



**COMO VENDER +  
UTILIZANDO O  
INSTAGRAM  
STORIES**

UM GUIA PARA  
TRANSFORMAR  
HISTÓRIAS EM  
VENDAS.

@RODRIGOS**SANCHEZ**.MKT



## QUEM SOU EU?

Bom, vou contar um pouco sobre mim.

O empreendedorismo sempre esteve dentro de mim, sempre foi algo natural na minha vida, mesmo quando eu trabalhava como empregado de carteira assinada em empresas. Sempre busquei o algo a mais, um projeto paralelo, algo que me desse prazer em investir meu tempo livre.

Desde cedo estudei muito, fiz técnico em programação visual, faculdade em publicidade e depois uma série de especializações: em Marketing, em Administração de Empresas e um MBA em Comunicação Digital.

Já trabalhei em agências de propaganda dos mais diversos portes no RS, mas sempre busquei ter um projeto que como hobby que despertasse o lado empreendedor. Já vendi câmeras descartáveis para festas, móveis repensados e trabalhados, sistemas de automação para Instagram, consultoria em Marketing, duas franquias na área de estética com a minha esposa e etc. Nunca parei, nunca parei de ter ideias e apostar em sonhos.

Nem sempre é fácil, todos os dias temos dificuldades, temos nossas frustrações, mas o segredo é seguir em frente, é estar focado na meta pessoal que nos colocamos. Não acertamos na primeira e também não acertamos nos dedicando pouco. Inspiração + transpiração é o que fará você conquistar aquilo que sonha.

E você pode assim como eu, chegar lá.

Preparei esse guia para ser realmente um guia para você poder tirar mais proveito de uma das funcionalidades mais fantásticas que o Instagram disponibiliza hoje, o Stories.

Vejo que ele hoje é um dos grandes impulsionadores para vendas e vem trazendo resultados expressivos para quem tem feito mais do que o “feijão com arroz”.

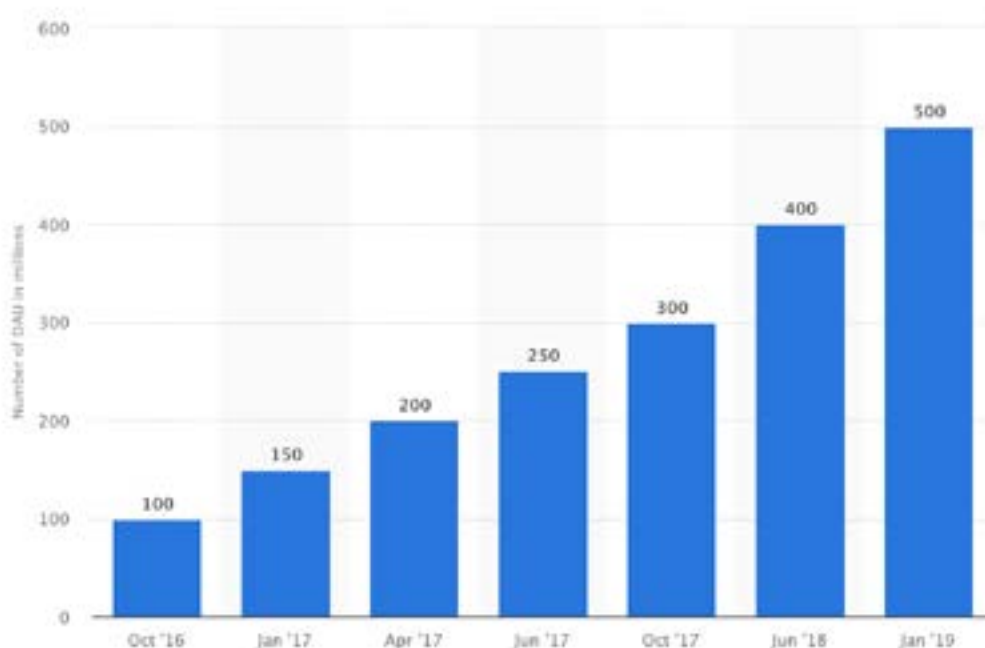
Vamos juntos nessa jornada?

