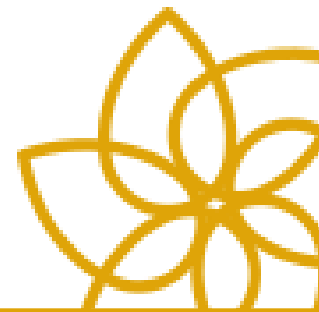


# Estratégia Digital

@livianeiva | @relidigital



**Existe distinção entre real e virtual?**

As ações presenciais interferem no digital e vice-versa. [On e Off]

# Regras de Distribuição

@LIVIANEIVA | @RELIDIGITAL

Comportamento Humano  
Chamar e Reter a Atenção



# ALGORITMO

Conjunto de regras que determinam a entrega do conteúdo pela plataforma. Estão em constante atualização.

## É Personalíssimo

Foco em recomendar e exibir primeiro o que você gosta de consumir, o tipo de conteúdo que te faz ficar mais tempo no app.

## Sinais

Qual é a probabilidade de você clicar, comentar, compartilhar?

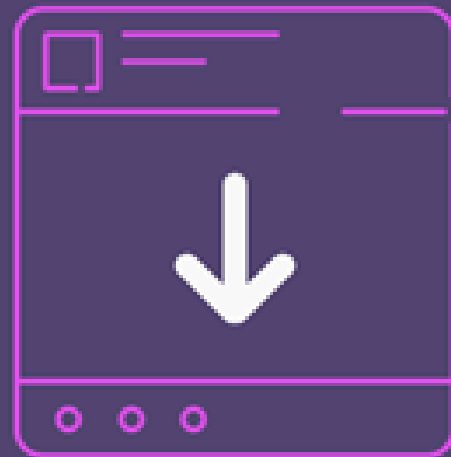
Qual é a probabilidade de você passar um tempo lendo, visualizando ou ouvindo determinado tipo de conteúdo?

## Penalidades

Redução na Entrega do Conteúdo  
Bloqueio e Cancelamento do perfil.



REMOVE

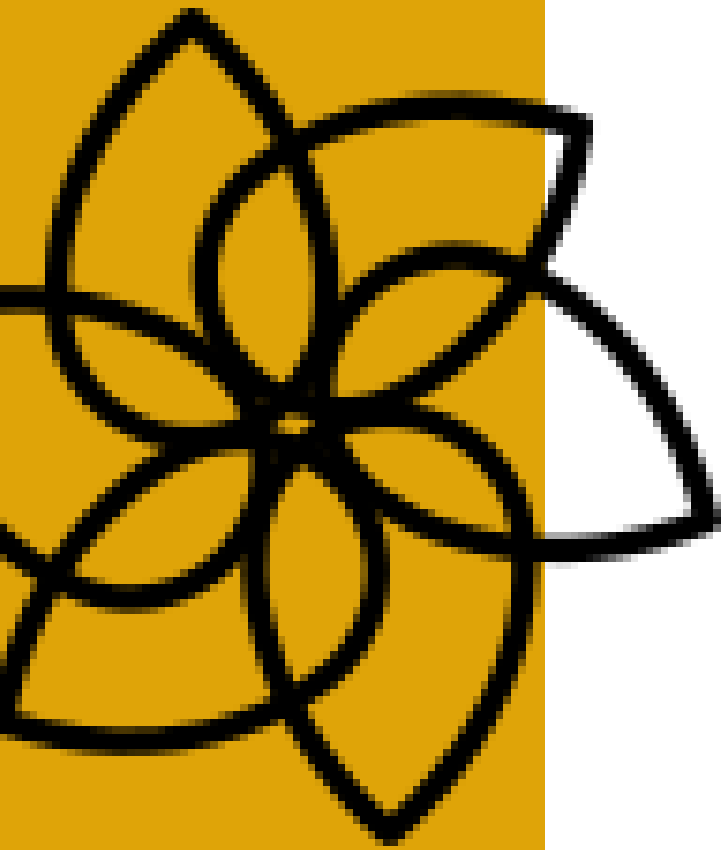


REDUCE



INFORM

# Principais critérios dos algoritmos



**RELEVÂNCIA**  
do conteúdo  
para o usuário



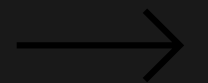
**FREQUÊNCIA**  
regularidade de  
 Postagem



