

MÉTRICAS DO INSTAGRAM PARA GESTORES DE VENDAS

Autor: Pedro Pinto





ÍNDICE

- 1. O que é o Instagram Insights?**
- 2. Como ter acesso ao Instagram Insights;**
- 3. Por que as métricas do Instagram são importantes?**
- 4. Métricas x KPI's;**
- 5. Métricas dos perfis do Instagram;**
- 6. Métricas das publicações no feed;**
- 7. Métricas das publicações nos stories;**
- 8. Métricas das publicações no IGTV;**
- 9. Métricas das publicações no Reels;**
- 10. Alcance x Impressões;**
- 11. Taxa de Engajamento por post;**
- 12. Como utilizar as métricas dos posts do Instagram na prática?**

MÉTRICAS DO INSTAGRAM PORQUE SÃO TÃO IMPORTANTES?



Seus seguidores gostam mais de fotos ou de vídeos no Feed? Talvez preferem ler frases? Respondem às perguntas nos comentários? Comentam os seus stories?

Essas são dúvidas comuns ao planejar publicações, e podem ser solucionadas com os dados do Instagram Informações.

Com a ferramenta Instagram informações, você saberá quais posts são mais curtidos, comentados e salvos, além de medir o engajamento dos usuários com cada tipo de conteúdo.

O QUE É? Instagram Insights

Instagram Insights, ou Instagram Informações, é uma ferramenta de análise de dados que oferece informações valiosas sobre a conta.

O recurso está disponível dentro do próprio Instagram, para contas comerciais, e pode ser usado para conhecer mais os seguidores e para melhorar o seu conteúdo.

Quando se trata de mídias sociais, é fundamental contar com ferramentas de web analytics para acompanhar as estatísticas, compreender o comportamento da audiência e medir o sucesso da sua estratégia.

Ao utilizar o Instagram para Empresas, se faz ainda mais necessário monitorar os níveis de engajamento do público, o alcance das publicações e o desempenho dos conteúdos.

Para ajudar nessa tarefa, a plataforma disponibilizou seu próprio Instagram Analytics, que pode ser facilmente acessado e interpretado.

Assim, você tem uma visão geral da conta e dos resultados – e pode evoluir cada vez mais para entregar conteúdo de qualidade, atrair muitos seguidores e melhorar seus resultados.



COMO ACESSAR Instagram Insights



Para usar o Instagram Insights, você só precisa ter uma conta comercial na rede social.

PASSO A PASSO · PASSO A PASSO · PASSO A PASSO

1	2	3	4	5	6
ACESSE A OPÇÃO "CONFIGURAÇÕES DO SEU PERFIL"	TOQUE EM "CONTA"	TOQUE EM "MUDAR PARA CONTA COMERCIAL"	SE PUDER, ASSOCIE SUA CONTA À PÁGINA DO FACEBOOK DO SEU NEGÓCIO, PARA INTEGRAR TODOS OS RECURSOS E TER UMA EXPERIÊNCIA COMPLETA;	ADICIONE OS DETALHES DA SUA NOVA CONTA, COMO CATEGORIA DO NEGÓCIO E AS INFORMAÇÕES DE CONTATO;	TOQUE EM "CONCLUÍDO" E APROVEITE SEU PERFIL PROFIS-SIONAL.

ASSIM QUE VOCÊ REALIZAR A CONFIGURAÇÃO, TERÁ ACESSO AO INSTAGRAM INSIGHTS!



MÉTRICA x KPI'S: A DIFERENÇA ENTRE OS DOIS

Uma **métrica** nada mais é do que um número em seu estado bruto, ou seja, o resultado das suas publicações. Já um **KPI**, do inglês **Key Performance Indicator**, é uma métrica que indica a performance de uma estratégia.

Logo, o KPI é uma métrica que indica se você está ou não alcançando seu objetivo. Logo, KPIs não são padrões, pois é você quem os define.

Então, vamos pensar em um exemplo prático: se você criou uma campanha e, com ela, quer **umentar a visibilidade** de sua marca, os KPIs mais importante seriam **alcance, impressões e engajamento**.

Caso queira **gerar tráfego para uma página**, a taxa de conversão faz mais sentido como indicador de desempenho.

MÉTRICAS DO PERFIL

DO INSTAGRAM

Seguidores

O crescimento de seguidores mostra quantos fãs seu perfil conquistou em um determinado período.

Para acompanhar de maneira realmente profissional, calcule também o saldo do crescimento, considerando a quantidade de unfollows (os que deixaram de seguir sua conta) no mesmo período.

Contas Alcançadas

- Seguidores e não seguidores;
- Tipos de conteúdo;
- Atividade do perfil;
- Toques no site;
- Toques no botão enviar email;
- Toques no botão Ligar;

Localizações

As 5 cidades e os 5 países de onde a maioria dos seus seguidores é.

Faixa etária

A idade, por faixa etária, em que seus seguidores estão.

Gênero

De qual sexo, masculino ou feminino, seus seguidores são.

