

# Como fazer suas primeiras vendas no Instagram

Este material irá te ajudar a realizar as primeiras vendas de forma orgânica para a sua audiência nas redes sociais. Nele você encontrará uma sugestão de cronograma para apresentação de oferta ao seu público que utiliza como base o Instagram, portanto, sinta-se à vontade para adaptá-lo ao seu tom de voz e comportamentos de mercado.

Para melhor aproveitamento é importante que o preencha enquanto assiste à aula com o especialista do Academy.

## O Instagram e seus formatos de conteúdo

Para estarmos todos na mesma página é importante que além de entendermos quais os formatos de conteúdos possíveis de produção e consumo dentro do Instagram, entendamos também que cada um deles possui um objetivo diferente, com alcance e engajamentos diferentes. Ou seja, não existe formato melhor ou pior, existe o que melhor se adequar ao seu contexto.

	Story	Reels	Feed
Duração	Até 1 min	Até 1min30	Vídeos longos ou imagens estáticas
Objetivo	Fortalecer conexão com os seguidores	Viralizar e aumentar a audiência	Oficializar comunicações
Tempo de vida	24h	É um conteúdo perene, mas tem ciclo de vida de alcance por volta de 15 dias	Perene
Nível de produção	Conteúdo rápido e prático de menor produção	Vale se dedicar na roteirização e edição para reter a atenção do espectador	Intermediário



Formato	Vertical (16:9)	Vertical (16:9)	Multiformatos
---------	-----------------	-----------------	---------------




**Tenha em mente:** esse período de apresentação da oferta do seu produto é um período em que você aumentará o número de conteúdos produzidos e naturalmente o engajamento do seu perfil para no auge dessa audiência você apresentar a sua oferta.

## Cronograma de apresentação de oferta

Esse espaço abaixo você irá preencher conforme o seu dia de melhor audiência que pode ser conferido na página de insights do seu Instagram e partir disso basta registrar os 4 dias anteriores e os 3 dias posteriores.

**Exemplo:** caso o seu melhor dia de engajamento seja quinta-feira, você preencherá abaixo do melhor dia com “quinta-feira” e o dia do mês que você apresentará a oferta ao seu público; depois contará os 4 dias anteriores, sendo o dia 1 de aquecimento o domingo, o dia 2 a segunda e assim por diante.

Dia 1	Dia 2	Dia 3	Dia 4	 Melhor dia de engajamento do perfil	Dia 6	Dia 7	Dia 8



Utilize o espaço abaixo dos dias da semana para documentar o que você planeja realizar em cada um desses dias e abaixo você pode conferir a nossa sugestão de atividades para incrementar o seu cronograma.



## Aquecimento e apresentação de oferta

### Dia 1:

<b>Conteúdo</b>	Crie um desafio nos stories relacionado ao conteúdo do seu produto. A ideia é que ele não seja tão complexo de ser resolvido e a resposta seja dada idealmente por resposta ao story.
<b>Objetivo</b>	Atrair engajamento ao perfil. Quando uma pessoa interage com o seu perfil e gera relacionamento por meio do envio de mensagem, o Instagram entende que essa pessoa quer receber mais conteúdo e com isso você aquece o seu público para receber as novidades até o grande momento de apresentação da oferta.
<b>Exemplos</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Qual peça de roupa combinaria mais em um determinado look</li><li>• O que está sendo feito de errado em determinado exercício</li><li>• Provocação sobre como preparar determinado prato.</li></ul>

17

### O seu conteúdo do Dia 1




## Dia 2:

<b>Conteúdo</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Dar resposta do desafio (stories ou reel)</li><li>• Gerar expectativa: gravar story dos bastidores dizendo que gostou do engajamento e que está preparando uma novidade para o seu público relacionado a isso.</li><li>• Criar enquete perguntando quem está curioso com essa novidade (essa parte é fundamental para gerar uma lista de possíveis interessados)</li><li>• Publicar mais um desafio como o do dia anterior</li><li>• Abrir caixinha de perguntas para solucionar as dúvidas do seu público e, sempre que possível, conectar com a novidade que está por vir.</li><li>• Publicar story com spoiler ao fim do dia (um time lapse trabalhando, uma foto com filtro borrado ou um vídeo para gerar curiosidade e antecipação)</li></ul>
<b>Objetivo</b>	<p>Aumentar o engajamento com o desafio e as interações que está conseguindo e aproveitar para começar a gerar curiosidade para a novidade que irá lançar.</p> <p>Nesse momento você começará a identificar quem está mais conectado e, portanto, mais perto do momento da compra.</p>

### 17 O seu conteúdo do Dia 2



 **Otimize seu tempo:** boa parte desse conteúdo podem e devem ser gravados com antecedência para que você possa se dedicar ao relacionamento com seus seguidores.

