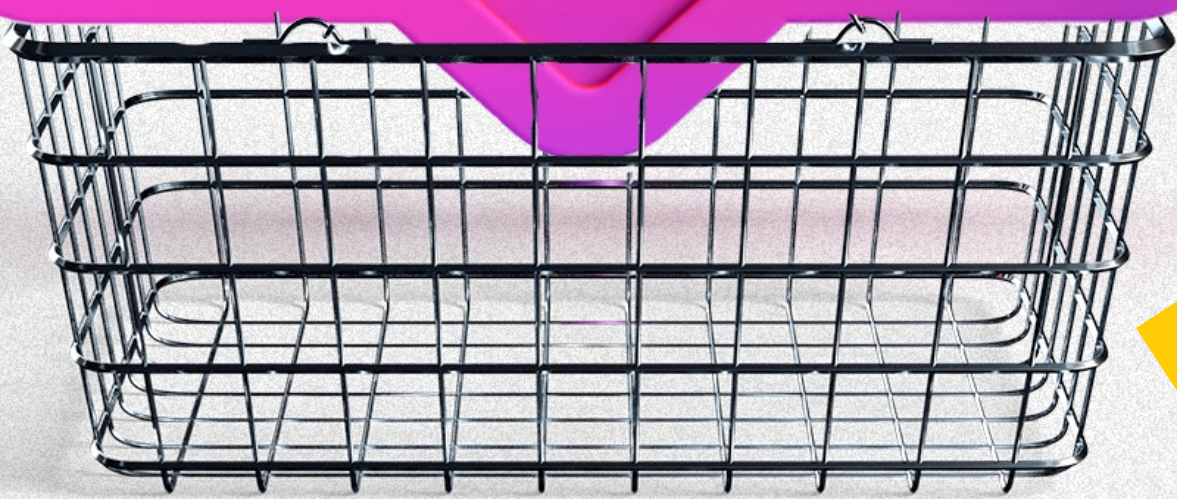




guia completo das

**VENDAS PELO INSTAGRAM**



Com as estratégias de redes sociais, o marketing digital sai mais barato e tem a possibilidade de gerar um alcance maior e com praticamente o mesmo custo.


**As redes sociais são a mina de ouro do marketing digital.**

É importante frisar que, apesar de criar uma lojinha utilizando uma rede social, este serviço **não deixa de ser uma rede social**, você apenas usará como um intermediário para vendas, logo este produto não descarta a necessidade de um e-commerce, visto que não proporciona transações financeiras.




• **ATENÇÃO** •

Não Compre Seguidores



Ter muitos seguidores não é motivo de credibilidade, visto que **a compra não lhe dará usuários reais** e sim robôs, os poucos seus seguidores reais, podem te dar unfollow por perceberem que seguiram a conta através de algum tipo de bot e alguns ainda podem até mesmo denunciar o perfil.



Contas com muitos seguidores e pouco engajamento, levam os usuários a pensar que **o serviço que a marca oferece não é bom**, por isso a quantidade de seguidores é insignificante ( pensando em conversão), o número que deve ser levado em consideração é o de engajamento.

**Não adianta nada ter 200k de seguidores e apenas 250 curtidas**, poucos compartilhamentos e comentários, o número não corresponde aos seus seguidores.



## **Como conseguir seguidores verdadeiros?**

- Crie conteúdos relevantes e defina uma frequência com cronograma;
- Interaja com os seguidores quando eles comentarem sua publicação, mandarem DMs, compartilharem sua publicação etc;
- Utilize todas as ferramentas do Instagram, foto, story, IGTV e reels;
- Aposte nas hashtags, já que as pessoas podem pesquisar um assunto por hashtags e encontrar seu perfil;
- Mensure os resultados.

## A foto perfeita

O Instagram é uma rede social criada para compartilhar imagens, sua proposta é inteiramente visual, então prezar pela qualidade das imagens é mais do que necessário.

Além disso você não precisa de uma super câmera, seu celular e um fundo bem estruturado (que pode ser feito com cartolina) é tudo que você precisa para uma foto incrível.





Explore cenários com cartolinas coloridas ou EVA brilhante. Além de textura eles deixarão as imagens muito mais interessantes



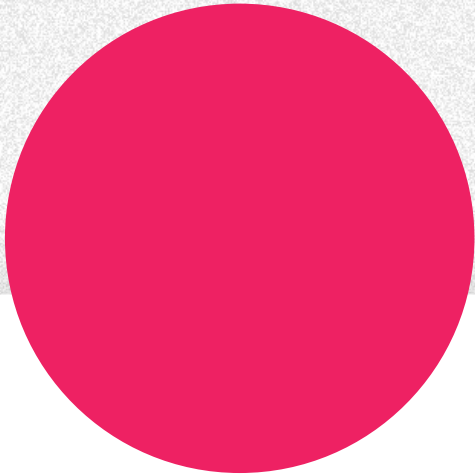
Faça com que as fotos contém histórias criando uma identidade que seu público busque alcançar. Tenha sempre em mente quem consome o seu produto e de que forma faz isso.



Explore a aplicação ou utilização de seu produto tornando-o mais humanizado e despertando o desejo de adquirir tais funcionalidades



Não publique informações sobre seu produto 100% das vezes. Crie posts de curiosidades sobre seu segmento, noticiais ou tendências.



## Hashtags

Hashtags são uma excelente forma de promover seu post e alcançar um número maior de visualizações. Dependendo do segmento uma hashtag bem colocada pode trazer resultados surpreendentes.





Escolha as hashtags com base no que seu público busca e não no seu negócio de forma literal. Por exemplo, pensando em um dentista, as hashtags seriam:



**#sorria #dentista #odontologia #odonto  
#odontoporamor #ortodontia #estetica  
#florianopolis #santacatarina #cirurgiadental  
#reabilitacaodental #siso #remocaodosiso  
#clareamento #pediatriadentaria #implante  
#protesedentaria #riso**



**#ortodontia #periodontia #endodontia  
#frenectomia #dentes #dentição**



Adicione Hashtags com a sua localização, por exemplo:

**#dentistasc #clareamentosc  
#remocaodesisoflorianopolis**



## Story

Os stories foram criados para mostrar o dia a dia de forma prática e com pouco filtro, humanizando um pouco a rede social e promovendo a interação entre usuários.

Dentro da ferramenta stories existem algumas opções de criativos:

Aa

Criar



Níveis



Layout



Superzoom



Boomergang



Photobooth

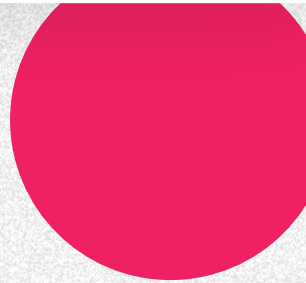


captura  
múltipla



Mãos  
livres

Evite usar o story como ferramenta de venda em tempo integral. Proponha enquetes divertidas, gifs e documente parte do dia a dia da empresa. Estas ações farão com que sua marca pareça muito mais interessante e real.



• **ATENÇÃO** •

O Instagram não é o LinkedIn



Sabe aquele feed organizado, lindo que dá vontade de ficar rolando por horas?

Além de dar muito resultado e entreter o público final não é complicado de ser produzido:

# • **Crie sua loja** •

cadastre seus produtos no  
Instagram e opere sua lojinha



Você pode brincar com as cores, seguindo um mesmo padrão de elementos e composição, porém com cores diferentes.



