

Live: mídias sociais para corretores de imóveis

  / SandraTurchi



Bem-vindxs



/ SandraTurchi

SOU SANDRA TURCHI

CEO DIGITALENTS

- ❖ **Focada em Transformação digital**
 - Consultoria
 - Treinamento
 - Talentos (Headhunting e Outsourcing)
- ❖ **Palestrante TEDxSP e Consultora**
- ❖ **Professora: ESPM, FGV, St. Paul**
- ❖ **Formação: USP, FGV, Toronto Univ. e Babson**
- ❖ **Autora de best seller e co-autora**
- ❖ **Executiva de Marketing há mais de 25 anos**
- ❖ **Eleita um dos profissionais de marketing mais influentes pela Revista SMMagazine**





JÁ OUVIU FALAR
DE REPUTAÇÃO DIGITAL?

“...é o que as **outras**
pessoas falam
ou pensam sobre **nós**,
ou sobre nossa **empresa**,
produto ou **serviço**.”

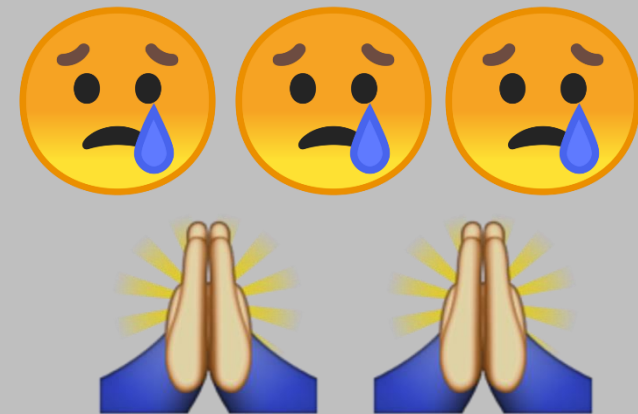
Mídias Sociais

**CONVERSAS
DIGITAIS**

Mídias Sociais – linguagem + cosmopolita

Ex: uma esposa falando com o marido:

Estou péssima, meu dia
está muito complicado.
Espero que melhore!



Graças à social media estamos nos reconstruindo

STALKEAR

EMBUSTE

**UMA NOVA
LINGUAGEM ESTÁ SE
DESENHANDO**

LACRAR

FLOPAR

RANÇO

SHIPAR

FANDOM

SAPÃO

DESTRUIDORA

10/10

PLMDDS

BISCOITEIRO

COMO AS MARCAS devem agir...





Devem ser **mais**
humanas

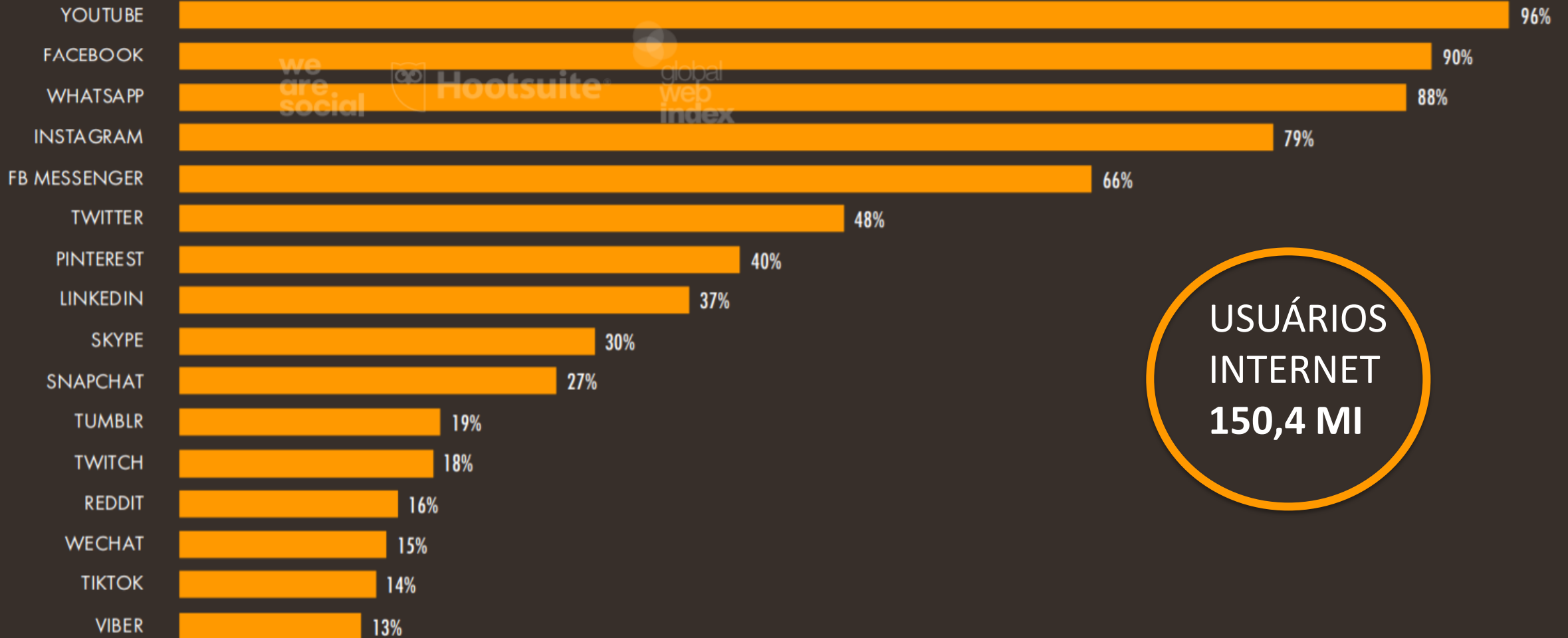
JAN
2020

MOST-USED SOCIAL MEDIA PLATFORMS

PERCENTAGE OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64 WHO REPORT USING EACH PLATFORM IN THE PAST MONTH



BRAZIL



USUÁRIOS
INTERNET
150,4 MI

JAN
2021

WORLD'S MOST VISITED WEBSITES (SEMRUSH)

RANKING OF THE WORLD'S MOST VISITED WEBSITES ACCORDING TO SEMRUSH, BASED ON TOTAL WEBSITE TRAFFIC

#	WEBSITE	TOTAL VISITS	UNIQUE VISITS	TIME PER VISIT	PAGES PER VISIT
01	GOOGLE.COM	66.52B	2,995M	23M 07S	6.87
02	YOUTUBE.COM	20.42B	1,947M	33M 11S	4.17
03	FACEBOOK.COM	15.52B	1,794M	23M 02S	5.96
04	WIKIPEDIA.ORG	12.96B	2,291M	8M 42S	2.14
05	YAHOO.CO.JP	4.90B	198M	17M 31S	6.80
06	AMAZON.COM	4.34B	753M	13M 08S	7.01
07	PORNHUB.COM	3.94B	594M	14M 07S	8.91
08	INSTAGRAM.COM	3.76B	836M	17M 23S	4.46
09	XVIDEOS.COM	3.51B	523M	17M 36S	9.46
10	YAHOO.COM	3.37B	498M	15M 48S	3.97

#	WEBSITE	TOTAL VISITS	UNIQUE VISITS	TIME PER VISIT	PAGES PER VISIT
11	TWITTER.COM	3.24B	723M	15M 21S	4.48
12	YANDEX.RU	2.95B	202M	22M 35S	7.57
13	XNXX.COM	2.29B	397M	17M 35S	9.68
14	LIVE.COM	2.20B	369M	7M 16S	4.09
15	REDDIT.COM	2.17B	344M	17M 10S	4.23
16	NAVER.COM	1.81B	67M	27M 07S	9.89
17	VK.COM	1.66B	150M	26M 43S	11.73
18	FANDOM.COM	1.49B	351M	10M 51S	3.11
19	WHATSAPP.COM	1.34B	276M	21M 44S	1.54
20	RAKUTEN.CO.JP	1.33B	143M	8M 34S	5.74

Nas mídias sociais
PRECISAMOS DIFERENCIAR ...

TÁTICO



ESTRATÉGICO

Um bom Planejamento

- 1- Diagnóstico
- 2- Planejamento
- 3- Implementação
- 4- Gestão



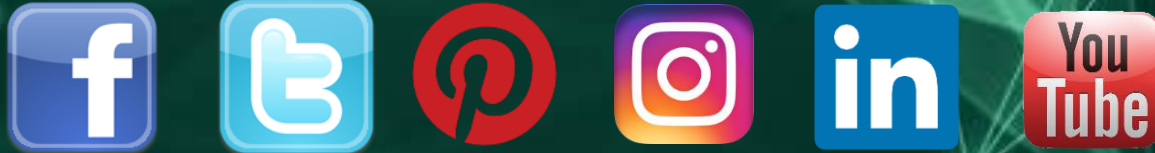
1- DIAGNÓSTICO | DESCUBRA

A magnifying glass with a black handle and a silver frame is positioned over a person's profile. The person's face is partially visible, with a focus on the mouth and nose area. The background is a textured blue and purple gradient.

Quem está falando?

Do que estão falando?

1- DIAGNÓSTICO



PARA ESTUDAR A
CONCORRÊNCIA NAS REDES
SOCIAIS

❖ MELTWATER

❖ QUINTLY

- E OS SEUS CONCORRENTES?
- E O MERCADO E PRODUTOS?
- QUEM SÃO OS INFLUENCIADORES?

1-DIAGNÓSTICO

PÚBLICO ALVO

SEGMENTAÇÃO GEOGRÁFICA

SEGMENTAÇÃO PSICOGRÁFICA

SEGMENTAÇÃO DEMOGRÁFICA

2- Planejamento



Definir:

- **Objetivos**
- **Persona da Marca**
- **Conteúdo**
- **Canais/ Plataformas**
- **Recursos**
- **Métricas e Monitoramento**

2- Planejamento – Objetivos Mídias Sociais



- Construir marca?
- Ficar mais conhecido?
- Vender?

2- Planejamento – Persona da Marca

**REPRESENTAÇÃO
FICTÍCIA DO
CONSUMIDOR**



Personas no mercado imobiliário



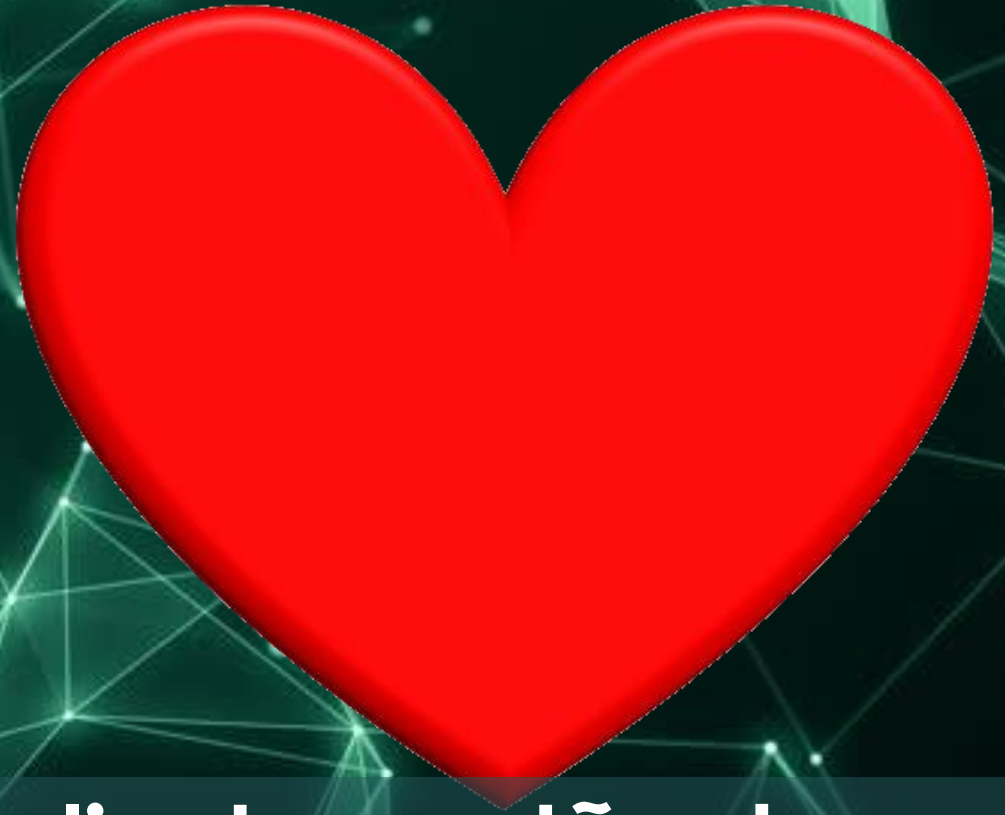
Público-alvo: Homens e mulheres, solteiros, pais, entre 30 e 45 anos, sem casa própria, com renda mensal entre R\$ 3 mil e R\$ 5 mil, moradores de São Paulo.