**QUALIDADE**  
o conteúdo  
retém a  
atenção do  
usuário?



**TEMPO**  
gasto no site  
ou no app



# Conjunto de Regras

Padrões da Comunidade Facebook

<https://www.facebook.com/communitystandards/introduction>

Políticas de Publicidade

<https://www.facebook.com/policies/ads>

Diretrizes da Comunidade do Instagram

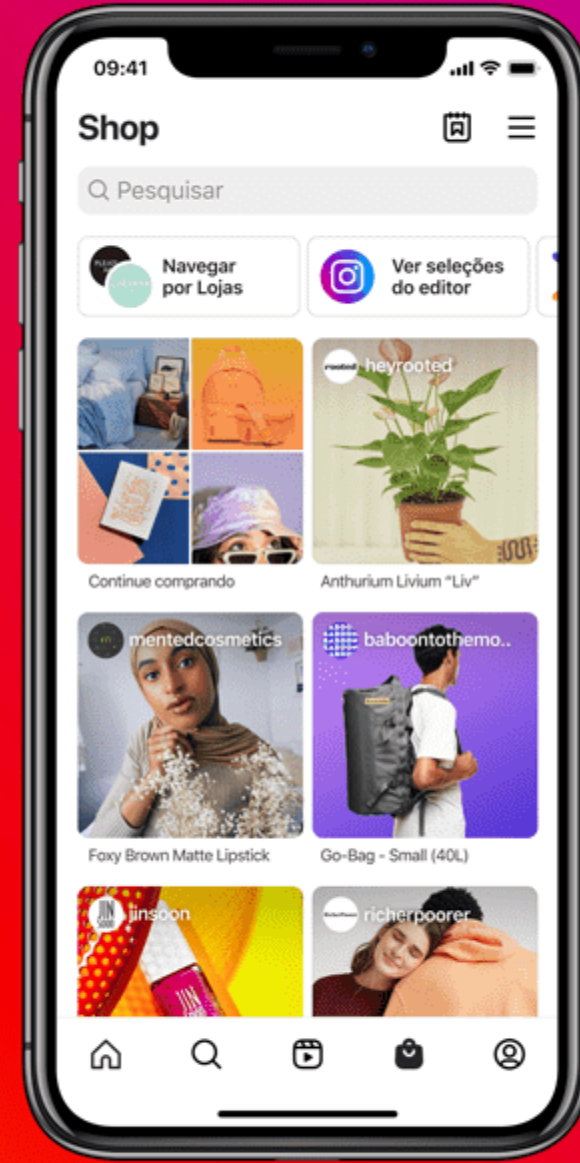
<https://help.instagram.com/>

Central de Ajuda do Google

<https://support.google.com/websearch>

Every time I open Instagram





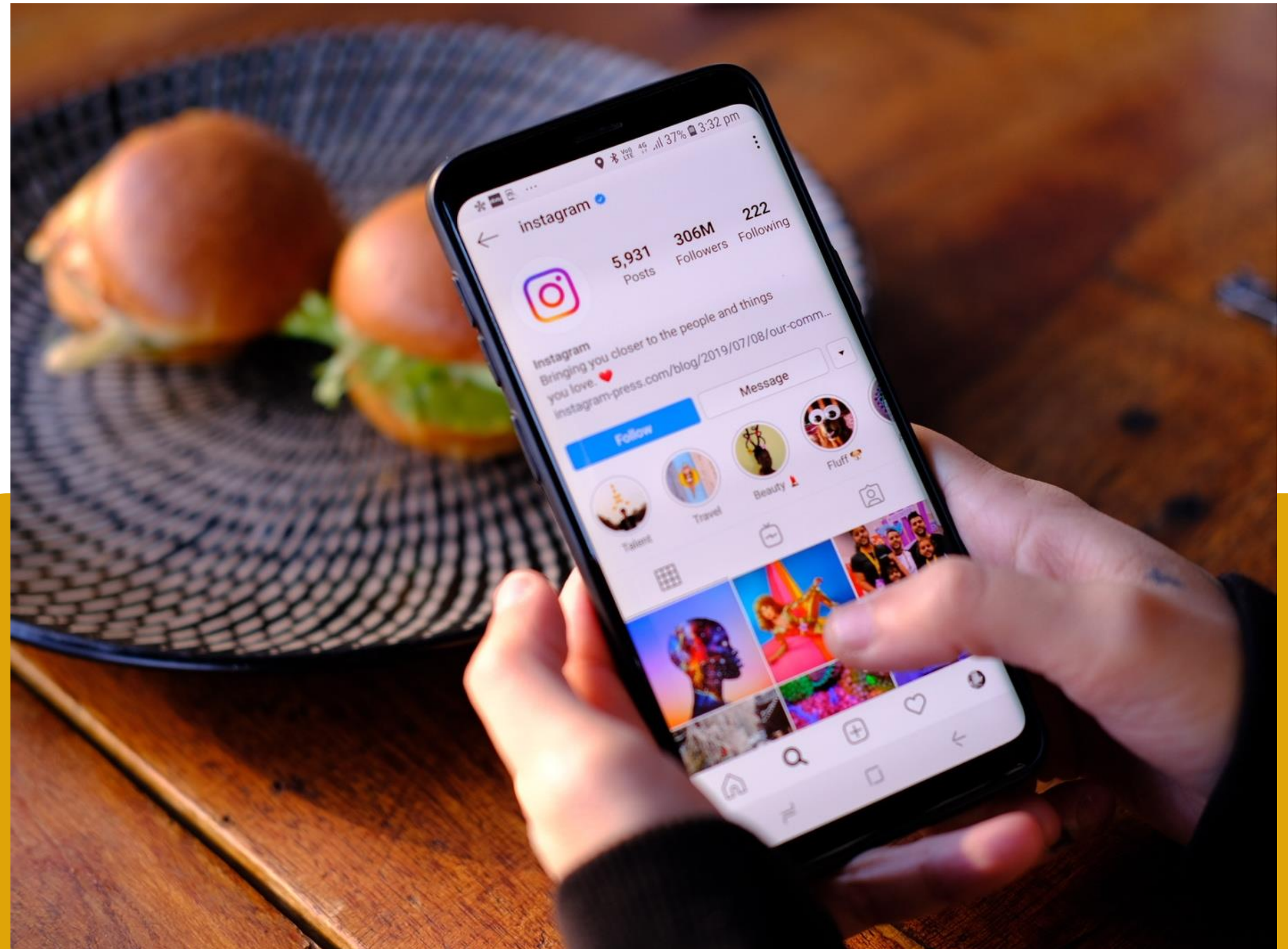
O que as pessoas  
