



DRA. LAILA ZRAIK

Cirurgia Plástica

REDES SOCIAIS

REDESSOCIAIS

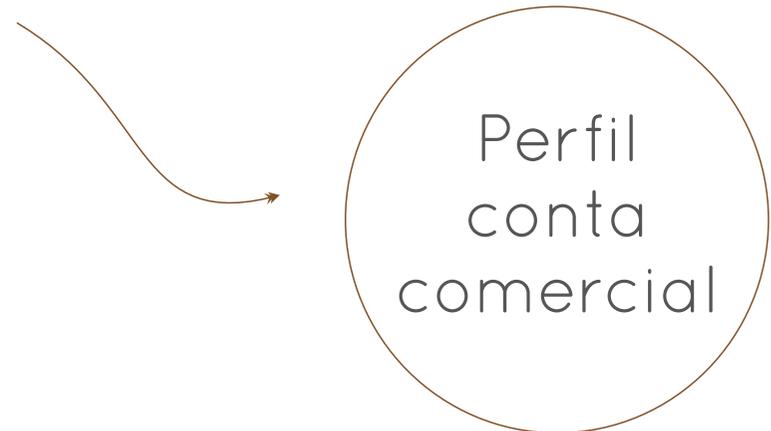


Dentro do Instagram, existem inúmeras ferramentas que possibilitam formas diferentes de gerar conteúdo e conexão com as pessoas, e com tantas funcionalidades, é um ambiente cheio de oportunidades para qualquer negócio.

As postagens funcionam como uma possibilidade de expor produtos e serviços.

As ferramentas dessa rede social são:

- Post no feed (foto ou vídeo)
- Story (+destaques)
- Reels
- Igtv
- Guias



INSTAGRAM

Funciona como
SITE | VITRINE

- + DINÂMICO
- + Pessoal
- + Social
- *Pessoas atrás das redes, atrás do negócio

Para isso precisa:

- * Mostrar produtos / serviços → VISUAL
- * Ter conteúdo atrativo → CONTEÚDO
- * Ser fácil de cuidar e fácil para cliente / seguidor encontrar o que procura → ORGANIZAÇÃO

Com isso:

→ Início da busca por Seguidores / Clientes em Potencial

Formas
de atrair
Seguidores

- * Reels
- * #s
- * Influencers
- * Clientes | Fornecedores | Parceiros
- * Mídia Paga | Impulsionamentos
- * Sorteios com parcerias
- * Interação - para gerar ENGAJAMENTO
 - Seguir
 - Curtir
 - Comentar *
 - Postar e repostar parceiros | clientes

Importante:

Utilizar informações da conta comercial para analisar crescimento e traçar estratégias!

Apps de Apoio:

Unsplash e FreePik:
Bancos de Imagens gratuitas e de qualidade
Canva: Para layouts e programar post
Grid Post: Para recortar posts
Giphy: Gifs, Stickers
Boosted e Kinemaster: Editor de vídeos
Facetune e Touch Retouch: Edição de imagens

GUIA INSTAGRAM



GUIA INSTAGRAM

FERRAMENTAS

FEED

Postagens (fotos e/ou vídeos) com intuito de alcançar seguidores, identificá-los e gerar engajamento/interação
*Carrossel - sequência de fotos/ou vídeos em um mesmo post (máximo 10)

Exemplo: Fotos/vídeos dos produtos/serviços

STORY

Foto/vídeos rápidos (15 a 60s) que mostram coisas do dia-a-dia, servem para reter/manter seus seguidores em contato com seu conteúdo (produto/serviço) e ficam disponíveis por 24h

Exemplo: Mostrar os bastidores, a rotina da empresa/profissional, etc...

IGTV

Recurso de transmissão de vídeos longos (1min - 1h30) dentro do Instagram

Exemplo: Algum assunto em que exija mais tempo para poder explicar.
*Ao realizar uma live, após o término, existe a opção de salvá-la no formato de Igtv

REELS

Vídeos curtos e dinâmicos (15 - 60s) com palavras ou frases chaves que chamem a atenção (cuidado com a legibilidade - é importante que o texto do vídeo seja legível e bem estruturado). É uma forma de alcançar pessoas que não seguem o perfil, já que fica disponível para qualquer usuário a quem o algoritmo de instagram entregar.

Exemplo: Dicas rápidas, curiosidades etc...

DESTAQUES

Ferramenta que possibilita que seus stories possam ser salvos no seu perfil, para serem vistos novamente a quem interessar

Exemplo: Destaques sobre a empresa

GUIAS

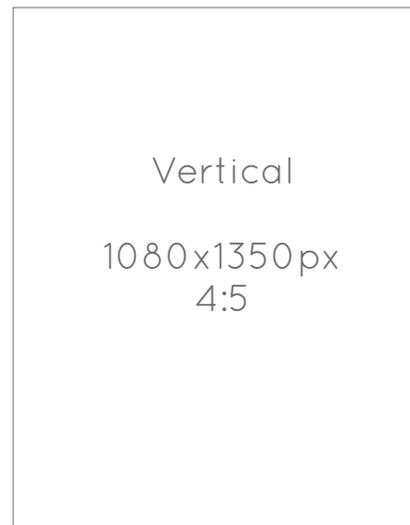
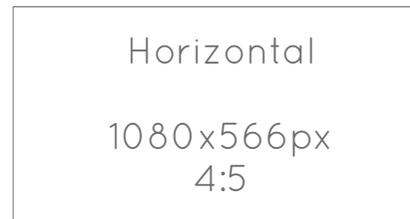
Organização do conteúdo/postagens dentro do próprio perfil. Pode selecionar as postagens relacionadas e criar uma pasta para melhor acesso aos seguidores

Exemplo: juntar todas as publicações que são referentes a um conteúdo específico.

*

Existem as trends - vídeos com uma música, texto específico... que muitas pessoas fazem, compartilham e viralizam. É sempre bom atentar a essas trends e ver aquelas que podem ser usadas para seu negócio, pois é uma ótima forma de alcançar mais pessoas já que é uma área de conteúdo bastante consumida. Os áudios que estão em alta no reels, aparecem com uma seta para cima. Vale salvar, para usar em algum momento. Também é possível pesquisar áudios no site tokboard, lá aparece o que está forte no tiktok, mas a informação pode ser usada como referência para o reels também.

PROPORÇÃO POSTS



FEED

STORY
IGTV
REELS

*Dentro do site/app Canva, existem os formatos já prontos.

AÇÕES

CONTEÚDO

- Ideias sobre o que postar
- Informações úteis
- Forma de apresentação - (fotos e vídeos)
- Guias - organização do conteúdo postado

ORGANIZAÇÃO

- Datas Importantes no Ano
- Cronograma Mensal
- Programação Semanal - Criação - Postagem
- Dicas

VISUAL

- Layouts Feed - Instagram
- Layouts Stories
- Capas Destaques
- Painel Lançamento - Feed
- Flyers - Destaques - Stories



ALCANCE



**CRESCIMENTO ORGÂNICO,
COM PÚBLICO QUE INTERESSA AO NEGÓCIO
+ ANÚNCIOS**

O que realmente move a sua audiência?

Ter em mente que o público está no Instagram para lazer, é importante postar conteúdo que interesse, que desperte curiosidade, mostre algo diferente.

O foco deve estar na interação social, não na venda. Essa vem como consequência.

O bom conteúdo não é focado em vender, mas em trazer algum benefício para quem o lê, como resolver um problema, esclarecer uma dúvida ou ensinar algo. A venda é apenas uma consequência desse processo.

O conteúdo que você cria não é apenas útil, mas passa a mensagem certa ao público certo no momento que ele mais precisa!

Tipos de posts:

- **Autoridade:** para que os seguidores o vejam como uma pessoa que conhece bem a área - Compartilhar conhecimentos, experiências, conquistas e habilidades.
- **Educativo/Informativo:** para ensinar ou instruir seus seguidores - Dicas, benefícios, truques
- **Posicionamento:** para aproximar seguidores que têm a mesma visão que você, ajuda a definir bem seu público - Aborde notícias, assuntos «polêmicos», verdades não faladas, dê sua opinião
- **Conexão:** manter seus seguidores ativos - Compartilhe uma história, alguma reflexão, alguma indicação, uma frase que gosta...

Algumas ideias
de temas

- O que é bichectomia/ lifting crural ... (assuntos básicos para começar a instruir seu público)
- Como pode ser feita a Lipoenxertia?
- Homens também fazem cirurgia plástica! Top 5 das cirurgia mais buscadas por eles.
- Os perigos do Photoshop
- Técnicas avançadas utilizadas na Lipo HD
- Mommy Makeover: quais procedimentos estão inclusos?
- O que você precisa saber antes de fazer uma Rinoplastia?
- Por que não precisa mais trocar a prótese de silicone a cada 10 anos?
- Em quais partes do corpo é possível realizar a MiniLipo?
- Interação: Qual seu maior sonho: Seios firmes ou abdomen liso?
- Qual é a diferença entre Mastopexia e Mamoplastia?
- X fatos que você precisa saber sobre Preenchimento Labial
- Quais são os procedimentos indicados para quem quer rejuvenescer a pele?
- Reflexões: valorização da própria beleza; máscaras e filtros na hora da foto e do vídeo; investir na autoestima; a busca da perfeição... mas o que é perfeição?? etc
- Benefícios da Redução Mamária
- Motivos errados pelos quais as pessoas fazem uma cirurgia plástica
- Qual é a idade certa para fazer Blefaroplastia?