Persona: Andreia Ribeiro, 35 anos, mãe solteira, mora com a mãe. Gosta de sair nos finais de semana para parques e shoppings com o filho André, de 8 anos. Sente falta de mais contato com os amigos, principalmente nos finais de tarde após o trabalho, mas procura economizar para conquistar a casa própria.

2. Planejamento: **CONTEÚDO**

PONTO ESTRATÉGICO NA RELAÇÃO
CONSUMIDOR - EMPRESA

2. Planejamento: CONTEÚDO



Se o que queremos é atrair clientes, então devemos lhes dar algo que eles valorizem.

Só vender não é bacana.

O importante nas
redes sociais é ouvir!

Pauta | Definir uma **linha editorial** e as fontes de pesquisa.

CONTEÚDO



Frequência | Tempo, mercado, público... Isso definirá a frequência.

OS corretores podem contar com diversos formatos digitais de ações para despertar interesse, desejo e atenção dos compradores, ampliando as vendas!

Publicação de posts de blog

Divulgação de Infográficos

Landing pages

SEO

Ebooks

Vídeos

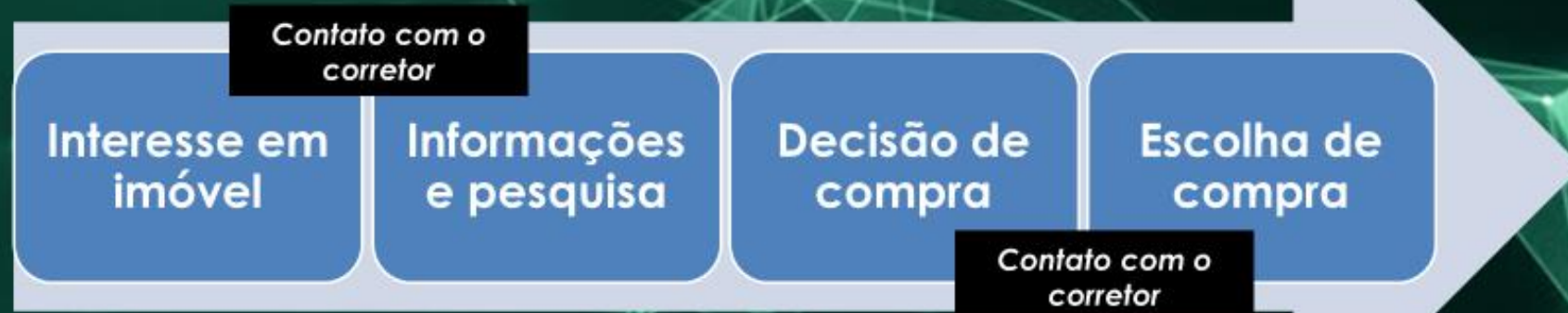
E-mail marketing

Fóruns online

Webinars e Podcasts

Conteúdo em Mídias Sociais

ANTES DA
INTERNET



DEPOIS DA
INTERNET



Para gerar envolvimento

- » **RESPONDA RÁPIDO** os comentários negativos e conduza para uma conversa privada;
- » **NUNCA** delete estas mensagens (mesmo!);
- » **SURPREENDA** em suas respostas.



Nubank

Interatividade com seus clientes





Netflix Brasil

@NetflixBrasil

Um ano que começa com os 4 últimos filmes do Harry Potter disponíveis na Netflix tem tudo pra dar certo. Pode vir, 2020!



netflixbrasil

Seguindo

1.321 publicações

15.7 milhões seguidores

188 seguindo

Netflix Brasil

Eu sei que ainda faltam 4 Harry Potters, não precisa vir todo dia avisar.

Seguido por sergiodsan, futuro_sa, meiomensagem e outras 48 pessoas

NETFLIX sempre atenta aos seus seguidores



TENDÊNCIA









Usuários buscam mais
conteúdos reais, pessoais
e “de bastidores”

CRONOGRAMA DE POSTAGEM

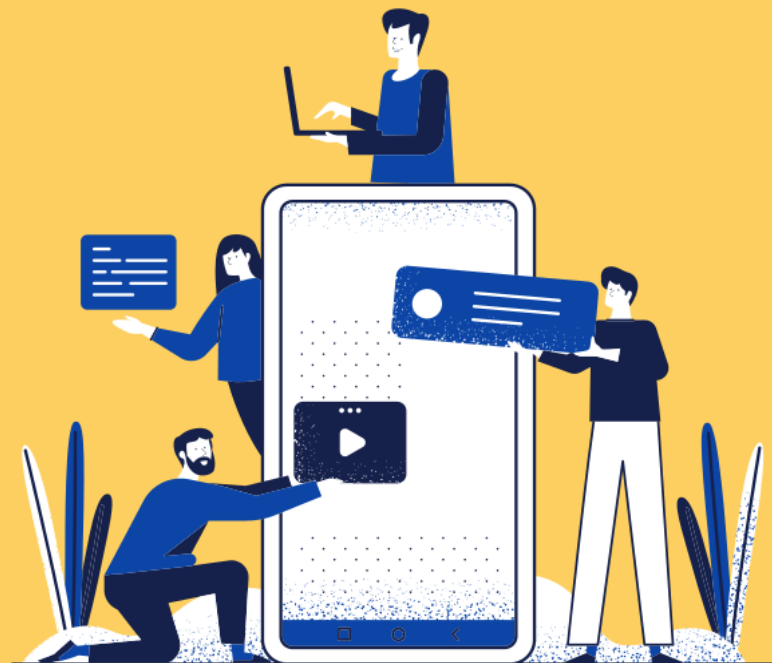
PERÍODO	CATEGORIA	CONTEÚDO	URL OU LINK PARA IMAGEM/ VÍDEO	OBSERVAÇÕES
DEZEMBRO / DIA				
		Você conhece a Art Basel Miami? A art Basel é uma feira de arte moderna e contemporânea que acontece em Miami Beach desde 2001 e reúne mais de 250 expositores de artes, vindos de mais de 30 países. Conheça um pouco mais sobre esse incrível evento que acontece de 3 a 6 de dezembro e deixa Miami ainda mais badalada. A Mister W - Full Service Concierge será seu assessor aqui em Miami http://posturusa-miami-miami-beach.com/events/art-basel/all-about-art-basel		Colocar uma imagem da Art Basel.
<h2>aproveite todas as oportunidades do momento....</h2>				
3	Serviços	Quer conhecer Miami além das compras? Veja nossos pacotes especiais para passeios personalizados. Aproveite as interessantes regiões de Wynwood, Galerias de Arte, Little Havana, Little Haiti, Praias azuis e paradisíacas e muito mais. Consulte nossa assessoria especial! Acesse nosso site >>> http://www.misterwconcierge.com/quem_vem_conhecer_miami.html		Colocar alguma imagem de Little Havana, Little Haiti, Wynwood.
4				
5				
				32

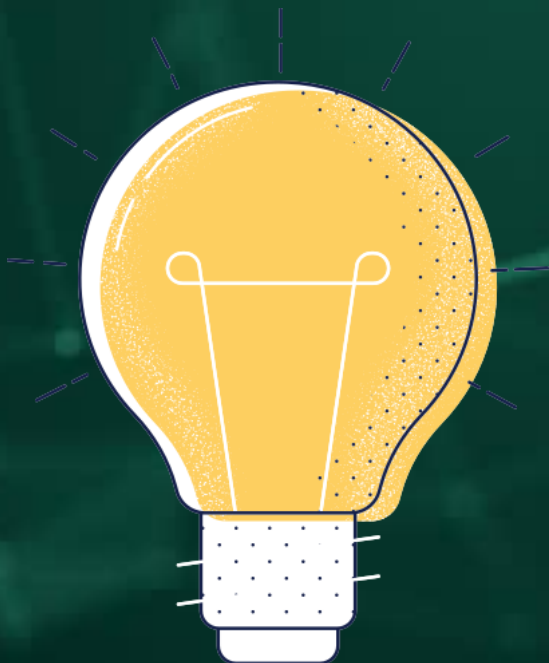
Canais que as marcas devem pensar em estar presentes



<p>QUADRO RESUMO</p>					
<p>CARACTERÍSTICAS</p>	<ul style="list-style-type: none"> FANPAGE CONTEÚDOS PESSOAIS / MARCA RELACIONAMENTO MÍDIA 	<ul style="list-style-type: none"> AMPLIFICADOR DE CONTEÚDO RELACIONAMENTO MÍDIA 	<ul style="list-style-type: none"> ENTRETENIMENTO AMPLIFICADOR DE CONTEÚDO MÍDIA 	<ul style="list-style-type: none"> RELACIONAMENTO PROFISSIONAL AMPLIFICADOR DE CONTEÚDO 	<ul style="list-style-type: none"> AMPLIFICADOR DE CONTEÚDO ENTRETENIMENTO
<p>PÚBLICO ALVO</p>	<ul style="list-style-type: none"> BASTANTE AMPLO PERMITE SEGMENTAÇÃO B2B / B2C PÚBLICO HETEROGÊNEO 	<ul style="list-style-type: none"> PÚBLICO JOVEM E EMPRESAS FORMAÇÃO DE GRUPOS DE INTERESSE B2B / B2C 	<ul style="list-style-type: none"> B2B / B2C PÚBLICO HETEROGÊNEO E EMPRESAS FORMAÇÃO DE GRUPOS DE INTERESSE 	<ul style="list-style-type: none"> FORMAÇÃO DE GRUPOS DE INTERESSE PROFISSIONAL B2B / B2C PÚBLICO HETEROGÊNEO/ EMPRESAS 	<ul style="list-style-type: none"> FORMAÇÃO GRUPO INTERESSE DE PRODUTOS E SERVIÇOS B2B / B2C PÚBLICO HETEROGÊNEO
<p>OBJETIVO DA COMUNICAÇÃO</p>	<ul style="list-style-type: none"> INFORMAR/ ENTRETER CRIAR ANÚNCIO 	<ul style="list-style-type: none"> INFORMAR E ENTRETER CRIAR ANÚNCIO 	<ul style="list-style-type: none"> ENTRETER 	<ul style="list-style-type: none"> INFORMAR/RECRUTAR PESSOAS DIVULGAR VAGAS VENDAS BTOB 	<ul style="list-style-type: none"> INFORMAR PROMOVER ENTRETER
<p>TOM DE VOZ</p>	<p>+ INFORMAL</p> 	<p>DUPLO: FORMAL/ INFORMAL</p> 	<p>INFORMAL</p> 	<p>FORMAL / OBJETIVO</p> 	<p>INFORMAL /PRÓXIMO</p> 

