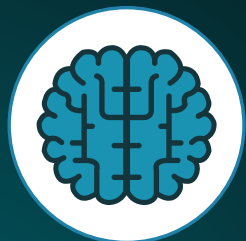


Psicologia e Marketing

Estratégias para Psicólogos se destacarem no perfil da empresa (Antigo Google Meu Negócio) e Instagram





Sumário

4 Capítulo 1: Criando o Perfil da Empresa no Google (Antigo Google Meu Negócio)

4 O que é o Perfil da Empresa e por que é importante para sua clínica

6 Benefícios

8 Passo a passo para criar e configurar sua página no Perfil da Empresa

13 Dicas para otimizar sua página e atrair mais pacientes

18 Capítulo 2: Cuidando do Instagram para construir sua marca pessoal

19 A importância do Instagram para profissionais de saúde mental

21 Como criar um perfil atrativo e profissional

29 Ferramentas e recursos do Instagram para criar conteúdo de qualidade

41 Capítulo 3: Turbinando uma postagem pelo Instagram

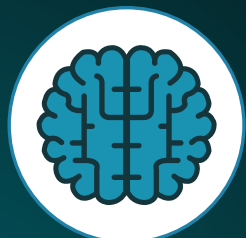
42 O que é o Instagram Ads?

43 Estratégia Prática para Turbinar Anúncios no Instagram

45 Turbinando Publicações no Instagram

48 Passo a passo prático

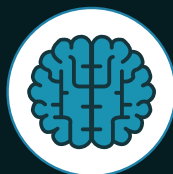
60 Conclusão



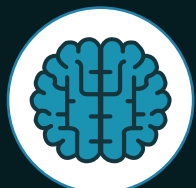


Introdução

Neste e-book, produzido especialmente pelo PsicoManager, você encontrará dicas e estratégias para posicionar sua clínica ou consultório de psicologia no ambiente digital, utilizando ferramentas como o Perfil da Empresa (Antigo Google Meu Negócio), Instagram e anúncios on-line.



Capítulo 1: O que é, e qual a importância do Perfil da Empresa para sua clínica?



Se você já ouviu falar do Google Meu Negócio, saiba que ele mudou de nome e agora é chamado de Perfil da Empresa. Essa ferramenta gratuita do Google permite que empresas e profissionais controlem como seu negócio será exibido nos resultados de busca e no Google Maps.

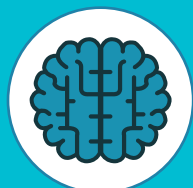
Para você, psicólogo, ter uma página no Perfil da Empresa é essencial para aumentar a visibilidade on-line da sua clínica, ao aparecer em destaque quando alguém busca por serviços de saúde mental na sua região. Além disso, ter uma página bem otimizada pode melhorar seu ranking nos resultados de busca e aumentar as chances de ser encontrado por potenciais pacientes.

Você está curioso para saber como criar sua página no Perfil da Empresa, certo? Antes, veja os benefícios que ela oferece.



Benefícios em utilizar o Perfil da Empresa

Até aqui, discutimos como o Perfil da Empresa pode ser fundamental para promover empresas locais de forma orgânica. No entanto, há mais vantagens a serem destacadas sobre esse serviço. Veja:



Mais Credibilidade

Ter um perfil verificado no Perfil da Empresa aumenta a confiabilidade do seu consultório ou clínica de psicologia aos olhos dos pacientes em potencial. Eles têm mais chances de escolher um serviço que parece confiável e bem estabelecido.

Mais Engajamento

Ao postar fotos e atualizações regulares no seu perfil do Perfil da Empresa, você pode aumentar o engajamento dos pacientes. Por exemplo, ao compartilhar dicas de bem-estar mental, depoimentos de pacientes ou informações sobre eventos e palestras, você incentiva as pessoas a interagirem com seu perfil, o que pode resultar em mais cliques para visitar seu site ou agendar uma consulta.

Métricas mais precisas

Com o Perfil da Empresa, você pode acompanhar quantas pessoas encontraram seu consultório on-line, de onde elas são e como entraram em contato. Isso ajuda a entender melhor seu público e ajustar sua estratégia de marketing para obter melhores resultados.

Destaque nas Buscas Locais

Com um perfil no Perfil da Empresa, seu consultório ou clínica de psicologia pode aparecer nos primeiros resultados de pesquisa e no Google Maps, aumentando sua visibilidade on-line. Isso é especialmente útil para atrair pacientes locais que estão procurando por serviços de saúde mental na região.

Visibilidade Estratégica

Ao ter seu consultório ou clínica de psicologia listado no Perfil da Empresa, você aumenta suas chances de ser encontrado por pacientes quando eles estão procurando por serviços como os seus. Por exemplo, se alguém busca por “psicólogo em Belo Horizonte” no Google, seu consultório pode aparecer nos resultados, alcançando assim pessoas que estão prontas para agendar uma consulta.

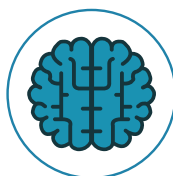
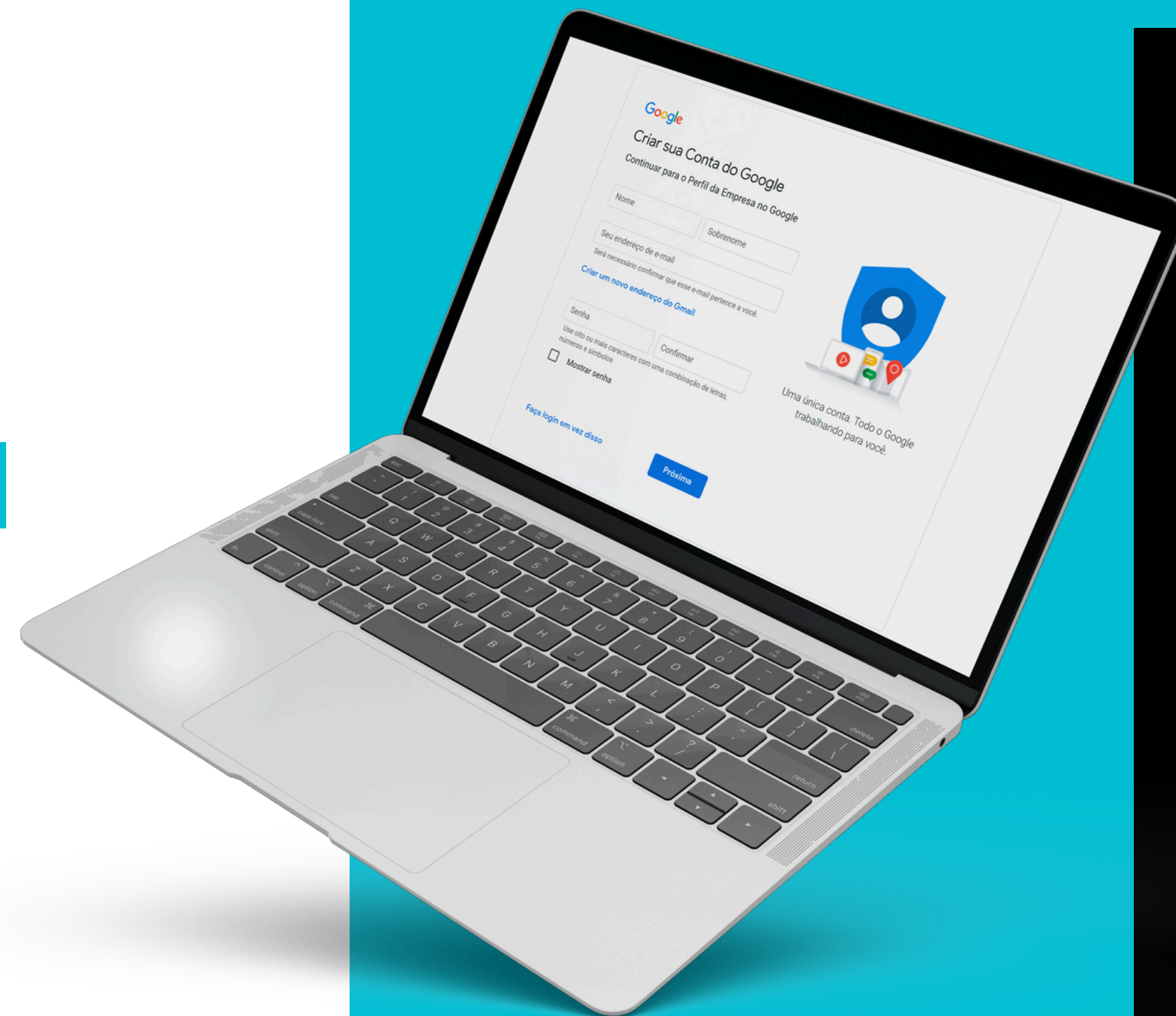
Interatividade e feedback

