfil (chocante, né?).

O que você precisa é de uma **audiência engajada**. São elas que vão dar visibilidade para seu perfil e têm potencial para se tornarem clientes.

Para construir essa audiência não existe uma fórmula única, mas algumas premissas podem te ajudar a acelerar os resultados.

Falaremos melhor delas a seguir:

INVISTA NA QUALIDADE DO CONTEÚDO

Conteúdo de qualidade, que gera valor para seus seguidores, é o que fará sua marca ou perfil serem reconhecidos.

Logo, a dica número 1 para se destacar no Instagram é **tirar boas fotos**.



Mas, por favor, não confunda essa dica com “ter uma câmera de 10 mil reais”. Qualquer smartphone que fotografe em alta definição pode render bons registros, desde que você domine algumas técnicas básicas de fotografia.

Você que está lendo este ebook provavelmente já sabe, mas um dos fatores que mais influencia na qualidade de uma foto é a **iluminação**.

Basta fazer uma breve pesquisa para ver que 10 em cada 10 fotógrafos recomendam usar o máximo de iluminação natural, pois ela valoriza a imagem. Evite, porém, horários nos quais o sol está muito forte, entre 10h e 14h, pois esse tipo de iluminação pode causar o efeito contrário, deixando sombras no objeto ou pessoa fotografada.

Se você precisar fazer imagens em ambientes fechados e escuros, tente usar equipamentos como o softbox ou fazer um esquema de iluminação de três pontos. Você encontra tutoriais sobre ambos no YouTube. Inclusive, temos nosso próprio tutorial para criar uma iluminação caseira com baixíssimo investimento, **acesse aqui**.

No mais, use e abuse da criatividade para fazer fotos originais e que iniciem discussões entre seus seguidores, lembrando, claro, de respeitar a linha editorial de seu perfil.





POSTE COM PERIODICIDADE

Se você investir na criação de conteúdo com uma periodicidade bem definida, eventualmente, seu público perceberá que sempre que ele entra em seu perfil, encontra algum conteúdo que é interessante para ele.

Uma sugestão para quem quer trabalhar sua marca no Instagram, profissionalmente, é ter um calendário bem definido de publicações. Esse documento pode ser criado em uma planilha de excel, no Google Drive ou em qualquer outra ferramenta que facilite seu monitoramento.

Ter esse planejamento impedirá que você esqueça de postar algum dia ou deixe de lado uma data que é importante para seus seguidores.

USE HASHTAGS

As *hashtags* são palavras ou combinações de palavras precedidas do caractere do jogo da velha, que servem para “classificar” uma postagem. Elas são muito úteis, pois agrupam conteúdos sobre o mesma tema, facilitando a busca do usuário.





Existe uma infinidade de hashtags para eventos, cidades, **nichos** e você pode, inclusive, criar sua própria *hashtag*.

Mas é preciso ter cuidado com elas para não causar uma má experiência para seu seguidor. Antes de mais nada, elas devem estar relacionadas com o post que você está compartilhando. Também é preciso dosar a quantidade de hashtags que você compartilha em um único post, pois o Instagram penaliza esse tipo de prática, restringindo o alcance da publicação. O ideal é de 5 a 10 hashtags por post e nunca mais do que 20.

Se você ainda está em dúvida sobre o uso de hashtags em seus posts, aí vai um dado que pode te animar: de acordo com um estudo conduzido pelo site Social Media Today, posts do Instagram com pelo menos uma hashtag têm até 12,6% mais engajamento do que aqueles que não têm.

EXPERIMENTE FILTROS E APLICATIVOS DE EDIÇÃO EXTRAS

O Instagram oferece várias opções de filtros e recursos de edição para deixar suas fotos mais chamativas, mas isso não significa que você precisa se restringir à elas.

Aplicativos como VSCOcam, Instasize e Adobe Photoshop Express, para citar alguns, oferecem outras opções para tratar suas fotos e podem ser usadas para incrementar seu feed e destacá-lo de seus concorrentes.





COLOQUE AS INFORMAÇÕES ESSENCIAIS NA DESCRIÇÃO DE SEU PERFIL

O texto de apresentação deve ser curto, objetivo e conter os links para outros canais de comunicação que estejam ativos. Caso você trabalhe apenas com o Instagram, deixe visível um e-mail para contatos e propostas de parceria.

PRODUZA CONTEÚDO EM FORMATOS VARIADOS

O carro chefe do Instagram são as fotos, mas você não deve restringir seu perfil à esse formato. Usar as opções de vídeos e, principalmente, o **Stories** para se comunicar com seus seguidores são estratégias poderosas e, ao mesmo tempo, simples para mantê-los engajados.

Por falar em Stories, a funcionalidade é ideal para mostrar uma visão de bastidores e comunicar mensagens pontuais com seus seguidores (lembra que são 300 milhões de usuários ativos por dia?).