Você também pode definir padrões específicos de cores e layouts dependendo do tema de cada post. Neste caso poderia dar destaque as imagens em amarelo.



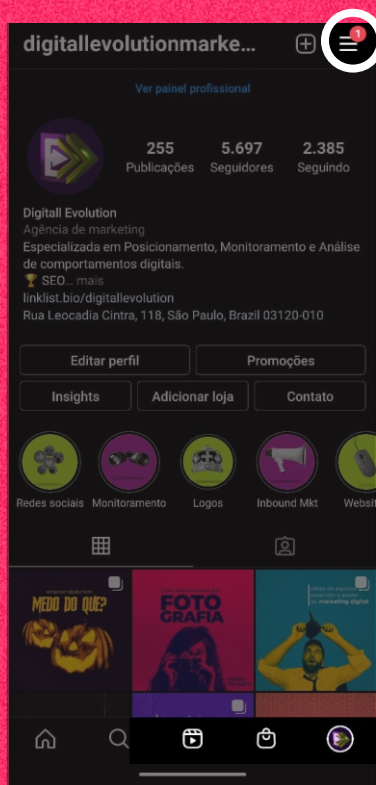
Uma outra opção é construir posts que se complementam entre si criando uma unidade visual. O truque para não publicar 3 de uma vez é fazer com que cada post funcione sozinho porém complemente o próximo e o anterior

No Instagram Shopping, é possível criar uma loja que mostra os produtos, preços e formas de pagamento. O Instagram para negócios, auxilia no desempenho de uma campanha, já que oferece métricas que auxiliam a entender a eficiência das estratégias de marketing, em ambos os casos, dá para mensurar os resultados pelo Instagram Analytics. Agora aprenda a criar sua loja:

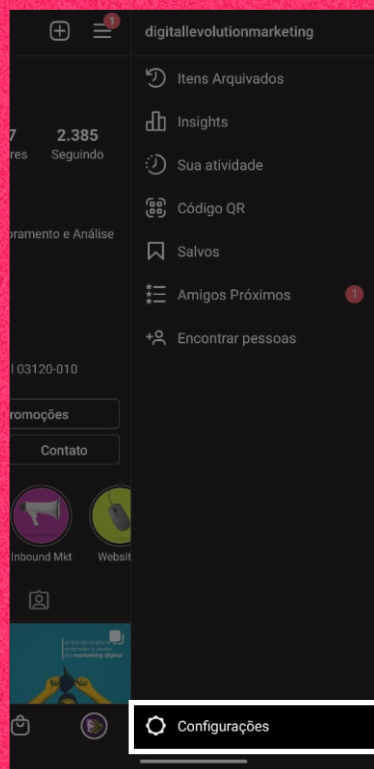


# Passo 1

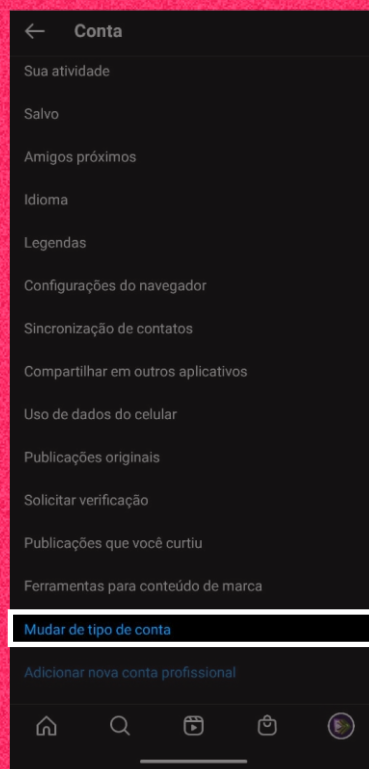
## Trocar o tipo de conta de seu perfil no Instagram para conta empresarial



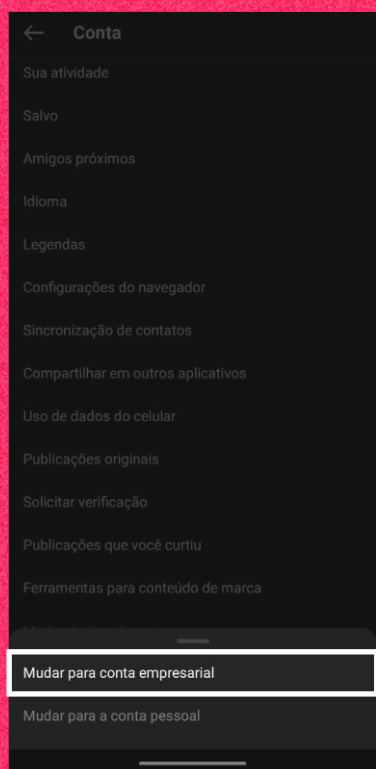
clique nos 3 tracinhos no canto direito superior