Períodos mais ativos

Os horários e os dias da semana nos quais a maioria dos seus seguidores fica ativo no Instagram.



MÉTRICAS DOS CONTEÚDOS DOS STORIES

Visualizadores

Número de pessoas (contas) que visualizaram o seu story.

Respostas

O número de respostas para determinada foto ou vídeo de acordo.

Interações

- **Visitas ao perfil:** quantas pessoas viram seus stories e visitaram o seu perfil logo depois;
- **Cliques no link:** número de cliques no link disponibilizado no stories (função habilitada apenas para contas verificadas ou com mais de 10 mil seguidores).

Impressões

Número de pessoas que visualizam seus stories.

Seguidores

Quantidade de seguidores ganhos a partir dos stories.

Navegação

- **Voltar** (cliques para voltar um story);
- **Avançar** (cliques para avançar um story);
- **Encaminhamentos** (número de envios do story para outras contas via direct);
- **Próximo story** (pessoas que saíram da sua sequência de stories para a sequência de stories de outro perfil);
- **Saídas** (quantidade de pessoas que saíram da sua sequência de stories para o feed);



MÉTRICAS DAS PUBLICAÇÕES DOS REELS

Descoberta

- **Contas alcançadas** (quantas pessoas visualizaram o seu vídeo);
- **Reproduções** (quantidade de vezes que viram o seu reels - semelhante a métrica de impressões).

Interações

- **Curtidas** (número de curtidas da publicação);
- **Comentários** (número de comentários realizados, incluídos os que foram feitos por você).
- **Compartilhamentos** (soma do número de envios do seu conteúdo por mensagem direta e de envios para os Stories (repostagem));
- **Salvamentos** (número de salvamentos que foram feitos).

MÉTRICAS DAS PUBLICAÇÕES NO FEED

Curtidas

Número de curtidas por publicação.

Comentários

Número de comentários realizados, incluídos os que foram feitos por você.

Compartilhamentos

Soma do número de envios do seu conteúdo por mensagem direta e de envios para os Stories (repostagem).

Salvamentos

Número de salvamentos que foram feitos.

Envolvimentos

Soma das curtidas e comentários de uma publicação.

Alcance

O número total de pessoas que viram a publicação





MÉTRICAS DOS CONTEÚDOS NO IGTV

Visualizações

Número de pessoas que viram o vídeo, pelo menos durante alguns segundos.

Comentários

Número de comentários realizados, incluindo os que foram feitos por você.

Curtidas

Número de curtidas que o vídeo recebeu.

Retenção de Audiência

Média percentual de tempo do vídeo.

Impressões

O número total de vezes que as pessoas viram a publicação;

- Da página inicial;
- De Hashtags;
- Do perfil;
- De outro.

Visitas ao perfil

Número de pessoas que viram a página do seu perfil.

Cliques na URL da biografia

Número de cliques feitos no link na bio.

Novos seguidores

Contas que começaram a seguir seu perfil.



ALCANCE x IMPRESSÕES:

A DIFERENÇA ENTRE OS DOIS

Alcance

O alcance nada mais é do que o número de pessoas que viram o seu post.

Há também a taxa de alcance, que é a razão entre o número de usuários que viram o post e o seu número de seguidores.

O alcance é uma métrica apresentada em números absolutos, já a taxa de alcance é um percentual.

Impressões

As impressões são a quantidade de vezes que um post, stories ou seu perfil foram visualizados.

Se um usuário viu seu post cinco vezes, você terá cinco impressões e um alcance.

Conseguiu entender a diferença entre eles? O post foi visto 5 vezes, mas pela mesma pessoa. É simples, mas pode confundir!



TAXA DE Engajamento por postagem

A taxa de engajamento por post pode ser calculada a partir da soma de interações pelo alcance.

$$\text{TAXA DE ENGAJAMENTO} = \frac{\text{Curtidas} + \text{comentários} + \text{compartilhamentos} + \text{salvamentos} + \text{cliques no perfil} + \text{novos seguidores} + \text{respostas}}{\text{Alcance} \times 100}$$

Alcance x 100



COMO UTILIZAR AS MÉTRICAS DO INSTAGRAM

Pode parecer que são muitos números para entender, mas, na verdade, eles são úteis se você estiver disposto a alinhar o público e o conteúdo com o que a sua marca oferece.

Para colocar esses Insights dos relatórios do Instagram em prática ainda hoje, comece focando pelo número que está pior. Pode ser seu número de seguidores, o das visualizações no perfil, o do engajamento no feed ou até o da visualização nos Stories.

Escolha por onde começará seu trabalho, crie conteúdos que realmente representem o que seu público quer e observe a frequência semanal. Lembre-se: use todas as variáveis, como: o tipo de conteúdo, as hashtags, os melhores horários para postar, etc.

A partir daí, vai ficar fácil fazer a leitura das métricas dos relatórios do Instagram e transformar esses dados em sucesso para sua marca!





Sistema
Sincopado
Assopado
Assomado

