



novos FORMATOS para novos CAMINHOS

#10 PASsos

para potencializar o seu
negócio no Instagram em
tempos de pandemia



Sumário

Objetivo	4
Conteúdo	6
Planejamento	8
Novos formatos	10
Conte sua história	13
Ferramentas	14
Stories	14
Direct	15
Live	16
IGTV	16
Instagram ads	17
Modo: ativar!	18
Extra	20

CONTEÚDO



Vamos nos conectar?

O mundo vem passando por grandes transformações e a tecnologia está cada vez mais presente nesse movimento de evolução na comunicação, nas relações pessoais e na forma de consumo. O mundo é digital e nós também podemos ser.

Você que é empreendedor(a) ou trabalha na área digital, sabe a importância e a potência que essa plataforma apresenta no processo de posicionamento das empresas, e agora também do mundo. O que vemos hoje, diante deste cenário de coronavírus, quarentena, mudança de rotina e milhões de pessoas tendo que se adaptar a uma nova realidade, é que as redes sociais passaram a ter um papel ainda mais fundamental no nosso dia a dia, nos conectando às pessoas, às notícias, ao conhecimento e ao que desejamos consumir. Então, é hora de se conectar com o seu público!

Vamos Lá!

Nós da Via Press Comunicação, preparamos um conteúdo prático para você potencializar o seu negócio no Instagram em tempos de pandemia.



>> O que você deseja alcançar? >

Para o seu perfil comercial crescer ele precisa de atenção, dedicação, planejamento e ação. Dessa forma você consegue comunicar e atrair uma comunidade de seguidores engajados em sua causa. Mas antes de pensar no externo, no seu público, é preciso fazer uma viagem interna e profunda no propósito da sua marca no Instagram. Conhecer e traçar os seus objetivos vai te levar onde quer chegar dentro da plataforma.



Trace o seu caminho

É preciso definir o seu objetivo para traçar um caminho. O que você deseja alcançar com o Instagram? Quer transformar o perfil em vitrine para mostrar os seus produtos? Quer aumentar as vendas do seu site? Quer gerar vendas em aplicativo de entrega? Quer gerar credibilidade para sua marca? Pegue o papel e a caneta e comece a traçar os seus planos de ação com base no seu objetivo.

OBJETIVO

#



Conheça o seu público

Você está falando para quem? Entender o seu público é uma etapa importante do processo. Para desenvolver uma estratégia de comunicação, você precisa saber o tom de voz para falar com essa pessoa, quais são seus desejos e quais são seus problemas. A partir daí você vai saber de que forma o seu produto e/ou o seu serviço se encaixa no dia a dia do seu público-alvo. Essa proximidade pode ser feita com pesquisas nos stories, pessoalmente, com pesquisas de opinião, por meio do contato direto com os seus clientes e estando atento ao comportamento online dos seus seguidores.



Seu nicho

É importante saber o movimento que o seu mercado está fazendo. Não para copiar e seguir o fluxo, mas para você saber se destacar de forma estratégica. O que os meus concorrentes estão fazendo? Do que eles estão falando? Como eu posso me diferenciar deles? O que eles ainda não falaram que eu posso falar? Todos podem estar falando da mesma coisa, mas você precisa falar de forma diferente.



CONTEÚDO

Com a concorrência de tantas contas, pessoas e empresas postando ao mesmo tempo na plataforma, você precisa ter um conteúdo relevante para fidelizar o seu seguidor. O que além do seu produto você pode mostrar em suas postagens? O que seus seguidores mais gostam de ver em sua empresa? É importante testar. Nem todas as respostas teremos prontas, porque cada público se comporta de uma forma diferente, mas o teste nos dá esse feedback.

Lembrando que:
estamos na era do
conteúdo
e os seguidores esperam
autenticidade
e **criatividade**

Conteúdo relevante que você pode produzir:

Conteúdo factual

Estamos passando por uma crise global com o avanço da Covid-19. O movimento de distanciamento social que a pandemia gerou, mudou a forma das pessoas viverem, pelo menos neste período. A maioria das pessoas está em casa e é essa a hora de **estarmos mais conectados do que nunca**. Como sua marca, seu produto ou seu serviço podem ser úteis à essas pessoas neste momento? É entregando o produto em casa? Comunique essa entrega. Como ela está sendo feita, mostre os cuidados, o preparo. Seu serviço parou por tempo indeterminado? Comunique que parou de funcionar, mas que continua perto do seu cliente. Dê dicas de como ele pode fazer o serviço que você prestava, estando em casa.