Editando a sua Biografia no Instagram





Configurações da bio

✕ Editar perfil ✓


Alterar foto do perfil

Name
PENSE VENDA

Nome de usuário
pensevenda

Site
<http://bit.ly/whatsapp.falecomigo>

Biografia
os 🇺🇸 Vendo Parque Cid. Nova ➡️ 📱 Meu Whatsapp

Informações comerciais públicas

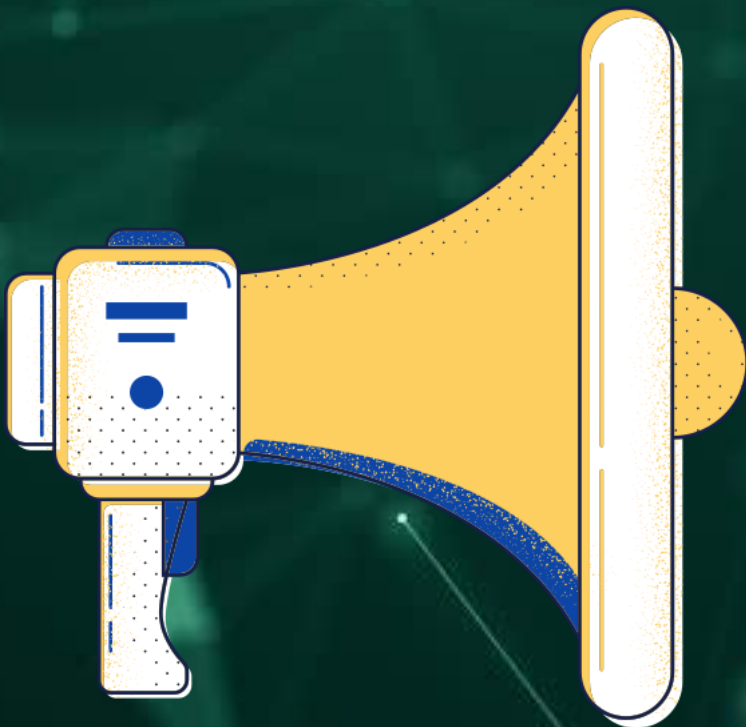
Página pensevenda >

Categoria Educação >

Opções de contato E-mail, Telefone >

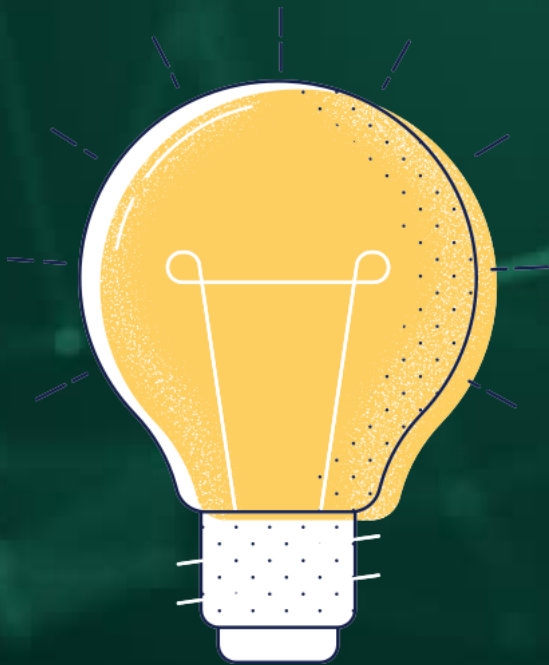
Botões de ação Nenhum ativo >

Exibição do perfil Nenhum oculto >



Você pode optar por ter 02 tipos de bio:

- **objetiva**
- **conceitual**



Análise de uma bio conceitual



27

Publicações

244

Seguidores

33

Seguindo

PENSE VENDA

Educação

Sou sua corretora de sonhos, ajudo você a sair do aluguel sem precisar fazer loucuras.

🏠 + de 500 clientes satisfeitos

📍 São Paulo metrópole

📄 Acesse 👉

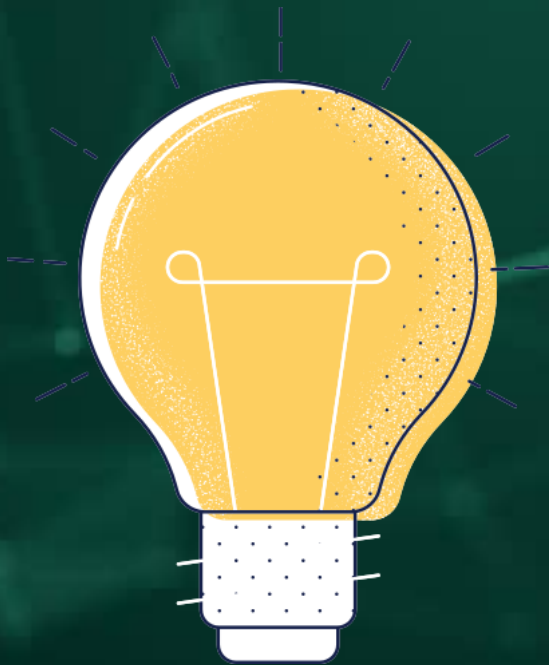
bit.ly/minhalistade-email

Editar perfil

Promoções

Informações

Contato



Análise de uma bio objetiva



27 Publicações **244** Seguidores **33** Seguindo

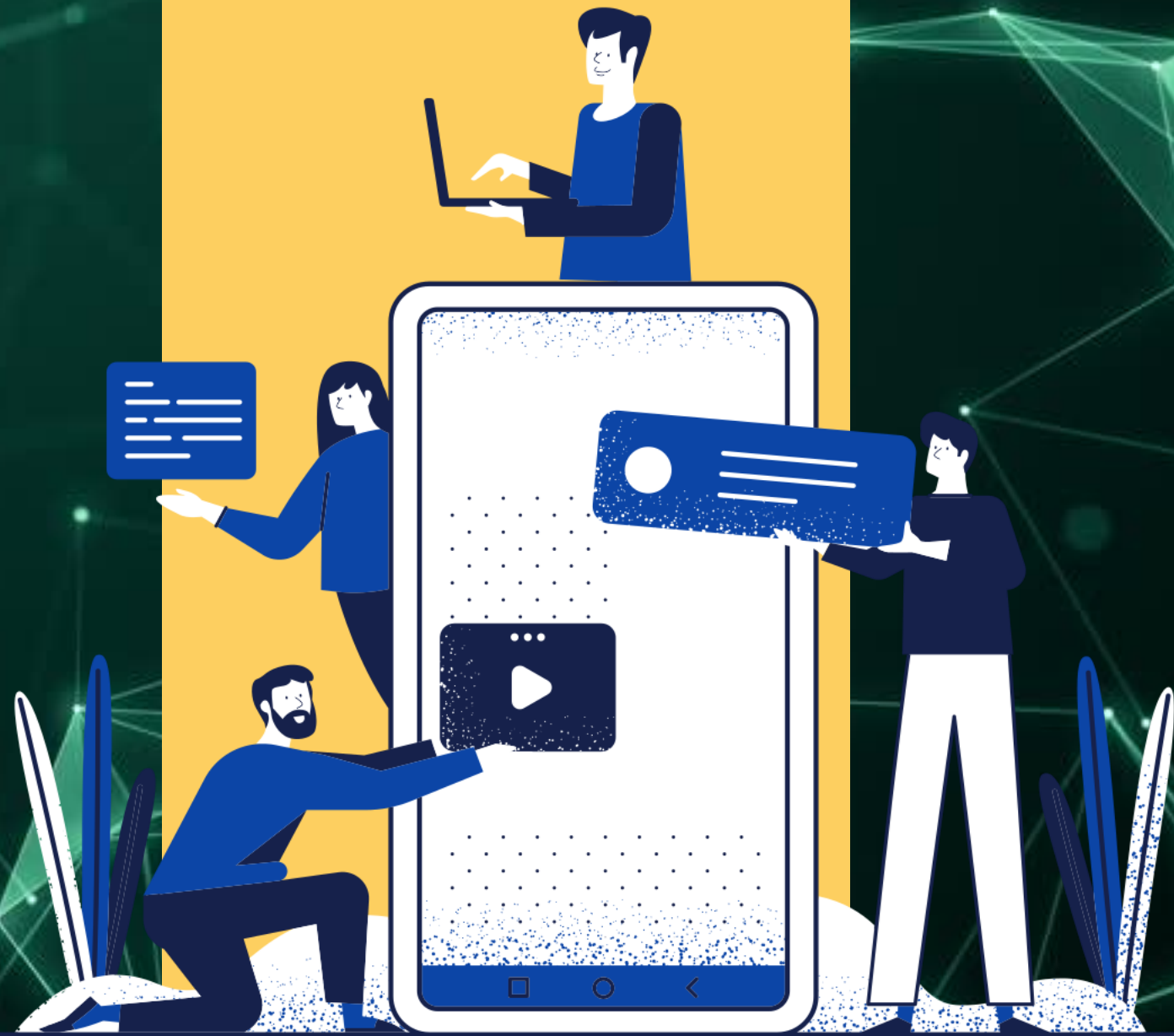
PENSE VENDA
Educação

-  CRECI 000.999
-  TOP Consult. Imobiliário
-  MCMV
-  Construtora Casas & Prédios
-  Vendo Parque Cid. Nova
-  Meu Whatsapp
bit.ly/whatsapp.falecomigo

[Editar perfil](#)

[Promoções](#) [Informações](#) [Contato](#)

INSTAGRAM PROFISSIONAL

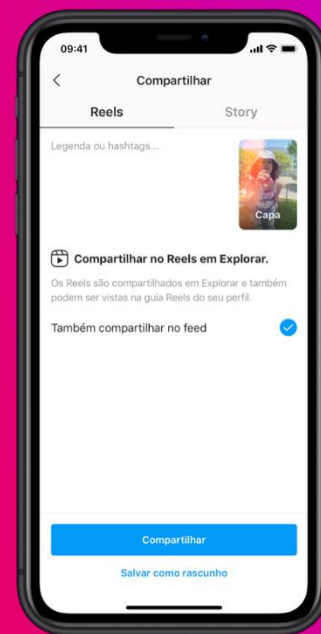
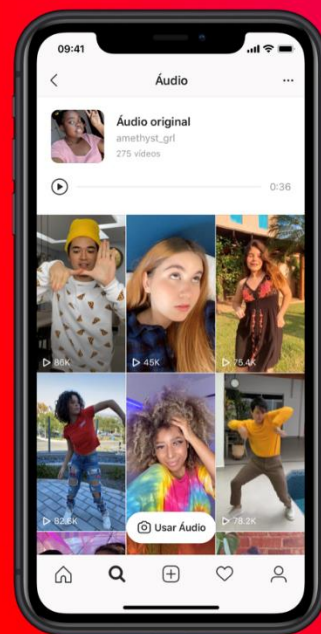
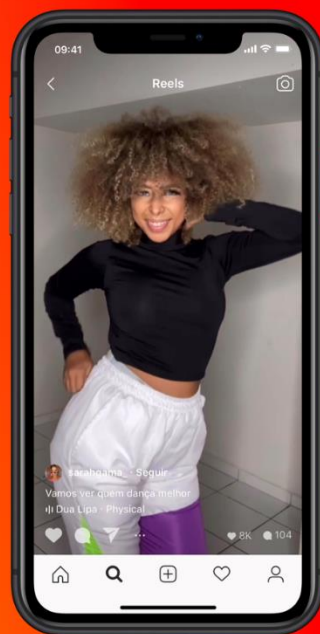
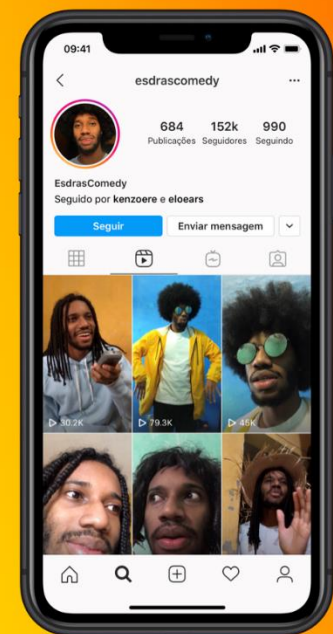


USABILIDADE DO INSTAGRAM



Instagram rivaliza Tik Tok e lança REELS

Ferramenta cria **vídeos curtos, de 15 segundos**, com diversos recursos criativos, como **múltiplos cortes**, efeitos de **realidade aumentada** e áudio de **músicas**, originais e de demais usuários.



