

Script Executivo: Estratégia de Engajamento e Captação de Alunos no Instagram

Objetivo: Aumentar a visibilidade orgânica, fortalecer o relacionamento com a comunidade e converter seguidores em alunos novos, utilizando a diversidade de foco dos professores.

1. Visão Geral e Pilares de Conteúdo

A estratégia é ancorada na diversidade da equipe de professores, transformando cada foco em um pilar editorial distinto e rico. Isso atrai diferentes nichos de público-alvo:

Professor Foco Principal (Pilar) Público-Alvo Tom do Conteúdo

Professor A Performance e Competição Atletas, aspirantes a competidores, busca por excelência.
Aspiracional, Técnico, Dinâmico.

Professor B Defesa Pessoal Adultos, especialmente mulheres, preocupados com segurança e autoconfiança.
Informativo, Sério, Prático, Empoderador.

Professor C Taekwondo Infantil Pais e responsáveis, buscando desenvolvimento e disciplina para os filhos.
Educativo, Acolhedor, Focado em Benefícios.

[Export to Sheets](#)

2. Estratégias Fundamentais de Engajamento e Tráfego Orgânico

2.1. Tráfego Orgânico (Alcance)

Reels Constantes: Publicar 3 a 5 Reels por semana, focando em conteúdo dinâmico para atingir a aba Explorar e não-seguidores.

SEO no Instagram: Incluir palavras-chave relevantes na Bio e Legendas (ex: "Taekwondo [Sua Cidade]", "Defesa Pessoal", "Aula Infantil").

Hashtags Estratégicas: Variar entre local, nicho e conteúdo (#Taekwondo[Cidade], #DefesaPessoalFeminina, #TaekwondoKids).

UGC (Conteúdo Gerado pelo Aluno): Incentivar e repostar marcações de alunos nos Stories para usar a rede de contatos deles.

2.2. Técnicas de Storytelling (Conexão)

A Jornada do Herói (Transformação): Publicar depoimentos (vídeos) de alunos, focando na dor antes da academia (insegurança, timidez, sedentarismo) e na transformação alcançada.

Humanização Diária: Usar os Stories para mostrar os bastidores, a preparação da aula, o café do professor. Crie o sentimento de Comunidade.

Conteúdo de "Como": Criar mini-tutoriais em carrosséis ou Stories (Ex: "Como dar o primeiro passo", "Como cuidar do Dobok").

3. Plano de Conteúdo por Pilar (Ideias de Reels)

Pilar (Professor) Título / Gancho (Foco) Tipo de Conteúdo e Ação

A: Performance "3 Segredos que Ninguém te Conta sobre o Chute Rotatório" Reel Técnico: Câmera lenta de um golpe perfeito, seguido por 3 dicas rápidas (Rotação, Contato, Retorno).

A: Performance "Rotina 5AM: O que um Competidor de Taekwondo Faz Antes do Sol Nascer" Reel Aspiracional: Montagem rápida e motivacional mostrando disciplina e treino funcional.

A: Performance "Teste de Reação: Você é Rápido o Suficiente?" Reel Interativo/Desafio: Professor A realizando exercícios de agilidade com pads ou cones em alta velocidade.

C: Infantil "Seu filho não te escuta? Veja como 3 meses de Taekwondo mudam o jogo!" Reel de Benefício: Focado na disciplina. Cenas de crianças cumprimentando, alinhando-se com foco e respeito.

C: Infantil "Concentração Máxima: O Treino que Parece Brincadeira" Reel Educativo: Cenas de exercícios lúdicos que desenvolvem coordenação motora e concentração.

C: Infantil "Ela era muito tímida, mas olha o que o Taekwondo fez..." Reel de Depoimento: Vídeo de pais falando sobre a superação da timidez e o aumento da autoconfiança dos filhos.

B: Defesa Pessoal "Não Lute Contra a Força! 1 Técnica de Taekwondo que Salva em Situações de Risco" Reel Prático/Urgente: Simulação segura de escape de agarramento, mostrando técnica rápida e eficaz.

B: Defesa Pessoal "NÃO FAÇA ISSO! O Mito da Defesa Pessoal que Vão te Enganar" Reel Educativo: Professor B desmistificando um erro comum de segurança e mostrando a correção adequada.

B: Defesa Pessoal "A Luz no Escuro: Como a Faixa Branca Aumenta sua Confiança" Reel de Transformação: Focado em alunos iniciantes que ganharam autoconfiança nas primeiras aulas.

Export to Sheets

4. Calendário Editorial Semanal (Constância)

Dia da Semana Foco do Conteúdo Formato Principal Pilar (Professor)

Segunda Motivação e Rotina Reel Professor A (Performance)

Terça Educação e Dicas Carrossel ou Stories de Quiz Professor B (Defesa Pessoal)

Quarta Humanização/Bastidores Stories (com enquete) Todos / Academia

Quinta Transformação Reel ou Carrossel Professor C (Infantil)

Sexta Técnica Rápida Reel Curto (15-20s) Professor D/E (Dica Rápida)

Sábado Comunidade Post Estático Todos / Eventos

Domingo Recuperação e Reflexão Stories de Pergunta Professor E (Filosofia)

Export to Sheets

5. Estratégias de Conversão e Interação

5.1. CTAs e Bio

CTA Primário: Foco em Aula Experimental Gratuita (ou com desconto).

Bio: Link direto (WhatsApp ou Formulário) e CTA claro: "Agende sua Aula Experimental Gratuita!"

Destaques Essenciais: Criar e manter Destaques organizados por público: "Kids", "Defesa Pessoal", "Horários", "Professores".

5.2. Script de Conversão em Direct Message (DM)

O objetivo é levar o seguidor do interesse casual ao agendamento de uma aula experimental, mantendo um tom acolhedor e profissional.

Script de 3 Frases para DM de Novos Leads:

Acolhimento e Agradecimento: "Olá! Que ótimo ter você por aqui! Ficamos felizes com seu interesse. Seja bem-vindo(a) à nossa comunidade de Taekwondo!"

Qualificação e Oferta Direta: "Para te ajudar a começar, você busca a aula mais focada em Performance, Defesa Pessoal ou Taekwondo Infantil? Oferecemos uma Aula Experimental 100% Gratuita!"

Chamada Final (Facilitação): "É só me dizer qual o melhor dia/horário para você, ou clicar no link da nossa Bio para ver a grade completa. Qual a melhor opção para você hoje?"

6. Métricas de Sucesso (KPIs)

O sucesso é medido pela capacidade de alcançar, engajar e converter.

Categoria	Métrica Chave	Objetivo
Descoberta	Alcance de Não-Seguidores	Acima de 50% do alcance total (via Reels)
Engajamento	Salvamentos e Compartilhamentos	Alto valor, indica que o conteúdo é útil e gera alta relevância algorítmica.
Conversão	Cliques no Link da Bio	Alto volume, indicando que o CTA está funcionando.
Conversão FinalLeads (Aulas Experimentais) vindos do Instagram		A equipe deve sempre perguntar: "Como você nos conheceu?" para atribuir o resultado à plataforma.