Títulos que
chamam atenção

- O que você ainda não sabe sobre...
- Fórmula secreta para...
- O caminho certo para...
- Isso X Aquilo
- Antes de tal coisa: X coisas que você precisa saber
- Se você quer..., o caminho é esse»
- O que tal coisa te diz sobre...
- Perca o medo de...

1 Decidindo o conteúdo

- Pense em temas interessantes sobre o seu nicho e também resgate ideias que você já tem ou se inspire em algo que goste!
- Organize uma pasta (no computador, nas notas do celular ou até mesmo no Whatsapp) com suas ideias, imagens e informações, #s (hashtags), datas importantes, todas as referências que você puder guardar e usar no seu cronograma.

2 Hora de produzir!

- Programe um dia para montar um cronograma de conteúdo do mês
- Produza fotos e vídeos com qualidade
- Separe um dia/semana para produzir seus post e assim deixar tudo pronto para o dia de postar
- É importante analisar para qual formato de postagem o tema do seu conteúdo pode ser melhor (exemplo: falar sobre algum filtro solar tem uma apresentação melhor em vídeo, mostrando a aplicação, do que por fotos)
- Na produção do seu post, lembre-se de se manter dentro da sua identidade - use os elementos da sua marca como fontes, cores, figuras etc... - isso traz profissionalismo. Também vale atentar aos princípios de composição como respeitar as margens, o tamanho das letras, a quantidade de palavras (optar por textos curtos e explicativos) e alinhamento dos elementos
- Depois de pronto, é só exportar/salvar seu post no formato certo (se for imagem, salvar em png)

3 Publicação ou Programação

- Verifique em seu Facebook o horário sugerido de publicação. É possível programar posts diretamente pelo Facebook, ou pelo Canva.
- Elabore uma legenda que gere conexão com seu público. Cuidado com erros gramaticais.
- Use suas hashtags.
- Marque parceiros, fornecedores, clientes - se for o caso do post - e adicione a localização

Feito tudo isso, é só...

PUBLICAR e INTERAGIR

ORGANIZAÇÃO - RESUMO

COLETAR
MATERIAL



SEMPRE

Armazenar
conteúdo onde for
mais fácil

MONTAR
CRONOGRAMA
MENSAL



UMA VEZ POR
MÊS

Reservar dia ao fim
do mês para montar
cronograma do mês
seguinte.
(sempre consultar o
calendário - ver
datas importantes) e
buscar conteúdo
que está salvo.

MONTAR
LAYOUTS
DOS POSTS
DA SEMANA
SEGUINTE
+ IDEIA DE
LEGENDA



UMA VEZ POR
SEMANA

Reservar dia da
semana para montar
todos os posts da
semana seguinte.
Baseado no
cronograma feito
para o mês.
Monta o layout e já
escreve as legendas.

PUBLICAR



TODOS OS DIAS

Dar preferência
para postar todos os
dias.
(Segunda a Sexta)
Algo mais leve no
fim de semana, se
for o caso de postar.

STORIES



TODOS OS DIAS

Não se preocupar
com layouts a
menos que seja algo
específico (que vá
para os detalhes,
por exemplo...)
No mais, usar
stories para dia-a-
dia. Bem simples,
leve.

AÇÕES

ORGANIZAÇÃO - DATAS IMPORTANTES NA ÁREA - 2022

JAN	01 - Confraternização Universal 19 - Dia do Profissional da Beleza
FEV	Carnaval 4ª Feira de Cinzas 5 - Dia do Mastologista 14 - Dia de São Valentin (Dia dos Namorados no mundo)
MAR	01 - Aniversário Rio de Janeiro 08 - Dia da Mulher 15 - Dia do Consumidor 20 - Dia da Felicidade 20 - Início Outono 29 - Aniversário de Curitiba
ABR	07 - Dia Mundial da Saúde 15 - Sexta Feira Santa 21 - Tiradentes 22 - Descobrimento Brasil
MAI	01 - Dia do Trabalho 08 - Dia das Mães 15 - Dia Internacional da Família 28 - Dia Internacional da Luta pela Saúde da Mulher
JUN	12 - Namorados 16 - Corpus Christi 21 - Início Inverno Festas Juninas
JUL	20 - Dia do Amigo 24 - Dia do Autocuidado 26 - Dia dos Avós Férias escolares
AGO	14 - Dia dos Pais
SET	Setembro Amarelo - Prevenção ao Suicídio 07 - Independência 08 - Padroeira de Curitiba 15 - Dia do Cliente 21 - Dia da Árvore 22 - Início da Primavera
OUT	Outubro Rosa - Prevenção do Câncer de Mama 12 - Dia das Crianças 15 - Dia dos Professores 18 - Dia do Médico 31 - Halloween
NOV	Novembro Azul - Prevenção do Câncer de Próstata 2 - Finados 15 - Proclamação da República 17 - Dia da Autoestima 26 - Black Friday
DEZ	7- Dia do Cirurgião Plástico 21 - Início do Verão 25 - Natal

ORGANIZAÇÃO - PROGRAMAÇÃO SEMANAL

35% Conteúdo Emocional
35% Conteúdo Racional
30% Conteúdo de Venda

SÁB ou DOM: Pessoal (Emocional)

Fotos vida pessoal, algo mais descontraído, porém, cuidando para não ficar íntimo demais. Aproveite para descrever na legenda suas paixões na vida, suas experiências, sua história... Isso vai gerar conexão.

6ªF: Dica de bem-estar ou resultados (Racional | Venda)

Fotos, carrossel, ou vídeos falando sobre dicas de bem-estar. Algo mais leve por se tratar de início do fim de semana. OU Mostrar depoimentos de pacientes, enfatizando o resultado alcançado.

5ªF: Reels ou #tbt (Racional | Emocional | Venda)

Reels com dicas, informações, algo mais divertido no vídeo, com legenda explicativa. Ou #tbt s de momentos importantes, na medicina em especial, mas pode ser pessoal de vez em quando

4ªF: Dia-a-dia (Racional | Emocional | Venda)

Foto em consultório, imagem de instrumentos utilizados, vídeos (reels) falando sobre algo da área, rotina de cuidados/ beleza, etc... Sua rotina, seu dia-a-dia. Esse conteúdo pode ter característica mais racional, emocional ou de venda, dependendo do assunto.

3ªF: Inspirações para a semana (Emocional)

Frase inspiradora
Para Interagir - complete a frase... pergunta ao público sobre o que quer saber...
Foto sua + Reflexão
Aproveite a legenda para gerar conexão com o público. Conte sobre você, suas ideias, paixões, etc

2ªF: Informações sobre a área (Racional | Venda)

Fotos, carrossel, ou vídeos explicativos
Dicas variadas sobre saúde, bem-estar, produtos, tratamentos, novidades na área, estudos recentes, tipos de procedimentos e para que são indicados, etc...
Pode ser algo mais explicativo e/ou também algo «vendendo seu peixe»

AÇÕES

S3 - 6	S3 - 5	S3 - 4	Semana 4
S3 - 3	S3 - 2	S3 - 1	
S3 - 6	S3 - 5	S3 - 4	Semana 3
S3 - 3	S3 - 2	S3 - 1	
S2 - 6	S2 - 5	S2 - 4	Semana 2
S2 - 3	S2 - 2	S2 - 1	
S1 - 6	S1 - 5	S1 - 4	Semana 1
S1 - 3	S1 - 2	S1 - 1	

ORGANIZAÇÃO CRONOGRAMA MENSAL

S1 - 1 - Por que não precisa mais trocar a prótese de silicone a cada 10 anos?
 S1 - 2 - Motivacional - frase de inspiração
 S1 - 3 - Foto no consultório
 S1 - 4 - Reels - fale verdades sobre sua área
 S1 - 6 - Cirurgia plástica não é só estética, envolve saúde (dar exemplos de procedimento)

S2 - 1 - Como foi o início da sua carreira profissional
 S2 - 2 - Opinião sobre Harmonização Facial
 S2 - 3 - Invasivo ou Não Invasivo: quando saber qual fazer?
 S2 - 4 - Indique algo que você viu resultado
 S2 - 5 - Tbt - viagem com a família
 S2 - 6 - Reels com dicas rápidas

S3 - 1 - Relação entre exercício e cirurgia plástica
 S3 - 2 - Depoimento de algum paciente
 S3 - 3 - Procedimentos que estimulam o colágeno
 S3 - 4 - Reels com perguntas frequentes da caixinha
 S3 - 5 - Rinoplastia X Rinomodelação
 S3 - 6 - Comente alguma notícia recente da sua área