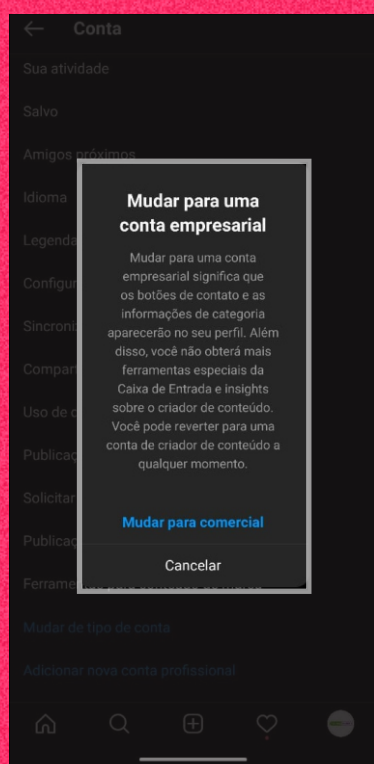
depois clique em configurações



depois Mudar tipo de conta



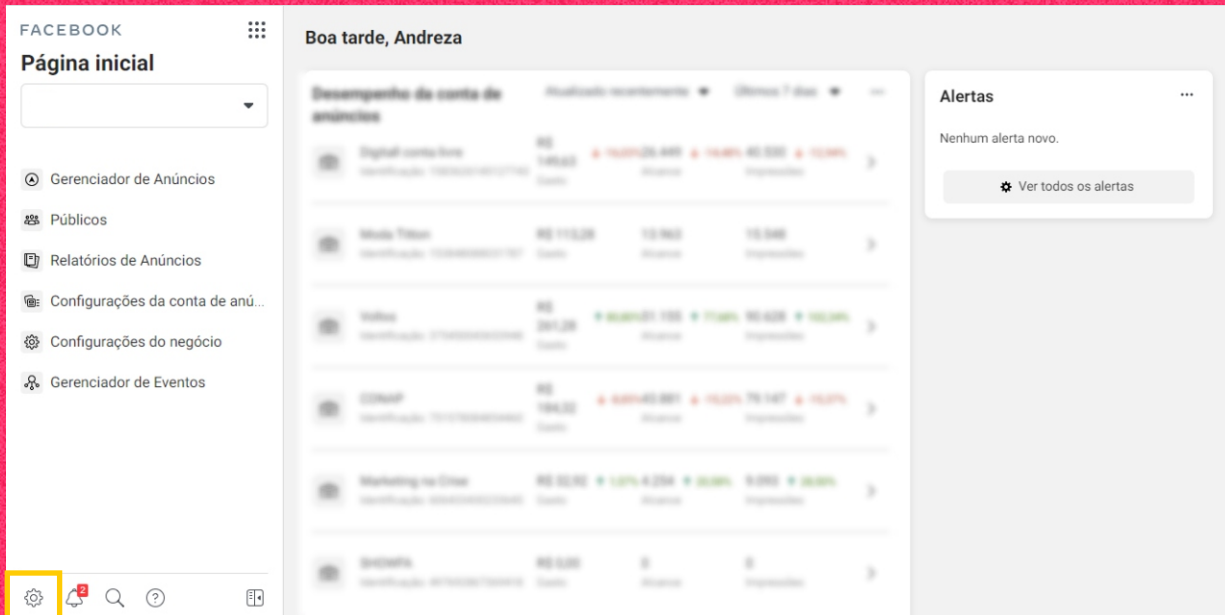
mudar para conta empresarial



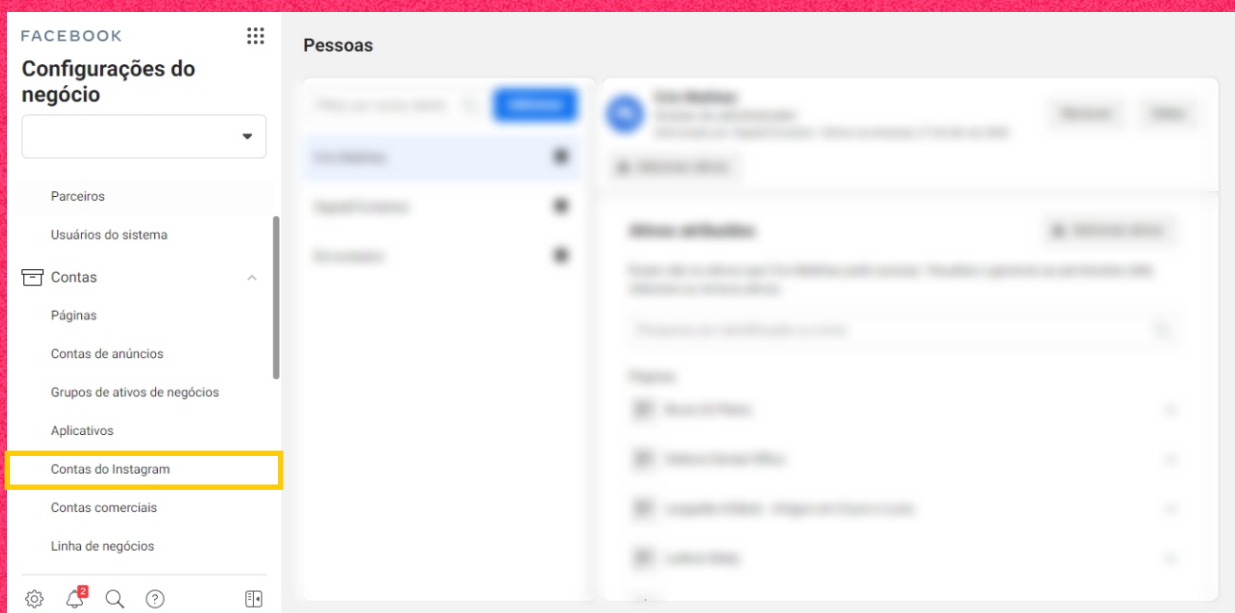
Clique em mudar para conta comercial

## Passo 2

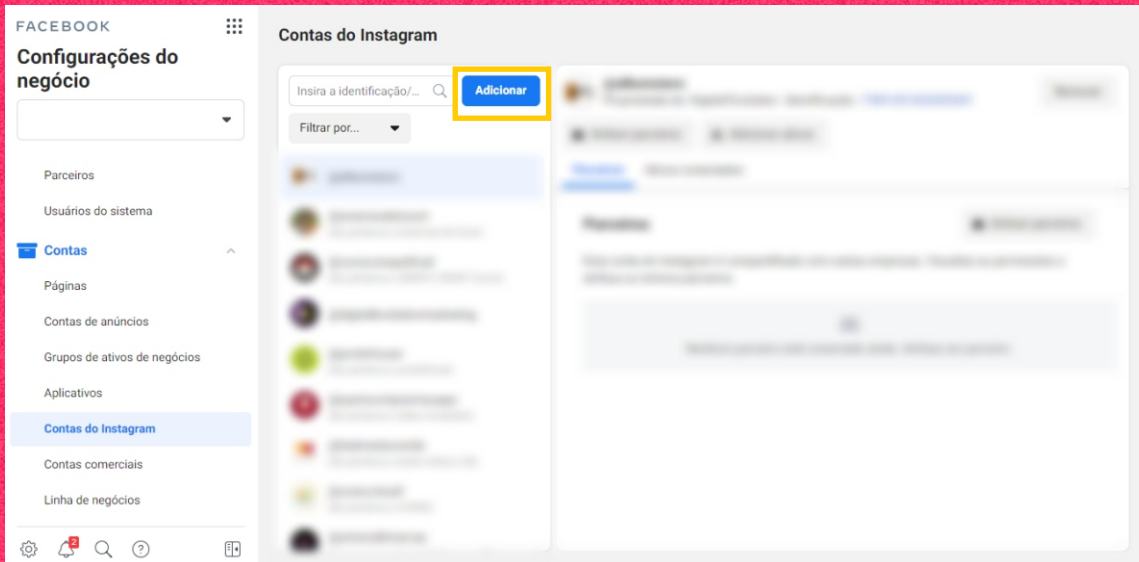
Conecte seu instagram ao Gerenciador de Anúncios do Facebook. **Caso sua conta do Instagram já esteja conectada ao Facebook pule este passo**



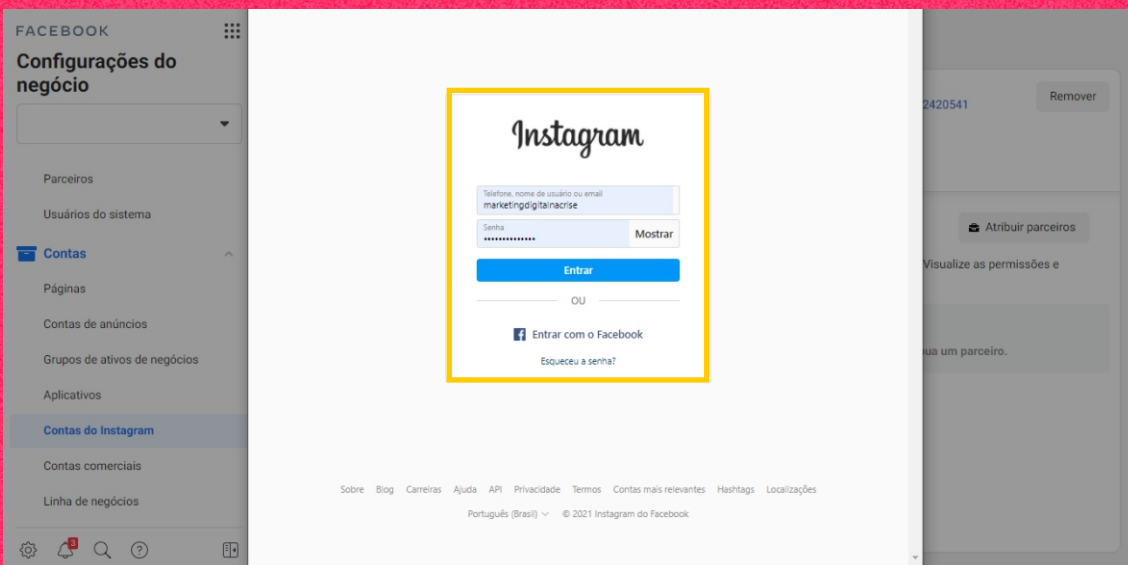
Acesse o gerenciador de negócios da sua empresa e clique na engrenagem no canto inferior esquerdo