MELHORES HORÁRIOS DE POSTAGEM

Facebook - 2^a a 6^a, das 13h às 17h

Instagram - 2^a a 6^a, das 17h às 18h

Twitter - 2^a a 5^a, das 13h às 15h

Linkedin - 3^a a 5^a, entre 17h e 18h

3- IMPLEMENTAÇÃO – RECURSOS



EQUIPES

TREINAMENTO

**CONTEÚDO
INICIAL**

4- GESTÃO E MANUTENÇÃO |

Produção do
Conteúdo:
exclusivo ou
não?

Periodicidade e
frequência dos
posts

Alimentar a
Rede: perguntar,
responder,
informar...

Monitoramento
Contínuo

INFLUÊNCIA DIGITAL

“Habilidade de **causar efeito**, mudar comportamentos e **gerar resultados mensuráveis online**.”

PILARES DA INFLUÊNCIA



ALCANCE

Popularidade
Proximidade
Boa Vontade

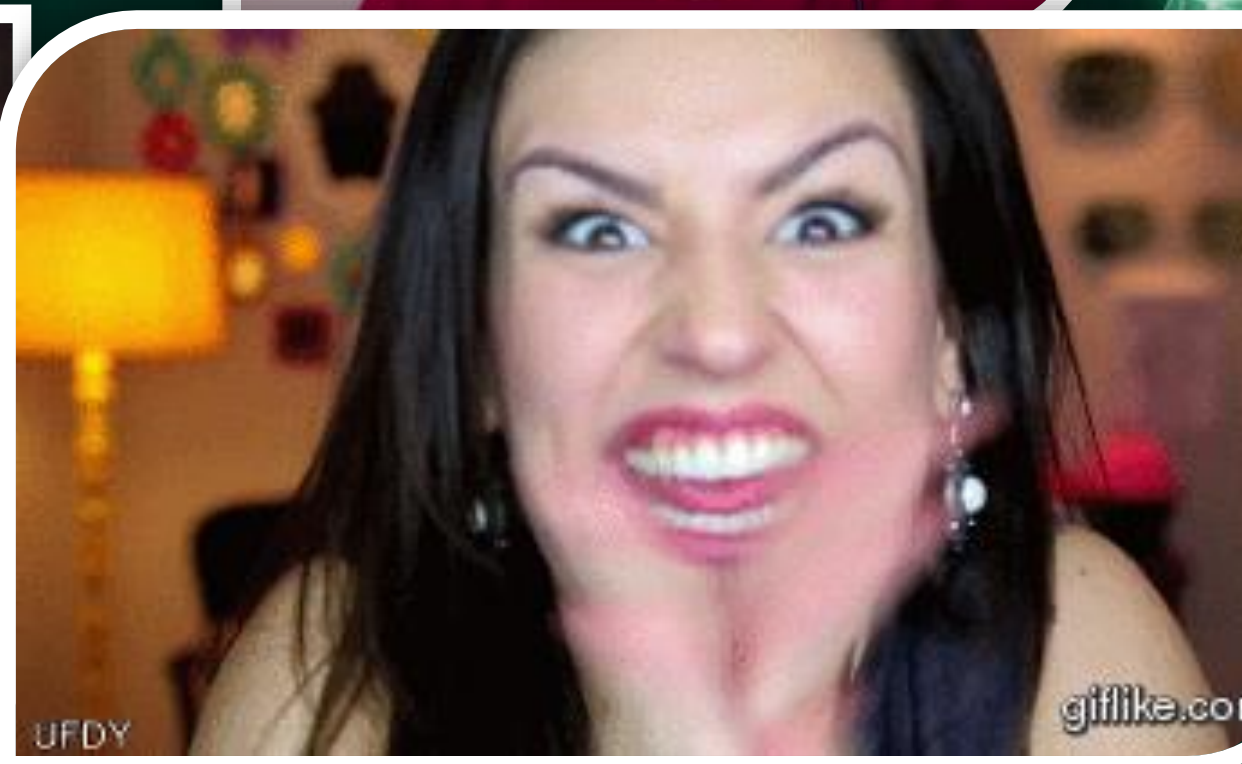
RESSONÂNCIA

Frequência
Periodicidade
Amplitude

RELEVÂNCIA

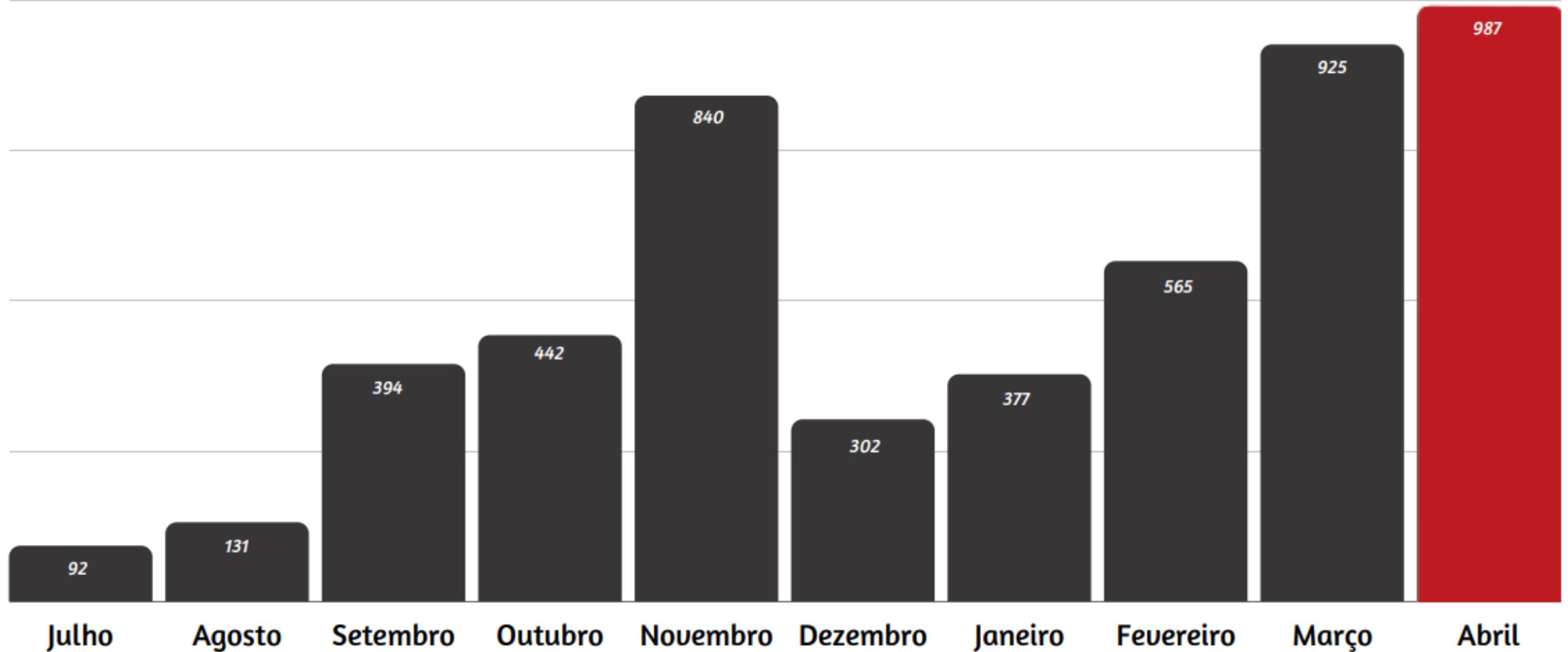
Autoridade
Credibilidade
Afinidade

A CARACTERÍSTICA COMUM ENTRE
OS INFLUENCIADORES DE SUCESSO
É A **ESPONTANEIDADE**

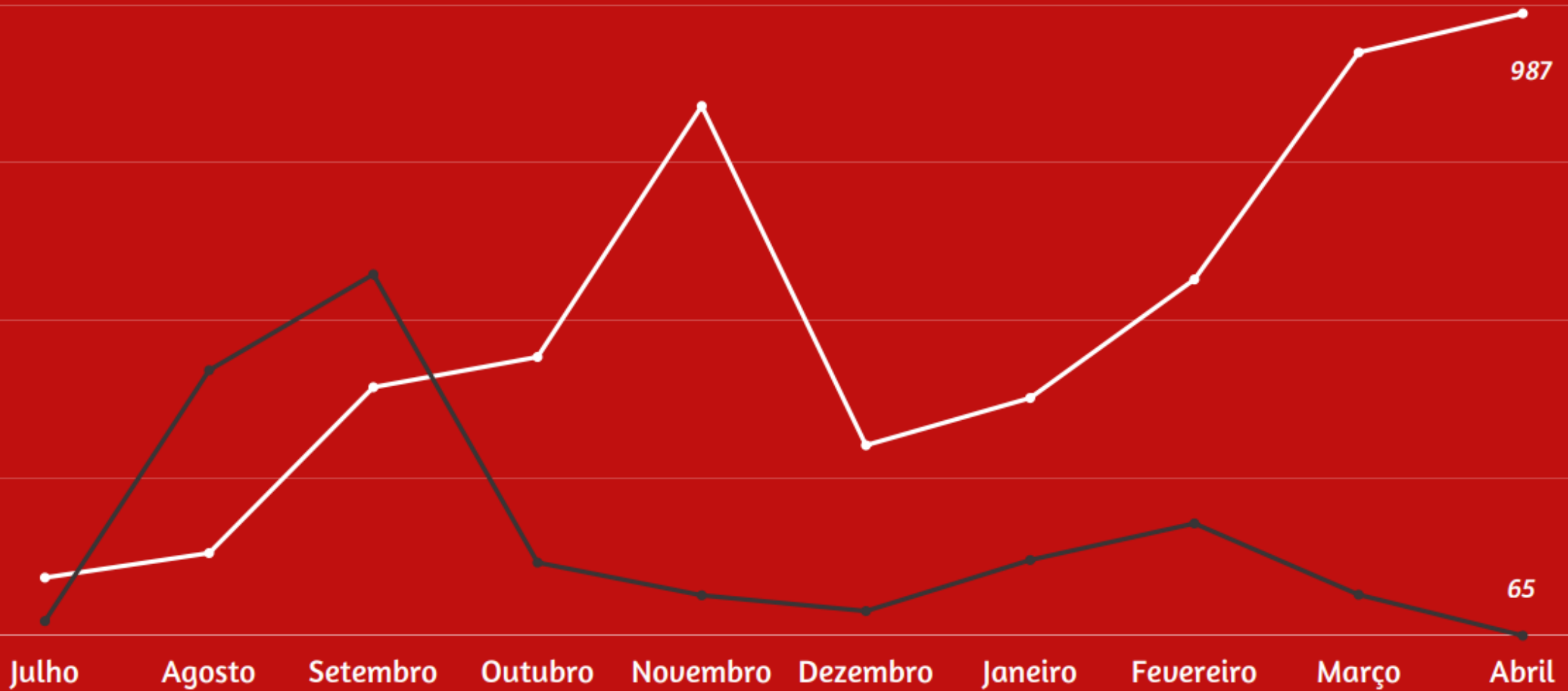
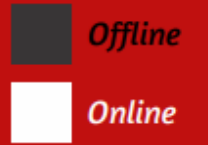