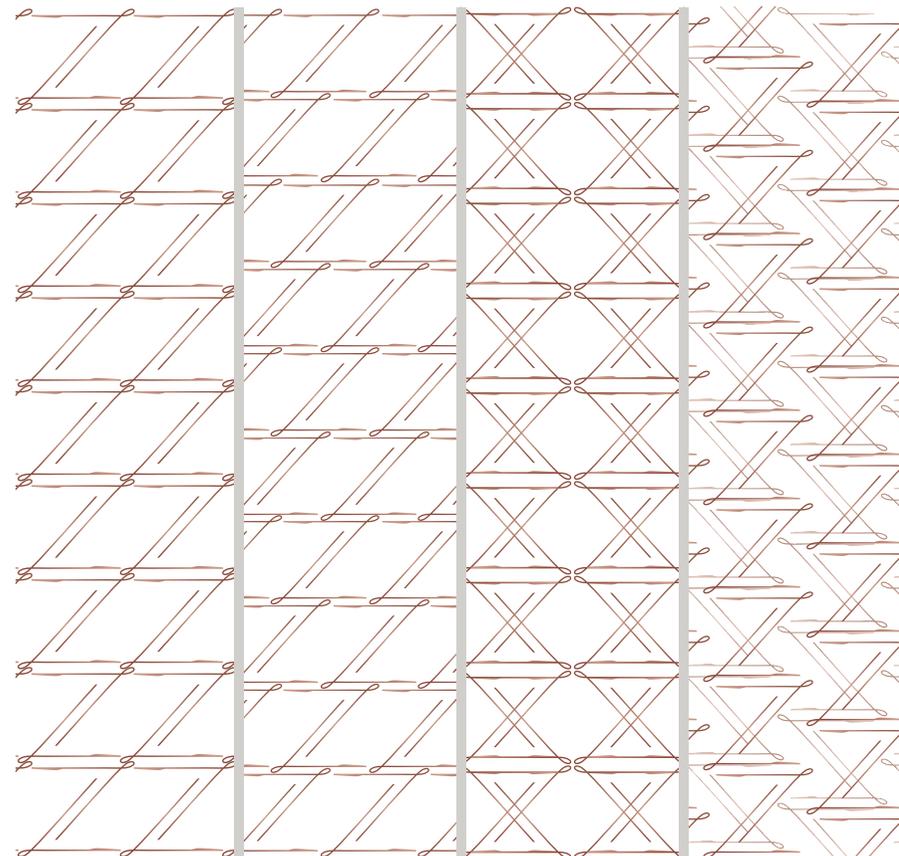
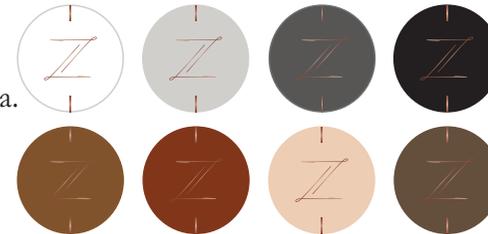
S4 - 1 - Qual é a verdadeira finalidade do Botox?
 S4 - 2 - Vídeo - como é feito um procedimento
 S4 - 3 - X cuidados essenciais para qualquer pós-operatório
 S4 - 4 - Interação: Qual cirurgia você deseja realizar?
 S4 - 5 - Tbt - época da faculdade
 S4 - 6 - A importância da Drenagem Linfática

AÇÕES

Instagram - Vitrine do negócio!

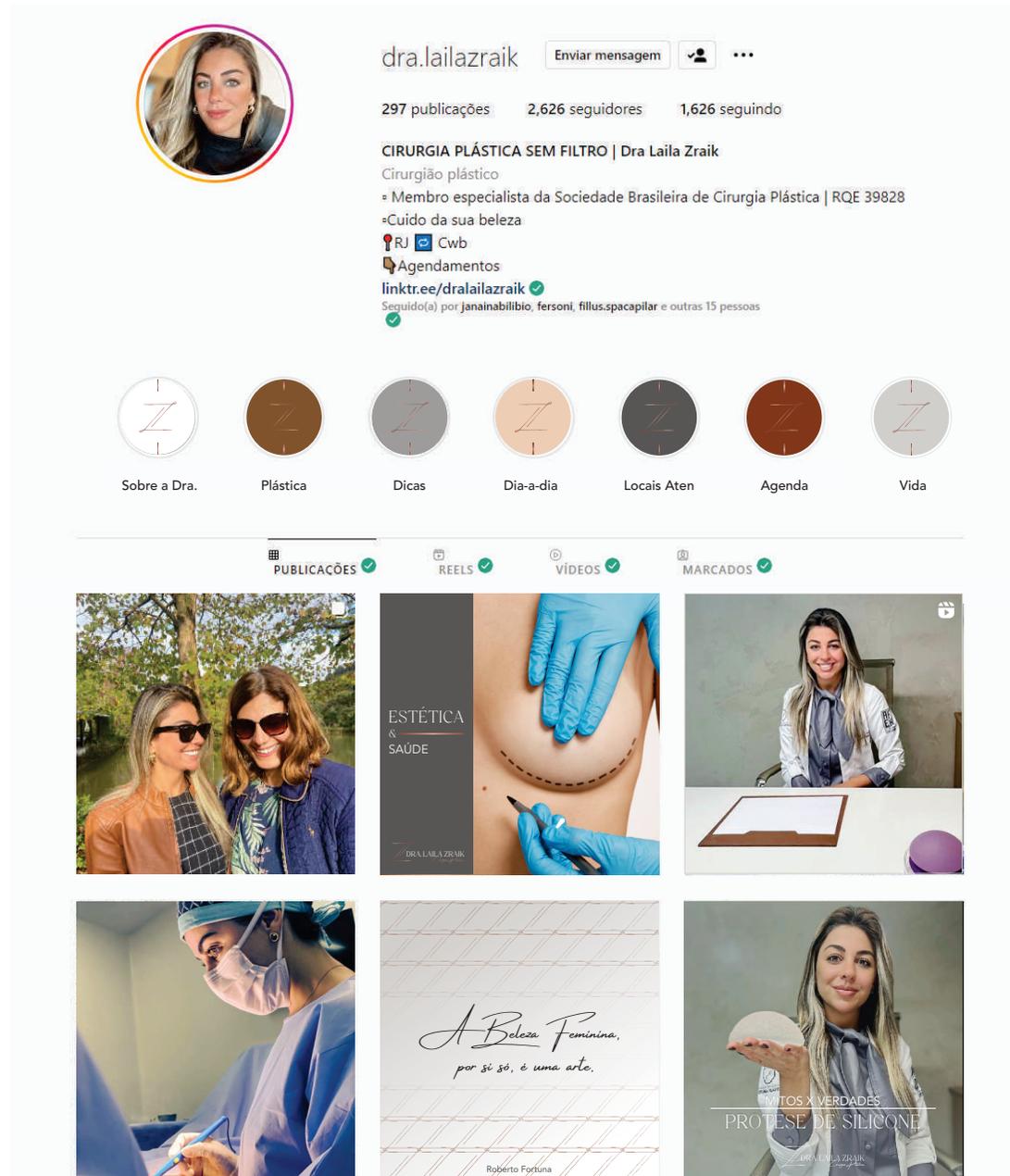
- * Feed Organizado e Visualmente atrativo!
- * Identidade Visual da marca deve estar presente na página do Instagram.
- * Prestar atenção nas cores das postagens - tentar manter as cores da paleta ao máximo.
- * Informações dos destaques com capas e layouts em conformidade com identidade da marca. Eles funcionam com um menu de um site.
- * Alguns posts não terão grande números de curtidas, mas servirão para orientar público dentre todas as informações existentes.

VISUAL



#FEFEFE
#D2CECB
#605E5E
#373435
Gradiente cobre
#ECCEB6
#864532
#855C3D
#6B5849

AÇÕES



VISUAL - APRESENTAÇÃO

Texto objetivo;

Sem muitos links e nem emojis;

Destaques organizados, layout clean e fácil para público encontrar o que precisa.

AÇÕES

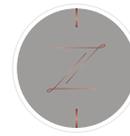
VISUAL - LAYOUTS DESTAQUES - STORIES



Sobre a Dra.



Plástica



Dicas



Dia-a-dia



Locais Aten



Agenda



Vida



Olá!

Sou a Dra. Laila Zraik
Muito Prazer!

Sobre mim

Sempre gostei de observar as pessoas, e olhar o diferencial de cada uma, buscando o que poderia enaltecê-la, sem tirar sua singularidade.

Sou apaixonada por arte e trabalhos manuais desde criança, e a cirurgia plástica já era minha opção do que exercer pelo resto da vida.

E por quê?

Tirar o sofrimento de alguém, por alguma característica que a incomoda, me fascina.

Z DRA. LAILA ZRAIK
Cirurgia Plástica

Plástica para mim



A cirurgia plástica tem o poder de devolver - ou até mesmo ajudar a encontrar - **O AMOR PRÓPRIO** de cada um.

Acredito que não há nada mais importante do que nos amarmos e nos valorizarmos em primeiro lugar, para podermos encontrar a felicidade.

