

INSTAGRAM PARA CORRETORES DE IMÓVEIS

DICAS PARA UM
INSTAGRAM DE SUCESSO

LEITURA RECOMENDADA PARA
CORRETORES QUE SABEM DA
IMPORTÂNCIA DO MARKETING DIGITAL



CORRETOR

100%

Olá Corretor(a) de Imóveis,

Meu nome é Sidney Júlio e sou profissional da área de tecnologia desde a época que computador era sinônimo de tela preta e tínhamos que fazer tudo através de comandos... oh época trabalhosa!

Apaixonado por informática e por marketing digital, busco constantemente estudar, aprimorar, praticar e ajudar as pessoas a extraírem o melhor em seus projetos e atingirem os melhores resultados.

Sou professor Graduado em TI e pós-graduando em Marketing Digital, procuro ajudar pessoas normais a se tornarem empreendedores de sucesso e alavancarem seus negócios no mundo “*off-line*” e “*on-line*”.

Acredito muito que o sucesso está diretamente ligado ao nosso *mindset* em acreditar que sempre é possível. Contudo SUCESSO só vem antes de TRABALHO se for no dicionário.

Tenho certeza que esse pequeno conteúdo poderá contribuir significativamente em sua vida profissional, ele nasceu na minha experiência em prestar serviços para amigos corretores.

Grande abraço e sucesso!

Prof. Sidney Júlio

SJ CONTEÚDO DIGITAL

SUMÁRIO

1 - O INSTAGRAM	3
2- TENHA UMA CONTA COMERCIAL.....	5
3 – O ALGORITMO DO INSTAGRAM.....	12
4 - TENHA UMA BOA BIOGRAFIA	14
5 - SEMPRE USE HASHTAGS	19
6 – CAPRICHE NA LEGENDA	21
7 – APROVEITE OS STORIES	24
8 - PUBLICAR NO FEED OU NO STORY?.....	25
9 – NÃO FAÇA APENAS POSTAGENS DE VENDA.....	27
10 - CENTRAL DE AJUDA DO INSTAGRAM.....	28
11 - CONVITE	29
12 - CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	31

1 - O INSTAGRAM

O Instagram é uma das principais redes sociais da atualidade, com mais de 800 milhões de usuários no mundo inteiro.

E ele já é também o queridinho dos brasileiros nos colocando nas primeiras colocações como país com segundo maior público de usuários no mundo.



E o aplicativo tem se destacado muito para atividades comerciais, devido ao seu alto poder de engajamento.

Apesar de ser uma rede social onde a grande maioria dos usuários está buscando o entretenimento, sabendo utilizar de forma inteligente os vários recursos que ela oferece, é possível ter resultados incríveis para negócios em geral, inclusive **para o setor imobiliário**.

Ao prestar serviços de consultoria de gerenciamento de redes sociais para alguns amigos que trabalham com imobiliárias e corretores de imóveis, percebi que a grande maioria dos perfis podem melhorar muito com pequenas mudanças simples, mas que farão toda diferença na hora de suas divulgações.

E são essas pequenas mudanças que eu trago nesse e-book, que se aplicados, poderão te surpreender com os resultados.

Garantir quais serão esses resultados, infelizmente não posso, mas posso garantir que vale a pena tentar.

Leia o material e, principalmente, aplique o que aprender.

Boa leitura!

2- TENHA UMA CONTA COMERCIAL

Ao criar um perfil no Instagram você terá que escolher se sua conta será pessoal ou comercial.

Como o nome diz, a conta pessoal é aquela criada pelo usuário que quer usar o Instagram apenas para fins pessoais, como ver as fotos dos amigos, interagir, conversar, sem preocupação com negócios.

Muitos profissionais falham ao usar o Instagram pessoal para divulgação dos seus produtos e serviços, pois estão deixando de ter acesso a muitos recursos que são exclusivos para a conta comercial.

A conta comercial foi criada para que você realmente possa gerar negócio através do Instagram, com ferramentas que vão proporcionar um acompanhamento de perto de todo o desempenho do seu perfil na rede social.

Com uma conta comercial você poderá adicionar várias formas de contato que não existe no perfil pessoal e vai ter acesso a métricas importantes que vão possibilitar que você faça estratégias para atingir melhor seu público, fazendo o acompanhamento mais de perto do perfil com informações de onde eles são, qual a faixa etária, horário que mais interagem, publicações que eles curtem mais, engajamento das suas postagens, ou seja, praticamente um relatório completo de tudo que acontece no seu Instagram.

