

Estratégia Digital

@livianeiva | @relidigital



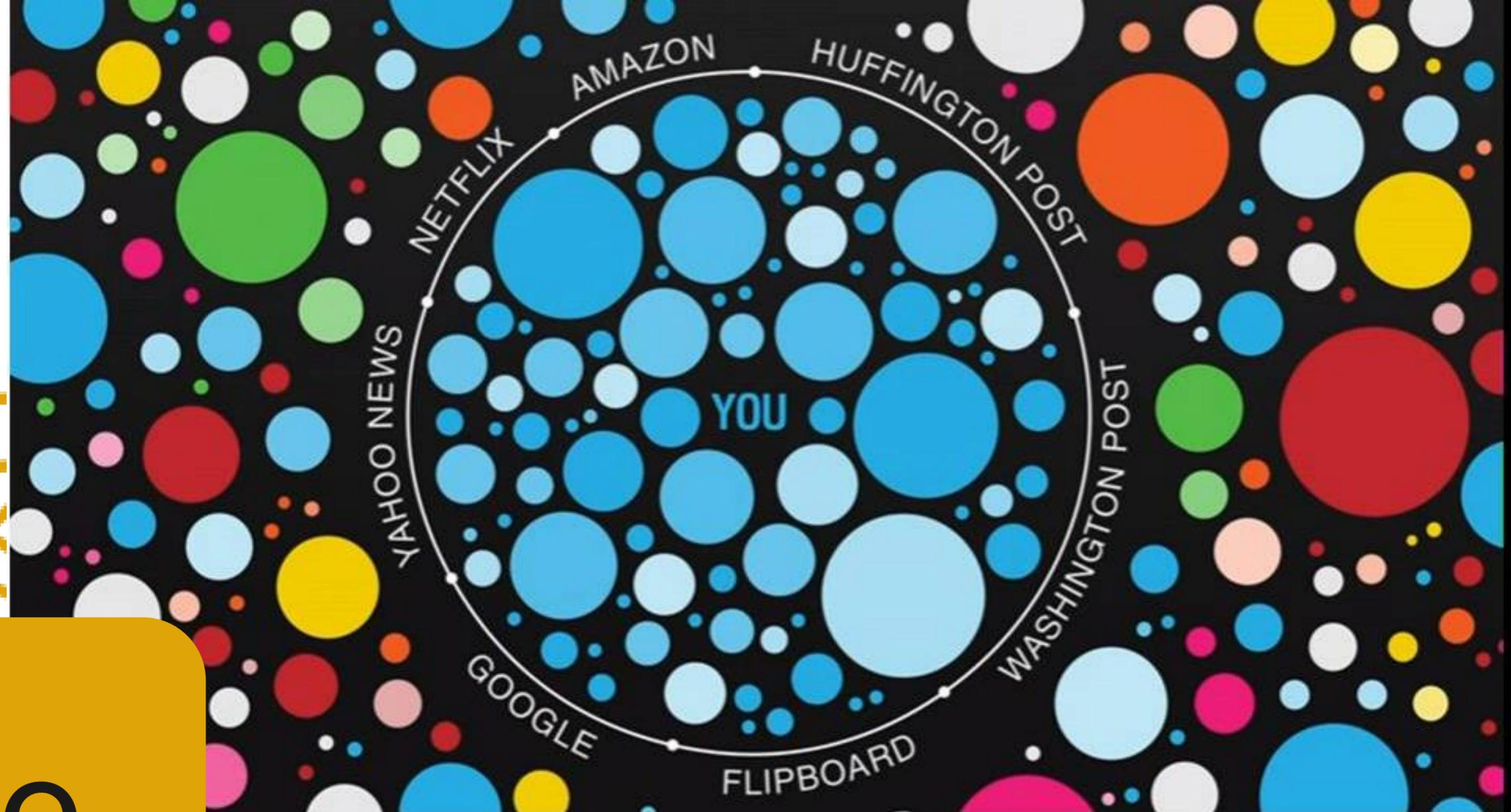
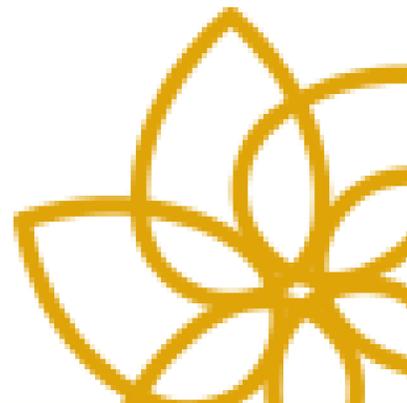
Existe distinção entre real e virtual?