Depois clique em contas do Instagram



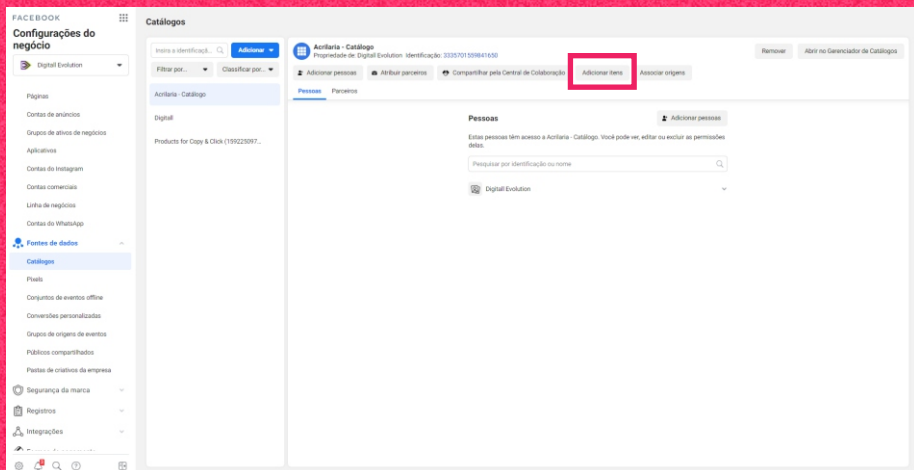
Clique em adicionar



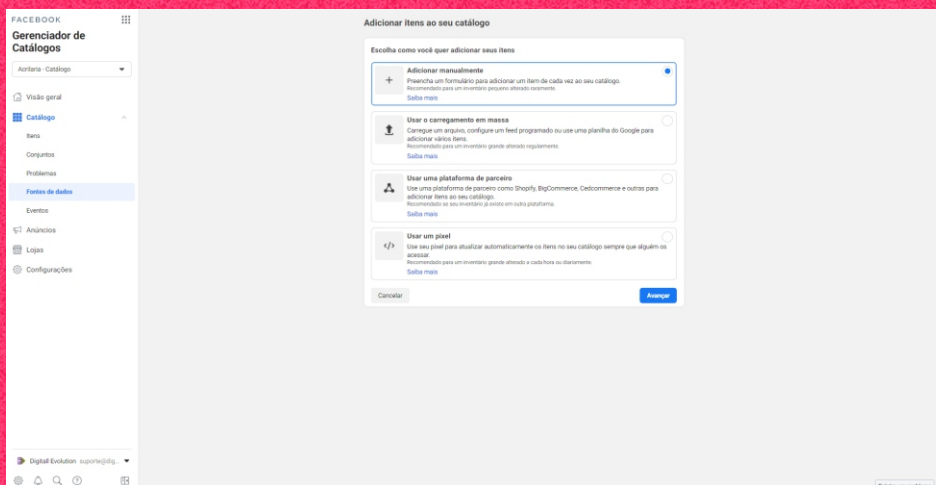
Faça login em seu perfil e pronto

# Bônus

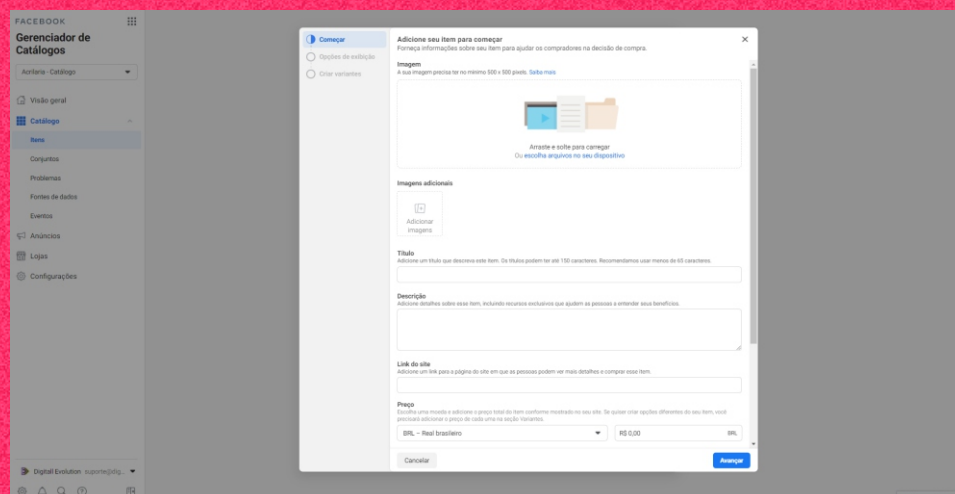
Caso você ainda não possua um catálogo no Facebook, confira o passo a passo para criá-lo.



Acesse o gerenciador de negócios clique em fontes de dados, catálogos e depois em adicionar itens



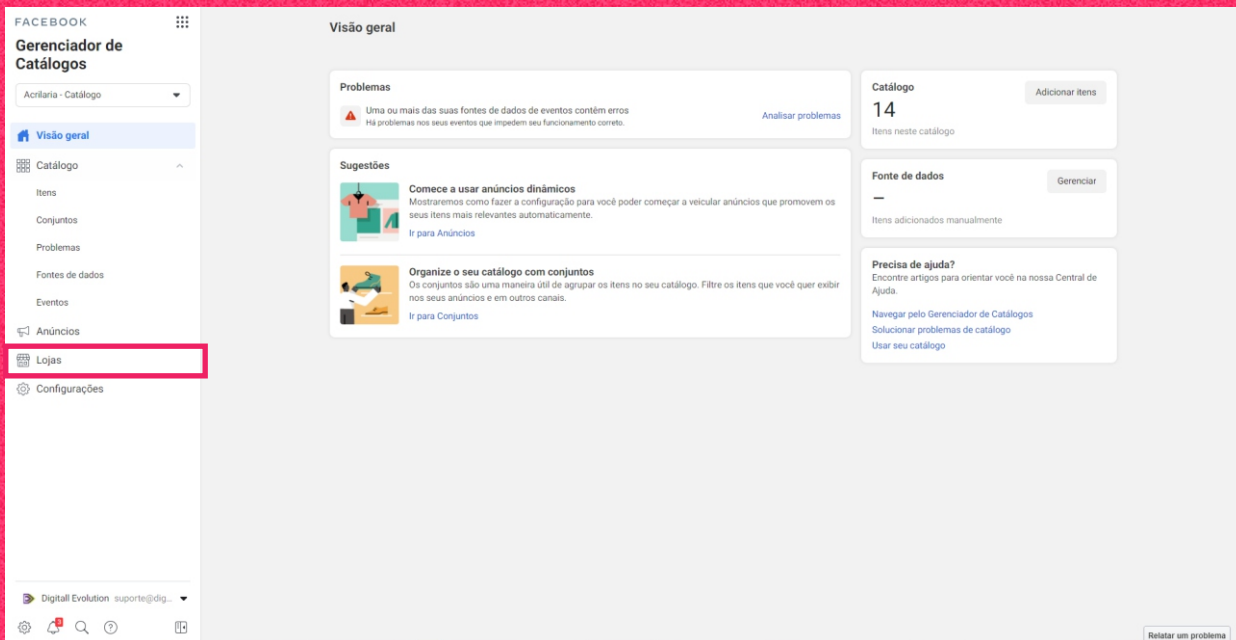
Você pode criar seu catálogo manualmente, através de uma planilha do Google, através de uma plataforma parceira, ou através de um pixel



