




Semana 1: Fundamentos e Planejamento

1. Organize sua identidade visual

- **Paleta de cores:** Escolha até 5 cores que representem sua marca (ex.: azul para confiança, branco para clareza). Use ferramentas como [Coolors](#) para criar combinações.
- **Fontes:** Escolha duas fontes consistentes – uma para títulos e outra para textos.
- **Templates:** Use apps como Canva ou Adobe Express para criar designs padrão que sejam visualmente atraentes e fáceis de editar.

2. Revise seu perfil

- Foto de perfil: Use uma imagem profissional (com traje formal ou semi-formal) ou o logo da sua marca.
- Bio:
Exemplo de bio otimizada:
 Especialista em imóveis em [Cidade/Região]
 Compra, venda e locação
 Atendimento via WhatsApp (link abaixo)
- Link na bio: Configure um linktree ou Linkbio para redirecionar visitantes para:
 - WhatsApp para contato direto.
 - Seu site ou portfólio de imóveis.
 - Redes sociais adicionais (LinkedIn, Youtube, por exemplo).

3. Planeje seu conteúdo

Crie categorias e temas para manter a consistência:

- **Imóveis:** Apresentação de imóveis à venda/aluguel (fotos e vídeos).
- **Educação:** Dicas práticas (ex.: “Como escolher o imóvel ideal”).
- **Depoimentos:** Compartilhe feedback de clientes com fotos antes/depois.
- **Tendências:** Fale sobre o mercado imobiliário (ex.: valorização de bairros).

Use uma planilha ou aplicativos como Trello ou Notion para organizar um calendário de postagens.

Semana 2: Produção de Conteúdo de Valor

1. Fotos e Vídeos de Qualidade

- **Fotografia de imóveis:** Use iluminação natural e ângulos amplos. Apps como Lightroom podem ajudar na edição.
- **Reels e vídeos curtos:**

- Tour virtual de imóveis (no máximo 60 segundos).
- Bastidores (ex.: visita técnica a um imóvel).
- Dicas práticas (ex.: “Documentos necessários para financiar um imóvel”).

2. Postagens informativas

Formatos recomendados:

- **Carrossel (10 slides):**
Exemplo: “5 coisas que você precisa saber antes de comprar um imóvel”
Slide 1: Título impactante.
Slides 2-9: Dicas rápidas.
Slide 10: Call to Action (“Salve este post!”).
- **Infográficos simples:** Explique impostos, taxas e financiamentos com visuais claros.

3. Storytelling e humanização

- Conte histórias reais de vendas ou conquistas, humanizando o processo.
- Mostre um lado mais pessoal: sua rotina, desafios e aprendizados como corretor.

Semana 3: Engajamento Ativo e Crescimento

1. Engaje com seu público

- Responda a **TODOS** os comentários e mensagens diretas.
- Faça Stories interativos:
 - Enquete: “Você prefere morar no centro ou em bairros mais tranquilos?”
 - Caixa de perguntas: “Qual sua maior dúvida sobre imóveis?”
- Realize lives semanais para tirar dúvidas ou apresentar imóveis ao vivo.

2. Networking no Instagram

- **Interaja com outros perfis:** Comente nas postagens de arquitetos, decoradores e construtoras da sua região.
- Faça parcerias estratégicas: Combine de fazer posts conjuntos ou Lives com profissionais do setor.

3. Invista em promoções pagas

- Escolha conteúdos que já performaram bem organicamente e promova para públicos segmentados:
 - Localização: pessoas próximas à sua região.
 - Interesse: "compra de imóveis", "decoração", "arquitetura".
- Use anúncios de imóveis específicos para atrair leads interessados.

Semana 4: Análise e Ajustes

1. Analise as métricas

- Use o **Instagram Insights** para monitorar:
 - Alcance: Quantas pessoas visualizaram seus posts.
 - Engajamento: Curtidas, comentários, compartilhamentos e salvamentos.
 - Cliques no link da bio.

2. Ajuste sua estratégia

- **Se Reels tiveram melhor engajamento:** Produza mais vídeos curtos.
- **Se carrosséis educativos performaram bem:** Aposte em temas como tendências do mercado ou dicas práticas.

3. Planeje o próximo mês

- Use as informações das métricas para criar um calendário de conteúdo mais direcionado.
- Inclua temas sazonais, como “dicas para comprar um imóvel no verão”.

Checklist Diário

- **Manhã:** Faça uma postagem ou Stories interativo.
- **Tarde:** Responda interações do dia anterior.
- **Noite:** Programe postagens para o dia seguinte ou planeje Reels.

Seguindo esse plano detalhado, você criará um perfil diferenciado e atrativo, capaz de atrair e reter clientes em potencial no Instagram.