Minha felicidade é o retorno de um paciente que passou a se amar mais, após um procedimento. E meu objetivo é que as pessoas se aceitem e valorizem a sua singularidade.

Não há nada mais elegante do que ser diferente e único.

Minha Formação

Sou Graduada em Medicina pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná, em Curitiba-Pr.

Nesse período realizei monitorias de técnica operatória e diversos trabalhos voluntários em salas de trauma e emergências cirúrgicas. A cirurgia desde o princípio era uma paixão.

Fiz residência em Cirurgia Geral no Hospital São José de Jaraguá do Sul-SC.

E residência em Cirurgia Plástica pelo Hospital da Plástica do Rio de Janeiro, Professor Dr. Farid Hakme, reconhecido pela Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica, entre 2019 e 2021.

Z DRA. LAILA ZRAIK
Cirurgia Plástica

CRM PR 34842 | CRM RJ 0114158-9 | ROE 39828

Plástica Sem Filtro

Gosto de honestidade, transparência e de falar com clareza.

A Cirurgia Plástica exige anos de dedicação, estudo constante mesmo após término da especialização.

Levo a sério cada paciente que escolhe que eu transforme a sua vida. Pois é exatamente o que realizo a partir do momento em que o paciente passa pela primeira consulta: iniciamos uma jornada de transformação juntos.

Diferente de um filtro, que é igual para todos e padroniza a beleza, meu objetivo é ressaltar a beleza única de cada um.

Não existe perfeição, mas pode existir uma versão sua em que você se ame mais.



AÇÕES

VISUAL - LAYOUTS DESTAQUES - STORIES



Sobre a Dra.



Plástica



Dicas



Dia-a-dia



Locais Aten



Agenda



Vida

Cirurgias Corpo



- Lipoaspiração
- Lipoaspiração HD
- Contorno corporal
- Abdominoplastia
- Mamoplastia redutora
- Mastopexia com ou sem prótese
- Mamoplastia de aumento
- Ginecomastia
- Lifting braquial
- Lifting crural
- Ninfoplastia

Cirurgias Face



- Facelifting (Cirurgia da face)
- Rinoplastia
- Lifting de testa
- Implante de queixo
- Blefaroplastia (Cirurgia das pálpebras)
- Otoplastia (Cirurgia das orelhas)
- Bichectomia
- Lifting de sobrancelhas
- Liplifting (Lifting labial)

Procedimentos minimamente invasivos



- Toxina botulínica
- Preenchimento facial
- Bioestimuladores
- Lobuloplastia
- Exérese de pequenos tumores

Atendimento

CURITIBA-PR

☎ 41.99111.9333
41.3335.9333
R: Capitão Souza Franco,
848, Sala 103. Batel.

RIO DE JANEIRO-RJ

☎ 21.99750.5550
21.3841.1104
R: Almirante Guilhem 366,
5º andar. Leblon.



O que você vai encontrar aqui

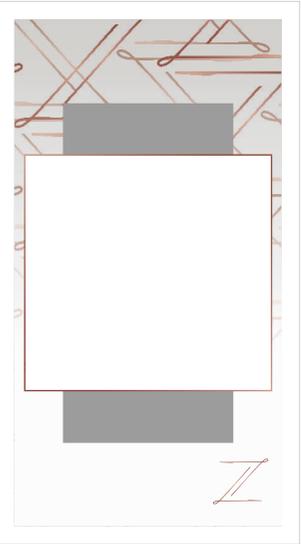
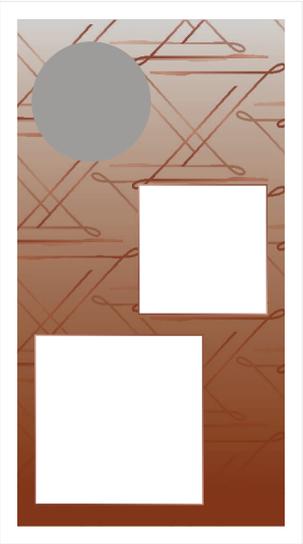
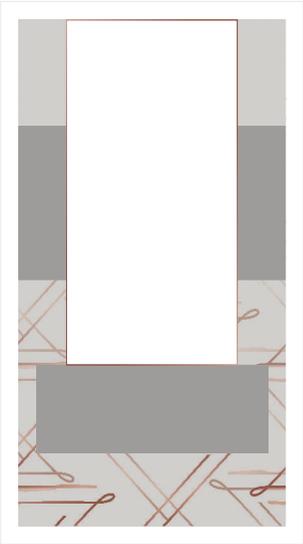
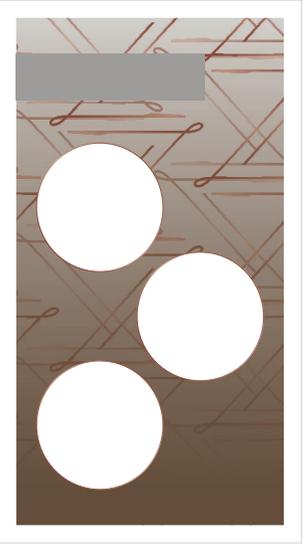
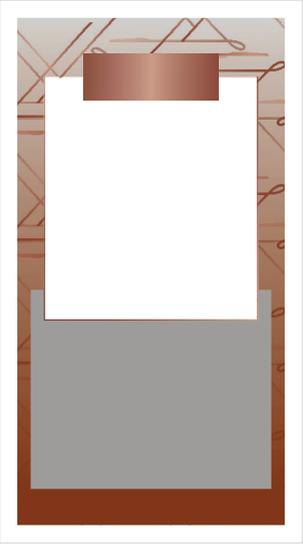
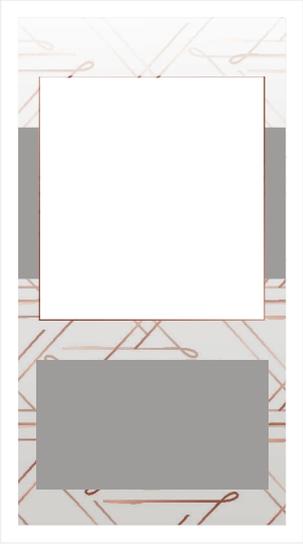
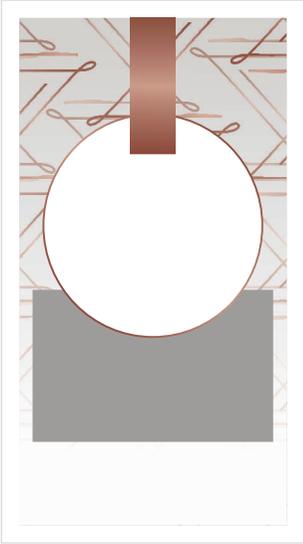
Novidades da área, minha opinião sobre questões relevantes na minha profissão, informações sobre procedimentos, curiosidades e dicas. Também mostro meu dia-a-dia para levar mais qualidade de vida e beleza aos meus pacientes.