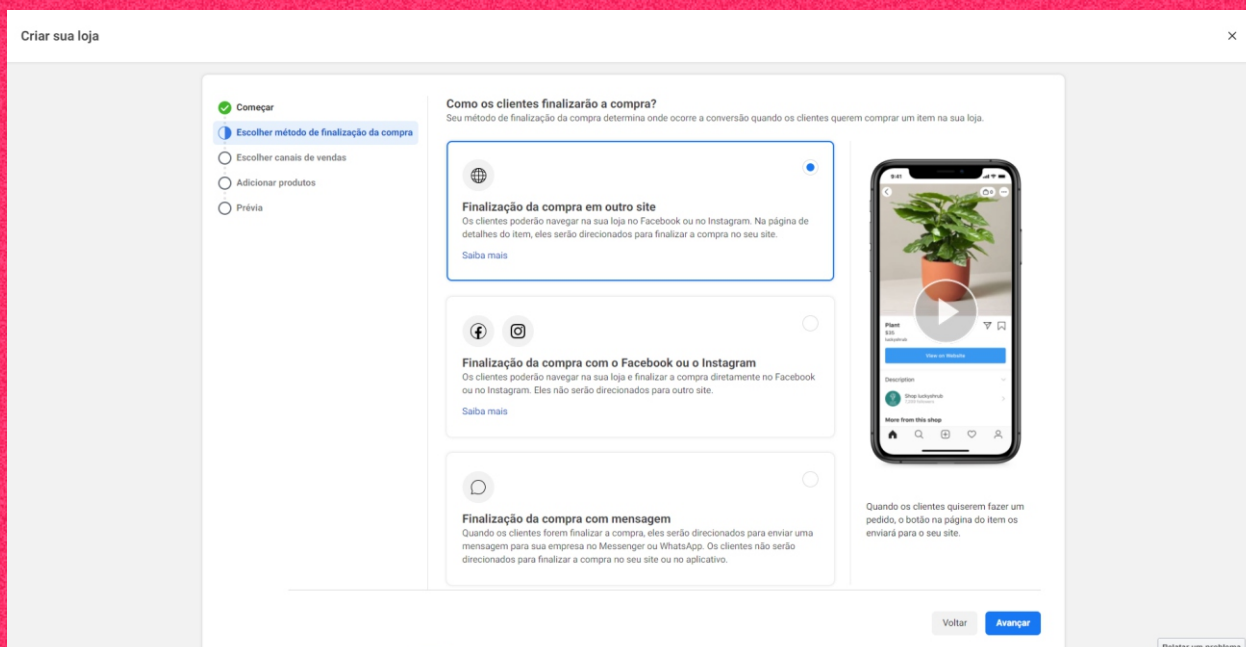
Após selecionar você deverá ajustar os produtos, como imagens, preços e descritivos.

## Passo 3

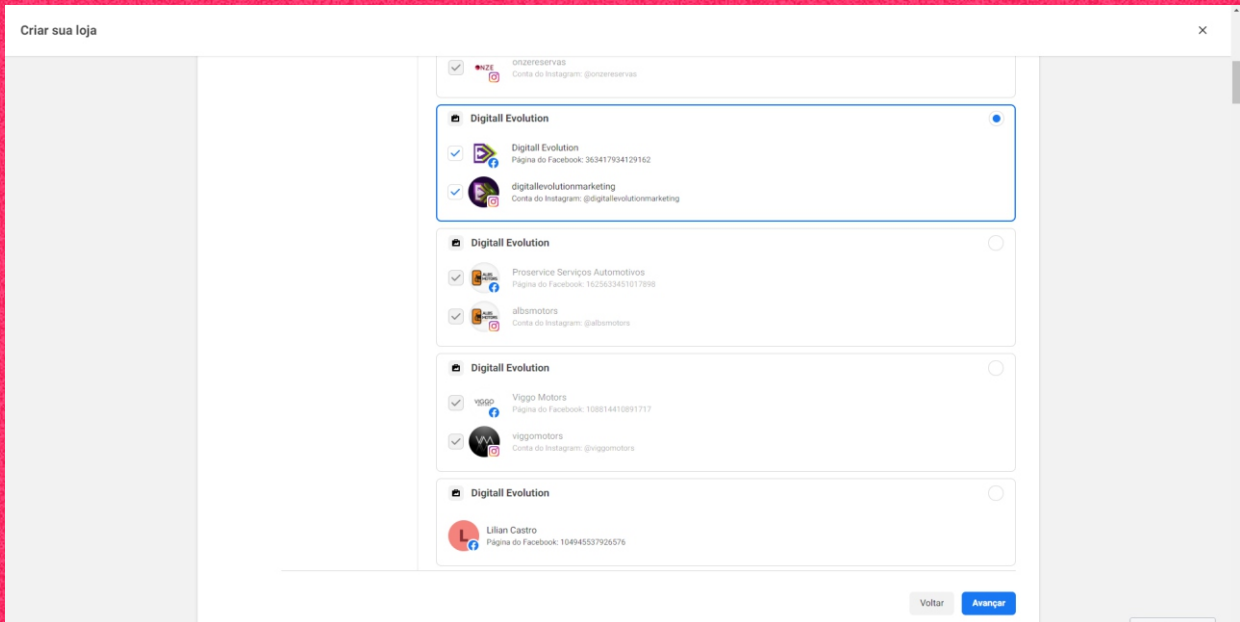
# Crie sua loja através do gerenciador de catálogos



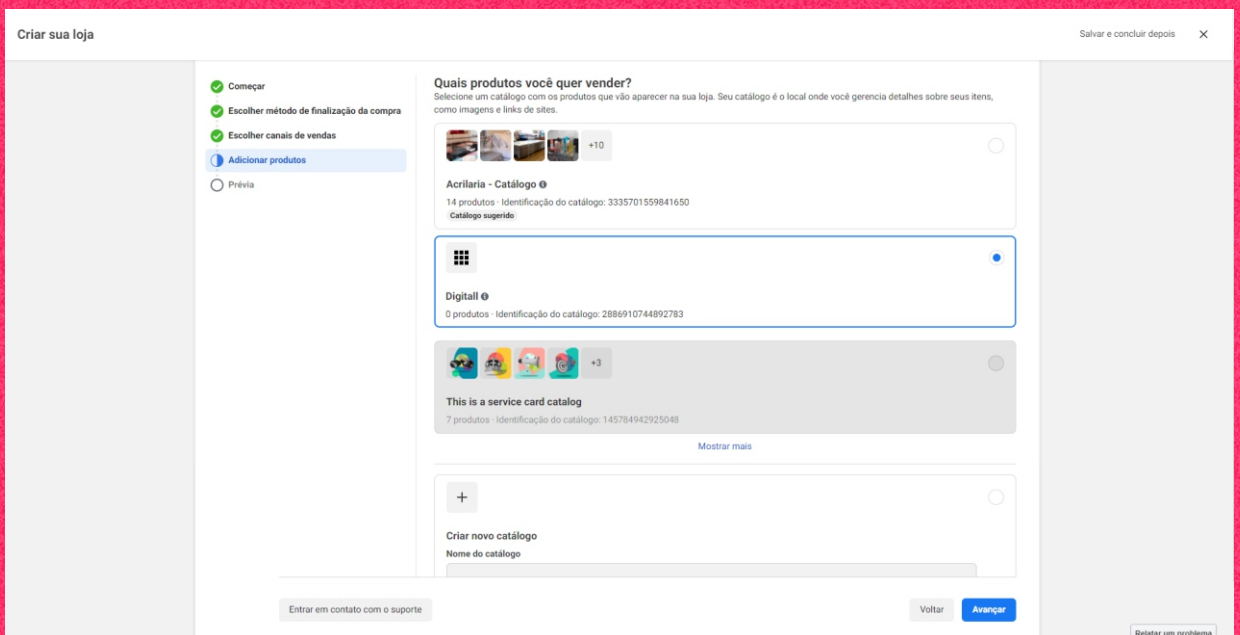
Acesse o gerenciador de catálogo e clique em lojas