-
-
-
-
-

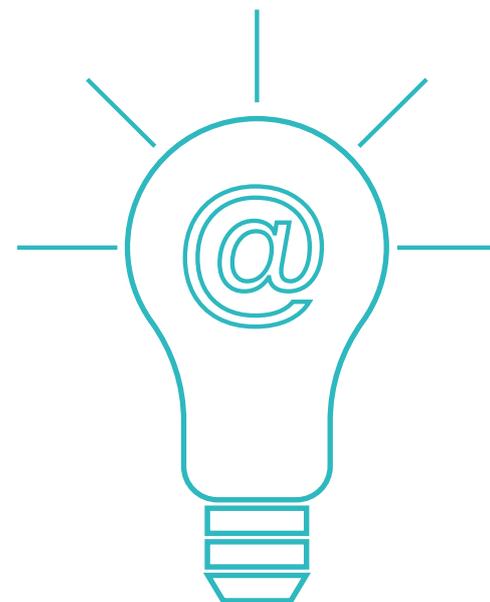
CONTEÚDO

Comunique o seu diferencial! O seu nicho de negócio vai falar do mesmo tema, mas você precisa conhecer e potencializar o que no seu produto é diferente. Por exemplo: todos os copos são feitos de vidro, todos os seus concorrentes postam fotos do copo de vidro. Mostre que o seu vidro veio de tal país, mostre quem foi o artesão que fez o copo, conte a história dele, mostre o caminho que o copo faz para chegar até sua loja. **Agregue história, alma e personalidade** ao seu produto.

Diferencial

Tutorial

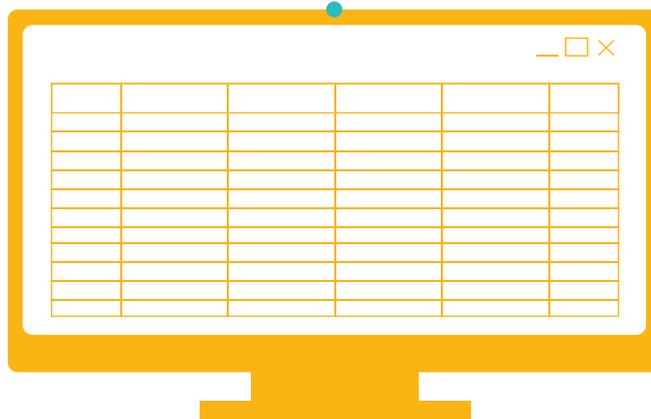
Passe um pouco do seu conhecimento para o seu público. Isso não enfraquece a procura dele pelo seu serviço, mas fideliza, ajuda e multiplica a presença da sua marca no cotidiano dele.



Referências

Suas referências e inspirações não só podem como devem fazer parte do seu repertório de conteúdo. Se o mar está ligado ao conceito do seu negócio, fale sobre ele, traga o visual das ondas para o feed, dê dicas sobre as marés. Fale sobre as pessoas que admira, as pessoas que trabalham com você e sobre tudo que está motivando o seu negócio. As pessoas querem saber!

Tendo o seu objetivo e o conteúdo bem definidos é hora de planejar! Se você já tinha um cronograma de postagens antes do Coronavírus, pode rasgar que vamos começar do zero. Todo planejamento tem que ser atualizado para o momento que o negócio está vivendo, adaptando para as necessidades de cada semana, combinado? Prepare a planilha do Excel ou qualquer outra plataforma que preferir e planeje! ●●●●●●●●●●



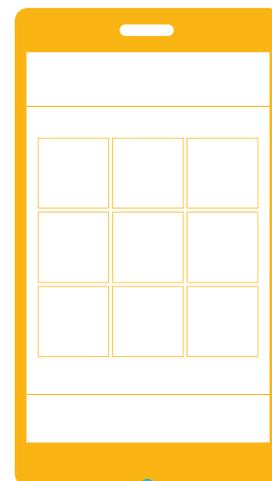
Campanhas ●●●●●●●●●●

Uma boa maneira de segmentar o seu conteúdo e dar mais visibilidade e profundidade a ele, é organizando as suas postagens por campanhas. Defina o assunto, dia de início e de término da campanha e descreva o conteúdo e o formato de cada postagem dessa campanha.