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

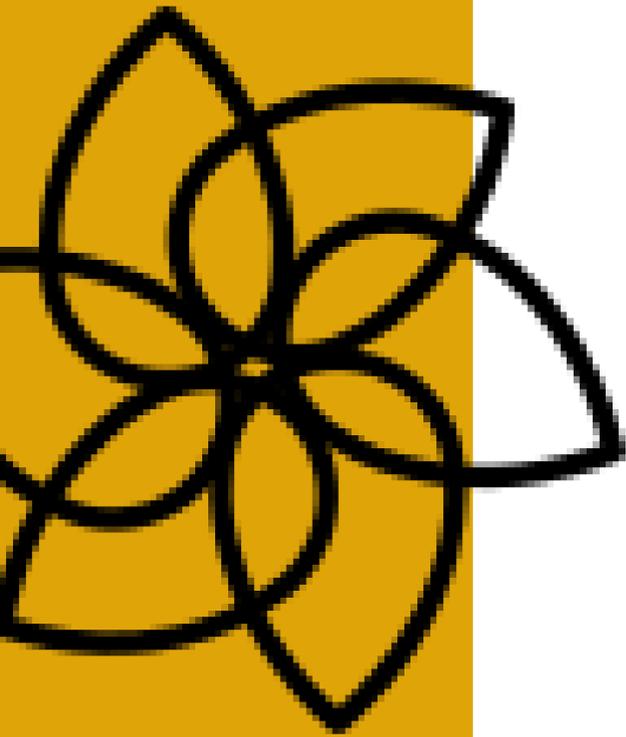


REDUCE



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

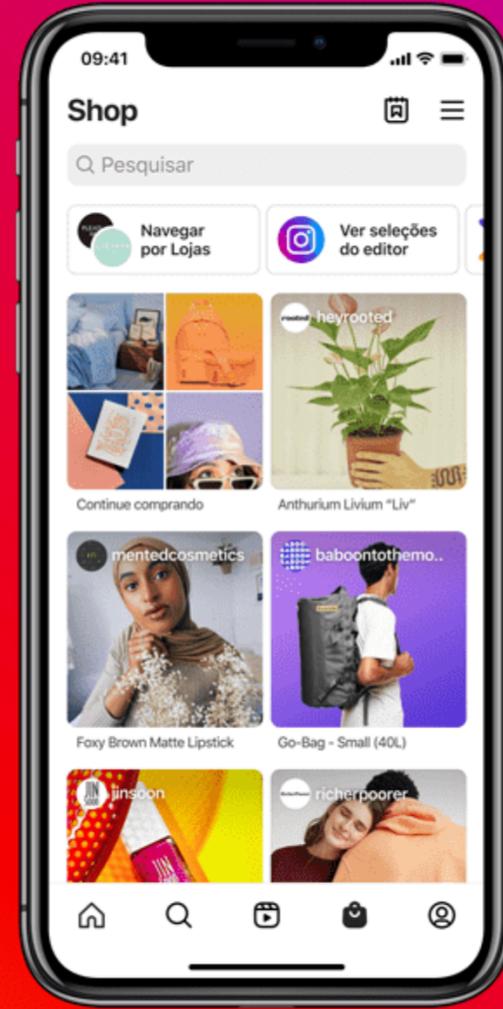
<https://help.instagram.com/>

Central de Ajuda do Google