E o melhor de tudo, é que você não paga nada a mais por isso. É um serviço totalmente grátis.

Além disso tudo com a conta comercial você vai poder também fazer campanhas pagas, investindo em anúncios no Instagram, que fazendo da maneira certa, certamente vai te trazer muito resultado.

Então para usar o Instagram para negócios, se não fez ainda, é **fundamental** que você mude sua conta para uma **CONTA COMERCIAL DO INSTAGRAM**.



Veja abaixo resumidamente os benefícios da sua conta comercial:

2.1. Acesso a métricas importantes do seu perfil que irão te ajudar a conhecer mais sobre seus seguidores e como eles se comportam no Instagram, permitindo que você estabeleça estratégias de marketing mais efetivas, entendo qual as melhores hashtags a serem usadas, horários que as postagens tem melhor desempenho, tipo de conteúdo que dá mais resultado etc.



Através do menu “Informações”, como mostrado acima, com a conta comercial você terá acesso a:

- **Número de visualizações e visitas:** informação de quantas pessoas visualizaram seu post e de quantas pessoas visitaram o seu perfil.
- **Número de impressões:** com essa métrica você pode ver quantas vezes as pessoas visualizaram seu post. Ou seja, o número de impressões representa quantas vezes a sua postagem apareceu para as pessoas.
- **Atividade dos seguidores:** você vai saber a quantidade de pessoas que interagiram com as suas publicações, por meio de curtidas, comentários e compartilhamentos.
- **Número de cliques:** com essa métrica, você saberá o número de pessoas que acessaram o seu Link da BIO e, na seção de Stories, você também pode ver quantas pessoas arrastaram para cima para acessar seu link (disponível apenas para perfis com mais de 10.000 seguidores).
- **Quantas pessoas salvaram seu post:** saiba quantas pessoas salvaram a sua postagem no Instagram.
- **Respostas dos Stories:** informações sobre o número de pessoas que viram seus conteúdos dos Stories e responderam com uma mensagem direta.

- **Informações demográficas:** ter acesso a informações importantes sobre seus seguidores, como o gênero, as idades e as regiões predominantes.
- **Horários que seus seguidores estão ativos:** entenda quais são os horários e dias em que seus seguidores estão mais ativos no Instagram.

2.2. Novas Formas para seu Potencial Cliente Falar com Você

- Quando você ativa o perfil comercial do Instagram, você desbloqueia novos pontos de contato, facilitando que seus seguidores falem com você. Dessa forma, você pode adicionar um e-mail, um número de contato e o local do seu negócio, que vão ficar visíveis no seu perfil, abaixo da Bio do Instagram.

2.3. Poste automaticamente do Instagram para o Facebook

- Assim que você muda o seu perfil pessoal para o perfil comercial do Instagram, você tem a opção de integrar a sua página do Facebook com a sua conta.



- Como resultado disso, você consegue postar automaticamente do Instagram para o Facebook.
- Isso é ótimo porque você ganha tempo e consegue manter uma frequência de postagens nas duas redes sociais.

2.4 Aumente o número de acessos nos seus sites com o Link no Stories



- No Instagram, você só pode inserir links clicáveis, ou seja, que vão levar os seus seguidores à sites externos com apenas um clique, em 4 lugares: na Bio, nos anúncios pagos, nas mensagens diretas e nos Stories.
- Por isso, o Link dos Stories é um recurso que todo mundo quer ter no Instagram.
- Porém, você só pode desbloquear o “Arrasta pra cima” para levar seus seguidores do Stories a outros sites, se você tiver o perfil comercial.
- Além de ter o perfil comercial ativo, você também precisa ter mais de 10 mil seguidores.

2.5 Anunciar no Instagram

Assim que você tiver uma estratégia de divulgação e de conteúdo estruturada, você pode impulsionar o seu perfil para alcançar mais pessoas do seu público-alvo.

Dessa forma, você deve ter um perfil comercial do Instagram para criar anúncios que vão levar o seu negócio para mais pessoas.