# ÍNDICE

- 1- POR QUE O INSTAGRAM STORIES?
- 2- FEED X STORIES
- 3- STORIES QUE VENDEM
  - 3.1 - CONTEÚDOS NATURAIS
  - 3.2 - CUIDADO PARA NÃO FERIR A SUA PRÓPRIA MARCA
  - 3.3 - CALL TO ACTION OBJETIVO
  - 3.4 - PÁGINA DE DESTINO PLANEJADA
  - 3.5 - OBJETIVO CLARO
  - 3.6 - DOSE CERTA DE INFORMAÇÕES
  - 3.7 - ENTENDA O SEU PÚBLICO
- 4 - 10 IDEIAS DE STORIES
- 5 - CONCLUSÃO

# 1 - POR QUE O INSTAGRAM STORIES?

Quer um número interessante? Dados oficiais mostram que em janeiro de 2019 tivemos 500 milhões de usuários ativos em Stories por **DIA**. O Instagram vem se tornando cada vez mais Stories do que o Feed. Não que o Feed não importe mais, bem pelo contrário, porém o Stories é mais rápido, dinâmico, e... VENDE mais!



Apesar de ser um recurso relativamente novo, lançado no fim de 2016, o Instagram Stories acumula hoje mais de 500 milhões de usuários ativos e podemos até arriscar dizer que essa adição foi capaz de mudar a história da rede social.

Com um aumento na quantidade de usuários ativos em pouco mais de três anos, é de se esperar que a empresa invista pesado por esse caminho e é bom não fechar os olhos por muito tempo. Você pode perder alguma das novas funcionalidades que são lançadas praticamente toda semana.

Seja no trabalho, na faculdade ou em outro país, o Stories é uma forma 100% instantânea de se comunicar diretamente com os seus seguidores ou com um grupo seleto de pessoas.

Se você é um influenciador ou uma marca, utilize bastante o formato vertical, que toma o espaço inteiro da tela e dá a sensação de proximidade em tempo real com o seu público, mesmo que seja por alguns segundos.

# 2- FEED X STORIES

## Stories

- É uma mídia mais informal.
- Mais dinâmico, você pode mostrar os bastidores, projetos ou ações..
- Existem inúmeros recursos sendo trazidos toda a hora: enquetes, perguntas, termômetros, Gifs, Músicas...
- Tem como você abusar da criatividade nos Stories com apps extras.
- Você também pode fazer transmissões ao vivo.
- Eternizar os seus Stories estratégicos em seus destaques.

## Feed

- Vídeos de até um minuto, fotos ou álbuns.
- Filtros para fotos e vídeos.
- Edição de imagens no próprio aplicativo.
- Postagem de várias mídias no formato carrossel, onde você pode fazer uso do Storytelling, isto é, contar um trecho da história em cada post, de modo que o carrossel fique uma história completa.
- Investir em legendas que estimulem a curiosidade do público.
- É no Feed que o visitante terá a primeira impressão da sua marca. Dessa forma, um Feed organizado, criativo e atrativo chamará mais atenção do seu público.
- Bio com opções de contato, ou seja, você pode inserir nesse espaço seu e-mail, telefone, sua ocupação principal e o link de seu WhatsApp ou do seu site.

# FEED + STORIES = WIN!

# 3- STORIES QUE VENDEM

Então, chegamos no grande ponto que todos querem saber. Não há fórmula mágica, mas existem algumas formas de aproximarmos com nosso público, de modo que possamos ser atrativos suficientes para convertermos nossas ofertas em vendas efetivas. Separei 7 pontos primordiais para que você possa utilizar os stories para vender mais.

E por fim, estou trazendo algumas ideias de stories para você adaptar para o seu mercado e poder aproximar do seu público.

## 3.1- CONTEÚDOS NATURAIS

À medida que o Instagram Feed se tornava cada vez mais refinado, organizado, um story despretençioso ganha espaço e visualizações. O Stories se tornou um lugar em que o público esperava conteúdo mais livre e natural.