Permitir que os pacientes deixem avaliações e comentários no seu perfil da empresa pode aumentar a interação com seu público. Além disso, ao responder às avaliações e postar regularmente atualizações e fotos, você demonstra que valoriza o feedback dos pacientes e está comprometido em fornecer um excelente serviço. Isso também cria um gatilho de prova social, mostrando para novos pacientes que outros já confiam e recomendam seus serviços.



Passo a passo para criar e configurar sua página no Perfil da Empresa

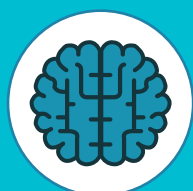
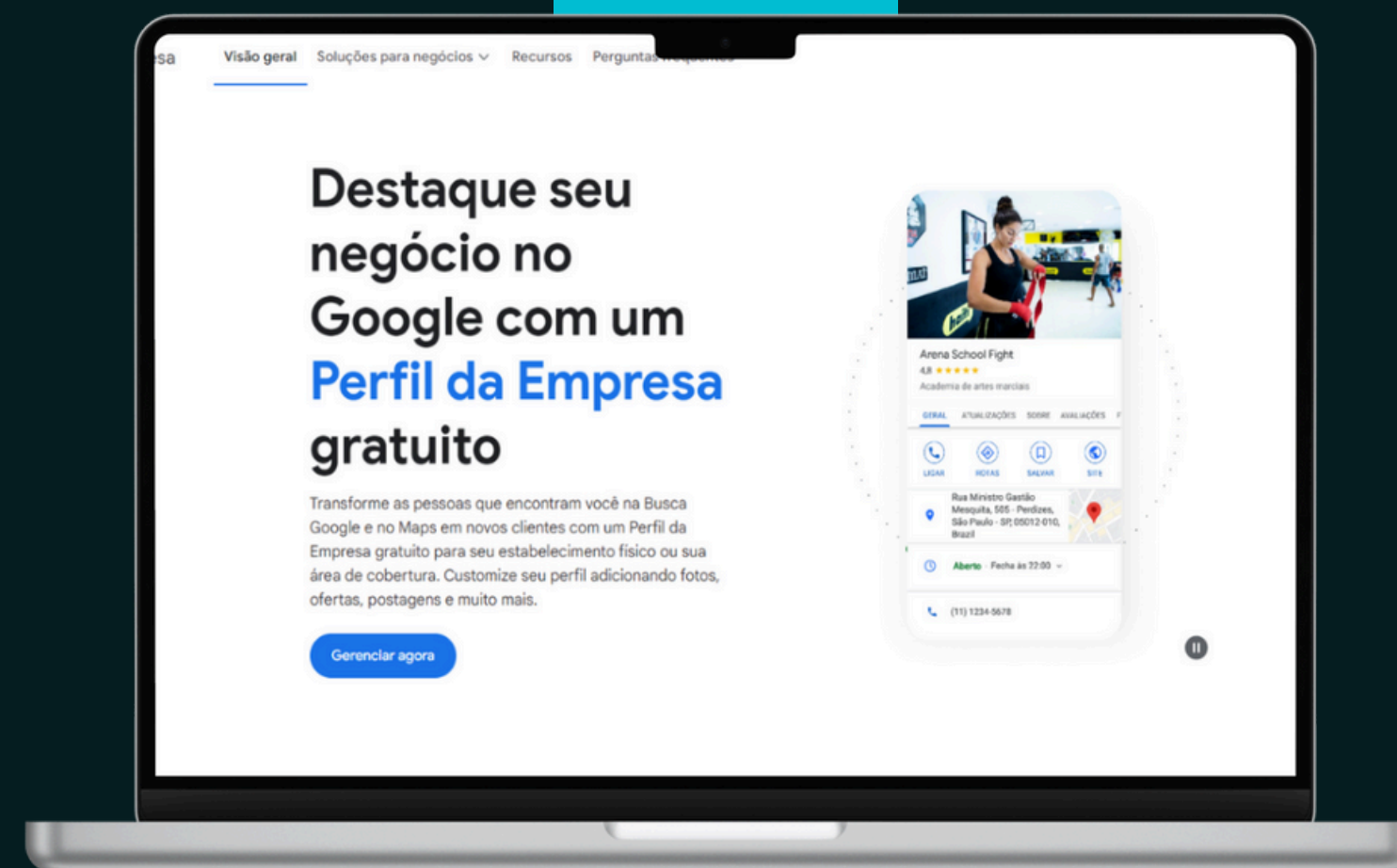
Para simplificar, elaboramos um passo a passo com as etapas fundamentais para colocar sua empresa no Perfil da Empresa do Google. Acompanhe.



Passo 1: Acesse a página do Perfil da Empresa e faça login

Para começar, entre no site do **Perfil da Empresa** e clique em “Gerenciar Agora”, o botão está localizado no canto superior direito da página.

Após isso, será necessário realizar o login na plataforma, utilizando as mesmas credenciais que você utiliza para acessar o Gmail.



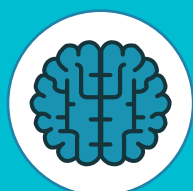
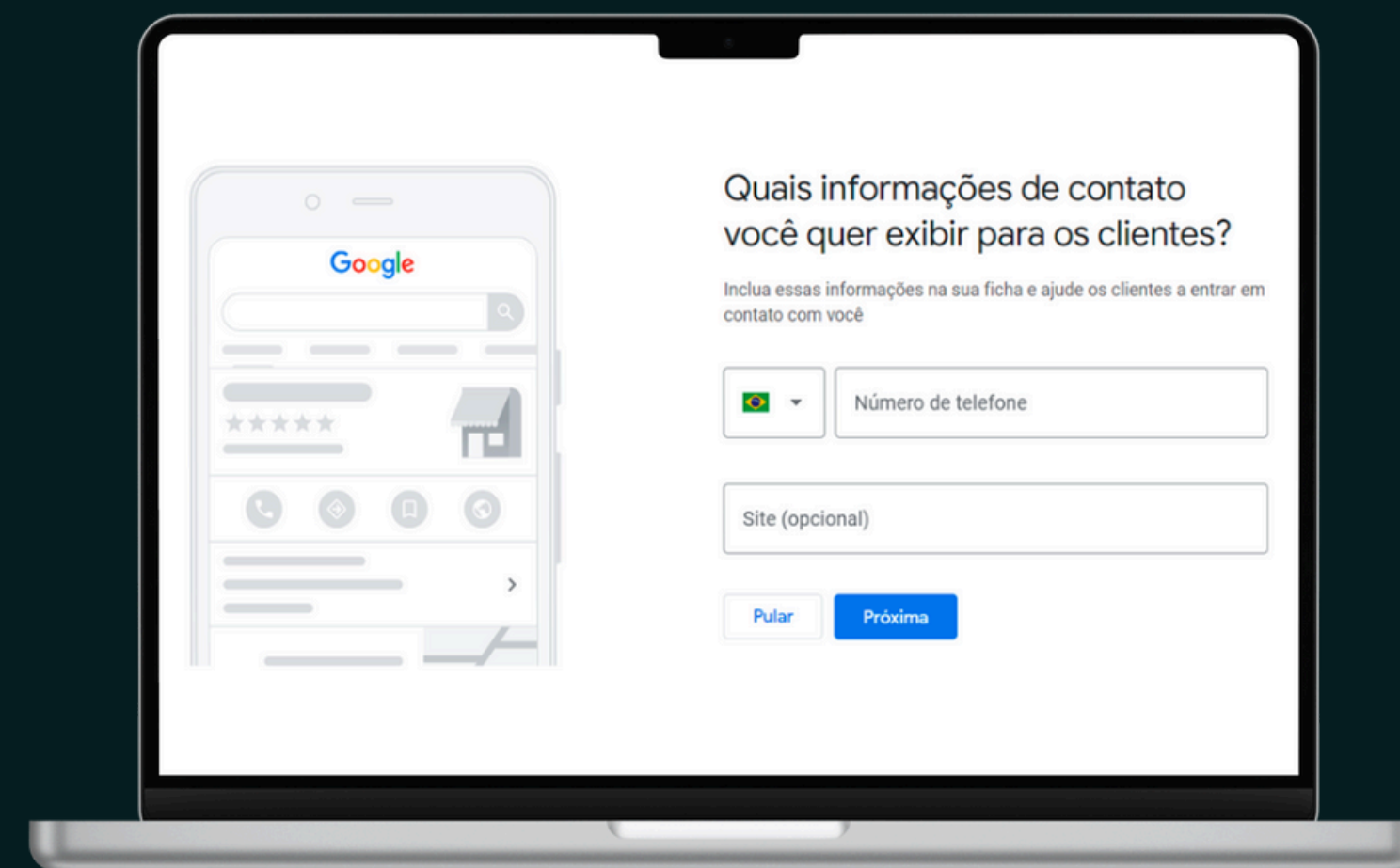
Passo 2: Insira os dados principais