SEU PERFIL AINDA NÃO É COMERCIAL? NÃO SE PREOCUPE, VOCÊ PODE MUDÁ-LO PARA UM PERFIL COMERCIAL AGORA EM POUCOS PASSOS:

- 1) Acesse sua conta do Instagram e clique em “Configurações” e “Conta”.
- 2) Clique em “Mudar para o perfil comercial”.
- 3) Conecte sua página do Facebook com o seu perfil do Instagram ou clique em “pular esta etapa” caso ainda não tenha uma fanpage (você poderá fazer isso depois sem problemas).
- 4) Escolha a Categoria e a Subcategoria que mais se encaixam com o seu negócio (elas aparecerão abaixo do seu nome no Instagram e vão ajudar o seu público a entender sobre o seu negócio).
- 5) Clique em “Avançar” e pronto. O seu Perfil Comercial Instagram já está ativo!

3 – O ALGORITMO DO INSTAGRAM

Você já deve ter ouvido falar por aí dessa palavrinha difícil “algoritmo do Instagram” e talvez não tenha dado muita importância para ela, mas é fundamental você entender um pouco para fazer com que seu perfil tenha um bom desempenho. Vamos resumir então o que é o algoritmo do Instagram.

Quando o Instagram foi criado ele funcionava seguindo uma ordem cronológica, sendo que as postagens apareciam no feed de acordo com a ordem que eram publicadas.

Em 2016 isso mudou com a criação do algoritmo do Instagram e a partir daí, se definiu que no feed do usuário apareceria os posts mais relevantes, facilitando que o usuário tenha acesso às publicações que ele vai gostar.

Com a quantidade de publicações que são feitas hoje seria impossível que todas aparecessem no nosso feed e o algoritmo faz com que sejam exibidas aquelas publicações que realmente teremos mais chance de gostar e interagir com elas.

E como na prática o Instagram sabe do que gostamos?

Vamos imaginar que você tenha um perfil com mil seguidores e o Instagram mostre sua publicação para 5% desses seguidores, que seriam 50 pessoas. Quando essas 50 pessoas que viram seu post interagem com ele, curtindo, comentando, marcando pessoas, visitando seu perfil, o algoritmo reconhece que aquele é um bom conteúdo e tende a entregá-lo para mais pessoas.

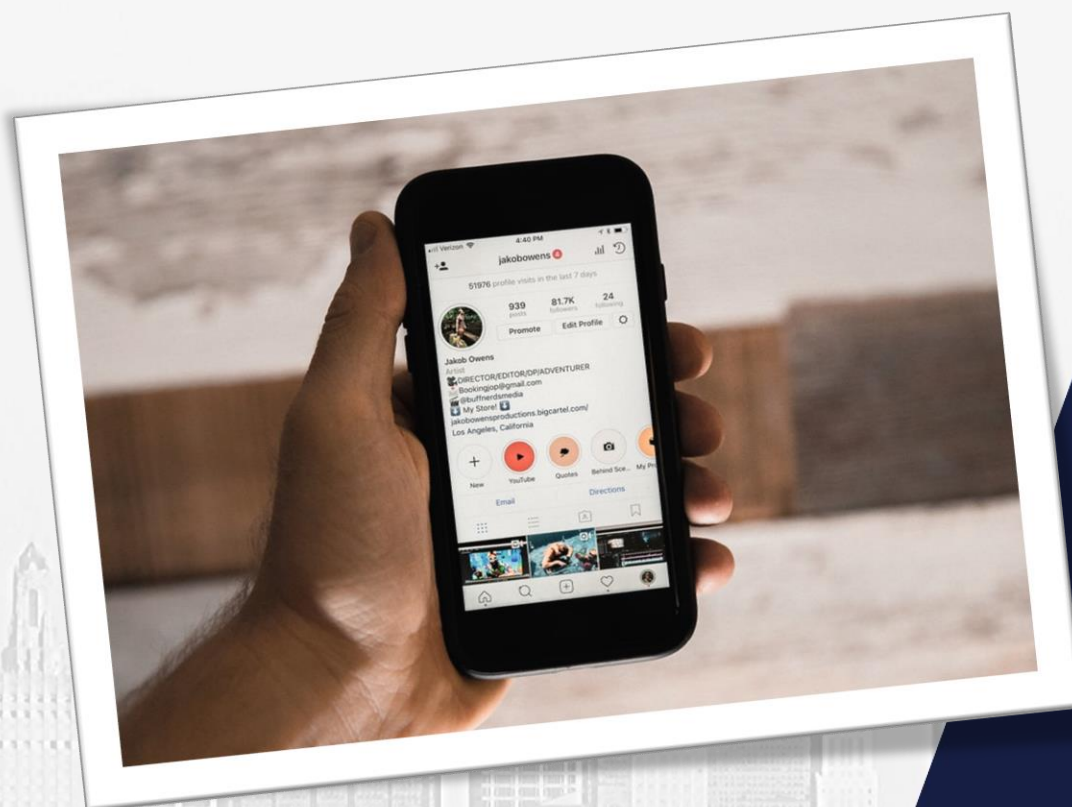
Esse é o famoso engajamento, o ato dos seguidores interagirem com suas postagens e quanto mais engajamento você tiver, o Instagram vai entregar sua publicação para mais pessoas.

