

Cheatsheet de Instagram



Porque é que a tua marca deve estar no Instagram?

O Instagram é a plataforma ideal para fortalecer a presença da tua marca ou negócio. É onde as pessoas procuram referências, avaliam reputações e criam conexões. Com isto em mente, que tipo de conteúdos deves criar?

2.11 MIL MILHÕES
de utilizadores mensais ativos

70%

dos utilizadores do Instagram têm menos de 34 anos.

98%

dos utilizadores acedem à plataforma via dispositivos móveis.

90%

dos utilizadores do Instagram utilizam os Reels.

49%

Os posts em vídeo têm em média 49% mais interação do que fotos.

Formatos de Publicação

Feed

- Imagem única
- Carrosséis
- Vídeo
- Posts Colaborativos
- Posts com Lembrete
- Posts com Música
- **Post em Grelha (Exclusivo Swonkie)**

Story

- Story
- Story com Perguntas
- Story com Links
- Story com Contagem Regressiva
- Live

Reel

- Reels (até 60 segundos)
- Reels com duração estendida (até 10 minutos)

Guia de Tamanhos de Publicações

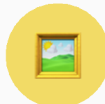


Imagem de Perfil

720x720px

4:5

Feed: Vertical

1080x1350px

16:9

Feed: Horizontal

1080x560px

1:1

Feed: Quadrado

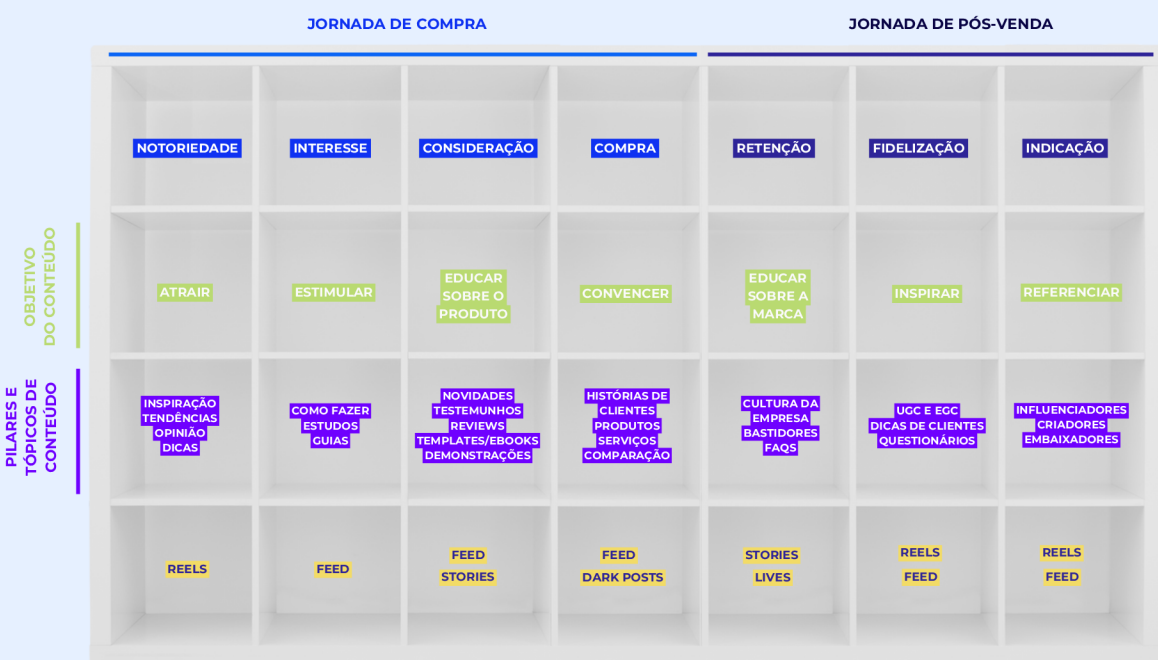
1080x1080px

9:16

Stories & Reels

1080x1920px

Melhores Formatos e Posicionamento de Conteúdo



Melhores Horários de Publicação do Instagram em Portugal

Carrossel

quarta-feira 14h
sexta-feira 16h

Imagem

segunda-feira 15h

Vídeo

sábado 12h
sábado 17h

Stories Imagem

segunda-feira 15h
terça-feira 22h

Stories Vídeo

domingo 23h
quarta-feira 15h

Vá quais são os melhores horários para publicar no teu perfil através dos relatórios do Swonkie [aqui](#).