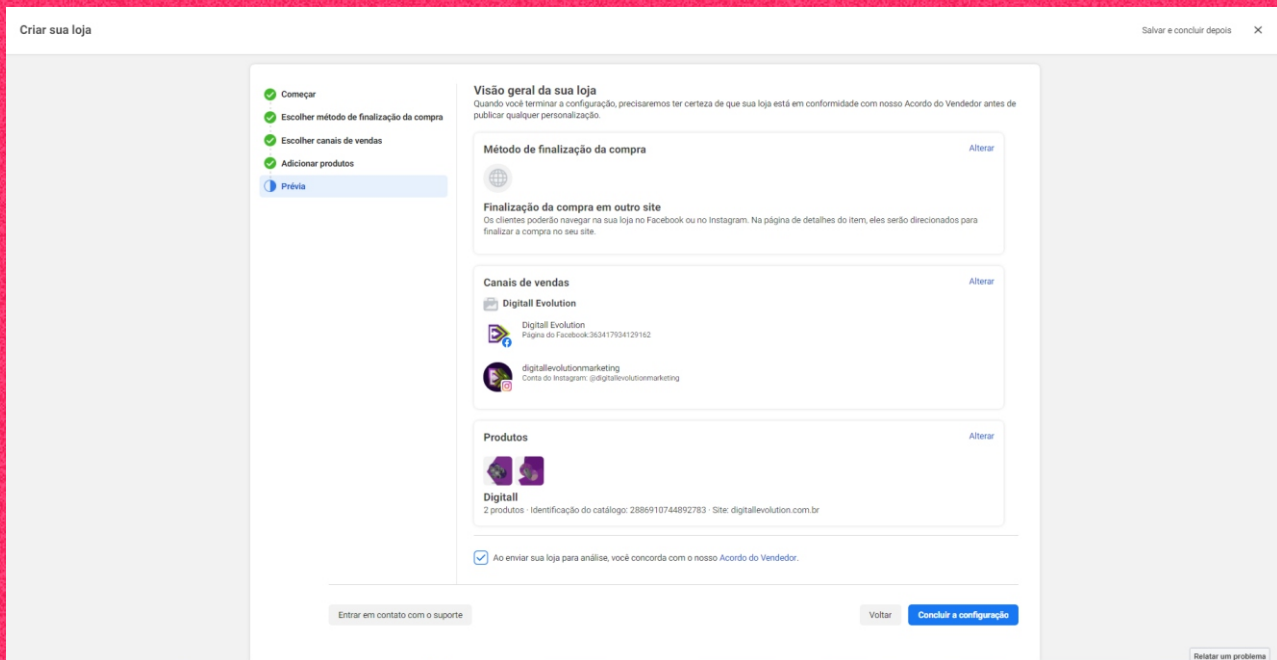
Selecione a opção de finalização de compra desejada, em caso de e-commerce direcione o lead para seu site.



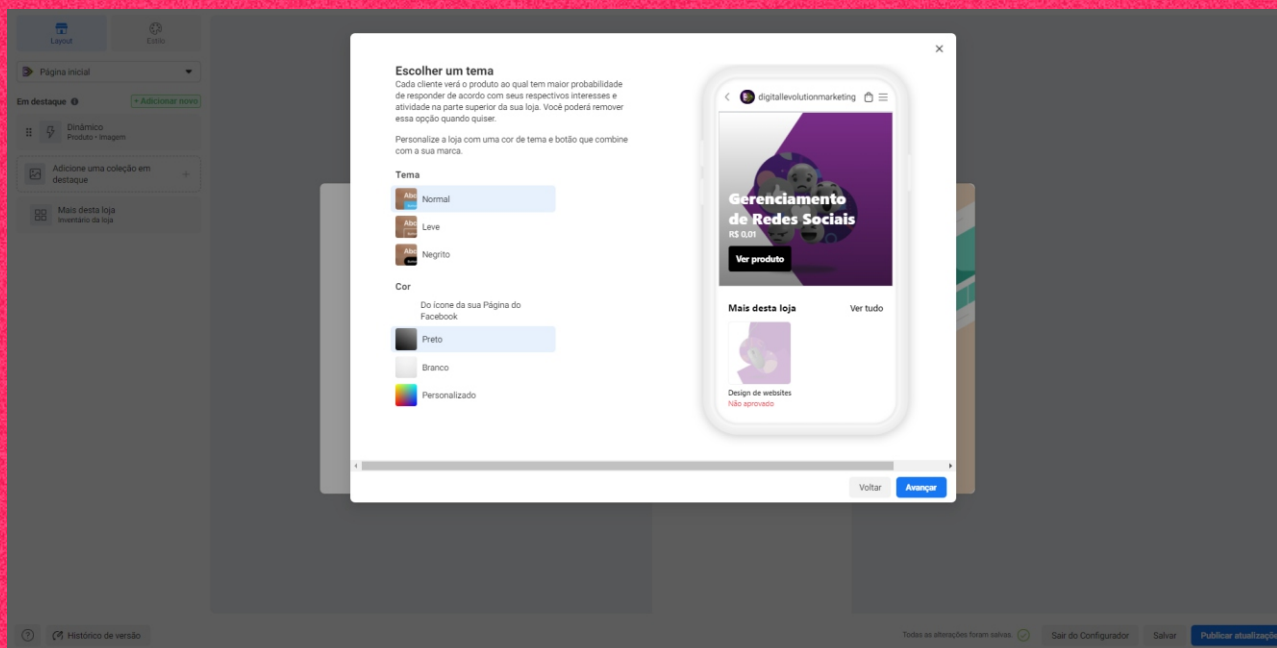
Selecione sua fanpage



Selecione um de seus catálogos ou crie um do zero.