A próxima etapa é localizar o endereço do seu negócio no mapa e preencher informações essenciais no formulário.

Forneça o nome da empresa, o telefone, o site e a categoria de mercado (por exemplo, clínica de psicologia, consultório de psicologia, etc.). Essa parte é muito importante para que seu negócio apareça nas buscas.

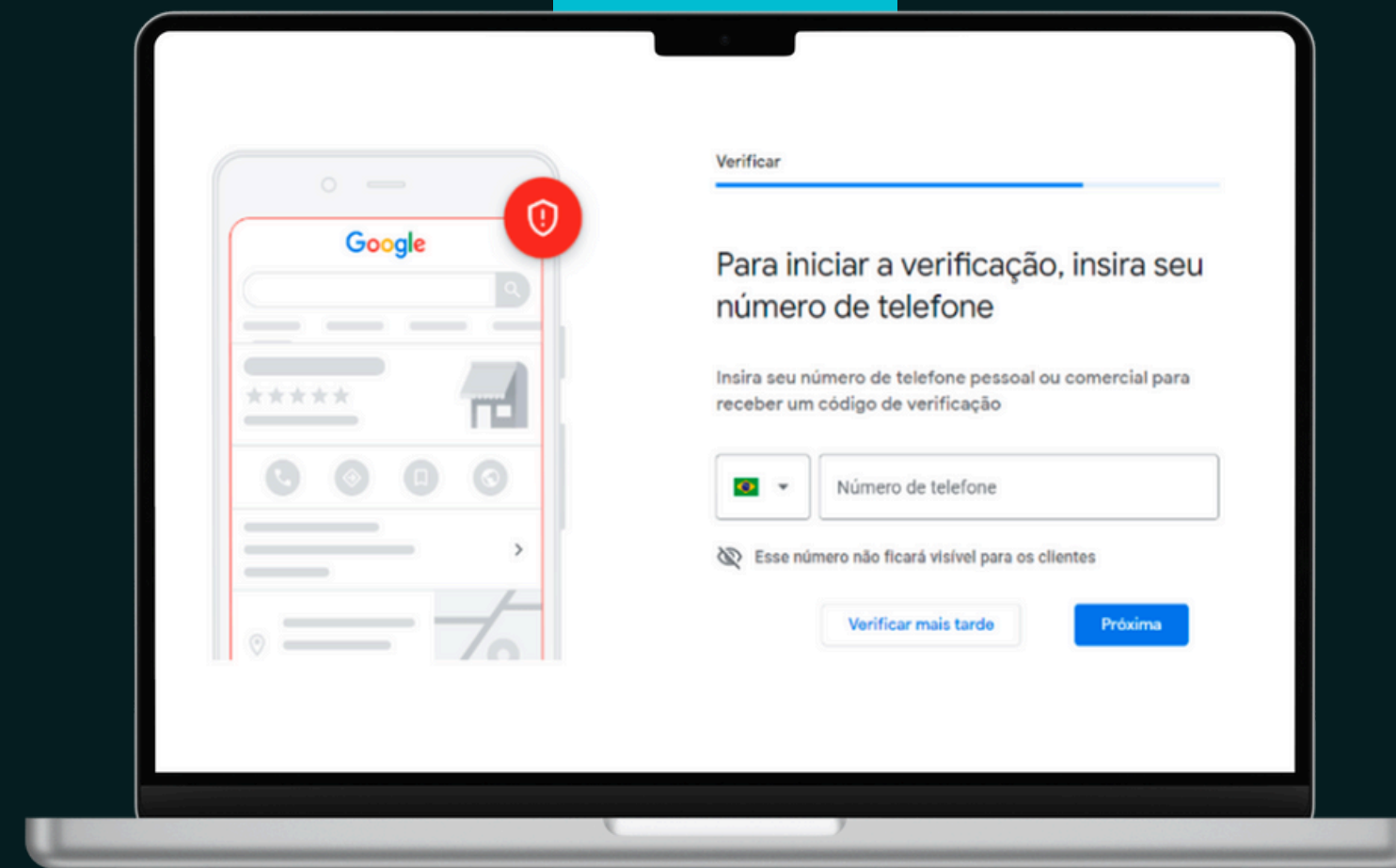
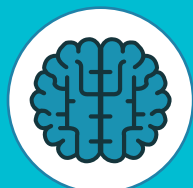
Se você não possui um endereço físico de atendimento, responda “não” para deixar seu endereço oculto.

Em seguida, você pode adicionar o bairro que você atende, e bairros mais próximos. O Google Empresas funciona por geolocalização, essa etapa é muito importante para que você seja localizado nas buscas.



Passo 3: Método de verificação para sua empresa

O Google requer verificação da administração da empresa. Você pode escolher como efetuar essa verificação, que pode ser pelo envio de um SMS ou envio de vídeo mostrando suas instalações, equipamentos e documentação de propriedade. Porém, atualmente, mesmo escolhendo a verificação por SMS, ao final dessa etapa o Google está pedindo a verificação com o vídeo adicionalmente. Esse vídeo será usado exclusivamente para verificação e não será divulgado publicamente.