Então mais do que muitas publicações, para o sucesso do seu perfil é importante que você sempre tenha engajamento e você vai conseguir isso fazendo postagens de qualidade, com conteúdo que ajude seu público, traga novidades, entretenimento, faça realmente uma diferença para ele em ver aquela postagem.

4 - TENHA UMA BOA BIOGRAFIA

Para o sucesso de um perfil no Instagram é fundamental que ele tenha uma boa biografia, pois é ali que as pessoas terão o primeiro contato com sua marca e, como já diz o ditado, a primeira impressão é a que fica, por isso dificilmente alguém vai chegar no seu perfil e segui-lo, se sua biografia não for interessante e mostrar o que você faz.

Ela é importante para o visitante entender do que se trata seu negócio e que tipo de conteúdo vai encontrar.



A biografia vai servir também para fortalecer sua marca, conquistar novos seguidores e torná-los clientes e parceiros.

Por isso, é essencial saber como criar uma descrição que mostre em poucas palavras o que você oferece e que gere uma conexão imediata com os visitantes e seguidores do seu perfil.

Vamos ver abaixo alguns pontos importantes de se levar em consideração para ter uma descrição perfeita e que gere resultados.

O que você vai encontrar na biografia do Instagram?

▪ Foto do perfil

- No caso de uma marca que representa uma empresa, é importante utilizar a logomarca oficial para que haja uma identificação do seu seguidor. A imagem deve estar em ótima qualidade já que o Instagram vai ser um canal de marketing e vendas para você (uma imobiliária por exemplo).
- Se você é um corretor e o perfil estiver com seu próprio nome, pode tranquilamente ser uma foto sua para maior identificação dos seus clientes, uma foto de qualidade e profissional.

▪ Nome

- Logo abaixo da foto do perfil, vem a forma como seu nome vai aparecer. Pode ser seu nome, o nome da sua empresa ou até o ramo de atividade que você trabalha. Mais abaixo você vai entender porque.

Nome de usuário

- Será o link do seu perfil e é uma das formas pelas quais você será encontrado. **Ele é único no Instagram**, então se alguém tiver usando o nome que você escolheu, você irá ter que usar outro.



Um ponto muito importante a se destacar quando falamos de “nome” x “nome de usuário” é **NÃO USAR O MESMO PARA AMBOS.**

Muitas pessoas utilizam o nome no campo “nome” e no “nome de usuário”. Mas, pare para pensar: esses dois campos são utilizados nas buscas do Instagram, então se você usa o mesmo nome nos dois, está desperdiçando uma boa forma de ser achado quando seu cliente estiver te procurando.

Você pode por exemplo usar seu próprio nome no seu **nome de usuário** @fulanodetal e no nome do perfil ao invés de repetir seu nome, colocar seu ramo de atividade, por exemplo **Corretor de Imóveis** (ou vice-versa). O importante é que assim, tanto quando alguém pesquisar pelo seu nome ou pela palavra corretor de imóveis, vai ter chance de te encontrar.

Tanto o nome de usuário, quanto o nome podem ser alterados a qualquer momento.