Envie sua loja para avaliação e conclua a configuração



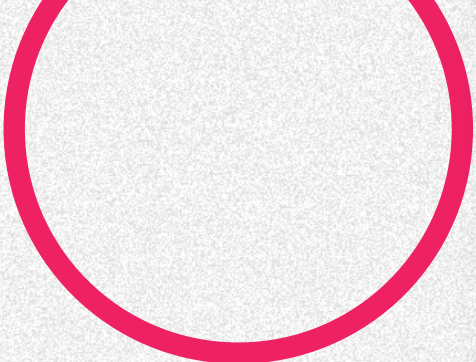
Você pode personalizar sua loja como achar mais adequado

Agora você deve aguardar a  
verificação do Facebook, após  
concluída a verificação você deve  
acessar o instagram e clicar em  
**configurar Compras pelo  
Instagram**

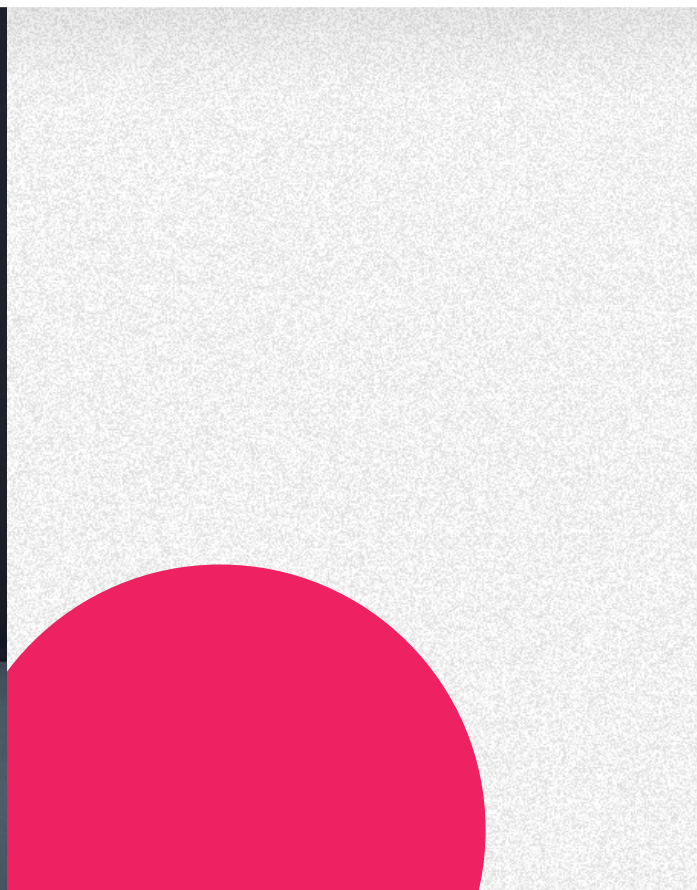
## O Algoritmo

Embora o algoritmo aconteça em ordem de interesse, há momentos que ele também age por temporalidade ou seja, é mostrado conteúdos novos e recentes a cada momento que a rede social é usada, apesar de parecer cronológico, não é, por isso chama-se temporalidade, varia pelo tempo de uso dos perfis, por isso confunde-se um pouco com a ordem cronológica.





Outra forma que surge no seu feed é por engajamento tanto da sua parte quanto dos perfis que você segue, varia da interação das contas com os seguidores. Pode acontecer de você ter muita interação com algum amigo seu e deste modo as publicações dele aparecer para você em primeiro sempre, mas também pode ocorrer de você acompanhar uma marca e mesmo que você não interaja com ela, há interação por parte de outros usuários que a seguem e resulta de aparecer primeiro para você.



Para marcas, é importantíssimo a parte de interação com seus seguidores, para que assim alcance um público maior através do algoritmo da rede social e torne-se um perfil interessante e referência nas buscas, para aparecer em destaque para seus seguidores ou em campanhas.

**Resumindo; os três pontos que moldam o funcionamento do algoritmo do Instagram são temporalidade, engajamento e relacionamento.**

## Dicas para marcas terem alcance através do algoritmo

- Poste conteúdos com uma frequência definida;
- Use hashtags otimizadas para alcançar pessoas que não te seguem ainda;
- Faça stories e interaja através do recurso;
- Responda as DMs (direct message);
- Faça lives.



# **INSTAGRAM ADS**

(o pulo do gato mora aqui)

Os links patrocinados do Instagram, nomeado de Instagram ADS, são para você impulsionar seu perfil na rede e atingir seu público-alvo, através de anúncios no feed ou nos stories dos usuários do aplicativo.

Quem utiliza deste recurso, busca visibilidade para atrair mais leads para sua marca, bem como aumentar o tráfego em seu perfil, site e afins.



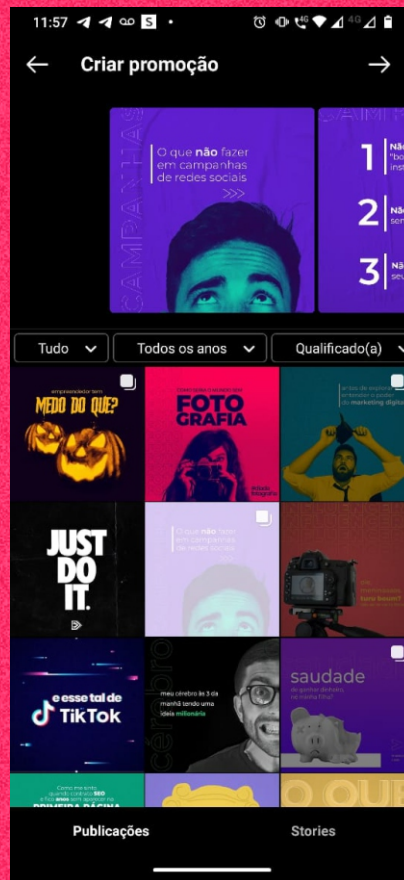


## Bora criar um anúncio?

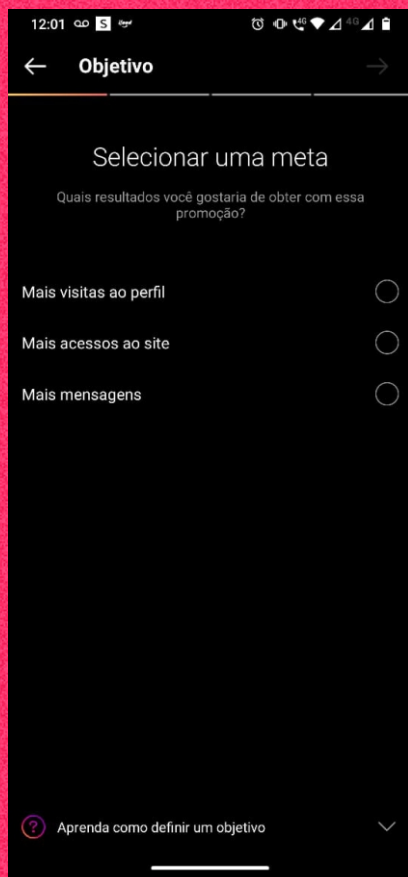
Para criar um anúncio, é necessário ter uma conta do seu negócio no Instagram que esteja vinculado ao Facebook, a partir daí terá as configurações do “Gerenciador de Negócios do Facebook”, que são fáceis de mexer e você pode investir de acordo com seu orçamento, decidindo qual será o formato disparado: foto, vídeo ou carrossel, dentro do story ou feed. Entretanto, também é possível anunciar direto do Instagram, mas o seu perfil deve estar como “conta comercial”. Quando a campanha é finalizada consegue-se mensurar os resultados.