Existem alguns estudos que mostram que os vídeos de ação ao vivo têm um desempenho melhor do que os vídeos gráficos por esse motivo: o conteúdo que é muito polido, muito organizadinho parece fora de lugar e atrapalha a experiência do usuário ao percorrer as Histórias.

Marcas como The Guardian (grande e tradicional jornal Americano) mostram que as Histórias realistas têm melhor desempenho do que as altamente editadas .

Mesmo se você estiver anunciando no Instagram Stories , não deseja que seus vídeos se pareçam muito com anúncios. Caso contrário, eles se destacarão desajeitadamente das outras histórias que você postar e os usuários as ignoram.

Existem benefícios em manter suas histórias mais informais. Por um lado, oferece mais oportunidades para experimentar. À medida que o Stories se torna o formato dominante no Instagram, a plataforma continua adicionando mais recursos e formatos para você aprimorar suas histórias. Adicionar stickers, GIFs e filtros pode ser um toque agradável que ajuda seu conteúdo a se encaixar nas outras histórias que seu público está assistindo.

## 3.2- CUIDADO PARA NÃO FERIR A SUA PRÓPRIA MARCA

OK, eu sei, acabei de mostrar o porquê de devermos ter mais simplificado e naturalidade nos Stories. Mas, cuidado! Não é porque é um local mais amigável, mais informal que você deve deixar de lado suas crenças, sua própria marca.

Ter uma identidade visual clara para a sua empresa é essencial, pois ajudará os novos fãs a conhecê-lo e os seguidores de longa data a reconhecerem seu conteúdo instantaneamente. O público gastará apenas alguns segundos preciosos para decidir assistir ou não às suas histórias, portanto, é fácil descobrir quem você é.

Mesmo que você queira que suas Histórias pareçam estar postando-as no momento, verifique-as primeiro para verificar a aparência delas. Eles estão com foco? Como estão os cortes? O seu texto tem erros de digitação? Se sim, refaça a gravação!

Embora sempre seja útil ter um designer ou fotógrafo profissional criando suas histórias, mesmo pequenas equipes podem produzir conteúdo impressionante. Qualquer pessoa pode aprender a tirar e editar fotos lindas usando apenas um smartphone. Ou você pode até usar um conjunto de modelos gráficos .



## 3.3- CALL TO ACTION OBJETIVO

CTA ou Call to Action é basicamente a nossa chamada para ação: clique aqui, ali, responda a pesquisa, marque alguém, curta e etc.

Você revisou suas histórias e está confiante de que elas estão atingindo o equilíbrio certo entre polido e casual. Mas seu público ainda não está aumentando ou interagindo.

Pode ser outro problema comum: sua frase de chamada, de atenção, não é suficientemente óbvia.

Sem um CTA claro, é provável que seu público-alvo siga em frente sem perceber que deseja que ele tome outra ação.

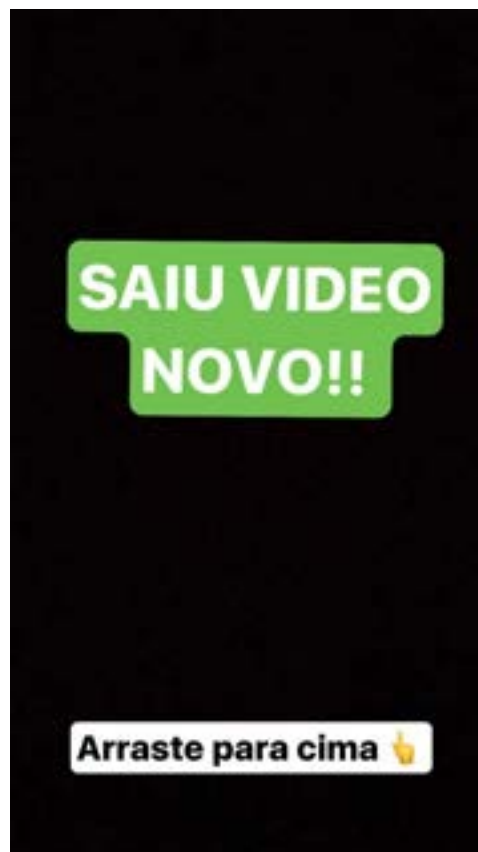
O Instagram adiciona o texto “Veja mais” na parte inferior das histórias que incluem links, mas que não fornece muitas informações aos espectadores. Deslize para cima para fazer o que? Compre o produto na foto, leia um post sobre ele, inscreva-se para descobrir quando ele está disponível?