Você pode usar o recurso para divulgar um evento, falar de algum produto e promover lives (transmissões ao vivo) para responder dúvidas enviadas pelos usuários.

CRIE UM RELACIONAMENTO COM SEUS SEGUIDORES

Com a variedade de nichos existentes no mercado, até um perfil com 10 mil seguidores pode trazer retorno financeiro, se os usuários que te seguirem forem muito engajados.



A pergunta que não quer calar é: como fazer para que essas pessoas interajam com seu conteúdo?

Simple! Esforce-se para criar um relacionamento com eles: responda dúvidas, quando possível, e tire um tempo para analisar a performance dos posts e descobrir os tipos de conteúdos que mais interessam seu público.

Esse tipo de ação dá um pouco mais de trabalho, mas pode gerar um impacto significativo na maneira como sua marca é percebida no mercado.





USE LEGENDAS CRIATIVAS

Uma boa foto é meio caminho andado para chamar a atenção dos seguidores. Só que uma boa foto somada a uma legenda criativa tem o poder de iniciar discussões, o que conta pontos para o algoritmo do Instagram e, conseqüentemente, faz com que sua publicação seja exibida para perfis de fora de sua rede.

Mas nada de se empolgar e escrever “textões”, ok?

Uma boa legenda deve ter por volta de 138 caracteres e, no máximo, 150. Evite também usar “iscas de engajamento” como perguntar: “Qual é sua cor favorita?” ou “Qual é seu signo?” apenas para gerar comentários, pois esse tipo de comportamento pode ser penalizado pelo Instagram e atrapalhar o desempenho de uma boa publicação.

PERSONALIZE SEU CONTEÚDO

Diferentemente do LinkedIn ou de um blog corporativo, o Instagram é mais aberto a uma comunicação informal e personalizada.





Fotos com pessoas também rompem com o padrão corporativo e ajudam a humanizar sua marca. E veja que interessante: estima-se que fotos com rostos recebem até 38% mais curtidas do que aquelas que focam apenas no produto. Já os posts que sinalizam a localização do usuário têm, em média, 79% mais de engajamento do que os posts que não são localizados.

FAÇA POSTAGENS NOS HORÁRIOS DE MAIOR ENGAJAMENTO

Existem estudos independentes sobre o Instagram que sugerem que os melhores horários para postar na rede social são de 8 às 11 da manhã, de 14h às 16h ou de 19 às 21h. Porém, o ideal é que você acompanhe a performance das publicações para descobrir os horários que funcionam melhor para sua audiência.



TENHA UM PERFIL COMERCIAL

O *Instagram for business* representou um salto de qualidade para as empresas que usavam a rede social em suas estratégias de marketing, pois permitiu que as marcas criem anúncios e monitorem seus resultados.





Considerando que o algoritmo do Instagram restringe o alcance orgânico das publicações, os anúncios são essenciais para fomentar o *branding* de sua marca, enquanto você ainda não construiu uma reputação no mercado.

A opção de perfil comercial aparece assim que você configura sua conta, mas também está disponível para perfis pessoais que desejam migrar e ter uma atuação mais profissional.



Para migrar seu perfil, acesse configurações da conta > alternar para perfil comercial > escolha uma fanpage do Facebook para associar à sua conta e, pronto: perfil comercial criado com sucesso!





UMA NOVA FEATURE PARA FICAR DE OLHO

No primeiro semestre de 2018, o Instagram atingiu 1 bilhão de usuários ativos por mês. Para comemorar a marca e continuar estimulando o crescimento da rede, a empresa anunciou uma nova funcionalidade, a televisão do Instagram (IGTV).

A partir de agora, qualquer pessoa poderá enviar vídeos de até uma hora de duração para a IGTV. A nova seção também terá uma versão autônoma para iOS e Android, na qual os vídeos serão reproduzidos, automaticamente, quando o aplicativo for aberto.

Por enquanto, o Instagram não vai rentabilizar os conteúdos que forem produzidos, nem fará publicidade, mas, eventualmente, a empresa visa garantir que todos os usuários que fazem vídeos na plataforma sejam recompensados pelos seus esforços, e não apenas os perfis que já têm grandes audiências. A funcionalidade, apesar de nova, tem grande potencial para iniciar diálogos e gerar novas oportunidades de negócio.



6. CONCLUSÃO

Neste ebook você deve ter percebido que ter um perfil popular no Instagram depende muito mais de trabalho e consistência, do que de sorte ou de criar conteúdos virais.

No **volume 2** da série sobre o Instagram, vamos mostrar as melhores ideias para você gerar renda com seu ebook. Aproveite para continuar acompanhando o blog para ter acesso a mais conteúdos como esse.

Até a próxima!



A **Hotmart** é a plataforma mais completa para quem deseja criar um negócio digital e viver de suas paixões! Ao se cadastrar, você poderá compartilhar o que tem de melhor com o mundo inteiro!

Para saber mais sobre a **Hotmart**



CLIQUE AQUI



www.hotmart.com