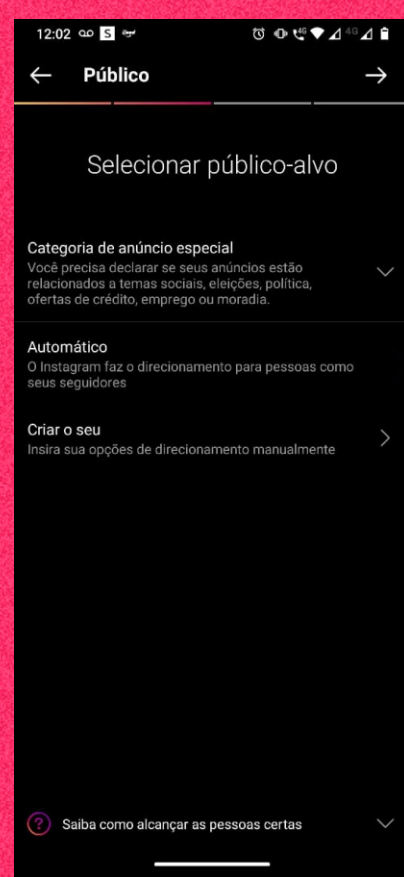
No Instagram clique em configurações e depois em Insights, por fim clique em criar promoção



Selecione a publicação da qual deseja promover



Defina o objetivo da sua promoção, se deseja mais acessos ao site, visitas ao seu perfil ou mensagens



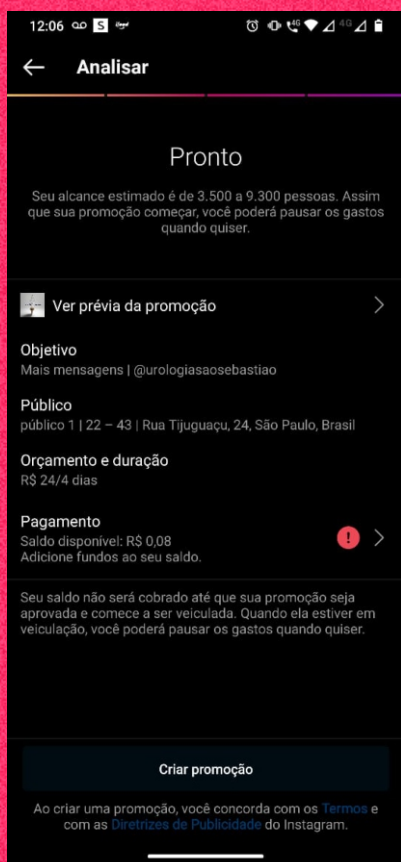
Clique em criar público-alvo



Dê um nome para o seu público, adicione a localização da qual seu anúncio irá aparecer, selecione os interesses do seu público **(parte muito importante)** e por fim a idade dele.



Selecione o valor por dia de anúncio veiculado e a quantidade de dias que deseja que ele fique disponível, acima você pode verificar o valor total deste anúncio.



Verifique as informações e se tudo estiver correto basta clicar em criar promoção

## **ATENÇÃO**

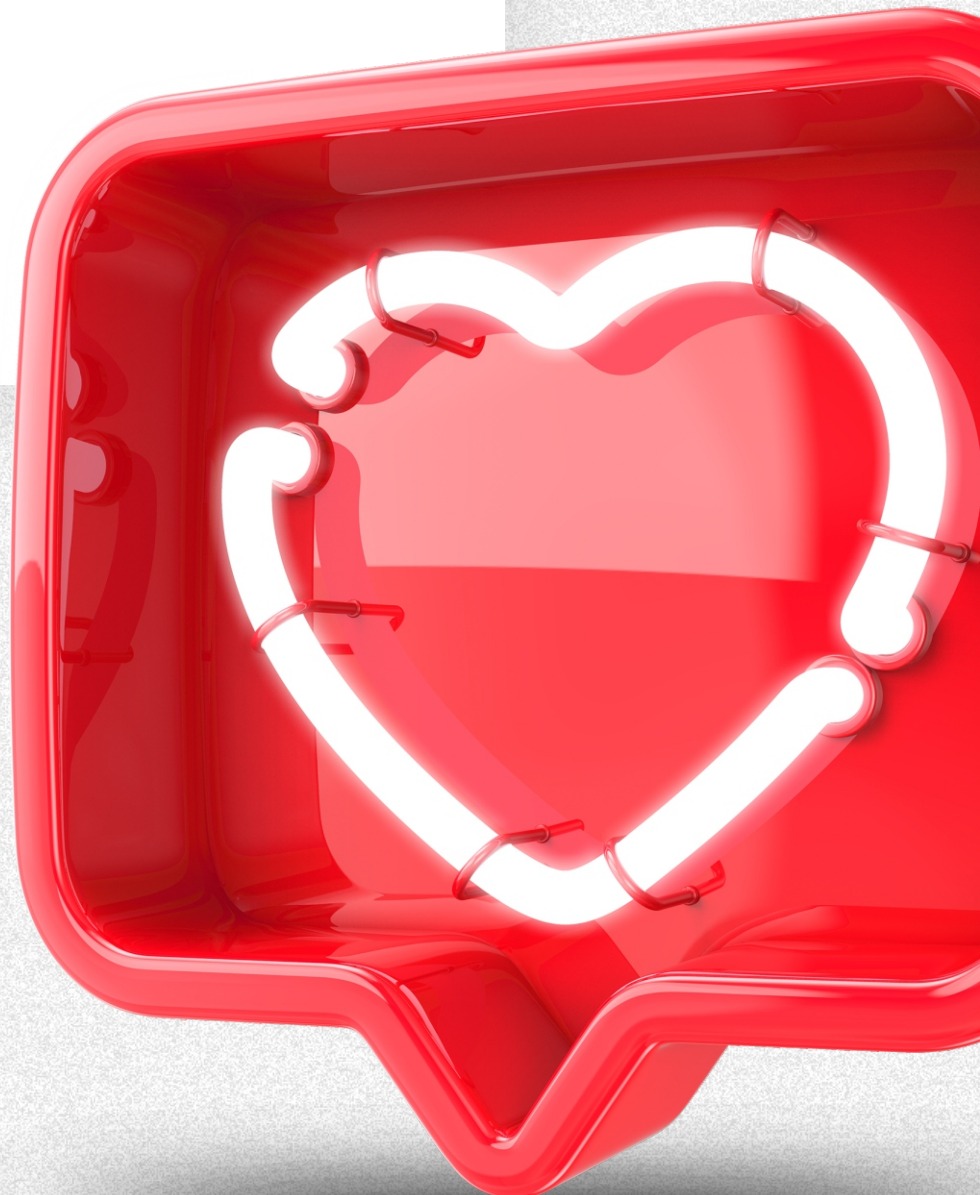
este não é um anúncio completo, mas sim uma forma prática de impulsionar publicações de maneira simples.

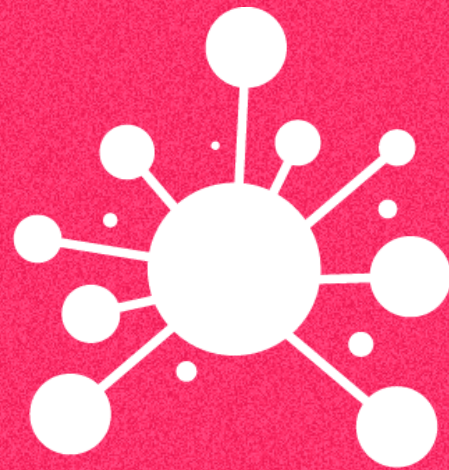
Para fazer um anúncio completo com melhores resultados:

**[CLIQUE AQUI](#)**

## DM

Ao responder os clientes por direct message do Instagram, você dá a oportunidade de eles falarem bem de você por responder a questão por ali, muitas marcas preferem usar canais mais formais, mas saiba que usar a plataforma da rede social ajuda a gerar engajamento em seu perfil e fideliza a clientela.





**INTEGRA  
MKT**