Dicas para Otimização de Perfil



- ✓ **Publica conteúdos de alta qualidade:** Utiliza imagens e vídeos com boa iluminação e resolução para garantir uma presença profissional e apelativa.
- ✓ **Mantém uma frequência de publicação consistente:** Define um calendário de publicações para manter a audiência envolvida e ativa.
- ✓ **Usa hashtags estratégicas:** Inclui hashtags relevantes ao setor, combinando populares e de nicho para alcançar novos públicos.
- ✓ **Estimula a interação do público:** Faz perguntas nas legendas, incentiva a comentários e faz sondagens para aumentar a interação.
- ✓ **Diversifica os tipos de conteúdo:** Alterna entre conteúdos educativos, promocionais, inspiradores e interativos para manter o interesse da audiência.
- ✓ **Partilha testemunhos e avaliações:** Publica feedback positivo de clientes ou parceiros para reforçar a credibilidade e a confiança na tua marca.
- ✓ **Inclui chamadas para ação em todas as publicações:** Incentiva os seguidores a interagir com o conteúdo, seja através de comentários, partilhas ou cliques em links.
- ✓ **Cria parcerias estratégicas:** Colabora com outras marcas, influenciadores ou especialistas para aumentar o alcance e a influência da tua conta.
- ✓ **Monitoriza e responde rapidamente às interações:** Mantém um bom relacionamento com a audiência ao responder prontamente a comentários e mensagens diretas.
- ✓ **Dá destaque às conquistas e marcos da tua marca:** Partilha certificações, prémios, casos de sucesso ou momentos importantes para fortalecer a autoridade e reputação.
- ✓ **Escolhe um nome de utilizador claro e memorável:** Usa um nome fácil de reconhecer e que represente fielmente a tua marca pessoal ou empresarial.
- ✓ **Utiliza uma foto de perfil profissional:** Pode ser o logótipo da empresa ou uma foto de rosto de alta qualidade, caso sejas o rosto da marca.
- ✓ **Escreve uma bio clara e objetiva:** Resume, de forma concisa (máximo 150 caracteres), o que a tua marca representa, os produtos ou serviços que ofereces e o valor que entregas.
- ✓ **Inclui uma chamada para ação na bio:** Incentiva os visitantes a tomar uma ação específica, como visitar o site, contactar ou subscrever uma newsletter.
- ✓ **Adiciona informações de contacto:** Facilita a comunicação ao incluir email, telefone ou outro meio de contacto relevante. Se disponível, ativa o botão de contacto no perfil.
- ✓ **Aproveita o link na bio:** Adiciona múltiplos links para direcionar os visitantes para diferentes páginas importantes, como produtos, serviços ou artigos. Mas evita ferramentas externas às do Instagram.

- ✓ **Mantém uma identidade visual consistente:** Define um estilo de cores, tipografia e design que reflita a identidade da tua marca, garantindo coerência em todas as publicações.
- ✓ **Cria destaques organizados nos stories:** Usa ícones e capas personalizadas para categorizar informações essenciais, como serviços, testemunhos, bastidores ou novidades.
- ✓ **Preenche todas as informações do perfil:** Completa a secção de perfil com a localização, categoria da conta e site para facilitar o acesso a mais informações sobre a marca.

Métricas Chave e como interpretá-las

- ✓ **Número de Seguidores:** Tamanho atual da tua audiência.
 - Se o número está a crescer, a estratégia de atração está a funcionar.
 - Se estagna ou diminui, pode indicar perda de relevância ou frequência inadequada de conteúdo.
- ✓ **Nº de Publicações:** Consistência e ritmo de conteúdo no Feed.
 - Avalia se estás a publicar com frequência coerente com o planeado.
 - Ajuda-te a correlacionar volume de posts com interação.
- ✓ **Impressões:** Quantas vezes o conteúdo apareceu no ecrã dos utilizadores.
 - Se elevado, o conteúdo foi visto muitas vezes (podendo ser pela mesma pessoa repetidamente).
 - Se estiverem baixas, pode ser sinal de pouco interesse do público ou distribuição reduzida.
- ✓ **Alcance:** Quantidade de utilizadores únicos expostos ao perfil/conteúdo.
 - Se o alcance geral está a crescer, mais pessoas únicas estão a ver o conteúdo.
 - Se decar, pode ser necessário mudar estratégia de conteúdo, hashtags ou horários de publicação.
- ✓ **Interações:** São os gostos, comentários, partilhas e guardadas. É o nível de resposta aquilo que publicas.
 - Se altas, o público está a responder bem ao teu conteúdo
 - Se baixas, a audiência pode estar apenas a ver, sem se envolver.
- ✓ **Taxa de Interação por Alcance:** Resposta e envolvimento sobre o conteúdo para quem efetivamente o vê.
 - Uma taxa elevada significa que, das pessoas que viram, muitas interagiram.
 - Se estiver baixa, indica que o conteúdo não está a despertar interação proporcional ao alcance.
- ✓ **Taxa de Interação por Impressões:** Eficácia em converter visualizações em reações.
 - Se alta, a cada vez que o conteúdo é visto, há tendência de interagir.
 - Se baixa, o conteúdo é visto, mas não chama à ação.
- ✓ **Taxa de Viralidade:** Potencial do conteúdo espalhar-se além da audiência original.
 - Se estiver alta, esta taxa sugere partilhas e alcance entre utilizadores não-seguidores.
 - Se estiver baixa, esta taxa indica que o conteúdo fica confinado à tua base de seguidores
- ✓ **Melhor Horário de Publicação:** Janelas de oportunidade para obter maior visibilidade e reações.
 - Revela quando a maioria dos seus seguidores está online ou mais ativa.
 - Publicar nestes horários tende a maximizar alcance inicial e engajamento.