Postagem

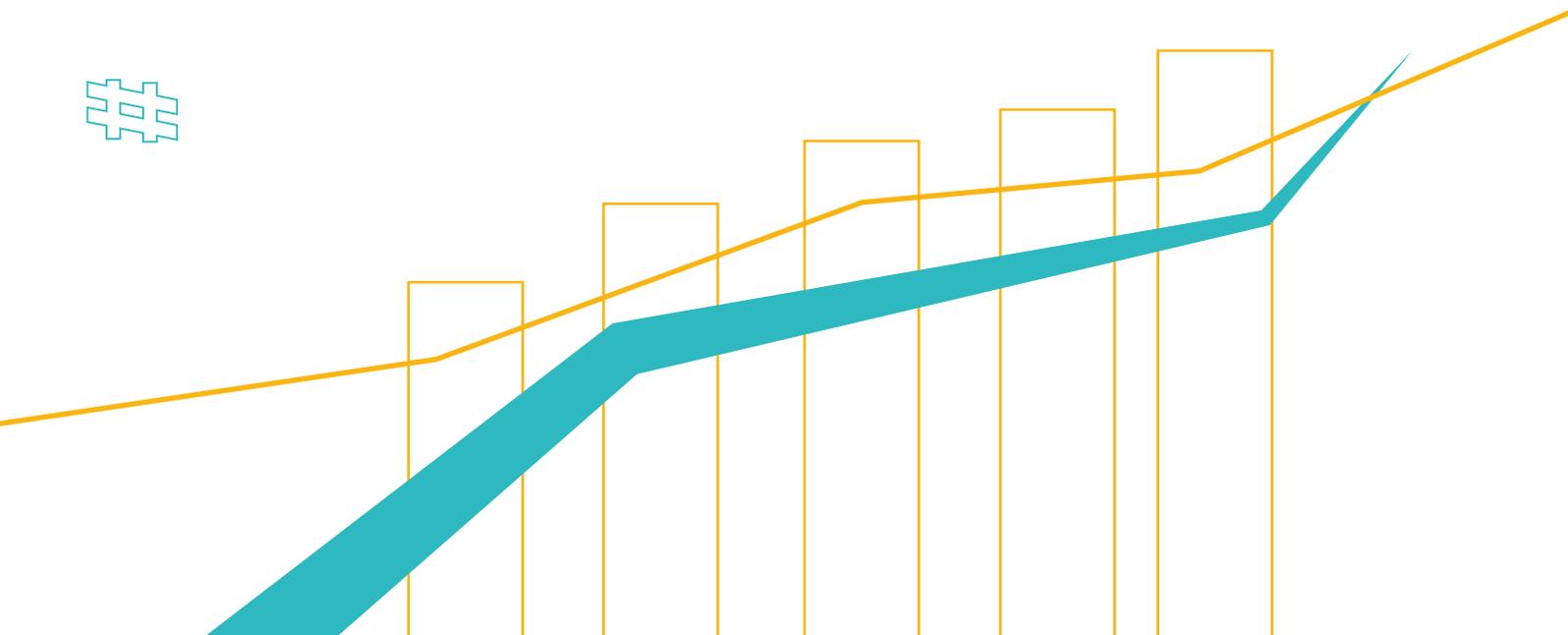
Só poste se for relevante. Ter frequência nas postagens é **fundamental**, mas não adianta postar para cumprir tabela. Por isso definir o post de cada dia e preparar esse material com cuidado e antecedência ajuda a você manter o movimento e o conteúdo da sua página.



O que postar?

Faça uma análise de cada dia do mês e planeje o seu conteúdo nos dias que fazem sentido postar cada assunto. Fique sempre atento(a) ao calendário, às datas comemorativas e aos feriados. Eles podem gerar conteúdo e se transformar em oportunidade para o seu negócio.

Conteúdo do seu negócio + datas especiais + repost estratégico + inspirações + dicas + bastidores + história da marca + factual + depoimentos do seu cliente



A palavra de ordem é: **reinvente-se!**



Novo de novo

Todos estão tendo que se adaptar aos novos formatos impostos pelo distanciamento social. Ser flexível e se **reinventar neste momento é fundamental** para a sobrevivência do seu negócio. Como você pode criar novos formatos para funcionar? É estando em aplicativos de entrega? É fazendo e entregando congelados? É oferecendo o seu serviço em domicílio? É mudando o foco da sua produção temporariamente? Há diversas possibilidades de ajudar o seu negócio e as pessoas a atravessarem essa crise juntos. Use a sua experiência de reinvenção para motivar o seu público.