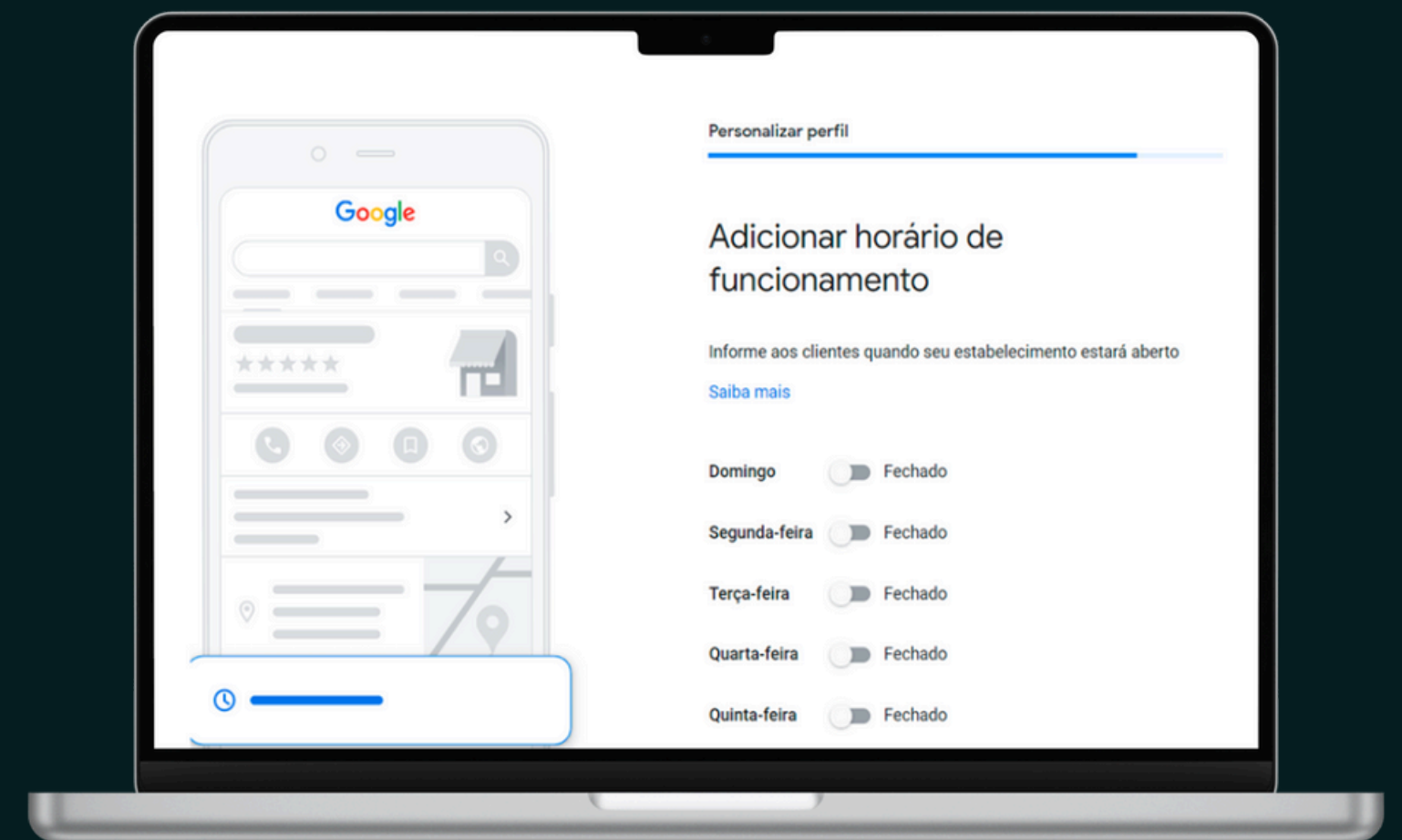


Passo 4:

Personalize o perfil da sua empresa

Mantenha seus clientes informados sobre o horário de funcionamento do seu negócio. Ofereça aos clientes a possibilidade de enviar mensagens gratuitas para sua empresa através do Google. Destaque todos os serviços disponíveis, incluindo cada um que você oferece, pois essas palavras-chave serão essenciais para que sua clínica seja encontrada por quem busca no Google. Caso algum serviço que você oferece não esteja listado, é possível inseri-lo de forma personalizada.

Enriqueça seu Perfil da Empresa na Pesquisa, no Maps e em outros Serviços do Google com uma descrição detalhada, isso irá ajudar o Google a posicionar seu perfil entre os primeiros. Aprimore a apresentação do seu negócio adicionando fotos atrativas. Dê um toque profissional ao seu site com um nome de domínio personalizado e um endereço de e-mail personalizado. Continue atualizando seu perfil sempre que necessário. Todas as alterações serão visíveis para os clientes no Google após a verificação.



7 Dicas para otimizar sua página e atrair mais pacientes



Aprimorar a página no Perfil da Empresa é muito simples.

Basicamente, você precisa informar à ferramenta o que sua empresa oferece, seu público-alvo e a região de atuação.

O próprio Perfil da Empresa oferece orientações e sugestões, como exemplo, quais são os anúncios que estão gerando mais resultados, quais detalhes devem ser adicionados sobre seus produtos ou serviços, quais informações de contato devem ser colocadas.



Por meio das dicas fornecidas pelo Perfil da Empresa, você pode aumentar sua relevância e competir no mercado, alcançando seu público-alvo, independentemente do seu orçamento.

Confira as 7 dicas que preparamos para o seu negócio ter sucesso no ambiente digital.



1. Estimule a interação com seu perfil

Aumentar o número de avaliações no Perfil da Empresa é fundamental. Incentive seus clientes satisfeitos a deixarem comentários sobre sua experiência.

2. Utilize as Postagens do Google

A funcionalidade de postagens permite compartilhar textos, vídeos, imagens e eventos por até uma semana. Mantenha seu perfil atualizado com conteúdo relevante.

3. Ofereça agendamento online

Facilite a vida dos clientes permitindo que agendem horários diretamente pelo Perfil da Empresa. Essa funcionalidade é especialmente útil para restaurantes, consultórios e escritórios.

4. Facilite a comunicação

Habilite a troca de mensagens para que os clientes possam tirar dúvidas e se comunicar diretamente com você. Essa é uma forma eficaz de oferecer um atendimento mais ágil e personalizado.

5. Integre com o Google Maps

O Perfil da Empresa integrado ao Google Maps, torna-se uma facilidade para os clientes encontrarem informações sobre sua empresa, aumentando ainda mais sua visibilidade online.

