

COMO VENDER NO INSTAGRAM



Separamos neste e-book tudo o que você precisa saber sobre como vender no Instagram os produtos da sua empresa! Confira aqui!



@temosvagasph

INÍCIO



Que as redes sociais podem ser um potencializador para o seu negócio, possivelmente você já sabe: muitas pessoas reunidas em um mesmo canal, dispostas a consumir vários tipos de conteúdo e ainda a interagir com eles.

Ou seja: é o ambiente propício para que, de maneira estratégica, você divulgue seus produtos e serviços ou mesmo a sua estratégia de Marketing de Conteúdo para aumentar o alcance e a visibilidade da sua marca, gerando relacionamento, autoridade e uma infinidade de outros benefícios.

Porém, de maneira mais prática, você pode usar as redes sociais para realizar vendas efetivamente. E, com o Instagram, essa tarefa pode ser ainda mais fácil!

@temosvagaspvh

POR QUE O INSTAGRAM?



ESSA RESPOSTA É BEM SIMPLES: O INSTAGRAM FUNCIONA COMO UMA VITRINE ONLINE!

Essa resposta é bem simples: O Instagram funciona como uma vitrine online!

Como basicamente o conteúdo postado na rede é visual, se usado de maneira correta, você pode fazer da plataforma a sua segunda vitrine, aguçando o desejo das pessoas que curtem a sua página e até daquelas que não curtem, através dos anúncios.

Segundo o próprio Instagram, 72% dos clientes dizem que as fotos de um produto na rede social aumentam as suas chances de compra, e 38% afirmam realizar compras com frequência a partir de produtos encontrados no Instagram.

Porém, para que isso funcione, antes de tudo você precisa entender duas características fundamentais dessa rede, e que afetam diretamente o comportamento dos consumidores sobre o conteúdo publicado.

@temosvagaspvh

DINAMISMO



UMA DAS FUNCIONALIDADES QUE FAZ COM QUE AS PESSOAS AMEM ESSA REDE SOCIAL É O SEU DINAMISMO. OU SEJA, AS PESSOAS ESPERAM CONTEÚDOS DE CONSUMO PRÁTICO E RÁPIDO.

Se as suas postagens não atenderem a esses requisitos, possivelmente você não terá tanto poder de venda quanto poderia.

Quanto mais “fáceis” de consumir forem os seus conteúdos, maiores as chances dele chamar a atenção dos seus potenciais clientes para uma compra.

E essas facilidades podem se dar de várias formas: legendas curtas, fotos com boa qualidade e vídeos curtos e objetivos, por exemplo.

“EXPERIÊNCIA” E EXPERIMENTAÇÃO



OUTRA CARACTERÍSTICA MUITO PRESENTE NESTA REDE SOCIAL É A CAPACIDADE DE APRESENTAR PARA OS ESPECTADORES EXPERIÊNCIAS COM O QUE ESTÁ SENDO POSTADO.

Vamos pensar no conteúdo dos usuários em geral: lugares, comidas, eventos, situações inusitadas... Além das amadas/odiadas “selfies”, os demais conteúdos geralmente estão associados a sensações que podem ser despertadas a partir de experiências.

Por isso, as marcas que desejam usar a rede como um potencializador de vendas precisam ter isso em mente e proporcionar para os consumidores verdadeiras experiências com sua marca e seus produtos.

Observando esses dois fatores, você deve ter notado que a ideia de aumentar suas vendas a partir do Instagram vai depender diretamente da maneira com que você fornece conteúdo para o seu usuário.

@temosvagaspvh

DICAS PARA VENDER MAIS (E MELHOR) NO INSTAGRAM



CONTE UMA HISTÓRIA

Além das características que já citamos, existem outras ações que podem ajudar a sua marca a alcançar engajamento e conversão através do Instagram.

Eles interferem diretamente na experiência do usuário e por isso podem ser o gatilho necessário para que os seus potenciais clientes se tornem clientes.

Como já dissemos, a sensação de que o conteúdo consumido pode proporcionar uma “experiência” para o usuário conta muitos pontos nessa rede.

E, com certeza, se suas imagens contam uma história, essa experiência se torna ainda mais real. Mas como contar uma história? Lembre-se que quem consome os seus produtos são pessoas.

Por isso, o primeiro passo é pensar que pessoas usando seus produtos dão uma sensação muito mais real que um manequim ou um cabide.

Além disso, essas pessoas tem um perfil: quem é sua persona? O que ela gosta de fazer? O que ela come? Onde ela vai? Adicionar esses elementos a suas campanhas gera identificação da parte do usuário, aumentando o desejo de consumo.

Por isso, usar temas, contextos ou situações do cotidiano da persona inseridos em suas imagens, filtros e interações contará muitos pontos!

@temosvagaspvh

FORNEÇA INFORMAÇÕES QUE FACILITEM A COMPRA



Muitas empresas optam por não divulgar todas as informações pertinentes a um produto em suas publicações nas redes sociais para aumentar a curiosidade dos usuários e encaminhá-los ao site.

Porém, principalmente no caso do Instagram, o dinamismo (como também já dissemos) é muito importante.

As pessoas, em poucos segundos, conseguem interagir com inúmeros conteúdos, mesclados entre amigos, marcas, influenciadores e famosos, apenas deslizando o dedo na tela.