NOVOS FORMATOS

Foto: Daily Nouri / unplash.com



Afeto

Como o mundo está vivendo uma situação sem precedentes e de muitas incertezas, **o afeto, a união e a empatia** têm sido fundamentais neste momento. Então, estar presente, entender a necessidade do seu cliente hoje, oferecer condições especiais e enviar bilhetinhos junto com a mercadoria parecem detalhes, mas fazem toda diferença. O afeto também pode vir apenas pelo digital, com postagens sobre músicas, filmes e exercícios que o seu seguidor pode fazer em casa.

NOVOS FORMATOS



Juntos somos mais fortes

Temos visto grandes empresas se juntarem em prol dos seus clientes, como exemplo das empresas Claro, Vivo, Oi e Tim, que se uniram, pela primeira vez, para uma campanha conjunta que incentiva as pessoas a ficarem em casa para ajudar a conter a disseminação do novo coronavírus.

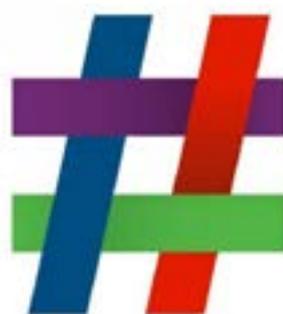
Convide o restaurante vizinho para dividirem o serviço de delivery, chame a amiga artista e façam uma parceria oferecendo embalagens com frases positivas para tempos difíceis. Junte-se, agregue e potencialize!

**AS OPERADORAS
UNINDO FORÇAS
PARA QUE VOCÊ
#FIQUEBEM
FIQUEEMCASA**

Claro, Oi, TIM e Vivo se uniram contra o vírus.

As maiores empresas de telecomunicação do país somando esforços para garantir que o trabalho, o estudo e as horas de lazer das pessoas continuem mesmo que à distância, enquanto houver a orientação de isolamento social.

Tudo para você continuar conectado ao que realmente importa, sem sair de casa.



**FIQUEBEM
FIQUEEMCASA**



MOVIMENTO TODOS JUNTOS CONTRA O VÍRUS.

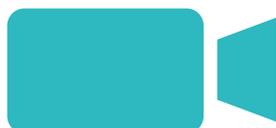
#NOVOS FORMATOS

As pessoas se identificam com histórias reais!

O seu caminho até aqui te torna único. Você sabe a sua motivação de ter o seu negócio, os desafios que enfrentou e o que fez para realizar. Isso traz a essência da sua marca, e não tem nenhuma referência mais eficaz que essa. A verdade e o entusiasmo com que você faz o seu trabalho devem estar nas redes também, como uma extensão da sua empresa.

Making of

Aplicamos esse método em um dos nossos cases no Via Digital, na cobertura do nosso cliente Camarote Expresso 2222, no Carnaval de Salvador. Criamos a hashtag **#FamíliaExpresso**, e além de 'trazer o seguidor para dentro do camarote', através dos stories mostrando todos os espaços e todos os momentos da festa em tempo real, nós fizemos uma série especial mostrando os bastidores do camarote e toda a família (a equipe) que faz o Expresso 2222 acontecer todos os anos no Carnaval com a mesma qualidade há 22 anos. Tivemos um engajamento surpreendente e um crescimento expressivo durante a cobertura.



