

Análise PUV - ZARA Instagram

Apresentação Executiva

Slide 1: Visão Geral

Negócio: ZARA - Fast Fashion Global

Plataforma: Instagram @zara

Audiência: 62.2+ milhões de seguidores

Público-Alvo: 18-35 anos, consumidores urbanos fashion-forward

Score PUV: 14/20 (70%) - ★ BOM

Slide 2: Score Total



70% - Classificação: BOM

Pontuação por Categoria:

- ✓ Excelente (2/2): 5 critérios
 - ⚠ Parcial (1/2): 4 critérios
 - ✗ Crítico (0/2): 1 critério
-

Slide 3: Pontos Fortes

- ✓ **62.2M seguidores** - Maior base de audiência no fast fashion
 - ✓ **Consistência visual impecável** - Feed cuidadosamente curado, estética minimalista
 - ✓ **Diferenciação clara** - Ciclo 2-3 semanas design-to-shelf, escassez artificial
 - ✓ **Inovação em IA** - Realocação de inventário, geração de imagens de catálogo
 - ✓ **Público bem definido** - Targeting preciso: 18-35 anos em Instagram/TikTok
-

Slide 4: Pontos Críticos

- ✗ **Engajamento baixíssimo** - 190 EPI vs 400 de Forever21 (47x menos eficiente)
 - ✗ **Zero CTAs visíveis** - Conversão não é prioridade no Instagram
 - ✗ **Proposta de valor implícita** - Depende de brand awareness preexistente
 - ✗ **Integração fragmentada** - Instagram desconectado do e-commerce
 - ✗ **Estratégia passiva** - Sem campanhas, influencers massivos, ou ads
-

Slide 5: Benchmark Competitivo

Engagements por Post:

- **H&M:** 80k (39M total / 486 posts) - 73x mais eficiente que Zara
- **Forever21:** 52k (53M total / 1017 posts) - 47x mais eficiente
- **Zara:** 1.1k (1.9M total / 1700 posts)
- **Mango:** Pior desempenho (20x abaixo de H&M)

Engagements por Imagem (EPI):

- Forever21: ~400 EPI
- Zara: 190 EPI
- Uniqlo: 161 EPI
- Mango: 52 EPI

Conclusão: Zara sacrifica engajamento por brand equity e qualidade visual

Slide 6: Análise Detalhada - Critérios com Score 2/2

● Diferenciação Competitiva (2/2)

- Ciclo ultra-rápido: 2-3 semanas design-to-shelf
- Escassez artificial: lotes pequenos, renovação constante
- Zero publicidade massiva: lojas físicas + word-of-mouth

● Público-Alvo Definido (2/2)

- 18-35 anos, consumidores urbanos
- Instagram + TikTok = plataformas estratégicas

● Prova Social/Credibilidade (2/2)

- 62.2M seguidores = prova social massiva
- Décadas de credibilidade no fast fashion

● Consistência Visual/Marca (2/2)

- Feed minimalista, cores neutras, fotografia profissional
- Identidade de marca clara e reconhecível

● Potencial de Conversão (2/2)

- Força da marca + modelo de escassez = alto potencial
 - Instagram não é canal principal (estratégia multi-canal)
-

Slide 7: Análise Detalhada - Critérios com Score 1/2

⚠ Clareza da Proposta de Valor (1/2)

- Proposta existe mas não é explícita no perfil
- Depende de conhecimento prévio da marca

⚠ Comunicação dos Benefícios (1/2)

- Comunicação visual forte

- Falta messaging sobre velocidade, preço, qualidade

⚠️ Presença Digital Integrada (1/2)

- Instagram + TikTok presentes
- Estratégia fragmentada, links externos não visíveis

⚠️ Experiência do Usuário (1/2)

- Feed visualmente atraente
- Baixo engajamento = experiência passiva

Slide 8: Análise Detalhada - Critérios com Score 0/2

✗ Call-to-Action Claro (0/2)

Problema:

- Zero CTAs visíveis no perfil
- Estratégia minimalista extrema
- Sem direcionamento para conversão

Impacto:

- Audiência de 62.2M não é convertida
- Instagram vira apenas vitrine passiva
- Oportunidade de vendas perdida

Gap vs Competidores:

- H&M/Forever21 usam CTAs agressivos
- Zara confia apenas em brand pull

Slide 9: Recomendações Prioritárias (Quick Wins)

🎯 Top 3 - Implementação Imediata

1. Adicionar CTAs Estratégicos

- Bio: Link para "Nova Coleção" rotativo
- Stories: Swipe-up para produtos em destaque
- Impact: +30-50% conversão estimada

2. Explicitar Proposta de Valor

- Bio atual: [vazio/genérico]
- Bio sugerida: "Novas tendências a cada 2 semanas | Fast Fashion Sustentável"
- Impact: +20% clareza, melhor SEO

3. Ativar Instagram Shopping

- Tag produtos nos posts
- Catálogo integrado com e-commerce
- Impact: Conversão direta, track ROI

🚀 Top 4-7 - Médio Prazo

- 4. Aumentar Engajamento** - Polls, quizzes, UGC **5. Micro-influencers** - Autenticidade > mega campanhas **6. Urgência via Stories** - Edições limitadas, contagem regressiva **7. Humanizar Marca** - Responder comentários, mostrar bastidores
-

Slide 10: Roadmap de Implementação

Fase 1: Quick Wins (Semana 1-2)

- Atualizar bio com proposta de valor clara
- Adicionar link para coleção atual
- Criar template de Stories com CTA

Fase 2: Fundações (Semana 3-6)

- Ativar Instagram Shopping
- Testar 3-5 micro-influencers
- Implementar calendário de conteúdo interativo

Fase 3: Otimização (Mês 2-3)

- A/B testing de CTAs
- Análise de conversão por tipo de post
- Expansão de parcerias influencers

KPIs de Sucesso

- Engajamento: 190 EPI → 300+ EPI (meta: Forever21)
 - Conversão: 0% atual → 2-5% via Instagram Shopping
 - CTR Bio Link: 0% → 10-15%
-

Conclusão

Score Atual: 14/20 (70%) - BOM

Potencial de Melhoria: 18-19/20 (90-95%) - EXCELENTE

ROI Estimado:

- Investment: Baixo (ajustes de estratégia, sem custo adicional em ads)
- Return: Alto (conversão de 62.2M audiência existente)
- Payback: 1-2 meses

Próximo Passo: Implementar Quick Wins (Fase 1) e medir impacto em 30 dias.