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

Every time I open Instagram





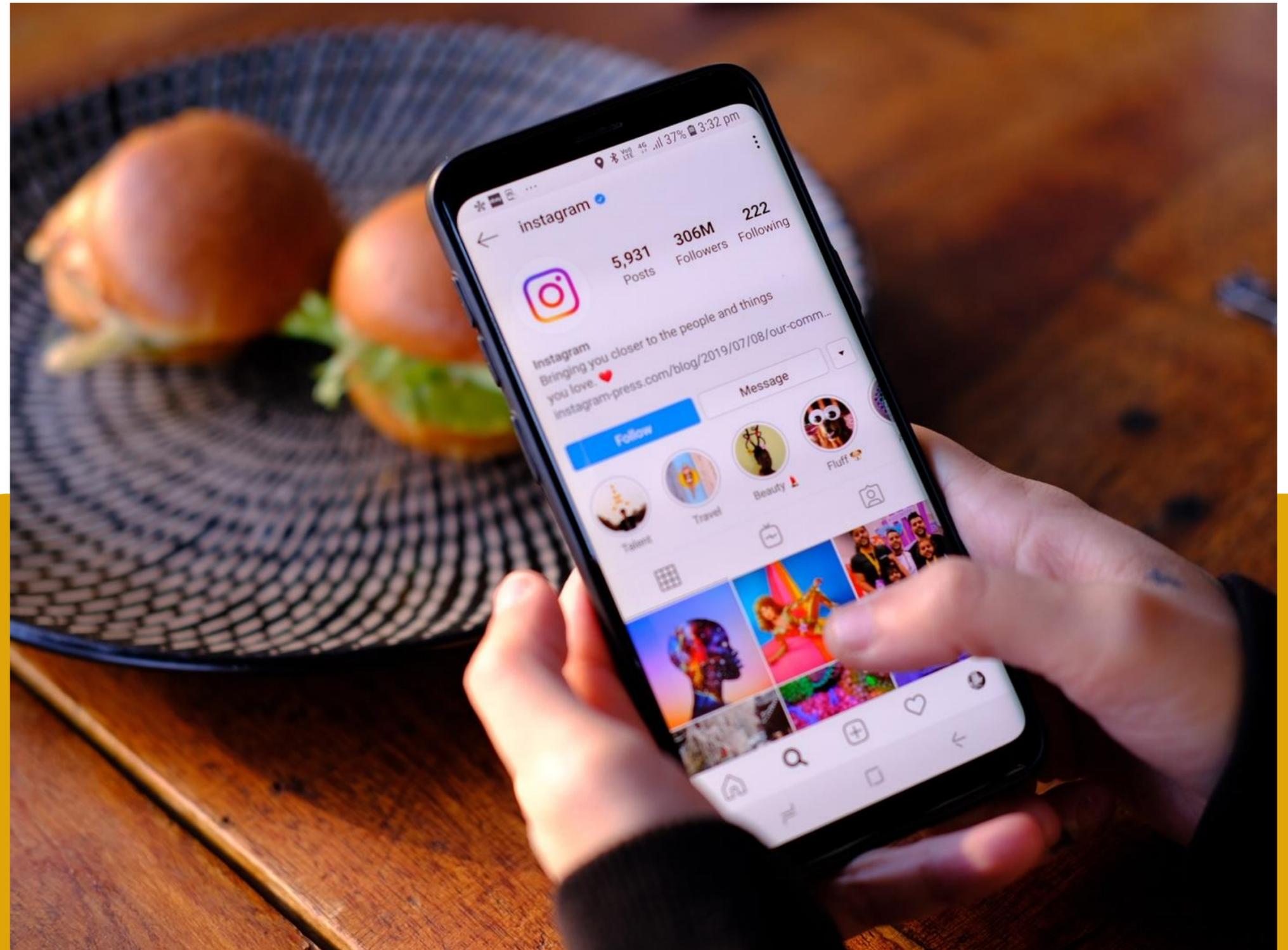
O que as pessoas
buscam no
Instagram?

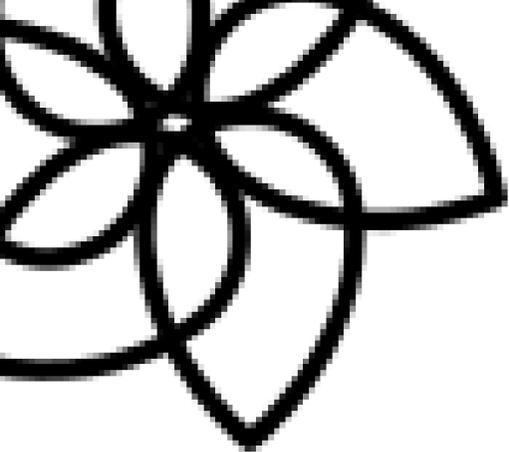
PESSOAS

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.