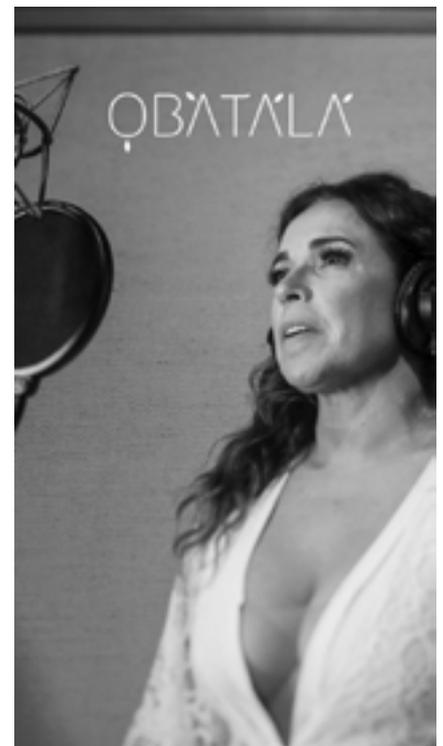
Stories Direct IGTV Live

Antes de falar sobre as ferramentas que estão em alta no Instagram preciso falar um pouco de **algoritmo**. Ele é a lógica do Instagram. A plataforma utiliza essa inteligência para direcionar ao usuário o conteúdo que ele quer ver. Funciona assim: ele avalia o comportamento de cada perfil e prioriza os assuntos que ele mais gosta e as pessoas que ele mais fala, de forma que apareçam no topo do seu feed.

Sabendo disso, vamos aos canais dentro do Instagram:

Stories

Já não é novidade que o conteúdo mais direto e mais rápido do Instagram está em alta, e que o público passa mais tempo olhando os stories do que o feed. Os stories permitem essa comunicação mais próxima com o seguidor, com a possibilidade de ferramentas como a caixa de perguntas, enquetes e gifs. Outra potência dos stories é a técnica do storytelling, contar uma história de forma única através das lâminas dos stories, como nós do núcleo digital da Via Press Comunicação (@viapresscomunicacao) utilizamos no projeto Obatalá (obatalagantois). Com o Instagram feito do zero, contamos a história de todos os personagens que fizeram parte do disco em forma de storytelling e salvamos nos destaques, como um livro memória.



FERRAMENTAS

FERRAMENTAS

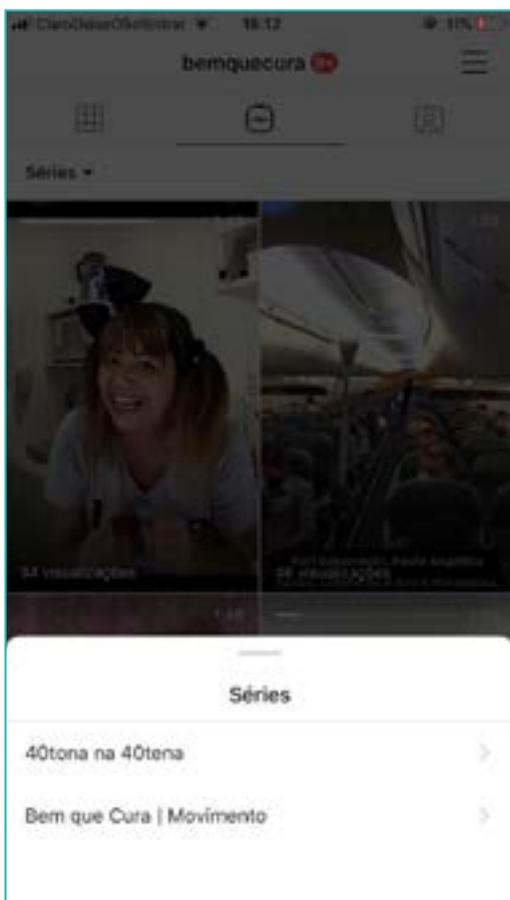


Direct

As mensagens por *direct* são as interações com mais poder para o algoritmo. Com essa atividade o Instagram define com quem você tem mais intimidade. Por isso, converse com os seus seguidores de forma direta, pergunte como foi a experiência dele com o seu produto, interaja com cada mensagem que receber.



IGTV



O IGTV pode ser um grande passo no seu perfil. Ele é uma função relativamente nova no Instagram e nem todas as marcas utilizam essa ferramenta em suas contas comerciais. O espaço funciona como um canal do YouTube e pode ser segmentado por diferentes séries. É ideal para postar vídeos mais longos.

Conteúdo: solte a criatividade, você pode criar o que quiser! Por exemplo, nós da @viapresscomunicação criamos um perfil que propõe conectar e inspirar as pessoas com o compartilhamento de notícias e práticas do bem. Um convite para a cura coletiva. Para o formato colaborativo da página, apostamos no IGTV para lançar as séries que criamos de diferentes áreas, com profissionais da arte, da saúde e da comunicação.

Os vídeos do IGTV têm até 20% a 30% de entrega nos feeds, pois o algoritmo é mais favorável para esta ferramenta no momento.