E esse é, inclusive, um diferencial para quem adere a rede.

Por isso, quanto mais fácil for o consumo de um conteúdo, maiores as chances de engajamento.

E, no caso de produtos, se além da foto ele contar com outras informações como tamanho, cores, preço ou um link para a página de venda, isso será um facilitador para o consumidor.

As pessoas querem praticidade. Ter que acessar a página da empresa, clicar no “link da bio”, buscar o produto no site...

Todas essas etapas distanciam o cliente da compra e por isso podem ser empecilhos para que a conversão aconteça.

@temosvagaspvh

USE IMAGENS REAIS E CUSTOMIZADAS



*A experiência de outras pessoas
com um produto ou uma marca influencia muito!*

Afinal, é como se as nossas dúvidas de qualidade, durabilidade e outras características do produto estivessem sendo solucionadas por uma pessoa que não tem nada a ganhar fazendo uma propaganda, o que aumenta a credibilidade da informação.

Por isso, selfies de clientes ou comentários deles a respeito de uma compra podem ser um diferencial e também um potencializador das suas vendas nas redes sociais.

Elas aumentam a confiança dos clientes sobre uma marca e diminuem a insegurança da compra sem um contato real com o produto.

Além disso, fotos do dia a dia da empresa ou da marca enfatizando o produto de alguma forma dão maior sensação de personalidade e lembram às pessoas que uma marca é feita por outras pessoas.

Isso gera interação e proximidade, que tornam mais propícios os interesses de compra.

@temosvagaspvh

PENSE NA QUALIDADE DAS IMAGENS



E isso deveria ser óbvio! A ideia é ressaltar as qualidades do produto e, da maneira mais rápida possível, atrair a atenção do usuário.

Você tem apenas alguns segundos da atenção para conseguir o interesse dele.

E isso será facilitado com imagens de qualidade (ainda mais agora que o Instagram dá a opção de Zoom) e elementos que despertem a atenção da sua persona.

E isso também vale para os vídeos: o áudio, a qualidade da imagem, o tempo de duração – tudo isso influencia no consumo da sua audiência e serão diferenciais para a interação dela com o que você publica.

@temosvagasvvh

RESPONDA ÀS PERGUNTAS DOS USUÁRIOS – RAPIDAMENTE



E isso deveria ser óbvio! A ideia é ressaltar as qualidades do produto e, da maneira mais rápida possível, atrair a atenção do usuário.

Muitos usuários fazem perguntas às marcas nas redes sociais e isso é ótimo: demonstra o interesse da pessoa com o seu produto ou serviço.

Porém a falta de resposta ou mesmo a demora no atendimento podem fazer com que esse desejo passe e, com ele, a sua oportunidade de venda.

Por isso seja rápido, atento e se possível – dependendo da dimensão e objetivo da sua estratégia – tenha uma pessoa específica para atender aos consumidores que interagem com a marca pela rede.

@temosvagaspvh

CONCLUSÃO



Seja para lojas físicas ou e-commerces, o Instagram pode funcionar como uma segunda vitrine para seu negócio.

Tudo depende na verdade da sua persona, que deve ter um perfil que interage e consome conteúdos da rede e também da sua estratégia que deve estar focada em conversões, facilitando tanto o consumo do conteúdo pelo usuário quanto a própria compra.

Por isso, a palavra-chave nesse caso é experiência do usuário: o que sua empresa pode fazer para tornar mais simples, fácil, rápido, instigante e prazerosa a experiência da sua audiência?

Não existe uma fórmula mágica (como em tudo no Marketing Digital), mas existem pequenas ações e detalhes que fazem muito a diferença em como a sua persona poderá interagir com o que você publica, e esses diferenciais relacionados a atratividade e praticidade serão determinantes na hora da compra.

@temosvagaspvh

QUER VISIBILIDADE PARA SUA EMPRESA, SERVIÇOS OU PRODUTOS?

Conheça Nossos Valores de
Espaço Publicitário!



ESPAÇO PUBLICITÁRIO

Básico

02 Posts por Semana
(08 ao mês)

01 Postagem no Feed
01 Postagem nos Stories
01 Postagem no facebook

R\$ 149,99

Segunda e Sexta

Intermediário

03 Posts por Semana
(12 ao mês)

01 Postagem no Feed
01 Postagem nos Stories
01 Postagem no facebook
Postagens no Instagram
Reserva e Oficial

R\$ 249,99

Segunda - Quarta - Sexta

Avançado

05 Posts por Semana
(20 ao mês)

01 Postagem no Feed
01 Postagem nos Stories
01 Postagem no facebook
Postagens no Instagram
Reserva e Oficial
Postagem Diária nos GP de
WhatsApp
Telegram
Sorteio

R\$ 399,99

Segunda à Sexta

As Postagens serão Realizadas de Segunda a Sexta-Feira
As Postagens Serão Realizadas em Horário Comercial
Apenas 01 Postagem Será Cobrado o Valor de R\$ 49,99
(01 Postagem no Feed e 01 nos Stories)



www.temosvagaspvh.com.br

Entre em contato



69 99991-4037



@TEMOSVAGASPVH

- Através da publicidade digital, você pode expandir os resultados de marketing do seu negócio, criando campanhas marcantes e posicionadas exatamente onde seu público está, seja no mundo online ou pelas ruas da cidade.