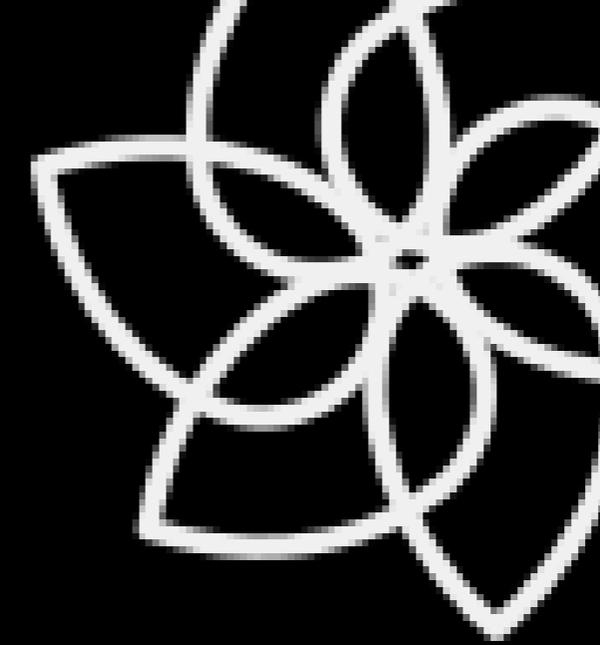
O Instagram quer que você gaste seu precioso TEMPO dentro da plataforma e faça com que seus seguidores também tenham interesse em gastar tempo aqui dentro, ou seja, ele quer a sua atenção e a atenção da sua audiência!



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



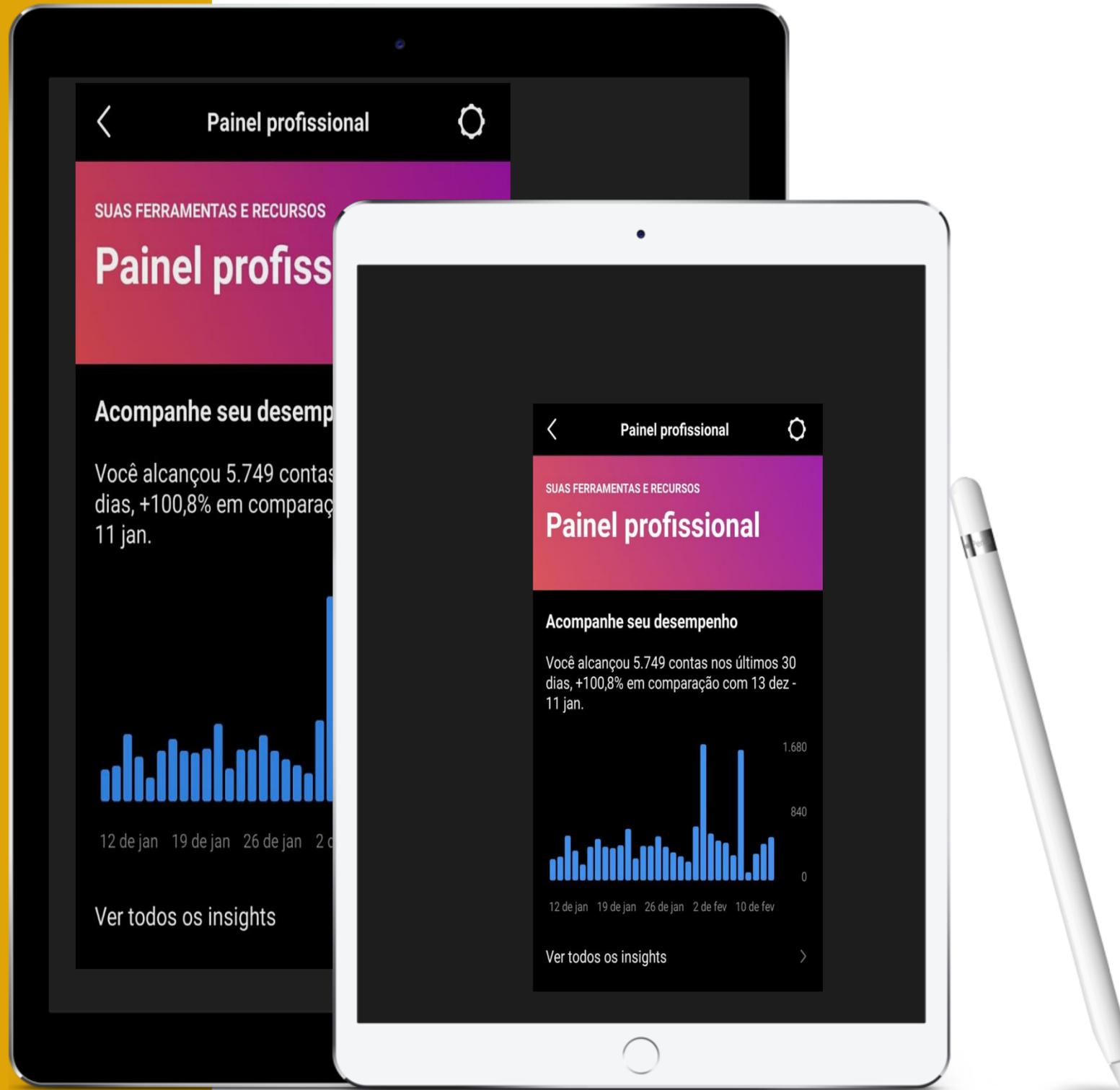
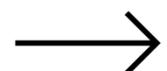
Sua audiência está se envolvendo?
Você está alcançando as pessoas certas?