Case de sucesso

Leads - Mídia Online

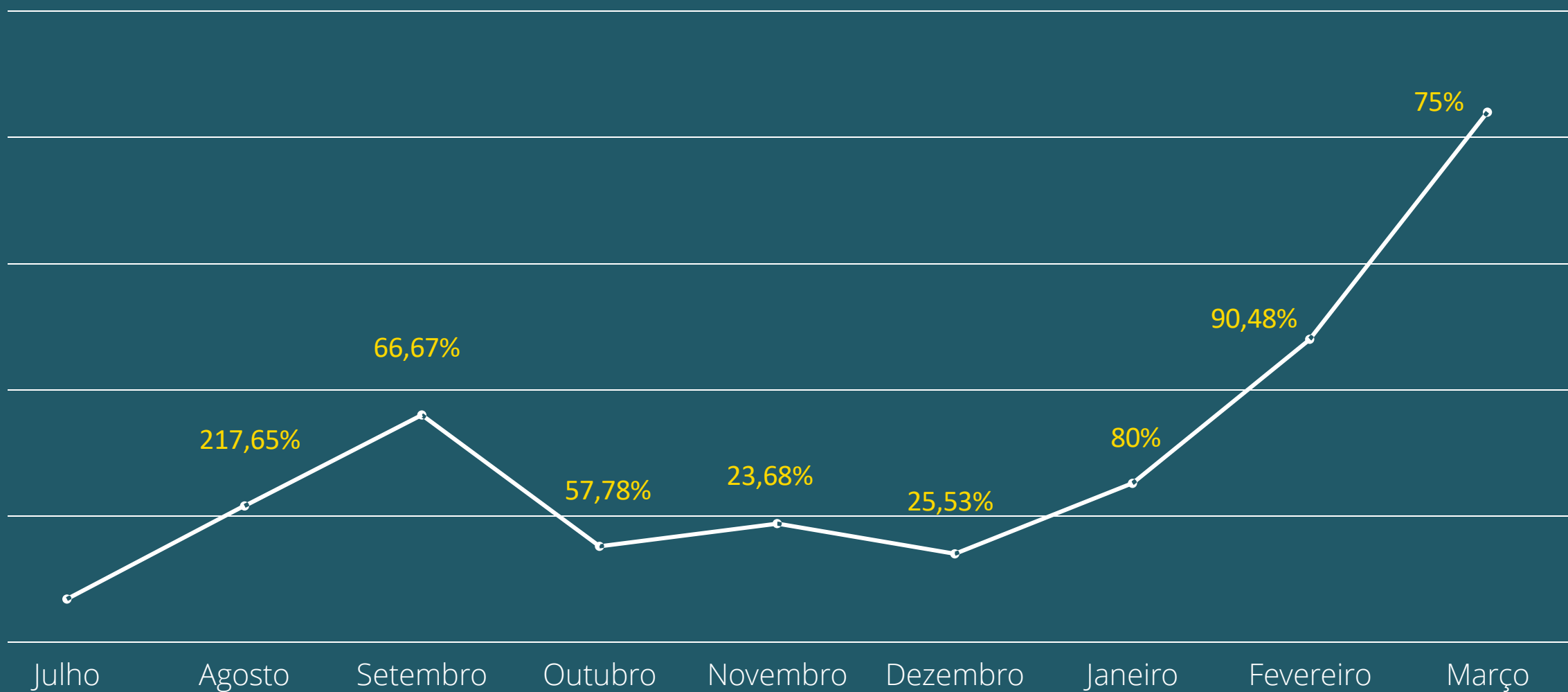


Captação On vs Off

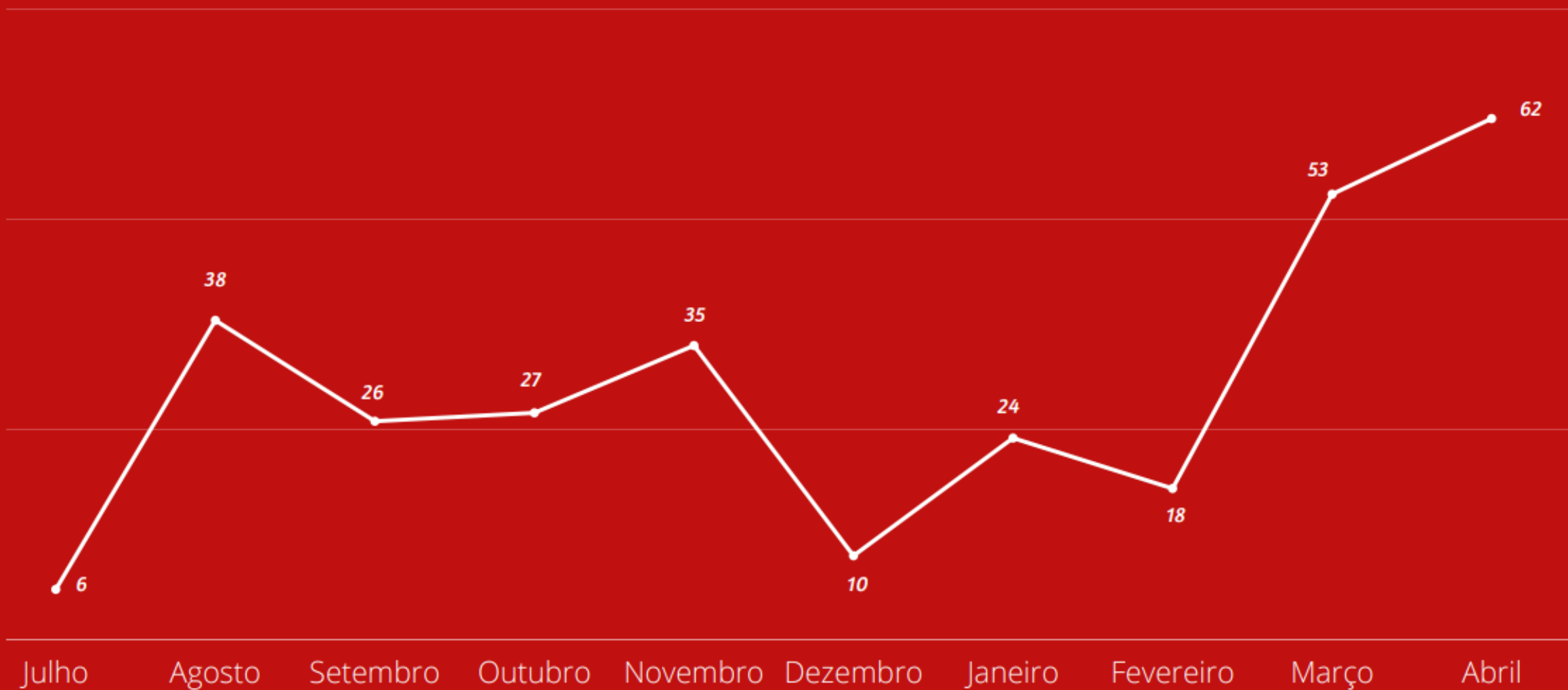


Principais KPI'S

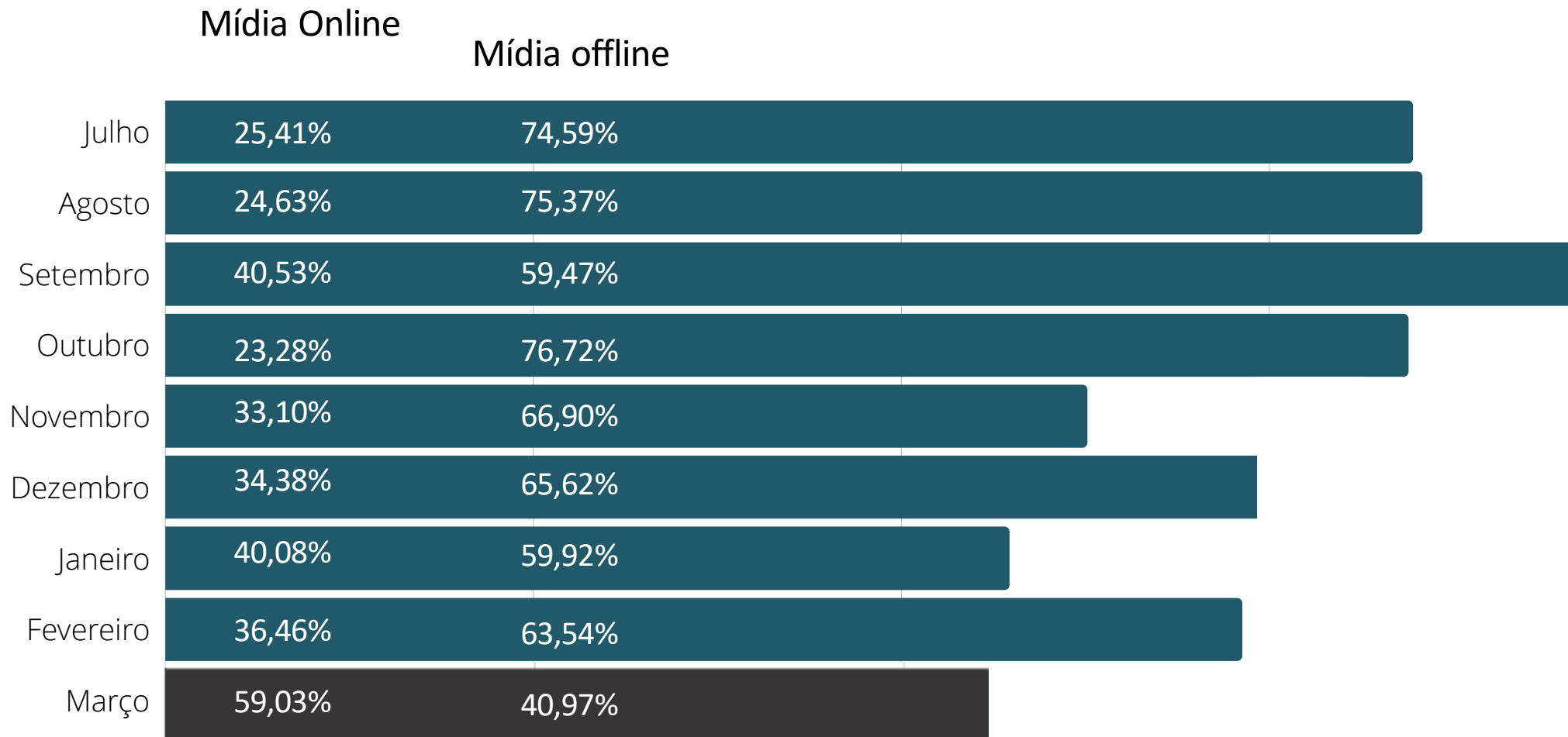
Aumento número de reservas



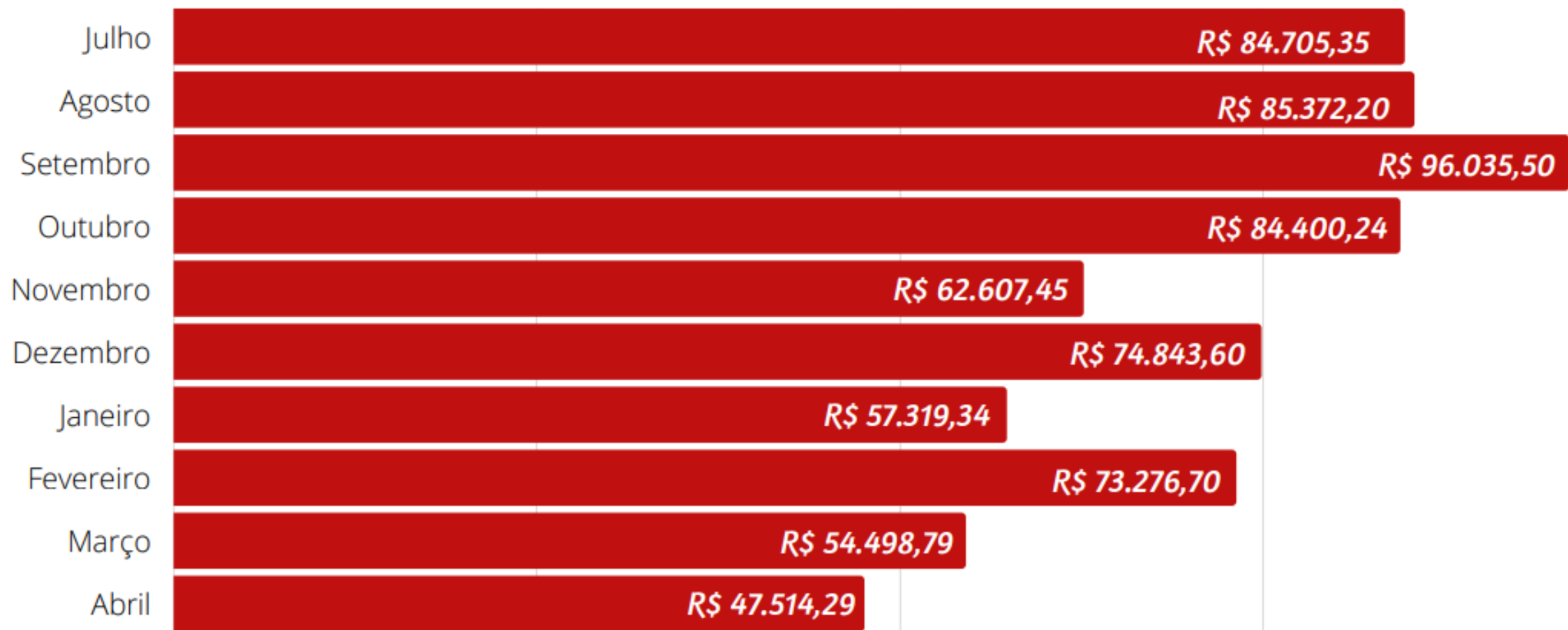
Unidades Vendidas




Participação % nos Investimentos de Marketing

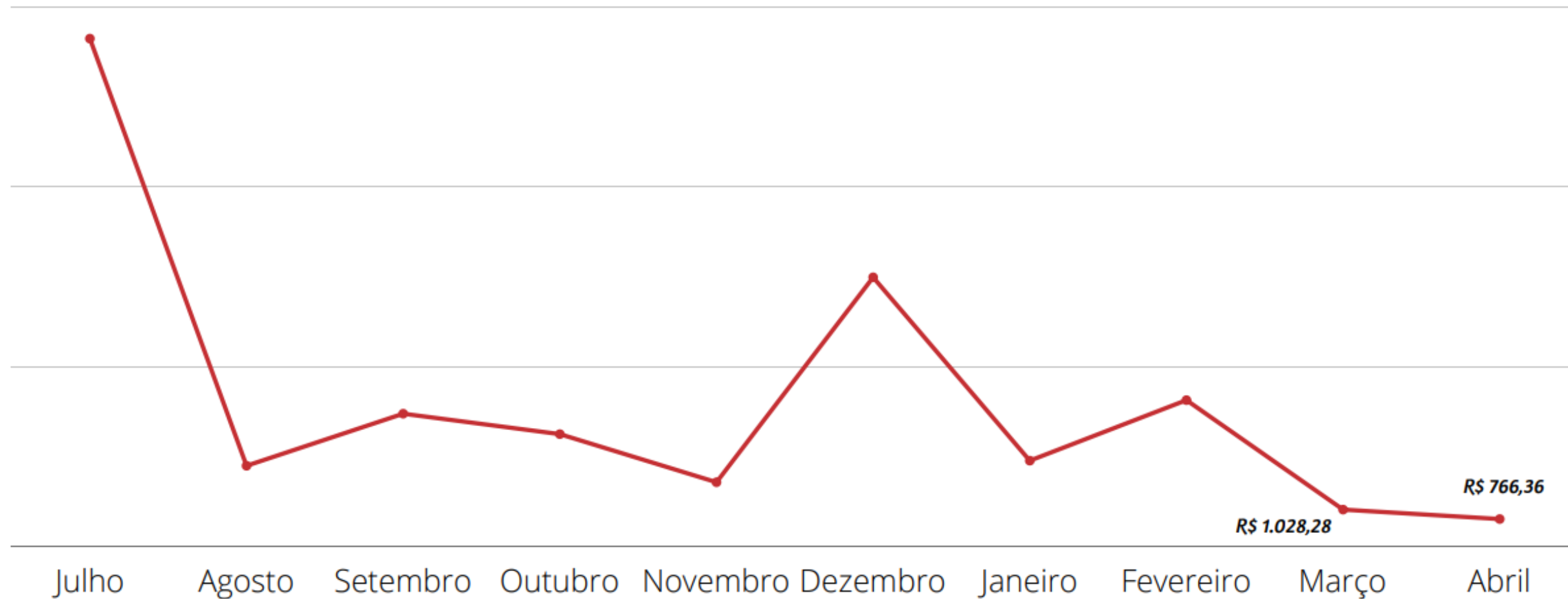


Total de Investimento em Marketing



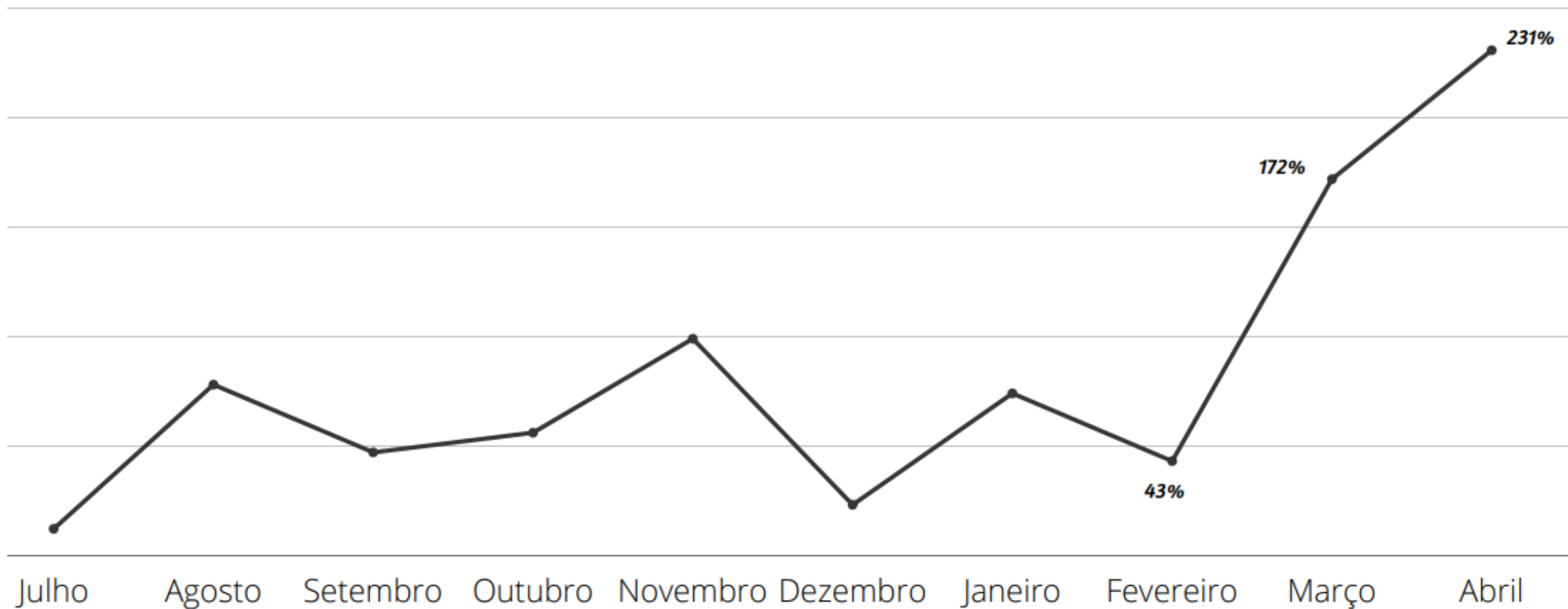
CAC


 CAC= Custo por aquisição de cliente



ROI

ROI= Retorno sobre o investimento

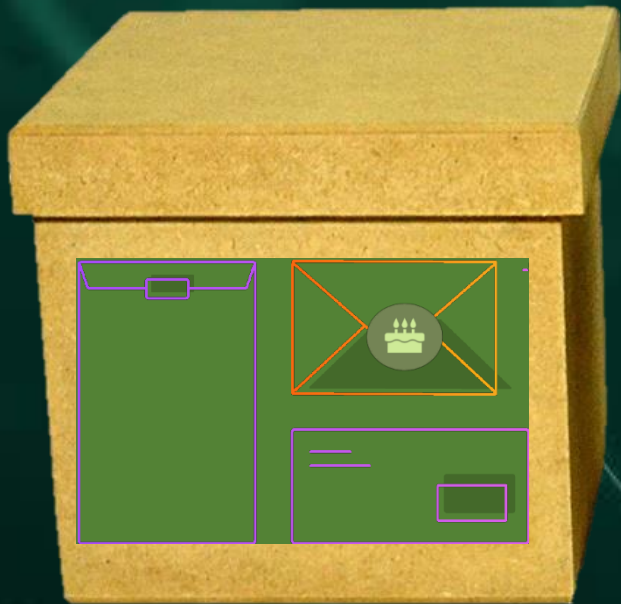




**Ohh my
God...
Quanta
coisa!!**

**A evolução é ágil,
constante e intensa!**

PACOTE MÍNIMO PARA PRESENÇA DIGITAL



**E-MAIL
MARKETING**



**MÍDIAS
SOCIAIS**



**SITE
RESPONSIVO**



SEO e SEM

**Aqueles que ignorarem
essa realidade**

**CORREM O RISCO DE
DESAPARECER!!**

Quer saber mais?

Inscreva-se

The screenshot shows the homepage of the digischool website. At the top left is the logo "digischool by digitalents". To the right are navigation links: "Cursos", "Fórum", "Cadastro", and "Login". The main banner features the text "A sua plataforma de