DRA. LAILA ZRAIK
Cirurgia Plástica

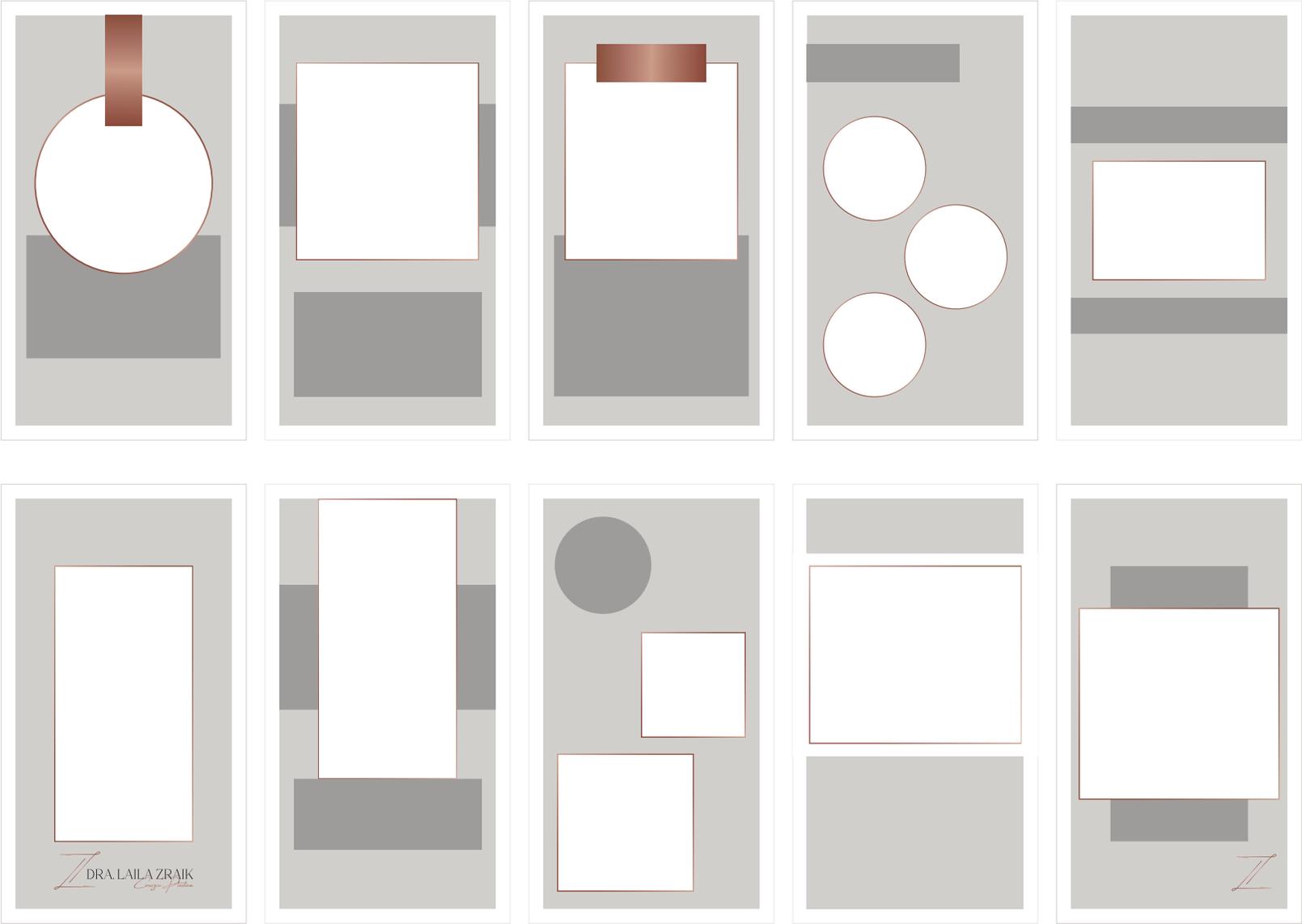
AÇÕES

VISUAL - LAYOUTS STORIES - BASES



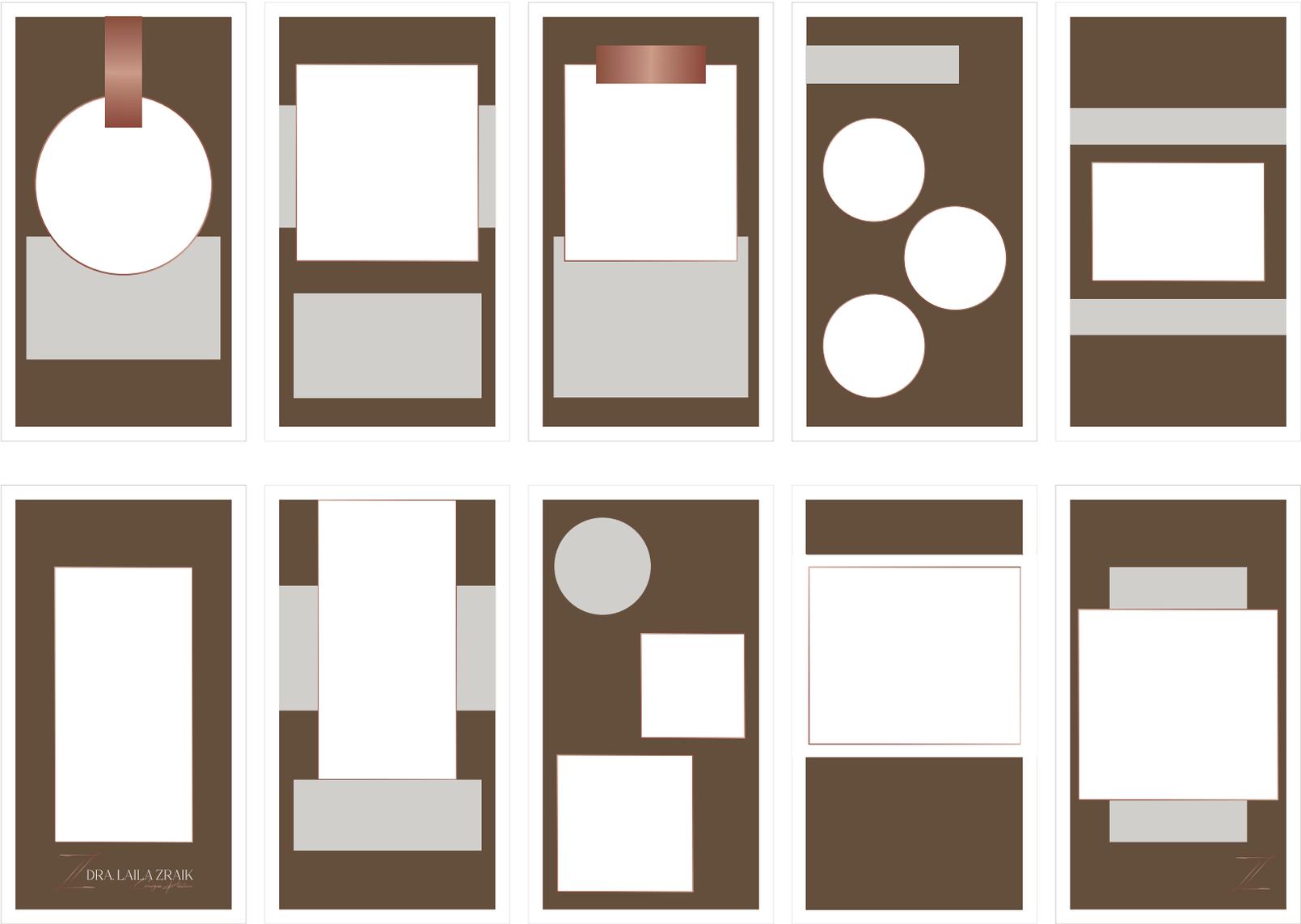
AÇÕES

VISUAL - LAYOUTS STORIES - BASES



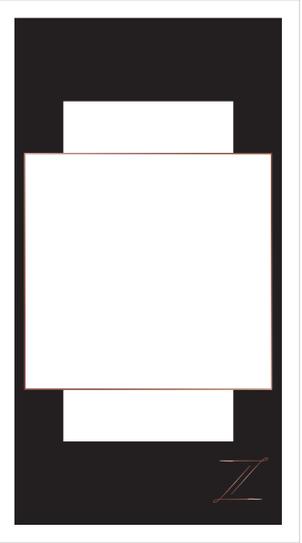
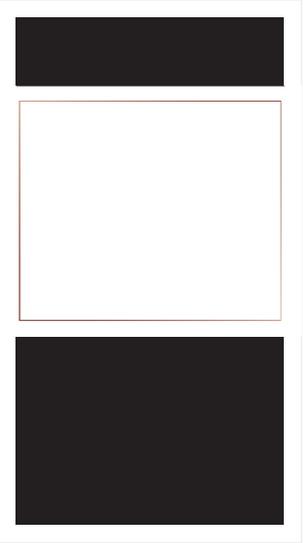
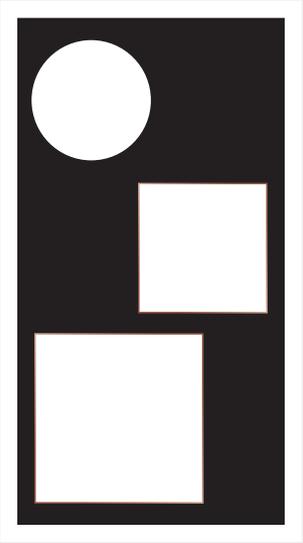
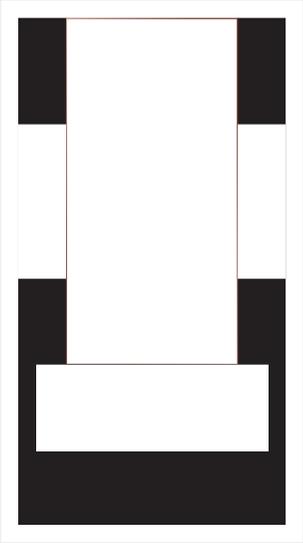
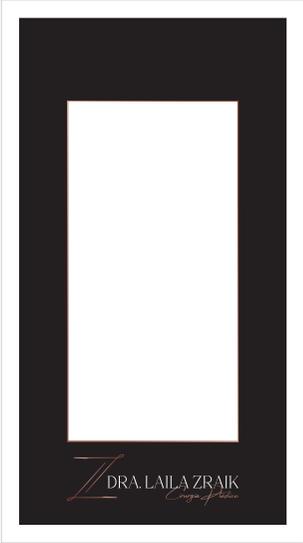
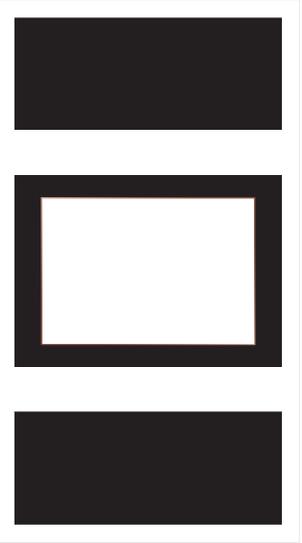
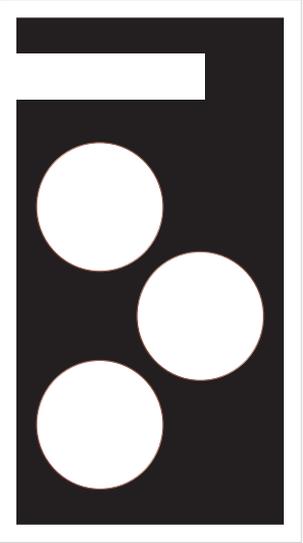
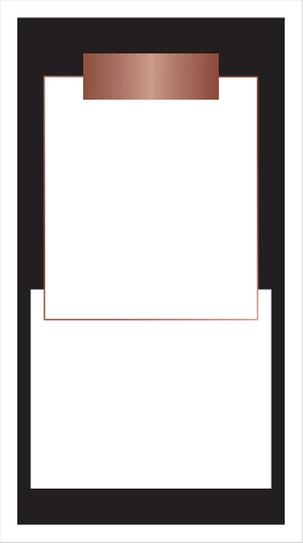
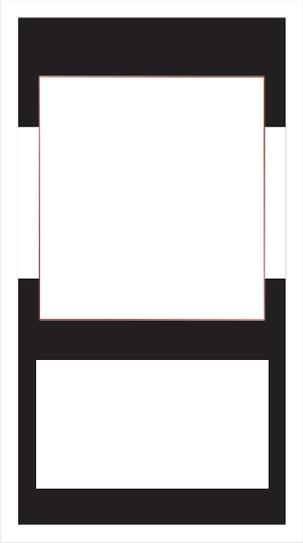
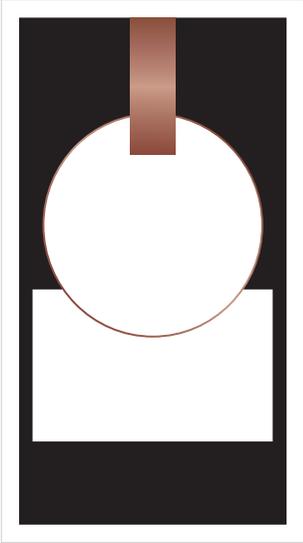
AÇÕES