### Dia 3:

<b>Conteúdo</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Dar resposta do desafio (stories ou reel)</li><li>• Gerar antecipação: fazer considerações sobre o desafio nos stories e apresentar uma data (utilize a figurinha de lembrete do Instagram) para a apresentação da novidade em 2 dias.</li><li>• Importante que o seu conteúdo periódico não pare nesse meio tempo, afinal, sua audiência está sendo aquecida e é super importante continuar variando os formatos para atrair novos seguidores e consolidar o seu relacionamento com eles.</li><li>• Postar mais um desafio para manter o engajamento.</li></ul>
<b>Objetivo</b>	Aprofundar a curiosidade do seu seguidor mais fiel, afinal, você não precisa aqui focar em volume, mas em qualidade de comunicação. Agora eles terão uma data a qual se prender.

 17

### O seu conteúdo do Dia 3



🎯 Aprenda com o engajamento que está tendo qual formato de conteúdo performa melhor e otimize sua produção.

#### Dia 4:

<b>Conteúdo</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Dar resposta do desafio (no formato que você entender que converteu melhor)</li><li>• Entregar mais conteúdos de bastidores: diga que está sendo prazeroso trabalhar com esse projeto, que vê muita identificação com o seu público e que preparou com muito carinho para eles.</li><li>• Reforce a data da apresentação da oferta</li><li>• Entregue mais um spoiler (varie sempre o formato)</li></ul>
<b>Objetivo</b>	<p>Esse dia tem como objetivo reforçar o relacionamento que você já vem gerando na produção do seu conteúdo e falar sobre objetivos, pretensões, sonhos e comentar sobre bastidores.</p> <p>Conecte-se com o seu público para que ele se conecte com você.</p>

#### 17 O seu conteúdo do Dia 4



## ★ Dia 5: o dia da apresentação de oferta

<b>Conteúdo</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>● Apresente a novidade para o seu público no formato que mais te agrada, mas segue uma recomendação: o reels tem um potencial de alcançar mais pessoas e te permite roteirizar e produzir melhor o conteúdo dessa grande novidade.</li><li>● Chamar cada pessoa que se conectou ao seu reel na DM com uma mensagem padrão humanizada convidando-a para o checkout</li><li>● Busque aprofundar seu relacionamento entendendo o que chamou atenção da pessoa</li><li>● Anote também as objeções que levaram ela a não fechar</li><li>● Lembra que no dia 2 você abriu uma enquete de possíveis interessados? É hora de voltar no resultado e chamar seguidor por seguidor que se mostrou curioso dizendo que lançou essa novidade e mandar o reel para elas.</li></ul>
<b>Objetivo</b>	Esse é o dia principal para apresentar sua oferta e recomendo começar o dia lembrando que esse é o dia especial e que você apresentará essa novidade no melhor horário para o seu público (segundo o que você aprendeu por meio dos insights da conta)

### Estruturando o seu reel de vendas perfeito:

É hora de colocar a mão na massa e sintetizar a oferta em um Reels de 1min30. Aqui eu te dou a dica de gravar da maneira com que se sentir mais à vontade e depois editar para ter um discurso bem amarrado e fazer caber no tempo limite.

É recomendado sempre personalizar a capa e para te ajudar nessa tarefa de passar todo conteúdo em 1min30 segue um roteiro de estrutura de reel:

1. Primeiros 5-10s: gerar curiosidade falando que chegou o momento de contar sobre a novidade
2. Se apresentar com autoridade
3. Falar da dor
4. Falar para quem é o produto
5. Apresentar a solução
6. Gatilho de urgência e escassez (fechará as vendas em 3 dias)
7. Chamada para a ação!



## Exemplo de reel:

### **Primeiros 5 a 10 segundos (chamar atenção):**

Não existe coisa pior do que ter que fazer uma dieta restritiva! E eu digo mais, se alimentar bem nem deveria ser uma tarefa exaustiva. Mas vou te mostrar que isso é possível 😊

### **Apresentação com autoridade:**

Sou o Felipe, sou chefe de cozinha há 10 anos com experiências fora do país e por aqui ensino todo dia você a se alimentar bem sem perder o prazer da refeição.

### **Falar da dor:**

Quem nunca chegou em casa cansado depois de um dia de trabalho e pensou “hoje eu mereço pedir uma pizza”, mas depois bateu aquele arrependimento por gastar e ainda furar a dieta?