Transformação Digital" with a blue and green graphic of a winding path. Below the banner is a search bar with the placeholder text "Qual curso está procurando?". On the left side, there are menu items for "Cursos" and "Marketing Digital". At the bottom, there are three course cards: "INTRODUÇÃO AO MARKETING DIGITAL" with a WhatsApp chat button, "CURSO Instagram MARKETING TRENDS 2021", and "Mídias Sociais para corretores de imóveis".

digischool
by digitalents

Cursos Fórum Cadastro Login

◀ A sua plataforma de Transformação Digital ▶

● ○ ○

Cursos

Marketing Digital

Qual curso está procurando? 🔍

WhatsApp: Mande uma mensagem

INTRODUÇÃO AO MARKETING DIGITAL

CURSO Instagram MARKETING TRENDS 2021

Mídias Sociais para corretores de imóveis
digischool



sandra.turchi@digitalents.com.br



/TurchiSandra



/SandraTurchi



/Digitalents



/Digitalentstv





BIBLIOGRAFIA E DICAS ÚTEIS

— COMPRE —
COM
desconto

<http://sandraturchi.com.br/biografia>

E-BOOK

30% OFF

SANDRA R. TURCHI

ESTRATÉGIAS DE MARKETING DIGITAL E E-COMMERCE

2ª Edição

gen atlas

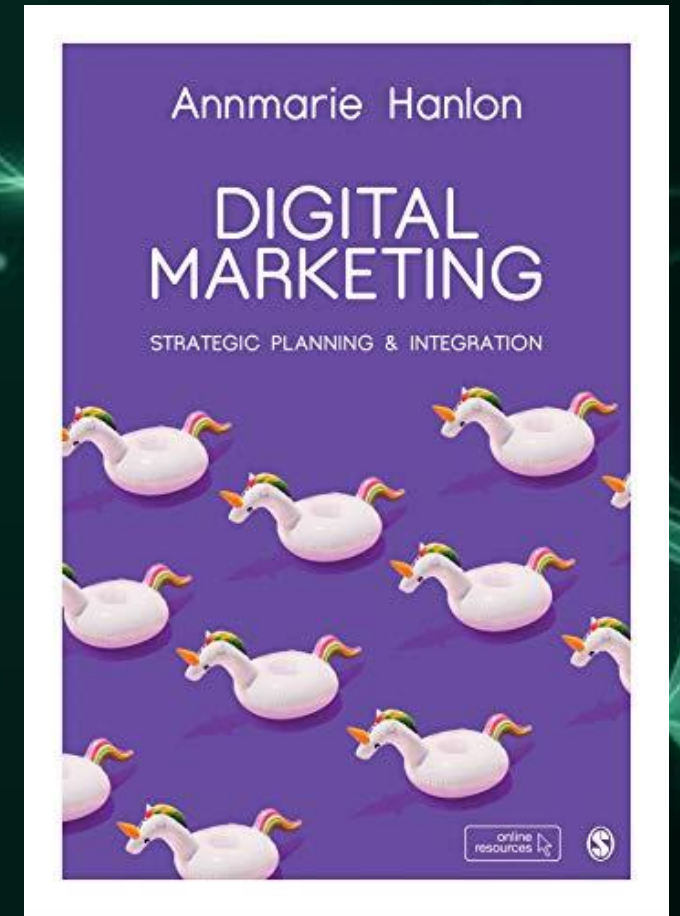
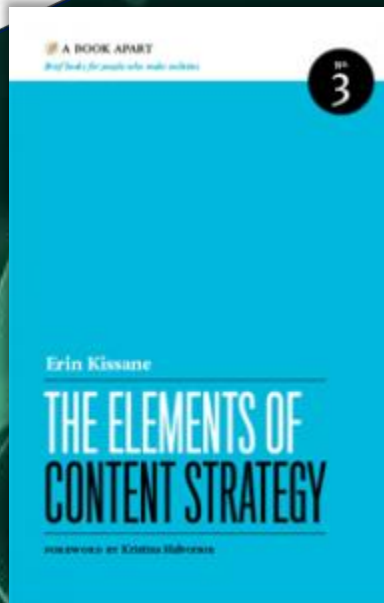
IMPRESSO