VISUAL - LAYOUTS STORIES - BASES

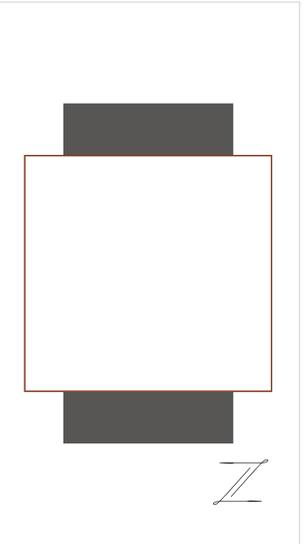
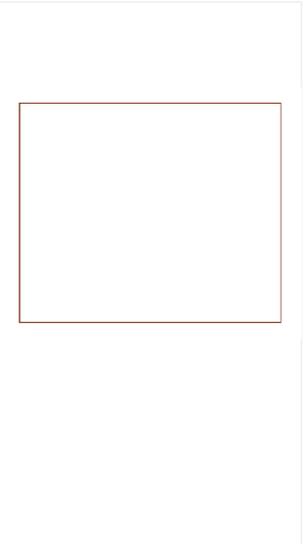
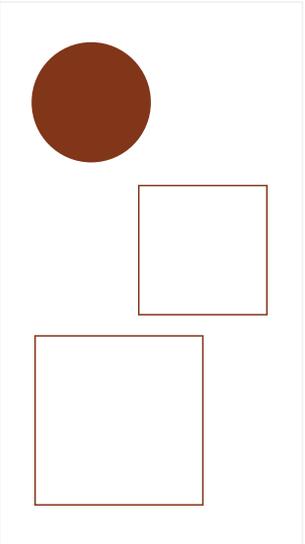
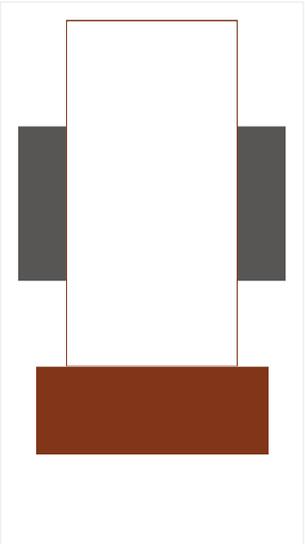
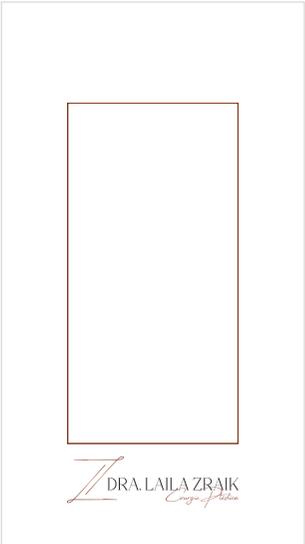
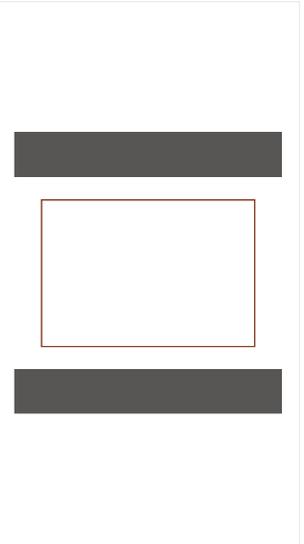
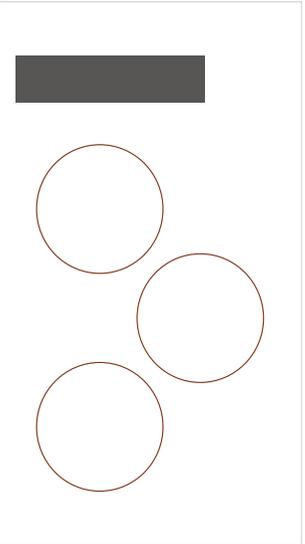
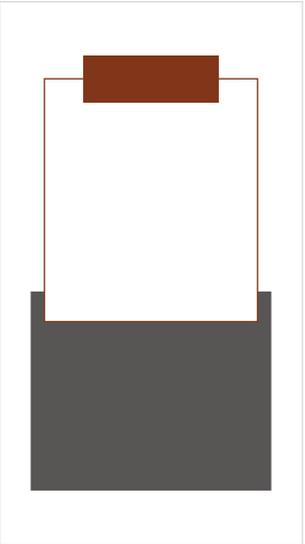
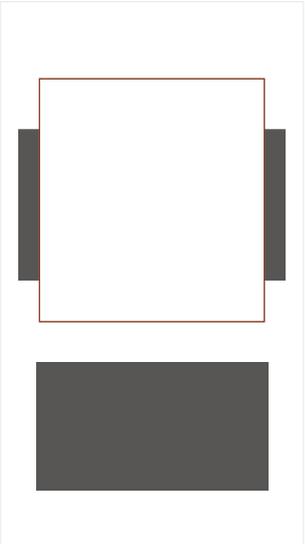
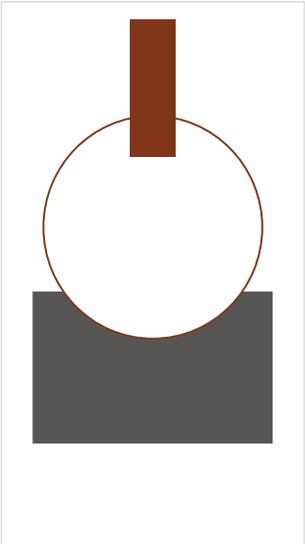