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!

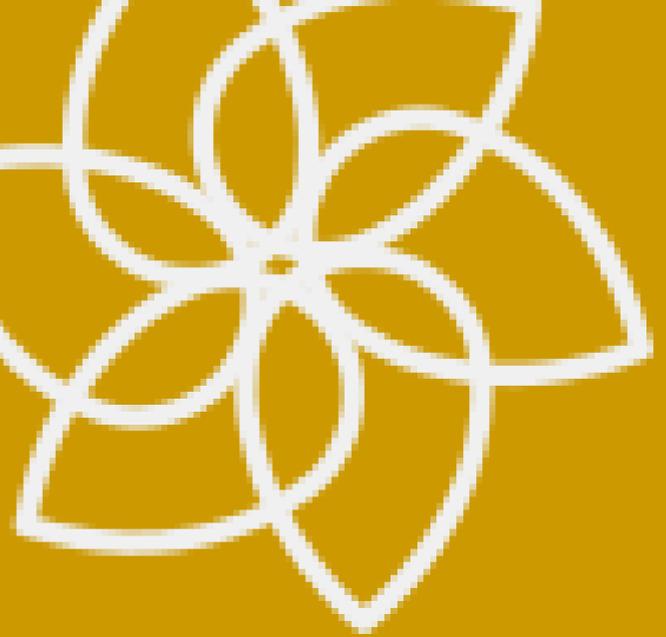
Se a publicação não te interessa, você pode deixar de seguir o perfil!

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?

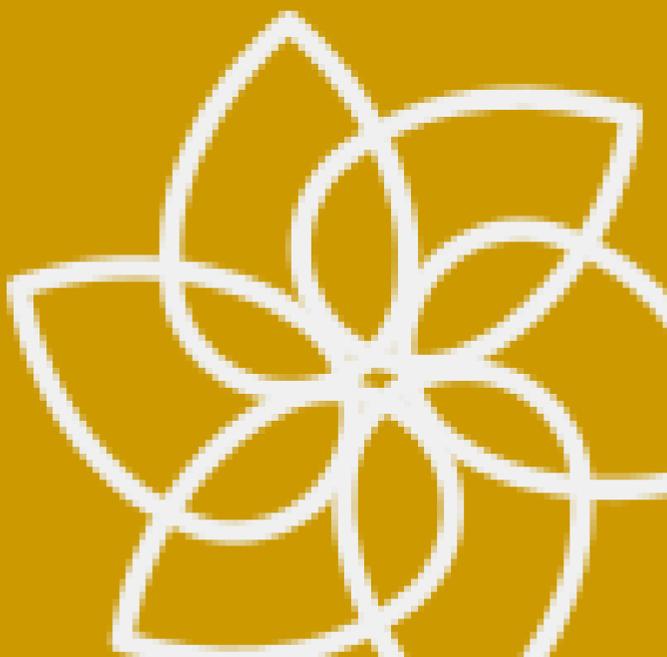
Inspire, não responda imediatamente e peça para outra pessoa redigir a resposta para você!



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.



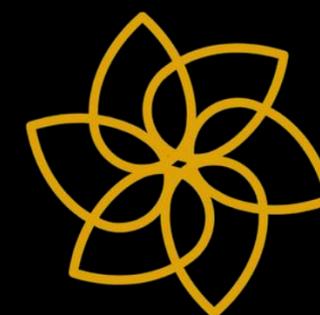
Use vídeo vertical pois é o nativo da plataforma e evite vídeos de baixa qualidade



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