25% OFF

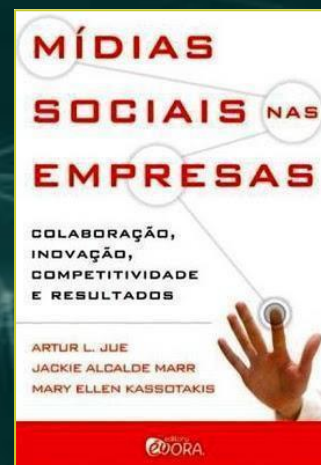
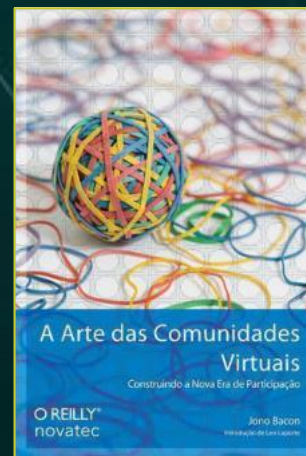
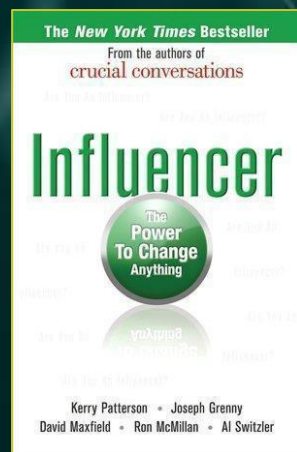
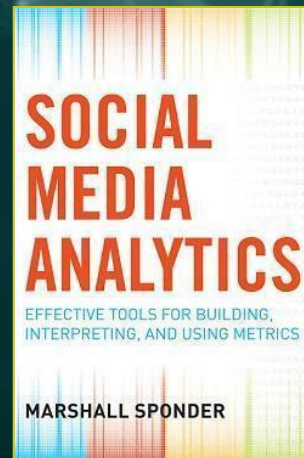
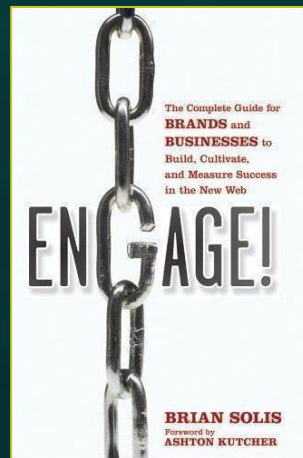
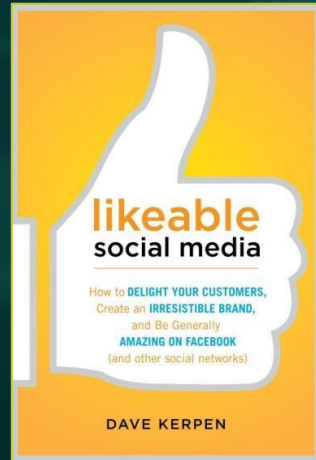
gen atlas



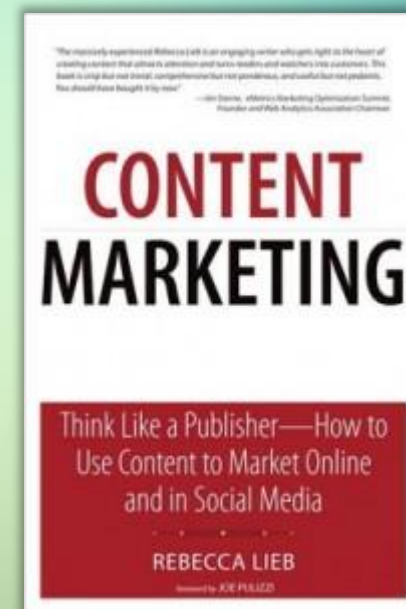
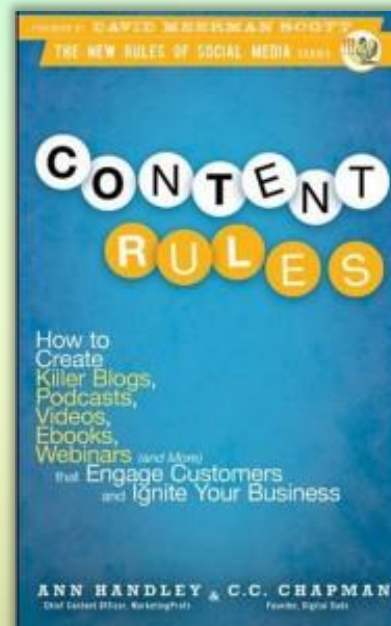
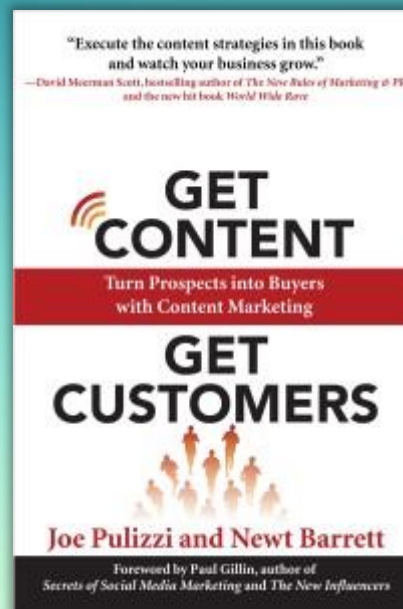
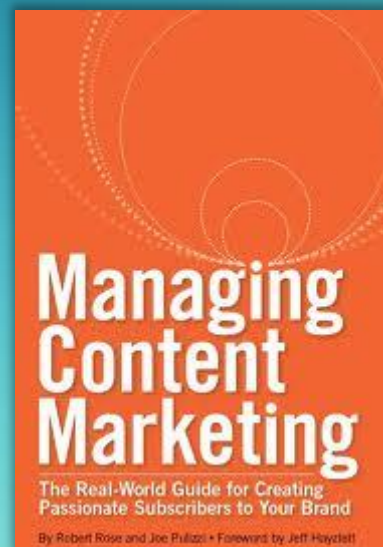
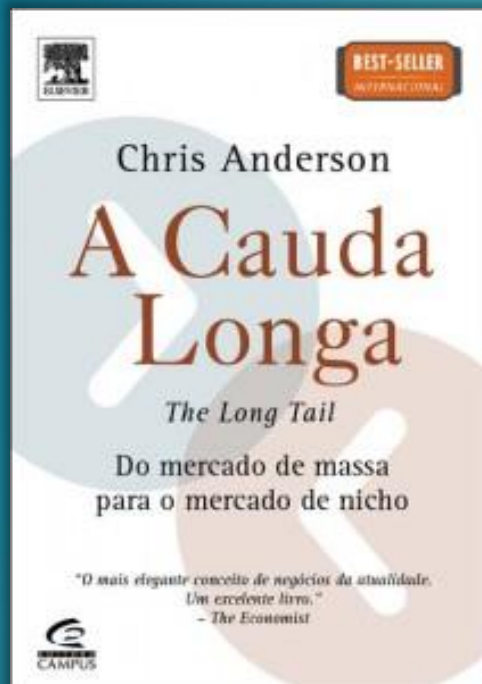
Referências Bibliográficas



Referências Bibliográficas



Bibliografia



Outras Fontes



- Research and Analysis on Digital Marketing and Media
- Objective Analysis of Internet Market Trends
- Data from over 4,000 Worldwide Sources

**MAKE THE RIGHT LEAD
MANAGEMENT VENDOR SELECTION**



Download the 2012
Magic Quadrant for
CRM Lead Management

FORRESTER

SEARCH

ABOUT US CONTACT US FEEDBACK

Choose your role.
Relevance: Personal. Customize in 30 seconds.

Busca

LOGIN DE CLIENTE



comSCORE

Home Produtos e serviços Soluções do setor Blog Imprensa e eventos Sobre

**2012
MOBILE
FUTURE**

Key Insights from 2011
and What They Mean
for the Coming Year



Medindo o mundo digital
A comScore é a fonte global de
inteligência de mercado digital e o
serviço predileto de medição.

Descubra por que

Press releases

- comScore to Speak at Upcoming Investor Conferences in September Sexta-Feira, 7 Setembro 2012
- comScore Reports July 2012 U.S. Mobile Subscriber Market Share Terça-Feira, 4 Setembro 2012

Produtos e serviços

- Digital Analytics Monetization
- Advertising Effectiveness
- Plan with Power
- Creative & Messaging Optimization
- Lift & ROI Measurement
- Web Analytics
- Social Media Marketing de busca

Introducing vCE

Industry luminaries share their thoughts on some of the biggest issues facing digital advertising and measurement

Eventos e apresentações

Próximos eventos

- dmexco
Quarta-Feira, 12 Setembro 2012

VEJA MAIS

Próximos seminários Web

- From Data to Action – Best Practices for Validating and Optimizing Your Digital Campaigns
Quarta-Feira, 19 Setembro 2012

VEJA MAIS

Outras Fontes



Obrigadx

[in](#)  / SandraTurchi

Apps Úteis

Gerenciagram –
agenda posts e stories no Instagram

mLabs –
gerencia mídias sociais mais em conta. Compatível com as principais redes sociais .

Vsco –
Cria vídeos e fotos legais e estabelece laços com a comunidade criativa.

StoryChic-
editor grátis para Android e Iphone que oferece modelos prontos de Stories para Instagram

DICA FINAL PARA DAR UM UP NAS SUAS BUSCAS NO



riachuelo celular - digitando as palavras assim, soltas, a busca retornará resultados tanto de uma quanto de outra;

riachuelo OR celular - digitando "or" entre as palavras-chave ele traz resultados de uma palavra ou de outra;

"riachuelo celular" - entre aspas, traz resultados que contenham exatamente o conteúdo digitado;

riachuelo -celular - traz resultados com a palavra "riachuelo", mas elimina postagens que contenham a palavra "celular";

riachuelo +celular - apresenta resultados para riachuelo, que têm também a palavra celular;

riachuelo ~celular - busca pelas duas palavras, mas também faz referências aos sinônimos da segunda palavra;

Conteúdo extra

Quinto Andar

Utiliza Programa de Indicação para captar clientes e imóveis.

A estratégia da empresa tem permitido que outras pessoas além de clientes diretos se engajem com sua campanha de indicação.

Estratégia: oferece recompensas aos porteiros, zeladores de prédio e outros funcionários do condomínio que possam indicar imóveis do mesmo para entrar no catálogo da empresa.