AÇÕES

VISUAL - LAYOUTS STORIES - BASES



VISUAL - LAYOUTS STORIES - BASES



AÇÕES

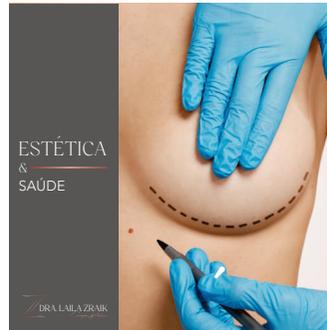
VISUAL - EXEMPLO DE FEED SEMANAL



sab



6ª F



5ª F



4ª F



3ª F



2ª F

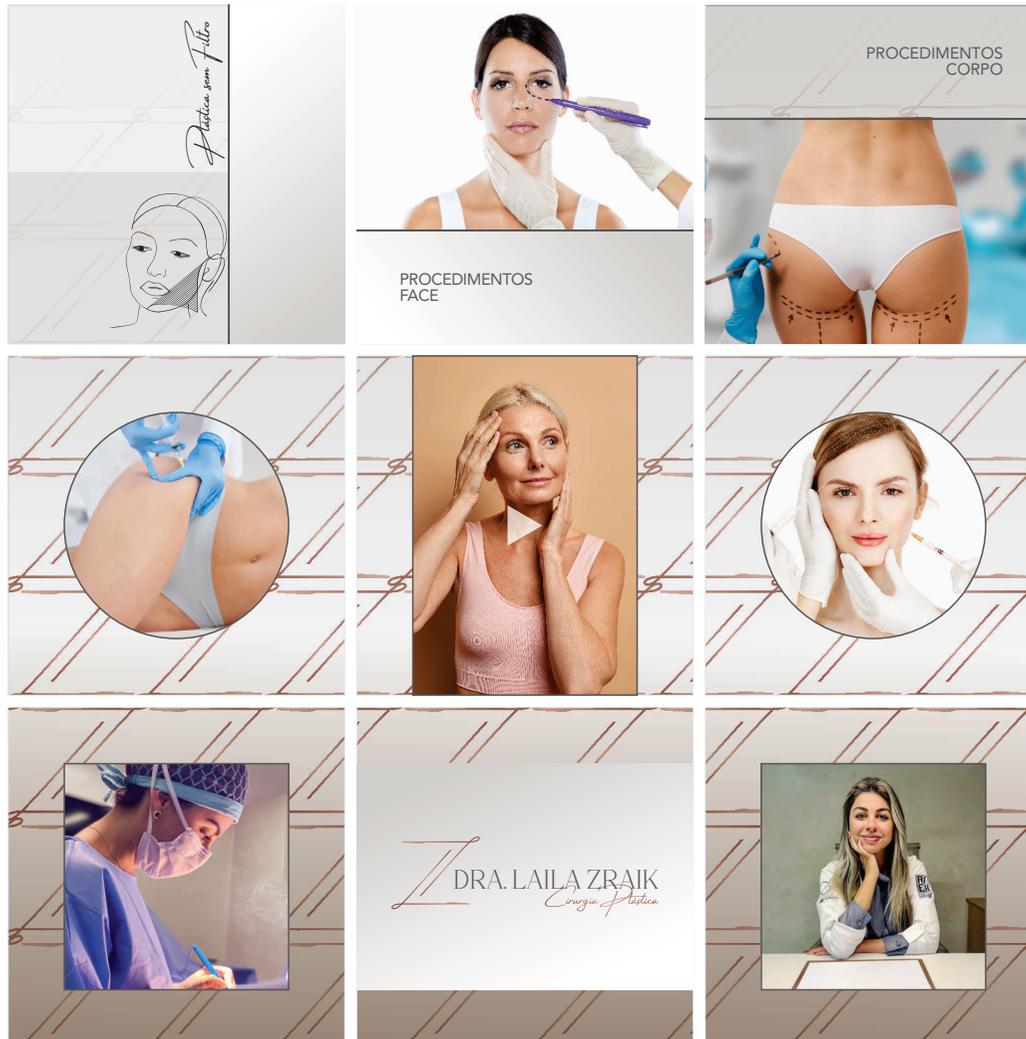


Algumas sugestões:

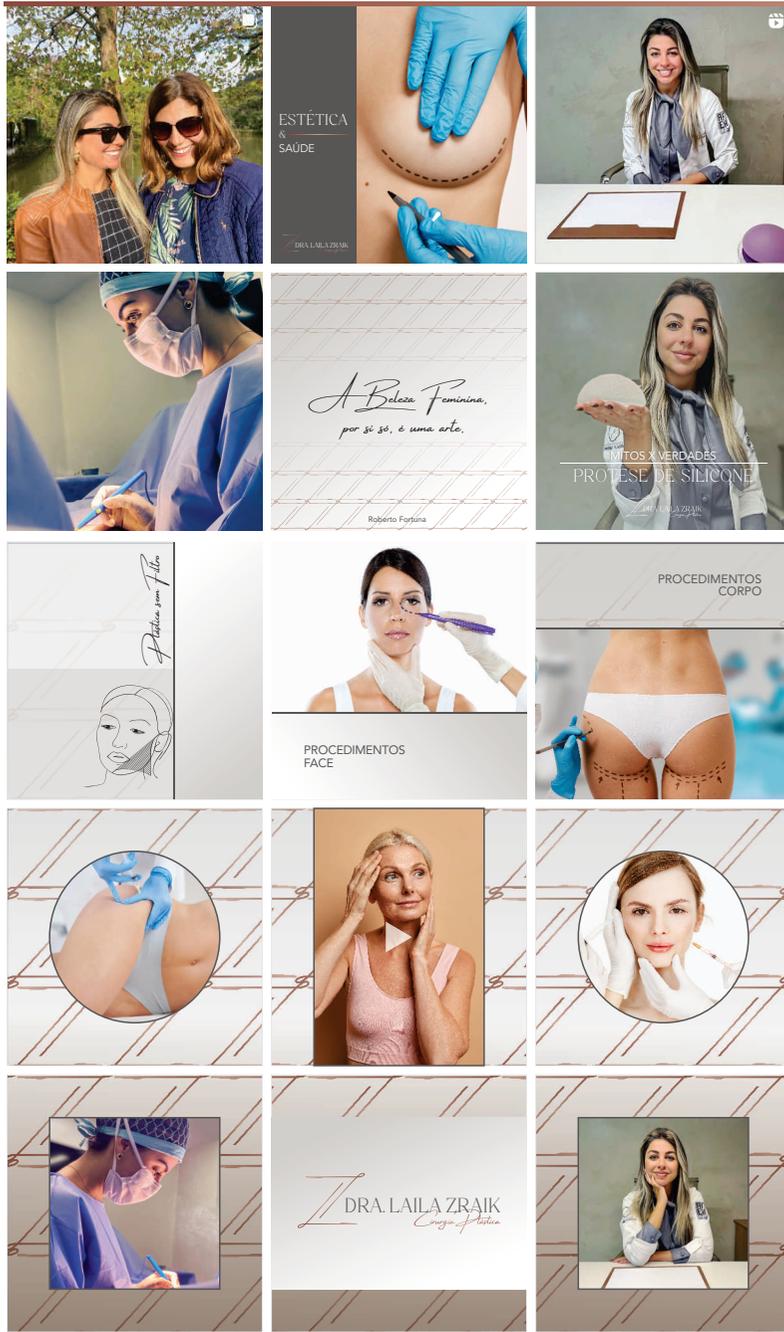
- Preferir fotos mais claras;
- Bem como fundos mais claros;
- Tentar manter as cores da paleta sempre que possível;
- Se alguma cor destoar muito - deixar PB;
- Para 1 semana - 6 postagens;
- Ou manter múltiplos de 3;
- Procurar aparecer nas postagens.
- Fazer Reels / vídeos sempre que possível

AÇÕES

VISUAL - PAINEL LANÇAMENTO MARCA



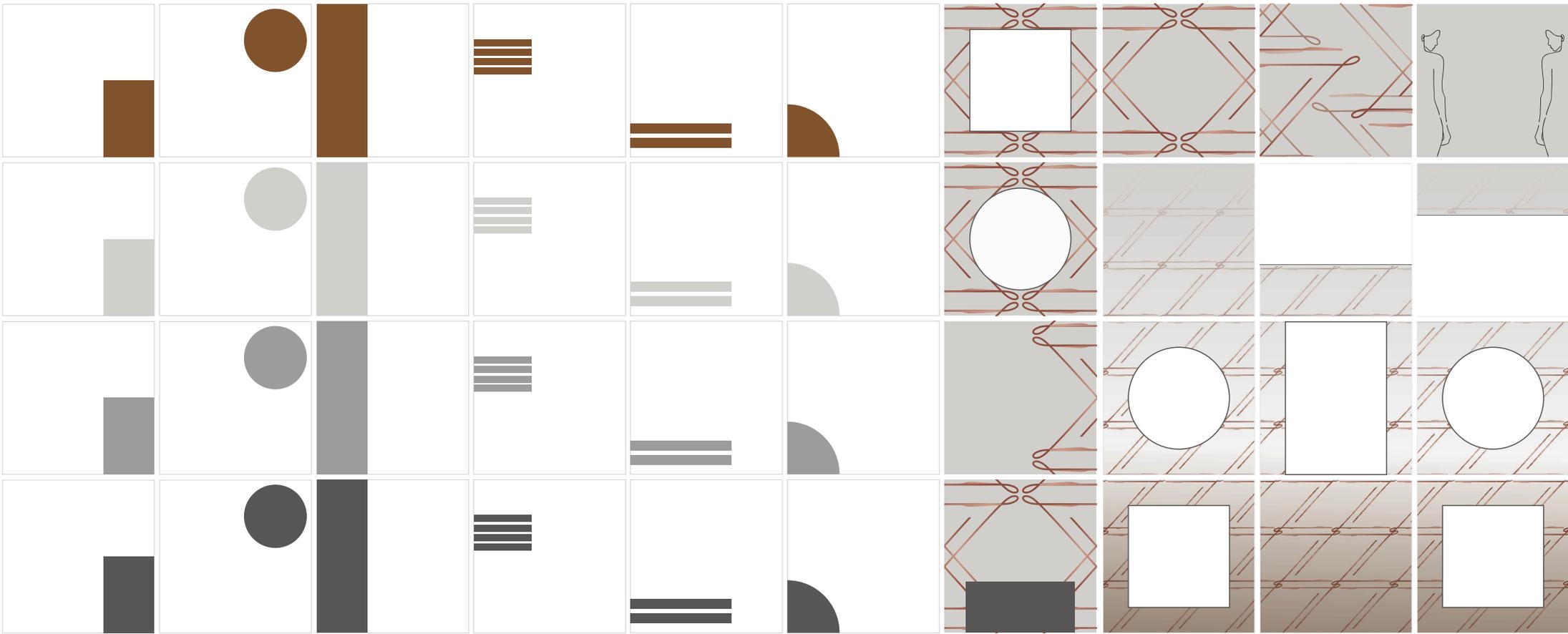
AÇÕES



VISUAL - PAINEL + FEED EXEMPLO

AÇÕES

VISUAL - BASES FEED



AÇÕES

VISUAL - CORES E FONTES



FONTES:

Mitchaella Free Modern Unique

Amsterdam Four

Avenir / OverPass

Formas de
chegar a
mais
pessoas



Reels - Verificar áudios que estão em alta (setinha ao lado do nome do áudio dentro do reels / site tokboard)

Hashtags;

Localização;

Publicações e Stories de pacientes, amigos, fornecedores e parceiros - funcionam como Influencers - mas de forma gratuita;

Digital Influencers;

Impulsionamentos - Facebook e Instagram integrados.

