

# CAMPANHA 3 — INSTAGRAM REELS VIRAL

Objetivo: transformar o Instagram em um funil de aquisição constante, utilizando **Reels de alto impacto**, virais e focados em **pais, atletas, clubes e influenciadores esportivos**.

**Meta real:**

**80.000 a 220.000 novos usuários/mês**, combinando conteúdo orgânico + colaborações + hashtags estratégicas.

---

## 1. POR QUE O INSTAGRAM É CRÍTICO PARA O PROJETO

O público-alvo da Vitrine de Craques está dentro do Instagram:

- Pais de atletas jovens
- Jogadores 13–25 anos
- Empresários
- Olheiros
- Treinadores
- Escolinhas de futebol
- Clubes regionais

O Instagram também tem forte peso visual — perfeito para **Tico**, vídeos cinematográficos, selos de validação e prints reais da plataforma.

---

## 2. ESTRUTURA DE POSTAGEM

**2 a 4 Reels por dia**

Horários recomendados:

1. 12h
2. 18h
3. 21h

Além disso:

- 1 story com CTA por dia
  - 1 story com prova social por dia
  - 1 story do Tico “chamando” o público por semana
-

## 3. TIPOS DE CONTEÚDO QUE VIRALIZAM NO INSTAGRAM

### 3.1. Conteúdo Cinematográfico com Tico (Alta Viralização)

Vídeos de 6–14 segundos usando IA:

Temas:

- Tico mostrando contrato de atleta
- Tico comemorando selo verificado
- Tico explicando o gov.br
- Tico gravando seu primeiro vídeo de highlights
- Pais assinando contrato do filho

Esses vídeos impulsionam salvamentos e compartilhamentos — principais fatores do algoritmo.

---

### 3.2. Conteúdo Educativo Rápido (Formato “Carrossel em Vídeo”)

Exemplos:

- “3 passos para virar jogador de futebol usando apenas o celular”
- “Como gravar highlights perfeitos”
- “Como funciona o selo verificado da Vitrine de Craques”
- “Como o gov.br protege atletas menores”

Formato: 8–12 segundos com texto curto na tela.

---

### 3.3. Conteúdo de Prova Social / Autoridade

Altíssimo poder de conversão:

- Print dos novos atletas cadastrados
- Prints dos selos de perfis verificados
- Depoimentos de pais
- Mensagens de agradecimento de atletas reais
- Vídeo mostrando gráficos reais de crescimento

A cada 10 Reels, pelo menos 3 devem ser prova social.

---

### 3.4. Conteúdo de Bastidor / Backstage (muito forte no Instagram)

Exemplos:

- “Por trás da criação da plataforma Vitrine de Craques”
- “Como uma equipe técnica valida cadastros dos atletas”
- “Como Tico foi criado”
- “Como gravamos vídeos com IA”

Isso gera credibilidade e engajamento.

---

### 3.5. Conteúdo de Tendência (usando áudio viral)

Tico fazendo:

- Reações
- Explicações rápidas
- Humor leve
- Frases motivacionais

Fórmula:

**Tendência + Tico + Mensagem curta da plataforma**

---

## 4. FORMATO PADRÃO DE REELS (ALTA PERFORMANCE)

1. **0–1s:** Gancho forte  
“Atenção atletas e pais!”
  2. **1–4s:** Apresentar valor  
“Seu vídeo pode ser visto por olheiros e empresários reais.”
  3. **4–8s:** Prova
    - Mostrar selo
    - Mostrar gráfico de cadastros
    - Mostrar prints
    - Mostrar Tico com contrato
  4. **8–12s:** CTA direto  
“Crie seu perfil gratuitamente hoje. Link na bio.”
-

## 5. FERRAMENTAS (ESSENCIAIS PARA CRESCIMENTO)

### Criação de vídeos

- Kling AI
- VEO3
- Sora
- Runway Gen-3  
Custo: 0–300/mês

### Edição profissional

- CapCut Premium (ideal para Reels)
- InShot

### Automação e crescimento

- Metricool (agendamento) – R\$ 60/mês
  - IGTools (análise)
  - Notion (calendário editorial)
- 

## 6. HASHTAGS ESTRATÉGICAS (USO FIXO)

Sempre usar no final da descrição: #VitrineDeCraques #Atleta #Futebol #Base #Olheiro  
#EmpresárioDeJogador

#JogadorDeFutebol #Soccer #GovBr #AssinaturaDigital

#FutebolBrasileiro #Clubes #Craque #RecrutamentoEsportivo

Essas hashtags posicionam o conteúdo nas categorias corretas do Instagram.

## 7. CALENDÁRIO 30 DIAS (EXECUÇÃO)

### Semana 1 — Construção de Autoridade

- 14 Reels
- 7 stories
- 2 provas sociais

Meta: 8k–20k usuários

## Semana 2 — Viralização

- 21 Reels
- 7 stories com CTA

Meta: 20k–60k usuários

## Semana 3 — Explosão

- 21 Reels
- 10 provas sociais
- Bastidores

Meta: 30k–80k usuários

## Semana 4 — Conversão

- 14 Reels
- 20 stories
- Foco nos CTAs

Meta: 20k–60k usuários

Se bem executado, o Instagram entrega:

**80.000 a 220.000 novos usuários/mês**

---

## 8. CUSTO TOTAL DA CAMPANHA (30 DIAS)

Recurso	Custo estimado
Produção com IA	R\$ 0–300
Edição com CapCut Premium	R\$ 0–30
Automação (Metricool)	R\$ 60
TOTAL	<b>R\$ 60 a R\$ 390/mês</b>