Categoria

- Escolha a melhor categoria para enquadrar seu perfil

Biografia

- É uma das partes mais importantes do perfil, a descrição do seu negócio com o máximo de 150 caracteres. É recomendado usar emojis para torná-lo mais interessante e agradável e interessante também colocar até 2 hashtags, preferencialmente dentro de uma frase.
- Para colocar os emojis você pode por exemplo criá-lo no seu WhatsApp e copiar e colar no Instagram
- Ao lado um exemplo de biografia do meu novo perfil recém criado @corretor100porcento
- Siga meu Instagram [CLICANDO AQUI](#)



- **Link**

- É um campo muito importante pois é um dos poucos links clicáveis que você poderá colocar no Instagram, portanto escolha bem. Você pode direcionar para seu website ou diretamente para o WhatsApp de contato.
- O ideal é que esse link possa direcionar **para vários outros links**, utilizando um cartão digital, por exemplo. Nele você consegue colocar links para o seu Site, WhatsApp, Redes Sociais, Email e muito mais.

Clicando no botão abaixo você pode ver como é simples e barato ter seu cartão digital para usar no link da bio.

- **Localização**

- Coloque o nome da sua cidade ou região

- **Opções de contato**

- Coloque seu e-mail profissional, telefone e endereço completo. Preencher esses dados facilita que alguém entre em contato e dá mais credibilidade para seu seguidor.



5 - SEMPRE USE HASHTAGS

A Hashtag é o coração do engajamento, pois sem elas é impossível viralizar uma publicação organicamente (sem pagar por isso). É importante você saber usá-las de forma correta.

O objetivo maior da hashtag, famoso jogo da velha #, é separar os assuntos na Internet. Usada não só no Instagram, quando você clica em uma determinada hashtag, verá publicações relacionadas a aquele assunto. Por exemplo na hashtag #futebol certamente você encontrará conteúdo sobre futebol, #marketingdigital conteúdo para marketing digital etc.

Através da hashtag você consegue atrair pessoas que ainda não te acompanham e na maioria das vezes ainda nem te conhecem.

Por isso é importante seguir algumas dicas na hora de escolher as hashtags corretas para suas publicações. Vamos a elas:

- Utilize hashtags regionais relacionadas ao seu tipo de negócio para facilitar que futuros seguidores te achem e sejam usuários qualificados.
- Não use palavras muito globais pois vai atrair pessoas que não são seu público e podem não ter interesse no seu conteúdo, como pessoas de outros países por exemplo.

- O Instagram permite utilizar até 30 hashtags, mas a recomendação atual é utilizar no máximo 7. Escolha 7 hashtags que realmente tem relação com aquela imagem que você está publicando, uma boa hashtag é praticamente um resumo da imagem. Se pergunte se seu público pode estar pesquisando por ela, se a resposta é sim é uma ótima hashtag.



É bem interessante também você criar uma **hashtag própria do seu negócio**, que você use em todas as publicações. Com isso pode incentivar que seus seguidores marquem sua hashtags em algumas publicações e tudo em relação a sua marca estará disponível nessa hashtag.

Concluindo, é fundamental que você **SEMPRE coloque as hashtags nas postagens**. Você pode colocá-las **no final da sua legenda** ou **no primeiro comentário** para deixar a legenda mais limpa.

6 – CAPRICHE NA LEGENDA E SEMPRE COLOQUE CHAMADAS PARA AÇÃO

O Instagram é uma Rede Social focada em imagens, isso faz com que sua primeira preocupação seja a publicação de imagens de qualidade. Isso é fundamental, mas muita gente preocupa só com a imagem da publicação e esquece da legenda (o texto que é publicado junto com a imagem), mas, ela é extremamente importante e, eu diria, fundamental para melhorar a comunicação com sua audiência e gerar o tão sonhado engajamento.



Na legenda você deve escrever um bom texto relacionado a imagem, que proporcione um engajamento do seu público (curtidas, comentários, menções, compartilhamentos etc) e é isso que vai fazer com que ela seja entregue para o maior número de pessoas.

Com certeza você já notou que muitas vezes você tem muitos seguidores, mas as curtidas nas publicações são poucas, isso acontece porque cada vez mais as redes sociais estão com o alcance diminuindo, ou seja, menos seguidores estão recebendo suas postagens (com certeza seria inviável e impossível aparecer todas as postagens, devido à grande quantidade de informação que é publicada todos os dias).

O fato é que para que suas postagens tenham mais entrega para seus seguidores, é necessário que seus posts tenham um bom engajamento, ou seja, muitas interações como curtidas, comentários etc. como já dito lá no início desse ebook.

Para alcançar esse engajamento desejado, você vai escrever uma boa legenda que vai ter relação com a imagem, procurando escrever algo realmente seja importante para o seu público. Pode ser uma dica, uma informação, uma notícia, algo que ela tenha interesse em saber e no final dessa legenda, você vai colocar um item muito importante, a **chamada para ação**.