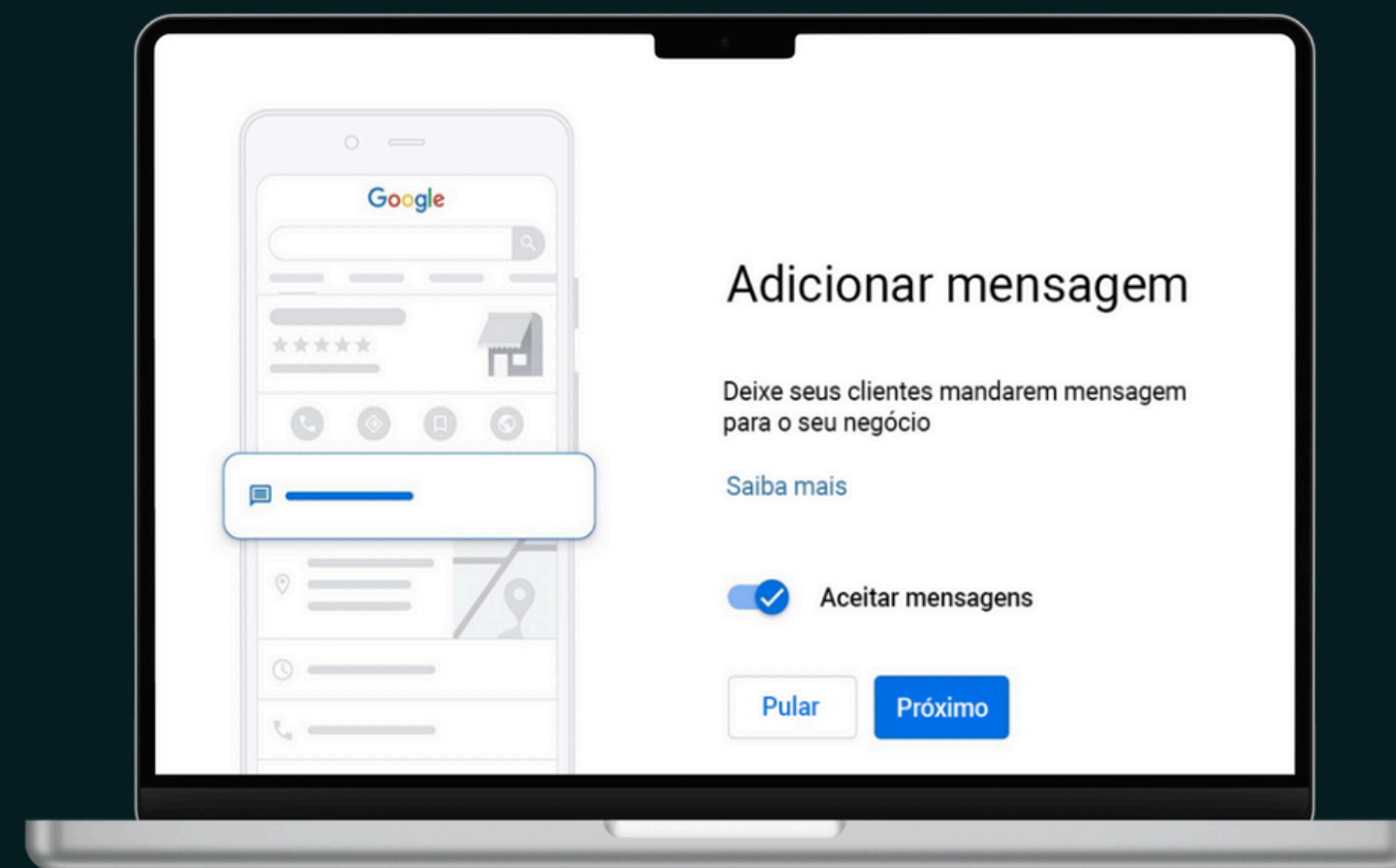


6. Gerenciamento de comentários

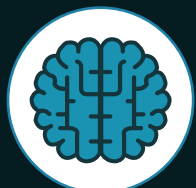
É importante responder de forma profissional e construtiva aos comentários negativos. Isso demonstra que você se importa com a opinião dos clientes e ajuda a manter uma reputação positiva.

O Perfil da Empresa oferece recursos valiosos de forma gratuita, ajudando a posicionar sua empresa de forma profissional e bem colocada nos resultados de busca do Google.

Agora que você já conheceu o Perfil da Empresa do Google, vamos explorar como cuidar do Instagram para construir sua marca pessoal de forma estratégica.



Capítulo 2: Cuidando do Instagram para construir sua marca pessoal



Já pensou transformar seu Instagram com estratégias e dicas para utilizá-lo como uma ferramenta eficaz na construção da sua marca?

A plataforma oferece diversas oportunidades para se destacar e conectar-se com seu público-alvo de maneira autêntica e impactante.

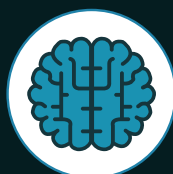
Aprenda como criar um perfil atraente, desenvolver conteúdo relevante e engajar os seguidores, tudo isso com o objetivo de fortalecer sua presença online e alcançar seus objetivos profissionais e pessoais.

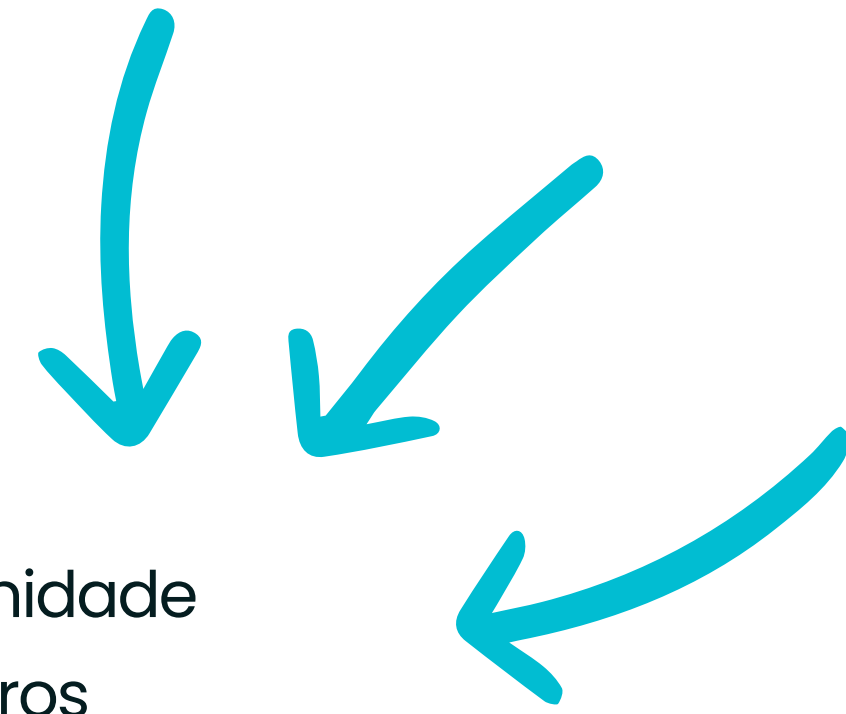


A importância do Instagram para profissionais da saúde mental

O Instagram é uma ferramenta poderosa para psicólogos, oferecendo um espaço único para conectar-se com um público amplo e diversificado. Além de ser uma plataforma eficaz para captar novos clientes, **o Instagram permite que os psicólogos construam sua marca pessoal e se posicionem como autoridades em seus campos de atuação.**

Ao compartilhar conteúdo relevante e inspirador, os psicólogos podem educar, informar e inspirar seus seguidores, criando um impacto positivo em suas vidas.





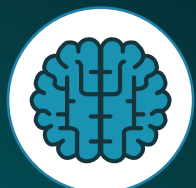
Além disso, o Instagram proporciona uma oportunidade única para os psicólogos se conectarem com outros profissionais da área, promovendo a colaboração e a troca de experiências.

Ao participar de comunidades online e grupos de interesse, os psicólogos podem expandir seu conhecimento, obter insights valiosos e construir relacionamentos significativos com outros profissionais e potenciais parceiros de negócios.



Instagram para psicólogos: por onde começar?

Agora que mencionamos os benefícios de usar essa plataforma para divulgar seus serviços, vamos fornecer algumas orientações sobre como estruturar seu perfil e começar a criar conteúdo. Confira!



Escolha um nome de usuário simples e memorável

Seu nome de usuário (@) é crucial para que as pessoas o encontrem no Instagram. Deve ser curto, objetivo e fácil de lembrar. Uma opção é usar a abreviação "psi" seguida do seu nome. Por exemplo, se você se chama Maria Silva, poderia escolher:

- [psi.mariasilva](#)
- [mariasilvapsi](#)
- [psicologamaria.silva](#)

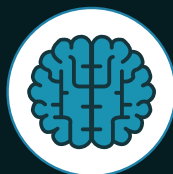
Se essas opções não estiverem disponíveis, você pode usar um ponto (.) ou sublinhado (_) entre as palavras. Se o objetivo é construir sua marca pessoal e não promover a clínica onde trabalha, é preferível usar seu próprio nome no @, para as pessoas associarem você diretamente.