Live

Está em alta na quarentena! Se antes a live era uma possibilidade distante, durante a quarentena ela se tornou um dos principais canais no Instagram. Isso gera mais uma possibilidade de conexão com o seu público. Mas lembrando que, só faça uma live se tiver conteúdo. Precisa de planejamento, roteiro e facilidade com o vídeo. Se ainda não tem essa desenvoltura, que tal convidar um especialista que fale sobre sua área? Você pode promover um bate-papo, uma noite de leitura de poesias, um tutorial de gastronomia, de moda e do que linkar com o seu negócio. Se arrisque! **(com planejamento)**.

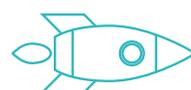
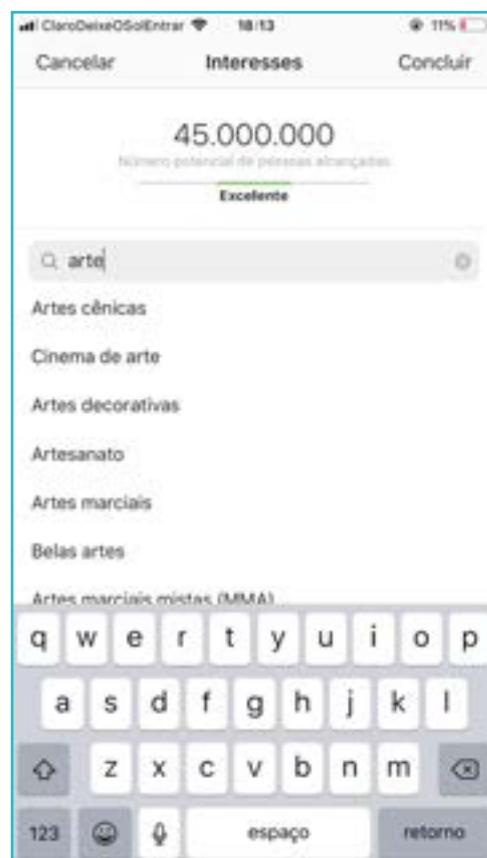
Vamos

impulsionar!

INSTAGRAM ADS

O Instagram Ads é uma forma de veicular anúncios tanto no feed quanto nos Stories da rede social. Esses anúncios são veiculados nos formatos de fotos, vídeos e carrossel com sequências de fotos ou vídeos. A ferramenta pode ser usada com o objetivo de gerar cliques, conversões, instalações de aplicativos, visualizações de vídeos, acessos no seu site ou visitas no seu perfil.

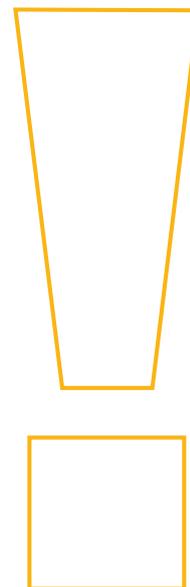
- Defina um valor de investimento mensal (comece com valores 'baixos'), escolha uma publicação com alta taxa de engajamento e que tenha pouco texto na imagem (até 20%);
- Escolha a localização que o conteúdo será divulgado de forma estratégica para o seu negócio;
- Segmente o seu anúncio de acordo com o público-alvo;
- Crie o público através de interesses que estejam ligados ao seu negócio;
- Faça a análise dos resultados para te guiar no próximo impulsionamento.



#MODO: ATIVAR!

Papel e caneta nas mãos que essa dica é de ouro: conecte on e off para gerar experiências para o seu público. Vivemos na era da EXPERIÊNCIA. Você não vende mais um produto ou oferece apenas um serviço: o seu cliente quer comprar e quer viver a experiência que a sua marca promove. Está tudo conectado!

A união de ações que ligam o online e o offline geram essa experiência completa para o seu consumidor e para o público que você ainda deseja alcançar.