Quando se trata de CTAs, não há benefício para sutileza. Você precisa beirar o óbvio nesses casos!

Fornecer contexto adicional ajuda a tornar sua mensagem clara nos poucos segundos que você tem com os espectadores.

Você também pode tornar seu CTA maior e mais visível do que o texto “Ver mais”, mantendo a estética da sua história (exemplo abaixo).

Ou usar um dos muitos GIFs ou adesivos no Instagram que foram projetados para exatamente este propósito.



## 3.4- PÁGINA DE DESTINO PLANEJADA

Seu CTA é importante, mas é apenas o meio para um fim. Sua página de destino - ou o que estiver esperando do outro lado é onde você fará ou interromperá suas conversões.

E um dos maiores motivos pelos quais o público fecha sua página de destino sem tomar medidas é porque suas mensagens ou conteúdo são inconsistentes. A correspondência de mensagens é fundamental! Verifique se o que você oferece na sua história está alinhado com o que o público recebe na página de destino.

A aparência da sua página de destino é igualmente importante. Ele deve refletir o tom e o visual das suas histórias para uma experiência perfeita que atrai o público.

## 3.5- OBJETIVO CLARO

Você sabe o quão importante é a qualidade quando se trata do Instagram Stories: se parecer ruim ou chato, o público ignorará. Mas mesmo um ótimo conteúdo pode falhar se não estiver fornecendo informações suficientes para seus espectadores!

Mesmo os seguidores que gostam da sua história podem não ter certeza de qual é o objetivo. Uma revelação de produto? Uma postagem no blog? Um vídeo mais longo esperando por eles em seu site? Deixe seu conteúdo lidar com seu conteúdo ir degustando suas histórias.

Por isso é importante ir conduzindo o público para o entendimento do seu objetivo.

Se você estiver compartilhando uma oferta, precisa ser ainda mais específico e urgente. "VENDA!" É atraente, mas "VENDA SOMENTE HOJE" vai atrair mais pessoas (use as expressões poderosas - existe um post que fiz sobre isso no feed do meu insta @rodrigosanchez.mkt)

Se a sua história for um vídeo, não confie muito no áudio para transmitir seus pontos principais. Enquanto o Instagram diz que 70% dos usuários assistem a vídeos com o som ligado, isso ainda significa que 30% deles o desativam. Inclua texto com sua oferta e CTA ou arrisque os espectadores a não ver esses detalhes por completo!

## 3.6- DOSE CERTA DE INFORMAÇÕES

Você deseja que suas histórias despertem interesse e direcionem o público para sua página de destino. Isso significa ser seletivo e compartilhar informações importantes, nem todos os detalhes!

Se o seu público olhar para os traços na parte superior da tela e perceber que há 20 histórias à frente, eles poderão ficar assustados e pular todos.

Você não faria uma apresentação na frente de uma platéia sem praticá-la ou publicaria uma postagem no blog sem editar; portanto, aplique a mesma filosofia às suas histórias do Instagram. Planeje suas histórias com antecedência para garantir que cada uma delas tenha um objetivo (seja informação ou entretenimento) e agregue valor ao seu público.

Quanto é muito? Não dá muito ainda para dizer, importante testar com o seu público, mas como? Bom isso você pode ver nas suas sequências de stories as métricas e entender a sua retenção de público. É normal um percentual de pessoas ir saindo ou pulando suas histórias no meio, mas se esse percentual for muito alto, preocupe-se, você está com alguma falha na comunicação.