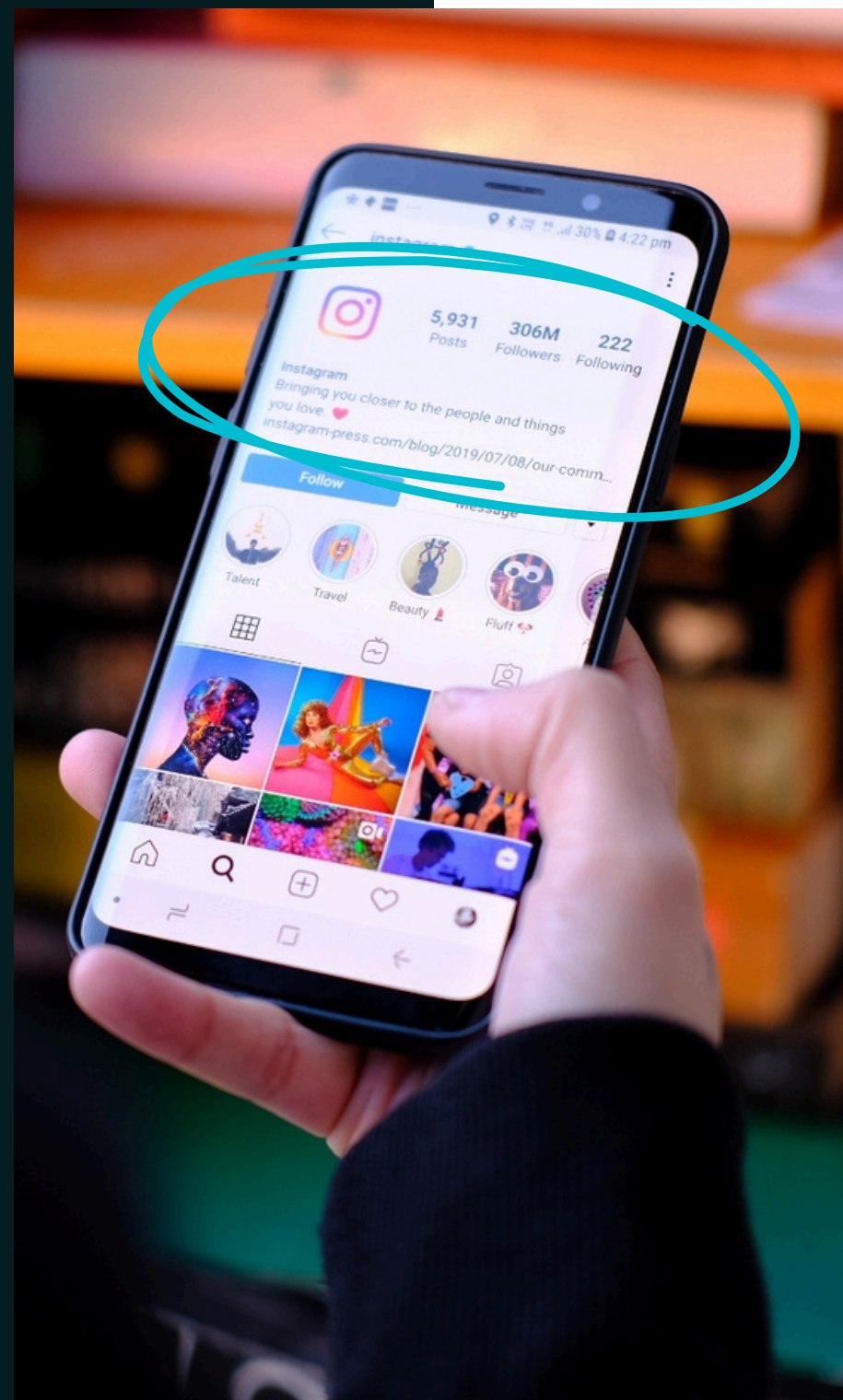




Escolha a foto certa

Sua foto de perfil deve refletir profissionalismo e estar relacionada ao seu trabalho. **Prefira uma foto com boa resolução, sem distrações no fundo, e com foco no seu rosto.** Lembre-se de que a foto aparece pequena para os usuários, então é importante que seja facilmente reconhecível.



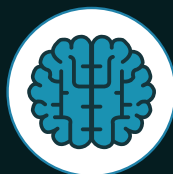


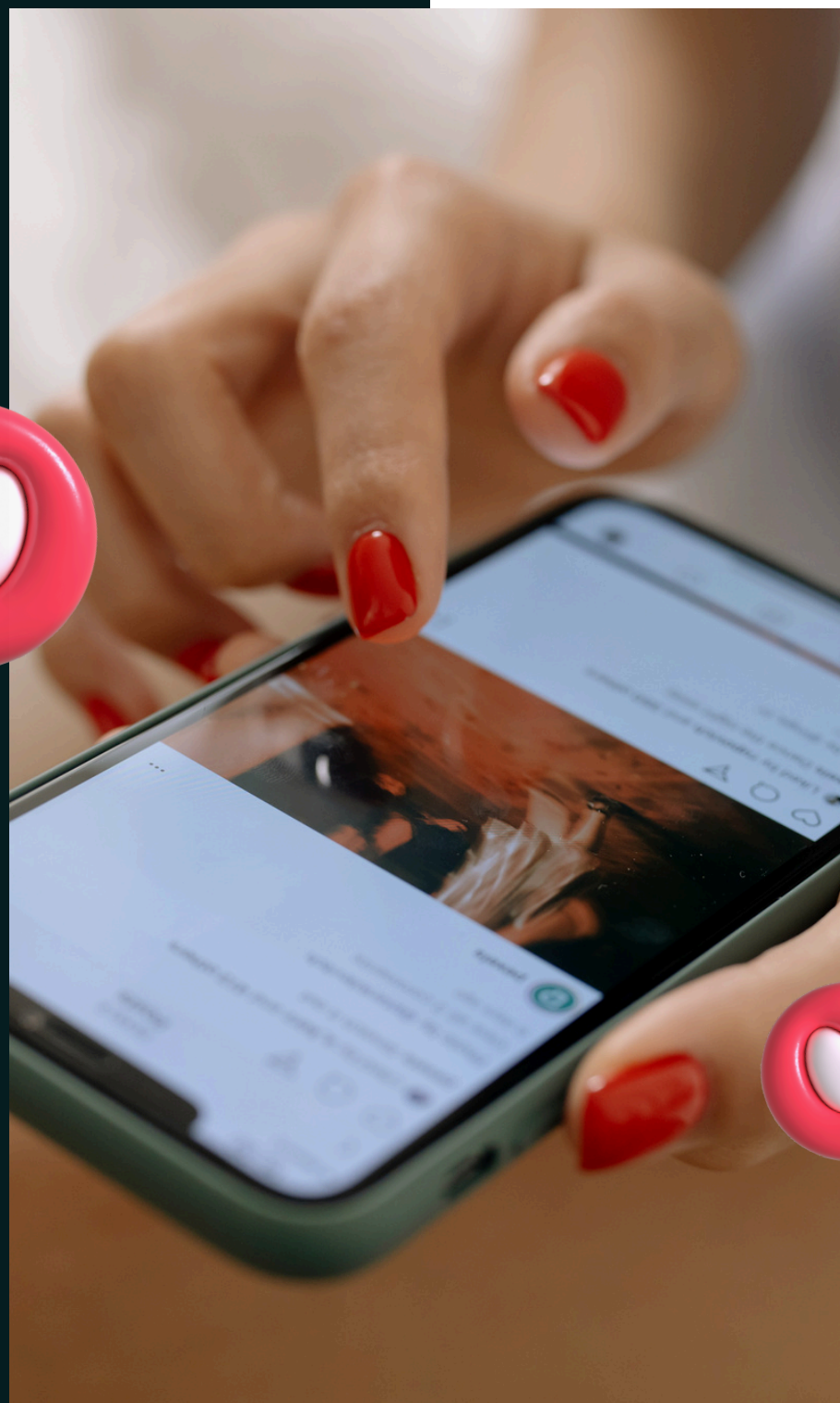
Estruture sua bio como se fosse um cartão de visitas

A bio do seu perfil é o primeiro contato que os usuários têm com você. Ela deve conter informações relevantes, como:

- **Seu nome completo;**
- **Seu número de registro no Conselho Regional de Psicologia (CRP);**
- **Sua especialidade ou área de atuação;**
- **Formas de contato (e-mail, telefone, site);**
- **Cidade onde atende, caso não seja online.**

Evite colocar informações não pertinentes. ⚠️



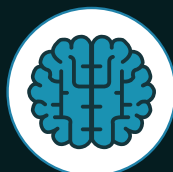


Planeje seus conteúdos

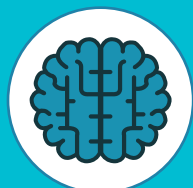
O conteúdo é fundamental no Instagram para psicólogos. Ele atrai seguidores, mostra sua autoridade no assunto e pode gerar interesse em seus serviços. Seu conteúdo deve ajudar seu público a resolver problemas, lidar com questões pessoais e compreender a importância do acompanhamento psicológico.

Dê dicas, explique conceitos e destaque os benefícios do seu trabalho.

Além disso, crie posts mais leves para engajar, entreter ou inspirar sua audiência. Lembre-se, no entanto, de manter um equilíbrio, pois seu perfil é profissional e não de entretenimento.



Dicas essenciais para o alcance dos objetivos na plataforma



Defina seus objetivos:

antes de começar a anunciar no Instagram, tenha claro o que deseja alcançar com suas campanhas. Quer aumentar o número de seguidores, promover seus serviços ou gerar mais engajamento?