Sorteios

Interação - Engajamento

Algumas
hashtags
usadas na
área

Mais usadas:

#cirurgioplastica #abdominoplastia #estetica #plasticsurgery #cirurgiaoplastico #silicone #rinoplastia #saude #lipoaspiracao #beleza #mamoplastia #lipoescultura #protesedesilicone #cirurgia #cirurgiapl #autoestima #lipo #posoperatorio #bemestar #plastica #botox #lipohd #mastopexia #sbc #lipoaspira #protesedemama #dermatologia #cirurgioplasticasp

Segundas opções:

#blefaroplastia #fisioterapia #medicina #otoplastia #tica #cirurgiaestetica #saopaulo #drenagemlinfatica #odontologia #harmonizacaofacial #cirurgioplasticasegura #de #a #cirurgi #esticacorporal #seios #cirugioplastica #mama #cirurgioplasticarj #mamoplastiareduzora #cintamodeladora #bariatrica #fitness #nariz #liftingfacial #cirurgiareparadora #rejuvenescimentofacial #protesemamaria

Para verificar as melhores hashtags - com atualizações frequentes: <http://best-hashtags.com>

AÇÕES

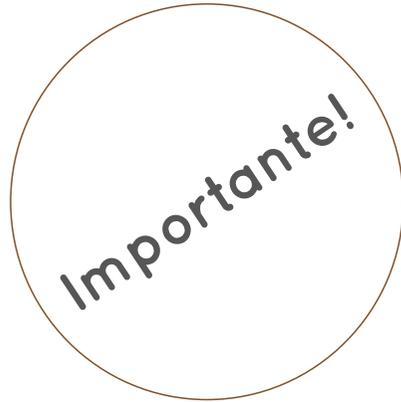
ALCANCE - IMPULSIONAMENTOS

TIPOS

- Impulsione suas publicações: patrocinar seus posts para que eles alcancem um maior número de pessoas, de acordo com critérios definidos por você.
- Promova sua página: aumentar o conhecimento da sua página, o número de fãs, entre outros aspectos.
- Alcance pessoas próximas a seu negócio: encontrar pessoas que estão mais próximas geograficamente do seu negócio e que são mais propensas a escolhê-lo ao invés dos concorrentes.

AÇÕES

ALCANCE - INTERAÇÃO SER PRESENTE E CONSTANTE



Curtir
Responder
Questionar

Retornar comentários nas primeiras horas
Verificar com frequência os melhores horários

Cuidar

Não publicar em excesso - 1 a 2 posts diários
Não comprar seguidores - ter crescimento natural - através da qualidade dos conteúdos e/ou impulsividades
Ter seguidores que interagem é melhor que apenas quantidade de seguidores

AÇÕES

ALCANCE - ENGAJAMENTO

STORIES

Para que os seguidores se sintam próximos, gera conexão.

Legende os stories e vídeos: você mesma pode escrever frases chaves do que você está falando, ou pode usar a ferramenta de legenda automática do aplicativo CapCut

Use as interações do Instagram a seu favor:

- Caixa de perguntas: «Mitos ou Verdades», «Qual é sua dúvida sobre o assunto X»
- Enquetes

Poste stories em bloco: manhã, tarde e noite. Não esgote o conteúdo todo em um só horário. Quanto mais conteúdo recente, mais ele aparece para seus seguidores

Compartilhe suas opiniões sobre assuntos da sua área, conte dificuldades, traga conteúdo que de fato vá fazer a diferença, compartilhe seus erros e acertos de sua trajetória

Use hashtags estratégicas

Dica:

Crie um ritual para ser postado todos os dias. Por exemplo: Um bom dia com uma pergunta, uma frase, algo para que, conforme o tempo, as pessoas lembrem de você por causa disso.

Exemplo real:

A influenciadora Virgínia, todo dia de manhã, dá bom dia dançando a música do seu marido.

REELS

- Acompanhe trends e adapte-as para sua área
- Use os áudios que estão em alta
- Não compartilhe vídeos com a logo do TikTok
- Grave vídeos com boa qualidade de imagem e som

TRUQUES

Crie um ambiente/narrativa nos stories que conecte ao post do dia. Antes do post, já comece a abordar o assunto de forma superficial nos seus stories.

Depois de postar, seja Reels ou post normal, compartilhe nos stories.

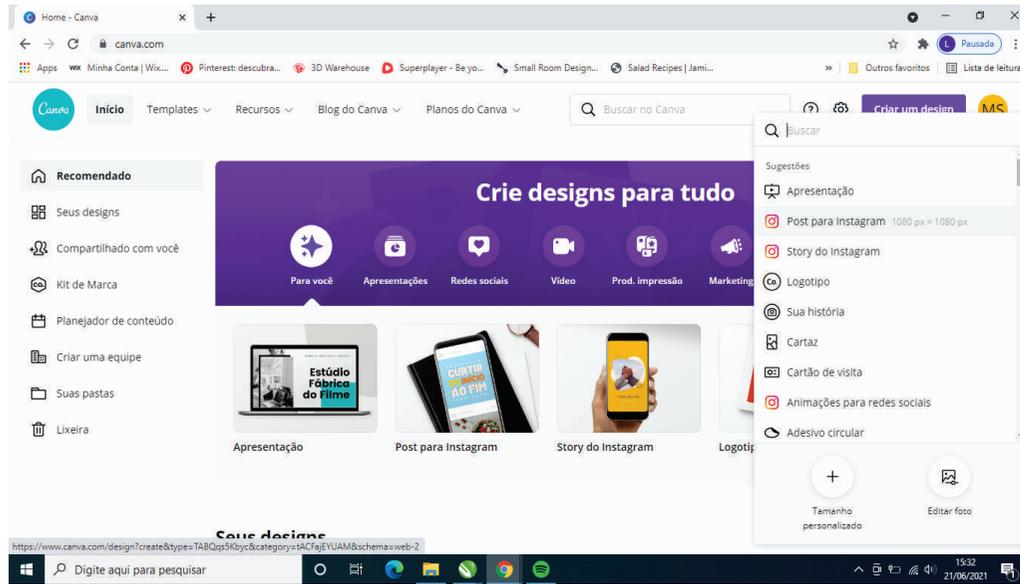
Curta e responda comentários dos seus posts anteriores assim que você fizer uma publicação.

Interaja com as publicações que estão marcadas nas mesmas #’s que você usou, curtindo e comentando.

APLICATIVOS DE APOIO

UNSPLASH	Banco de Imagens gratuito
FREE PIK	Banco de Imagens gratuito
CANVA	Layouts Edição de imagens Programação posts
FACE TUNE	Edição de Imagens
TOUCH RETOUCH	Edição de Imagens gratuito
BOOSTED	Edição de Vídeos gratuito
KINEMASTER	Edição de Vídeos
GRID POST	App de grid para instagram

APLICATIVOS DE APOIO



TAMANHOS

GUIA CANVA

DICAS:

Nesses perfis do Instagram, você pode encontrar várias dicas e truques para usar o Canva:

@gigarciaol
@segredoscanva

ATALHOS

- C - círculo
- R - retângulo/quadrado
- L - linha
- T - texto
- CTRL + G - agrupar elementos
- Alt (pressionar e mover) - duplicar elemento

PALAVRAS-CHAVES

- Organic shapes
- Minimal shapes
- Outline shapes
- Simple shapes ou Blobs
- Hand Drawn
- Lines ou linhas
- Minimalist

*Pesquisar pelo nome de elemento desejados em inglês traz melhores resultados

INFORMAÇÕES IMPORTANTES

Conta Comercial

Link com Facebook para melhor gestão

Analisar as informações do Perfil Comercial

Fazer testes

Analisar a Concorrência

A partir das informações, fazer melhorias contínuas

Gerenciador de anúncios / negócios - Facebook e Instagram

Loriane Cavichiolo | Design Estratégico