buscam no  
Instagram?

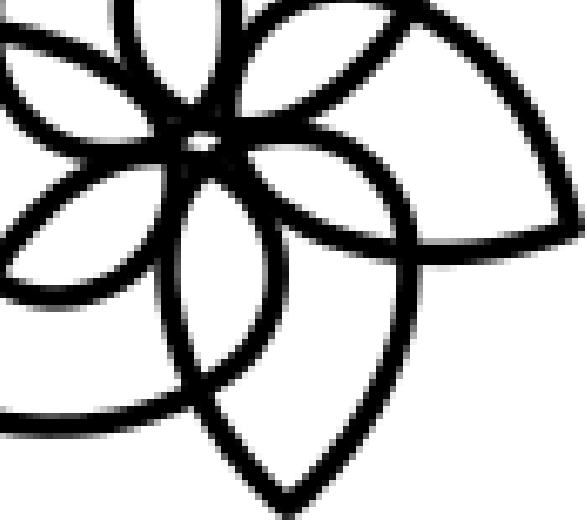
PESSOAS

ENTRETENIMENTO

RELACIONAMENTO

INFORMAÇÃO





Quer que você interaja com seus amigos utilizando os recursos criados para iniciar uma conversa como a figurinha de enquete, testes ou a caixa de perguntas.

O Instagram quer que você use todos os recursos de produtos desenvolvidos por ele.

Quer que você explore novos produtos e compre de suas marcas favoritas pelo Instagram.

Quer que você compartilhe seus momentos do dia a dia nos Stories.

O que o Instagram quer de mim?