Conheça seu público-alvo:

entender quem são seus seguidores e potenciais pacientes é fundamental. Identifique seus interesses, necessidades e comportamentos para criar anúncios mais eficazes.

Utilize hashtags estratégicas:

as hashtags são uma ótima maneira de aumentar o alcance de seus posts. Pesquise quais hashtags são populares entre seu público e utilize-as de forma inteligente.

Utilize o Instagram Ads:

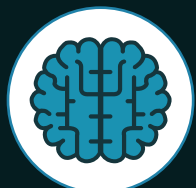
o Instagram oferece diversas opções de anúncios pagos que podem ajudar a aumentar a visibilidade de suas campanhas. Experimente diferentes formatos e segmentações para ver o que funciona melhor para você.

Acompanhe e analise os resultados:

após lançar suas campanhas, monitore regularmente os resultados. Analise métricas como alcance, engajamento e conversões para entender o que está funcionando e fazer ajustes quando necessário.

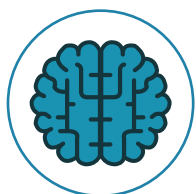
Seja consistente:

para obter resultados consistentes com seus anúncios no Instagram, é importante manter uma presença ativa na plataforma. Poste regularmente e interaja com seus seguidores para manter seu perfil relevante.





Atenção à legislação



O Código de Ética da Psicologia estabelece regras para a divulgação de serviços em qualquer meio, incluindo o Instagram para psicólogos. Dessa forma, para evitar problemas, é crucial estar ciente delas!

O Art. 20 do Código de Ética determina que, ao divulgar seus serviços, o psicólogo deve:

- Informar seu nome completo e o número do CRP;
- Referir-se apenas a títulos e qualificações que realmente possui;
- Divulgar apenas atividades e técnicas reconhecidas ou regulamentadas pela profissão;
- Não divulgar o preço do serviço como forma de propaganda;
- Não se promover às custas de outros profissionais;
- Não propor atividades privativas de outras categorias profissionais;
- Não divulgar seu trabalho de maneira sensacionalista.

Ao conhecer e seguir essas diretrizes, não há motivo para preocupações!

Ferramentas e recursos do Instagram para criar conteúdo de qualidade



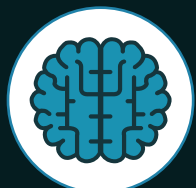
Com a crescente importância do Instagram como plataforma de marketing e comunicação, é fundamental utilizar ferramentas e recursos que ajudem a criar conteúdo de qualidade e a alcançar o público-alvo de forma eficaz.

Existem diversas opções disponíveis para destacar seu perfil e atrair olhares, e é importante escolher cuidadosamente as mais úteis para suas necessidades.

As ferramentas do Instagram podem auxiliar na manutenção do contato com seus seguidores, na criação de um estilo visual consistente e na análise do desempenho da sua conta, proporcionando insights valiosos para aprimorar sua presença na plataforma.

Ferramenta de Gerenciamento de Instagram:

mLabs



Esta é uma ferramenta essencial para agendar posts e Stories, acompanhar resultados, gerar relatórios personalizados, responder direct, interagir com seguidores e descobrir os melhores horários para postar no Instagram. É uma plataforma com excelente custo-benefício.

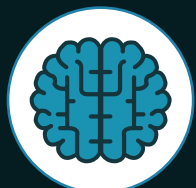


Ferramentas para Criação e Edição de Imagens:

Canva

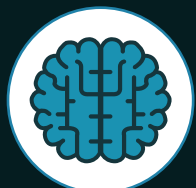
O Canva é uma ferramenta completa com um vasto arsenal de imagens, fontes, ícones e templates com tamanhos ideais para redes sociais. Acessível via navegador no desktop ou tablet, também possui um aplicativo para smartphones.

Canva



Ferramentas para Criação e Edição de Imagens: Afterlight

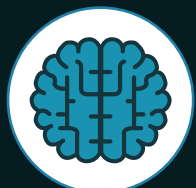
Conhecido como o Photoshop dos dispositivos móveis, o Afterlight oferece recursos para modificar imagens, incluindo ajustes de contraste, textura, cores, textos e filtros, proporcionando um aspecto profissional.



Ferramentas para Criação e Edição de Imagens:

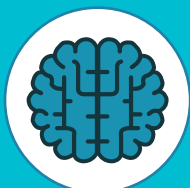
Layout from Instagram

Um app oficial da rede social para criar colagens com várias fotos, disponível para iOS e Android. Destaca-se pela simplicidade, com um visual limpo e ferramentas básicas, sendo ideal para montagens rápidas e práticas.



Ferramentas para Criação e Edição de Vídeos no Instagram

Horizon



Ideal para transformar vídeos feitos na horizontal para se adequarem ao formato vertical do Instagram. Permite "recortar" uma área do vídeo para postá-la em outro formato, ótimo para posts no Instagram Stories. Disponível gratuitamente para iOS e Android.



Ferramentas para Criação e Edição de Vídeos no Instagram

Inshot

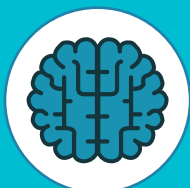


Ótima solução para edição de imagens e vídeos, facilitando a criação de conteúdo para várias plataformas, incluindo YouTube, Instagram e TikTok. Permite adicionar música, recortar vídeos, girar imagens, adicionar texto e adesivos. Disponível para Android e iOS.



Ferramentas para Criação e Edição de Vídeos no Instagram

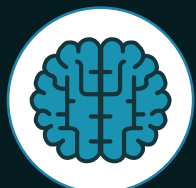
Quik



Ferramenta de edição de vídeos disponível para Android, iOS, MacOS e Windows. Permite criar vídeos incríveis com apenas alguns toques, incluindo transições, cortes, vinhetas, texto, fotos e músicas do seu próprio celular. Adquirido pela GoPro, o app é ideal para quem deseja um resultado profissional diretamente do smartphone.



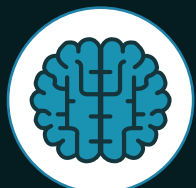
Ferramentas para Descobrir Hashtags no Instagram: **All Hashtag**



Ideal para encontrar as principais hashtags de diversos segmentos. Permite pesquisar sobre qualquer assunto, incluindo buscas em português. Leve e de fácil usabilidade, as hashtags disponibilizadas também funcionam em outras redes sociais como Facebook, Twitter, e Pinterest.

All #ASHTAG

Ferramentas para Descobrir Hashtags no Instagram: Tag O' Matic

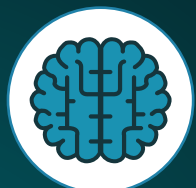


Pesquisa em tempo real as hashtags mais relevantes e populares do momento. Disponível para Android e iOS, permite copiar e colar as hashtags na publicação da rede social. Possui um mecanismo de busca para escolher as tags mais indicadas para suas fotos e vídeos, além de um botão para acessar o Instagram diretamente, tornando o processo de publicação mais simples e rápido.



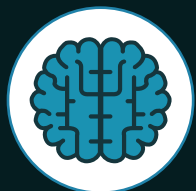
Gostou das dicas?

Com essas ferramentas em mãos, você está pronto para elevar o seu perfil no Instagram a um novo nível. Desde a criação de conteúdo de qualidade até o gerenciamento eficiente das suas postagens, essas ferramentas podem ser aliadas poderosas na sua estratégia de marketing digital. Experimente cada uma delas e descubra como podem fazer a diferença no seu perfil, ajudando a alcançar mais seguidores e aumentar o engajamento com o seu público-alvo.



Capítulo 3: Turbinando uma postagem pelo Instagram Ads

Vamos agora explorar o processo de impulsionar seus posts no Instagram de forma paga, para alcançar mais pessoas. Este guia prático ajudará você a aumentar a eficácia e o alcance de seus anúncios na internet através do Instagram.