É comprovado que quando se coloca uma **CHAMADA PARA AÇÃO (CALL TO ACTION)** é muito maior a chance de o usuário fazer aquela ação.

Portanto, **sempre** utilize chamadas para ação nas legendas dos seus posts, convidando seu público para curtir, comentar, marcar o amigo etc.

Pode parecer bobagem, mas isso vai fazer com que seu público interaja mais criando engajamento, que é o que vai fazer com que seu perfil cresça e dê os resultados que você espera.



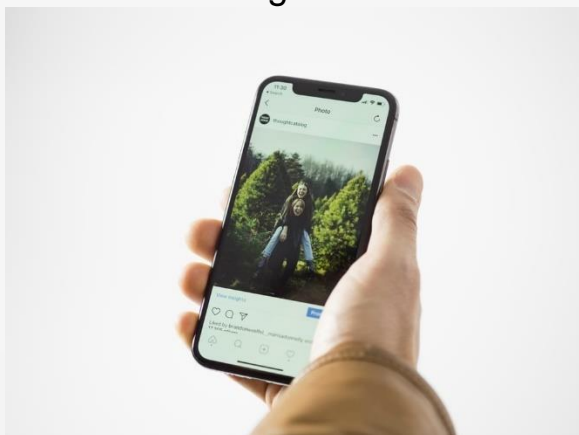
Frases simples na legenda da publicação farão toda a diferença:

- Clique no link da bio para entrar em contato...
- Dê dois cliques e mostre que você também...
- Marque um amigo que também quer...
- Comente SIM se você...
- Clique no link para conhecer esse imóvel
- Etc.

Além da criatividade para fazer um bom texto e a chamada para ação, você pode também utilizar *emojis* para tornar a leitura mais agradável e criar uma maior conexão com seu público.

7 – APROVEITE OS STORIES

Publicar Stories é fundamental para quem quer ter seu perfil atrativo pois é um dos recursos mais utilizados no Instagram. Além de muito prático o alcance dele é muito grande e você tem que aproveitar essa oportunidade para divulgar seus imóveis e interagir com sua audiência.



Nos stories você pode mostrar como é sua rotina de trabalho, colocar depoimentos rápidos de clientes satisfeitos, fazer perguntas, mostrar lançamentos, novidades e

o que hoje dá muito resultado que é a transmissão ao vivo, onde você pode conseguir a atenção de muitos dos seus seguidores e passar o seu recado.

Se seu perfil já tem mais de dez mil seguidores você ainda tem o benefício de poder colocar links nos stories, o que ajuda demais na sua divulgação.

Use e abuse desse recurso lembrando que os stories são na vertical e o tamanho oficial para postar uma foto ou vídeo é de 1080 x 1920 pixels, sendo que os vídeos devem ter no máximo 15 segundos de duração.

8 - PUBLICAR NO FEED OU NO STORY?

Muitas pessoas acabam por ficar em dúvida no que devem colocar no Feed e no Story do Instagram.

São dois formatos bem diferentes, enquanto no feed damos preferência para artes no formato quadrado, no story a arte é no formato vertical e enquanto no feed a publicação fica de forma perpétua, no storys tem a duração máxima de 15 segundos, exceto quando você o configura como destaque que aí fica permanente também para ser acessado no perfil.

O que postar no feed:

- Conteúdos permanentes, que você quer que fique disponível para quem visitar seu perfil.
- Dicas do seu segmento de atuação, informações úteis para os seguidores.
- Provas sociais, depoimentos de clientes satisfeitos com seu trabalho.
- Curiosidades que seu público vai gostar de ver.
- Produtos e serviços que você oferece.

O que postar nos storys:

- Os bastidores do seu negócio: seu público vai gostar de acompanhar como as coisas acontecem, use a criatividade e poste imagens e vídeos durante seu trabalho.

- Dicas rápidas do seu segmento de atuação, informações úteis para os seguidores
- Provas sociais, depoimentos de clientes satisfeitos com seu trabalho
- Perguntas e enquetes: o story tem esse recurso muito útil para gerar engajamento. Faça perguntas para seu público e depois crie storys respondendo as perguntas ou apresentando os resultados de alguma enquete.
- Fotos e vídeos dos produtos que você está vendendo



9 – NÃO FAÇA APENAS POSTAGENS RELACIONADAS A VENDA

No tempo que estou trabalhando atendendo corretores de imóveis, notei que a grande maioria dos perfis, tanto do Instagram, quanto do Facebook, postam apenas imagens relacionadas aos imóveis que estão vendendo.