Se você estiver compartilhando histórias de fotos fáceis de ler, poderá incluir mais. Mas apenas seus fãs obstinados assistirão a uma dúzia de vídeos de 15 segundos seguidos.

## 3.7- ENTENDA O SEU PÚBLICO

Você pode estar seguindo totalmente as minhas recomendações e, no entanto, suas histórias ainda estão caindo. Pode ser que você esteja criando um ótimo conteúdo para o público errado: você mesmo, e não seus seguidores.

Se seus seguidores não estão acessando suas histórias, é provável que você esteja compartilhando algo em que não se interessa. Então, como você descobre o que seus seguidores querem ver?

Você provavelmente não quer mandar um direct para cada um e perguntar. Felizmente, há uma tonelada de análises que lhe dirão que tipo de conteúdo funciona mais com seus seguidores. O Instagram tem algumas estatísticas internas úteis, mas existem muitas outras fontes de dados. Descubra quais análises você deve rastrear e as ferramentas que você pode usar para rastreá-las .

O teste A / B também pode ajudá-lo a desenvolver sua estratégia de Histórias, permitindo testar variações no conteúdo promovido. Com o tempo, você aprenderá quais CTAs e formatos de matérias produzem os melhores resultados para o seu público.

A pesquisa qualitativa também é valiosa, por isso fale com seus seguidores! Use pesquisas ou perguntas para obter um feedback rápido sobre o que eles querem ver de você ou que tipo de conteúdo eles mais gostam (aqui é um ponto extremamente valioso).

Lembre-se sempre, seu público já gosta da sua marca. Eles seguem você por um motivo! Você só precisa desenvolver uma sólida compreensão de quem eles são e do que gostam e compartilhar histórias que falem com esses interesses.

Depois de acertar, seus stories venderão!

# 4- 10 IDEIAS DE STORIES

- 1- Promova posts de seu blog (utilize recursos de arrastar para cima, link na bio para levar diretamente para o conteúdo).
- 2- Promova seus posts do feed nos stories, isso ajuda muito no seu engajamento, brinque com o público, peça a opinião deles sobre o post que está promovendo.
- 3- Promova seu produto, seu lançamento, mostre nos seus stories o que você faz, o que quer ofertas.
- 4- Se você tiver uma marca, você pode pegar um dia e fazer um dia especial dos clientes, dando a visão deles sobre a marca por 24h, isso humaniza e aproxima a marca.
- 5- AO VIVO: O Instagram prioriza conteúdos gravados ao vivo, por isso, aproveite e traga a sua audiência para participar.
- 6- Gamificação: use seu stories para enquetes, isso cria uma interação próxima, faça brincadeiras, sequências criativas de questionários e outros.
- 7- Sticker de perguntas: esse é muito valioso para relacionamento, use de formas criativas. Você pode oferecer o espaço para que o público pergunte sobre você, pode utilizar o espaço para que o público responda também sobre algum assunto.
- 8- Mostre os bastidores, o making-off, pessoas se conectam com pessoas, é interessante mostrar lados verdadeiros.
- 9- Entrevistas: conduza algumas entrevistas nos seus vídeos, mostre algum conteúdo único e de valor.
- 10 - Não é bem uma ideia, mas sim uma recomendação para aumento de alcance: use e abuse dos stickers de localização nos stories e de hashtag, eles aumentam muito seu alcance e visualizações.

# 5- CONCLUSÃO

Você chegou até aqui, leu todas as recomendações e ideias para que suas histórias sejam vendedoras e levem você para o caminho do sucesso.

Agora é com você. Explore criativamente todos os pontos.

E mais uma vez gosto de resaltar: não há uma fórmula exata. Existem caminhos e métodos, mas sua audiência sempre ditará o que dará certo ou não.

Seja você, conte sua história verdadeira e crie conexões memoráveis.

Um abraço e sucesso,  
Rodrigo Sanchez  
[rodrigosanchez.com.br](http://rodrigosanchez.com.br)  
[instagram.com/rodrigosanchez.mkt](https://www.instagram.com/rodrigosanchez.mkt)



@RODRIGOSANCHEZ.MKT