- Usar a mesma identidade visual na comunicação off e on;
- Estender a experiência ao vivo para o digital: sua marca pode promover uma palestra sobre o seu nicho de mercado > desenvolva uma campanha no Instagram com dicas sobre o assunto que será abordado na palestra > grave a palestra e divulgue no IGTV com os melhores momentos > grave uma mini série de vídeos com esse mesmo especialista dando dicas exclusivas sobre o seu negócio e poste no feed. **Gere experiências!**



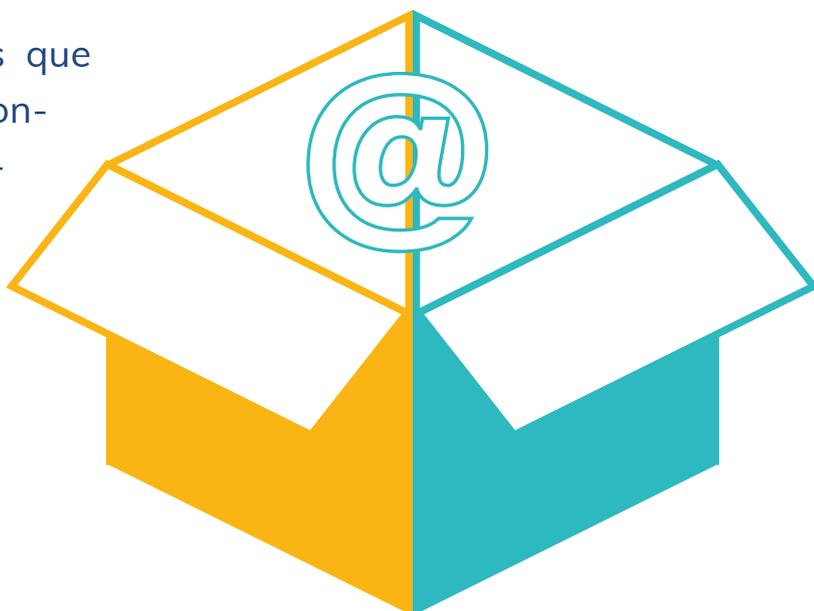
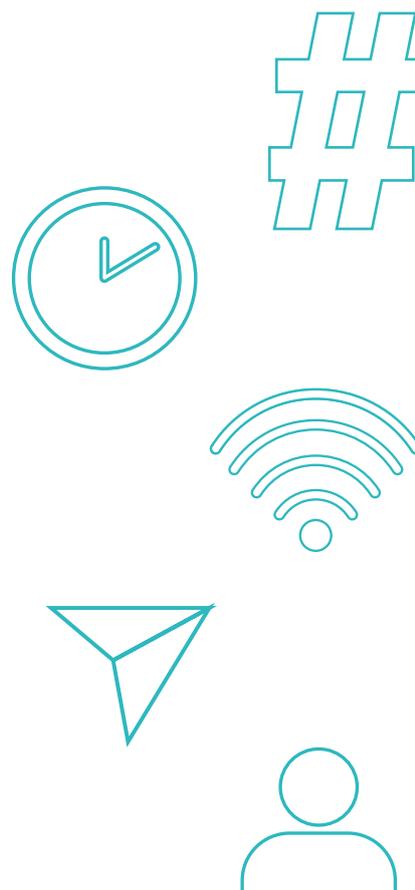
MODDO: ATIVAR!

- Faça conexão com influenciadores digitais para dar mais alcance à sua ação! Outro case de sucesso do nosso núcleo digital da @viapresscomunicacao foi o **#DesafioCowParade**. Realizamos uma ação com um grupo de influenciadores para a CowParade Brasil, na edição de Salvador em 2019. Selecionamos 30 influenciadores digitais, enviamos uma mini vaquinha (escultura icônica do projeto) com material de pintura e lançamos o desafio: a vaquinha mais bonita ganharia um prêmio. Fizemos a votação nos stories, unimos o on, o off e a influência de cada perfil escolhido e o resultado foi um record de interação e de alcance.



No último passo do nosso e-book trago uma caixinha cheia de práticas simples, mas que fazem toda a diferença no desempenho das suas postagens e no crescimento do seu perfil.

- Analise o seu @: o nome está coerente com o posicionamento do seu negócio no digital?
- Organize o seu perfil: biografia, foto do perfil, links, contatos e localização. Seu perfil é a vitrine da sua marca!
- Tenha personalidade: use linguagem, emojis e conteúdo que façam parte da personalidade da sua empresa.
- Compartilhe: faça repost das marcações e replique postagens de outros perfis que se relacionam com seu nicho.
- Desenvolva legendas que conversem com o contexto e que comuniquem de forma leve e clara. Ah, e não esqueça de incluir as hashtags que são mais utilizadas para o seu nicho.





+55 71 3505 0000
+55 71 991 279 155
digital@viapress.com.br

  viapresscomunicacao



VIADIGITAL