O objetivo das redes sociais é o entretenimento e as pessoas estão lá em busca de momentos de descontração e interação e não gostam de ser bombardeadas com propagandas o tempo todo.

É importante sim as postagens de venda, **mas é fundamental que você faça também outros tipos de publicações, para que haja uma maior identificação com seu seguidor**, interação e engajamento.

Além de **muito conteúdo de qualidade e informação** para seus seguidores, postagens alegres, descontraídas, frases de motivação e até um bom dia, usados com uma boa legenda e hashtags certas podem melhorar e muito o desempenho do seu Instagram. Então, procure sempre intercalar as postagens vendas com esse tipo de publicação.

10 - CENTRAL DE AJUDA DO INSTAGRAM

Se você quer realmente conhecer mais sobre o Instagram, tirar dúvidas, ver como funciona cada um dos seus recursos, o caminho mais fácil e mais seguro é grátis e o próprio Instagram te oferece, que é a **Central de Ajuda**.

Acesse o link que você vai surpreender com o conteúdo que está à sua disposição:

<https://help.instagram.com/>

É muito importante também que você tire um tempinho para ler os [Termos](#) e [Política de Dados](#) do Instagram, que é onde você vai ter acesso ao que pode e ao que não pode fazer nessa rede social.

Seguir as políticas de qualquer rede social é fundamental para que seu perfil tenha sucesso, pois você pode estar infringindo essas políticas sem nem mesmo saber e isso pode causar diminuição da entrega de suas publicações, bloqueios e até banimento da sua conta.

11 - CONVITE

Como profissional de informática que vivencio a dificuldade do Corretor de Imóveis em relação a tempo que é muito corrido, e muitas vezes até pela falta de prática e habilidade com computador e altos valores que acabam pagando para melhorar as imagens que usam na divulgação de imóveis, criei um curso de [Canva para Corretor de Imóveis](#) onde ensino passo a passo como você pode criar artes para divulgação de imóveis. Veja abaixo um pouco sobre o curso.

Ah, tenho também um pacote de artes prontas, feitas para Corretores de Imóveis e Imobiliárias que pode te ajudar muito a gerar engajamento nas suas redes sociais.

1. CURSO DE CANVA PARA CORRETOR DE IMÓVEIS

Esse é um curso online, prático e direto ao ponto, onde ensino passo a passo direto da tela do meu computador, **como criar artes** com o aplicativo gratuito Canva, **para divulgação dos imóveis que você estiver vendendo ou alugando.**

Você vai aprender a pegar uma foto simples e transformá-la em uma arte que vai ajudar muito na divulgação dos seus imóveis.

Veja alguns exemplos de arte que ensino a fazer no curso:



Clique para
conhecer o
curso de
canva para
corretores



2. PACOTE DE ARTES PARA REDES SOCIAIS DE CORRETOR DE IMÓVEIS E IMOBILIÁRIAS

Esse é um pacote de artes prontinhas para você usar e gerar engajamento para sua audiência. E para melhorar elas podem ser editadas com o Canva para você trocar cores, fotos, inserir sua logo etc.



Clique para
conhecer o
pacote de
artes.



12 - CONSIDERAÇÕES FINAIS

Sem dúvidas o Instagram é uma ótima forma de divulgação e de se fazer ser lembrado. Não espere resultados do dia pra noite, é um trabalho diário, quase que de “formiguinha”, mas que a longo prazo vai fazer toda diferença nas suas vendas.

Nunca esqueça de que é sempre muito importante ter postagens bem trabalhadas e postadas com frequência em seu perfil e entregar conteúdo de valor para seus seguidores.

Mais que postagens constantes, faça postagens com conteúdo de valor.

Fazer lives ao vivo, postar vídeos e explorar os stories também são ótimos recursos para um melhor engajamento das publicações.

Dê dicas, interaja com seu público, **responda todos os comentários e directs**, faça perguntas, crie o máximo de engajamento que você conseguir.

Faça acontecer !

Grande abraço,

Prof. Sidney Júlio

SJ CONTEÚDO DIGITAL