Quer que você compartilhe seus posts com outras redes sociais, especialmente com o Facebook, Messenger e WhatsApp.

Quer que você faça Lives.

Quer que você use texto, música, figurinhas e GIFs em seus Stories.

Quer que você publique fotos e vídeos autênticos e com boa resolução.

Quer que você use as ferramentas de criação como filtros, boomerang, superzoom e tantos outros recursos que a plataforma já disponibilizou para os Stories.

Quer que você comente, compartilhe, salve, envie direct, **INTERAJA** com outros perfis.





O Instagram quer que você gaste seu precioso TEMPO dentro da plataforma e faça com que seus seguidores também tenham interesse em gastar tempo aqui dentro, ou seja, ele quer a sua atenção e a atenção da sua audiência!

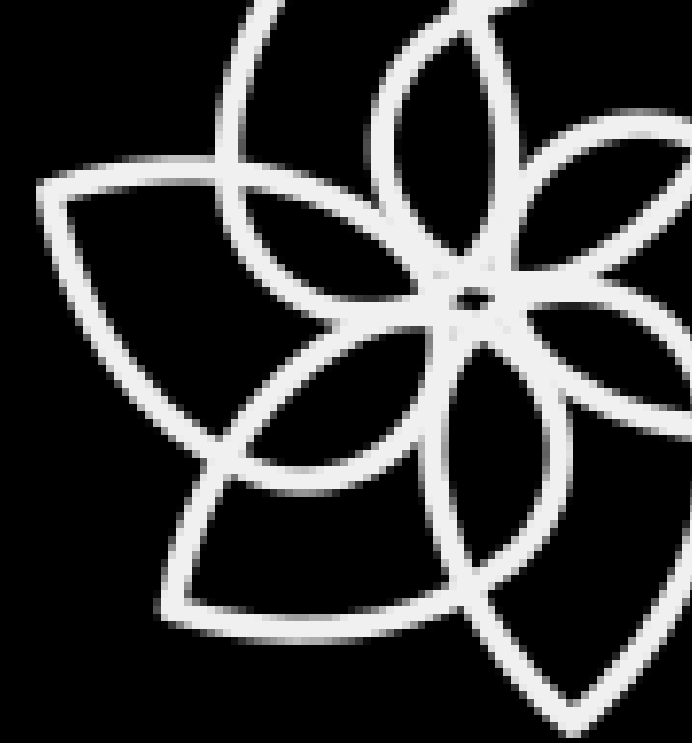


---

Use sua criatividade, publique, teste e analise!



Tem certo ou errado? Não  
Redes sociais são conexões  
Tem o que **EU ACREDITO**



---

O que você quer alcançar pelo Instagram?