A estratégia permite que a imobiliária domine toda uma região, buscando os melhores e se não todos os imóveis da localidade.



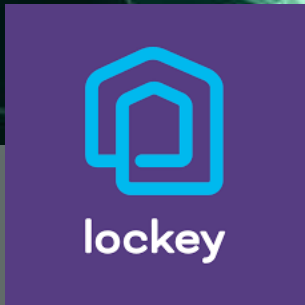
Lockey

A Lockey também entrou na onda das indicações.

Após a indicação, se o proprietário aceitar colocar o imóvel no site, a empresa ainda oferece 10% do valor do primeiro aluguel.

Em Belo Horizonte, a estratégia da empresa virou notícia. Chamou a atenção de quem quer uma renda extra.

A partir dessa estratégia, a Lockey trouxe mais imóveis disponíveis para locação, com uma plataforma totalmente digital e ainda proporcionou ganho financeiro tanto para os proprietários dos imóveis quanto aos indicadores.



MRV Engenharia

A MRV Engenharia, de Minas Gerais, já é uma gigante do setor da construção civil, mas continua buscando maneiras de se manter na vanguarda.

A empresa montou blogs para lidar com as principais dores dos seus clientes e fortalecer sua imagem institucional.

Um deles é o “Como Comprar Um Apartamento”, que fala sobre as dúvidas na hora de escolher o imóvel, juntar dinheiro, financiar, fazer a documentação etc. A publicação consistente de artigos e diversos e-books já levou à geração de leads, criou engajamento com a empresa e rendeu boas vendas à MRV.

Outro destaque é o case #meumundomelhor, que conta a história de clientes da empresa que tiveram suas vidas transformadas pela oportunidade de comprar a casa própria. Em 2015, ele conquistou um prêmio da Associação Brasileira de Marketing Direto.



TECNISA

A paranaense Tecnisa se considera uma das empresas mais inovadoras da construção civil e revela que, nos últimos anos, **as vendas pela internet responderam por algo em torno de 70 a 80% das vendas.**

Entre os cases de sucesso, está uma campanha feita pela empresa usando a Rede de Display do Google. A Rede de Display é um dos recursos do Google e permite que os anunciantes mostrem seus banners em sites diversos na internet.

Com a campanha, a Tecnisa **alcançou um crescimento de 500% na sua audiência** e os resultados foram tão bons que ela se tornou um case do próprio Google.

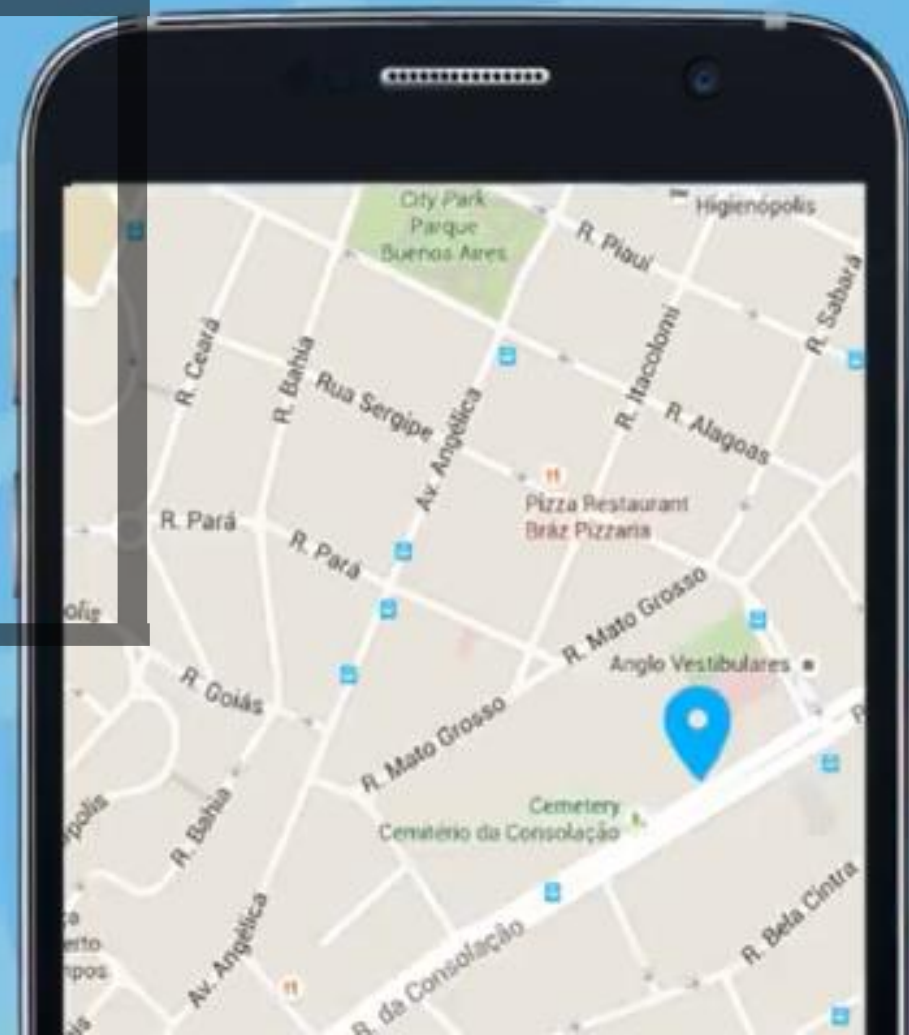


VIVA REAL

Aproveitando a onda do jogo “Pokemon Go”, a empresa passou a mostrar pontos de interesse relacionados ao game no seu aplicativo.

A ideia foi atrair as pessoas que tinham interesse no jogo e aproveitar para ressaltar as qualidades dos imóveis disponíveis na região pesquisada. Com a ação, a empresa mostrou como mundo online e offline podem se conectar.

O **POKÉMON GO** INVADIU O APP DO VIVAREAL



The background features a complex network of glowing green lines and points, forming various geometric shapes like triangles and polygons. The lines are thin and bright, creating a sense of depth and connectivity. The overall color palette is dark green to black, with the glowing elements providing a vibrant contrast.

Dicas para o seu Instagram

USABILIDADE DO INSTAGRAM

The image shows a screenshot of an Instagram profile for 'pensevenda'. The profile has 27 posts, 243 followers, and 33 accounts being followed. The bio includes 'PENSE VENDA Imóvel', 'CRECI 000.999', 'Consult. Imobiliário', 'MCMV', and 'Construtora Casas & Prédios... mais'. A 'Criar novo' (Create new) menu is overlaid on the bottom, listing options: 'Publicação do feed', 'Story', 'Destaque dos stories', 'Vídeo do IGTV', 'Vídeo do Reels', and 'Guia'.

pensevenda ▾

• Ver Recursos para Empresas na Pandemia da COVID-19

27 Publicações 243 Seguidores 33 Seguindo

PENSE VENDA
Imóvel
CRECI 000.999
Consult. Imobiliário
MCMV
Construtora Casas & Prédios... mais

Criar novo

- Publicação do feed
- Story
- Destaque dos stories
- Vídeo do IGTV
- Vídeo do Reels
- Guia

MÉTRICAS DO INSTAGRAM



← Informações



Últimos 7 dias ▾



Bem-vindo às suas informações

Veja com mais detalhes o desempenho da sua conta e do seu conteúdo no Instagram nos últimos 7 dias.

Visão geral

61,6 mil
Contas alcançadas -46,5% >

3.403
Interações com o conteúdo -78,1% >

55,4 mil
Total de seguidores -0,1% >

MÉTRICAS DO INSTAGRAM



← Alcance



Últimos 7 dias ▾

Contas alcançadas

61.671 contas

-46,5% x 15 nov - 21 nov



Contas alcançadas de 22 nov - 28 nov

Impressões **107.576**

-49,6% x 15 nov - 21 nov

Atividade da conta **294**

Visitas ao perfil **294**

-47,9% x 15 nov - 21 nov

MÉTRICAS DO INSTAGRAM



← Interações



Últimos 7 dias ▾

Interações com o conteúdo

3.403 interações

-78,1% x 15 nov - 21 nov

Interações com publicações **3.403**

-78,1% x 15 nov - 21 nov

Curtidas 3.250

Comentários 115

Salvamentos 24

Compartilhamentos 14

Interações com stories **0**

0% x 15 nov - 21 nov

Interações com vídeos do IGTV **0**

0% x 15 nov - 21 nov

MÉTRICAS DO INSTAGRAM



← Público



Últimos 7 dias ▾

Detalhamento por seguidor

55.423 seguidores

-0,1% x 15 nov - 21 nov

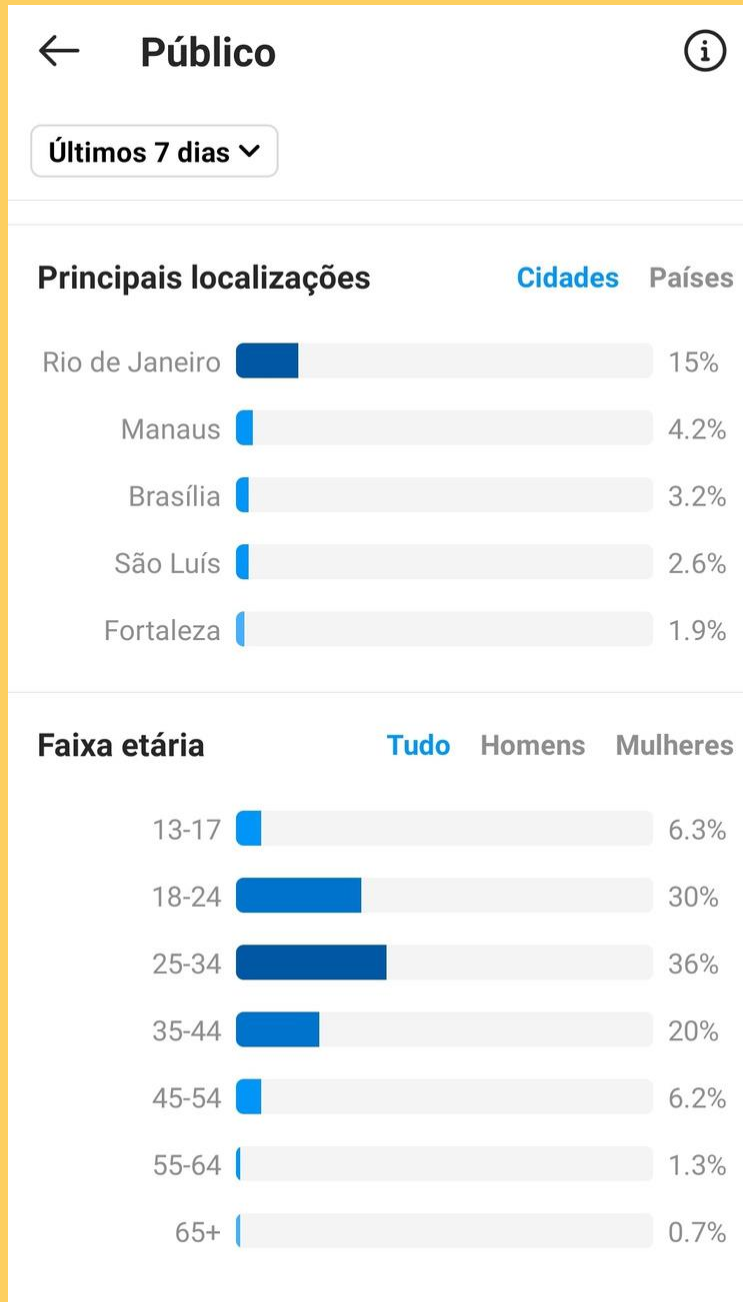
Crescimento

- Geral -4
- Seguidores 7
- Deixaram de seguir 11

sexta, nov 27 ✕



MÉTRICAS DO INSTAGRAM



MÉTRICAS DO INSTAGRAM



Gênero



74%
Homens

26%
Mulheres

Períodos mais ativos

Horas Dias

< Sábados >