### **Para quem é:**

Eu já passei por isso e sei que pra quem trabalha fora de casa e tem filhos para cuidar é realmente cansativo ter que ser inovador na cozinha. Ou a gente cai na mesmice e perde o prazer de se alimentar, ou a gente fura a dieta e ainda atropela o orçamento planejado.

### **A solução:**

Quando vi que isso era um problema pra 90% de quem passou dos 30, tive que colocar a minha formação em gastronomia à prova e desenvolvi uma metodologia que vai te fazer gastar menos que um jantar fora por semana e ainda a se alimentar. E isso tudo gastando menos de 30 minutos por dia! E melhor: sujando pouca louça. 😊

### **Urgência e escassez:**

Mas eu não tenho condições de dar atenção a todo mundo, então estou abrindo as vendas por apenas 3 dias e para no máximo 50 pessoas, porque quero garantir que conseguirei ajudar vocês nesse desafio.

### **Chamada para ação:**

Se você se identificou e quer entender mais sobre essa minha metodologia, comenta aqui no vídeo “Eu quero” que vou te chamar pra te contar mais. Beleza?

Ah e não deixe de me seguir, tenho certeza que vou te ajudar!





★ **O mais importante: a chamada para ação** (ou do inglês Call to action, ou CTA) é fundamental e muitas vezes subestimada. Quem se interessou quer saber claramente o que precisa fazer e para essa estratégia sugiro que peça uma ação simples ao seu seguidor como, por exemplo, comentar uma palavra específica que você o chamará no privado.

 17

Agora é com você!

Escreva aqui o roteiro do seu roteiro de apresentação de oferta

Primeiros 5 a 10 segundos (chamar atenção):

Apresentação com autoridade:

Falar da dor:


Para quem é:

A solução:

Urgência e escassez:

Chamada para ação:



 **Atenção:** link nos stories costumam reduzir o alcance da publicação, portanto priorize chamadas para ação alternativas como reagir a um story, comentar uma publicação ou te chamar no privado. Isso inclusive tende a melhorar o seu engajamento pelo volume de mensagens e reações recebidas.

## Dia 6:

<b>Conteúdo</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Dia de reforçar a sua oferta via stories</li><li>• Reforce as dores de quem sente esse problema e apresente a solução (não se esqueça da chamada para ação)</li><li>• Reforçar a escassez e urgência do seu produto (prazo limite para aquisição)</li></ul>
<b>Objetivo</b>	Nem todo mundo interessado comprará no primeiro momento, então esse é o seu momento de converter 1 pra 1 para aumentar seus resultados e relembrar da sua oferta.

### 17 O seu conteúdo do Dia 6



## Dia 7:

<b>Conteúdo</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Dia de reforçar a sua oferta via stories</li><li>• Reforce para quem é esse produto e apresente a solução (não se esqueça da chamada para ação)</li><li>• Reforçar a escassez e urgência do seu produto (prazo limite para aquisição)</li></ul>
<b>Objetivo</b>	Nem todo mundo interessado comprará no primeiro momento, então esse é o seu momento de converter 1 pra 1 para aumentar seus resultados e relembrar da sua oferta.

### 17 O seu conteúdo do Dia 7



## Dia 8:

<b>Conteúdo</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• O último dia disponível para compras, portanto, reforça a urgência dizendo que as vendas estão sendo fechadas.</li><li>• Poste depoimentos de quem fechou e busque sempre manter uma comunicação próxima com potenciais compradores</li><li>• Utilize bastante os stories para dizer como foi realizador passar por esse processo, agradecer o público e dizer que são as últimas horas.</li><li>• Continue com o engajamento nas mensagens (essa é sua principal fonte de aquisição)</li><li>• Feche o carrinho</li><li>• Poste um story dizendo como foi incrível esse momento e quer cada vez mais investir em ensinar o seu público a alcançar seus objetivos.</li><li>• Deixe outra enquete perguntando quem se interessaria em participar de uma segunda turma (essa lista pode ser importante para chamar cada um em off ou utilizar para a abertura do carrinho em um próximo momento).</li></ul>
<b>Objetivo</b>	<p>Não se apegue necessariamente com o resultado em vendas, aqui é o momento de viver a experiência de lançar seu primeiro produto, impactar a sua audiência, validar oferta, ouvir seu público e dar seus primeiros passos no mercado de produtos digitais.</p> <p>Aprenda com os erros e feedbacks e busque sempre otimizar essa estratégia.</p>

### 17 O seu conteúdo do Dia 8

👉 Agora é hora do mão na massa! Vamos colocar isso em prática e começar a vender!