# Analise seus dados



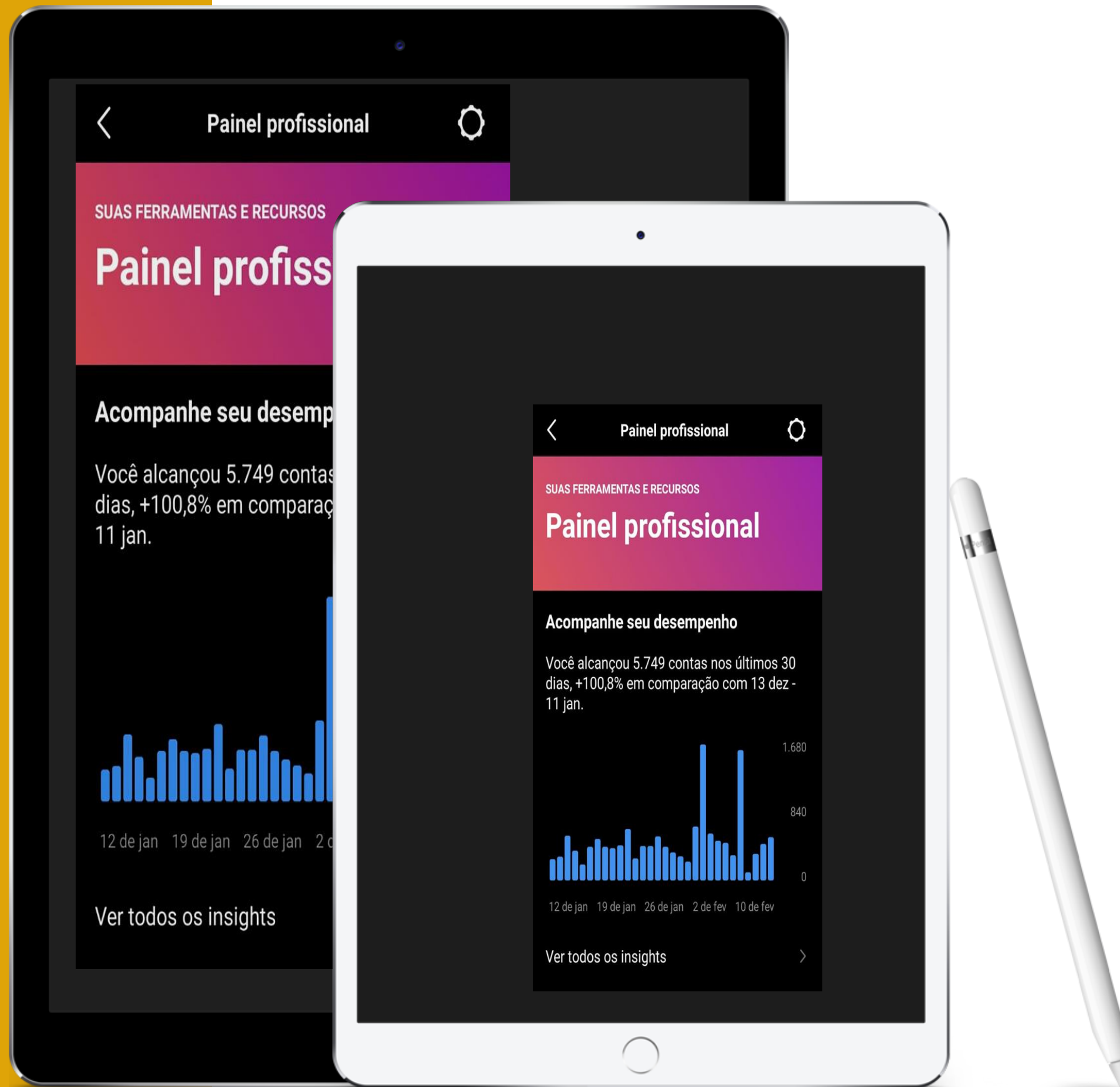
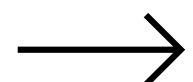
Sua audiência está se envolvendo?  
Você está alcançando as pessoas certas?



Alcance  
Impressões  
Visita ao Perfil



Interações  
Salvamentos  
Compartilhamentos  
Comentários



# Ninguém está a salvo de uma crise em Redes Sociais com repercussões ON e OFF



## Opinião contrária, crítica e haters

Hater é agressivo, utiliza xingamento, ataques, requintes de crueldade

## Recursos

Se a publicação te incomoda, você pode denunciá-la!

Se a publicação não te interessa, você pode deixar de seguir o perfil!

Se por alguma razão deixar de seguir irá te trazer problemas, você pode silenciar as publicações e story do perfil!

## Crises

Exclusão de comentários ou do perfil vale a pena?

Inspire, não responda imediatamente e peça para outra pessoa redigir a resposta para você!



Tendências

“O maior risco para o Instagram não é mudar muito rápido, mas não mudar e tornar-se irrelevante”

Adam Mosseri





# Vídeo curto, grande palco

Reels, a grande aposta do Instagram  
Evite conteúdos com logotipos e marca d'água



Use ferramentas criativas como texto, filtros ou efeitos de câmera.



Use vídeo vertical pois é o nativo da plataforma e evite vídeos de baixa qualidade



Use música da biblioteca de música do Instagram e / ou áudio original que você cria ou encontra no Reels.

"O mais fácil na comunicação,  
como todo mundo pode  
experimentar, concerne a técnica e  
aos mercados, enquanto o mais  
complicado diz respeito aos  
homens e às sociedades"

Dominique Wolton



Reli  
ESTRATÉGIA DIGITAL

Obrigada pela sua  
atenção!!!

@livianeiva

@relidigital