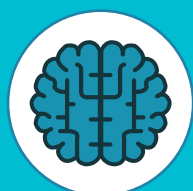
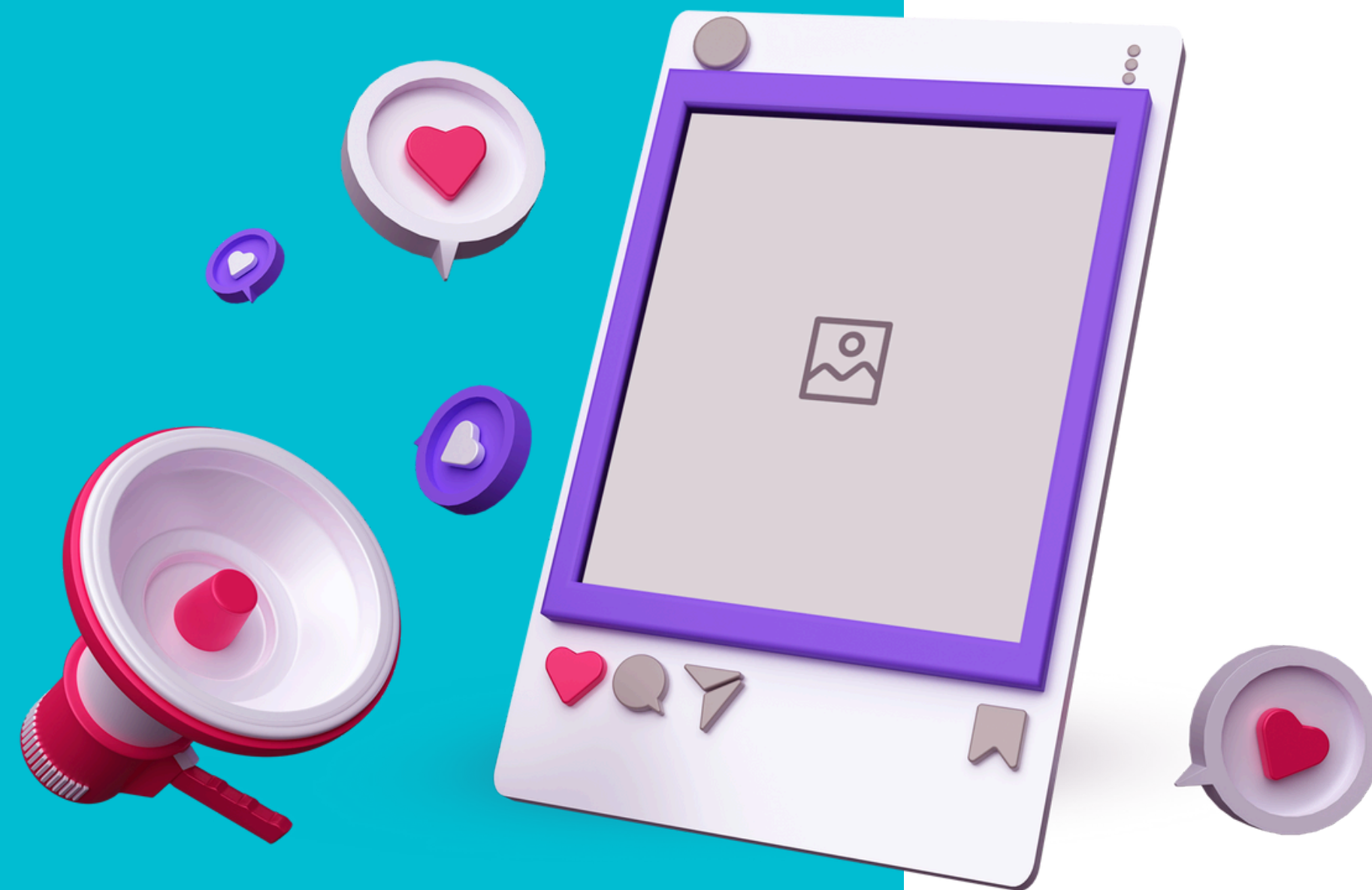


O que é o Instagram Ads?

Com bilhões de contas ativas, o Instagram se tornou um canal de comunicação poderoso, tanto para uso pessoal quanto profissional.

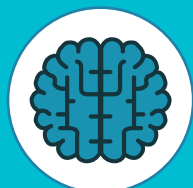
No Instagram, é permitido turbinar postagens que você possui no seu perfil, ou seja, utilizar uma postagem como um anúncio, direcionados especificamente para essa plataforma.

É possível patrocinar postagens e promover sua marca, produtos e serviços para um público mais amplo. Os anúncios podem variar em formatos, podendo ser imagens, vídeos ou Carrossel.



Estratégia Prática para Turbinar Anúncios no Instagram

Para alcançar mais seguidores e engajamento em seu perfil, é fundamental criar posts que se destaquem e ofereçam valor ao seu público-alvo. Neste guia prático, vamos mostrar como elaborar uma estratégia eficiente em alguns passos simples.



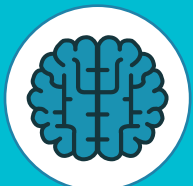
Passo a Passo da Estratégia:

Crie de 2 a 3 posts com temas interessantes para seu público. Varie os formatos, como posts estáticos, carrosséis ou reels, para despertar mais interesse.

Dicas para os posts:

Aborde assuntos que sejam diferentes do padrão do seu mercado no Instagram.

Estratégia Prática para Turbinar Anúncios no Instagram



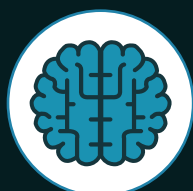
Ofereça conteúdo valioso e relevante para seu público

Escolha temas que abordem uma necessidade específica do seu público, mostrando como seu serviço pode ajudar.

Analise o engajamento orgânico dessas publicações. Ou seja, se foram posts que receberam curtidas, comentários ou salvamentos? Se sim, isso indica um bom engajamento, revelando que seu público gostou do conteúdo.

Turbinando Publicações no Instagram

Como mencionamos, turbinar ou impulsionar uma publicação é simplesmente escolher um post orgânico que você já tenha compartilhado em seu perfil e transformá-lo em um anúncio pago.



Com esse investimento, seu post será entregue para pessoas que ainda não são seus seguidores, ou seja, pessoas que ainda não conhecem sua marca. Muitas pessoas se questionam se vale a pena investir dinheiro nisso, e a resposta é sim, vale muito a pena usar essa funcionalidade se você souber utilizá-la com sabedoria.

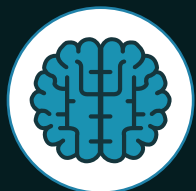
Quando você patrocina uma publicação no Instagram, você consegue fazer uma segmentação para atingir um público muito assertivo, definindo:

- **O sexo das pessoas que você quer atingir;**
- **A faixa etária dessas pessoas;**
- **A idade;**
- **Os interesses;**
- **Em quais regiões essas pessoas estão;**
- **Segmentar o seu objetivo com o anúncio.**



Você pode colocar, por exemplo, como meta do anúncio, receber mais visitas ao seu perfil, ou ter mais seguidores, ou você pode colocar um tráfego para o seu site, ou receber mensagens no Direct e até mesmo no seu WhatsApp.

Então, se a sua clínica ou consultório almeja sucesso, alavancar os resultados, e impulsionar suas publicações, essa é uma excelente estratégia.



Passo a passo prático

Agora vamos à prática, preparamos um passo a passo simples e intuitivo para você entender como impulsionar o seu post no Instagram.



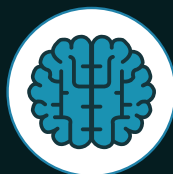
Passo 1



Primeiramente, entre no perfil do seu negócio no Instagram, e caso a sua conta não seja comercial, é importante que você faça essa alteração, porque só nas contas comerciais é possível fazer postagens turbinadas.

Caso a sua não seja, você deve clicar nos três risquinhos no canto superior direito do perfil, configurações, conta, mudar tipo de conta.

Feito isso, escolha uma publicação para fazer o anúncio, mas lembre-se que não é qualquer publicação que você transformará em um anúncio.



PASSO 1

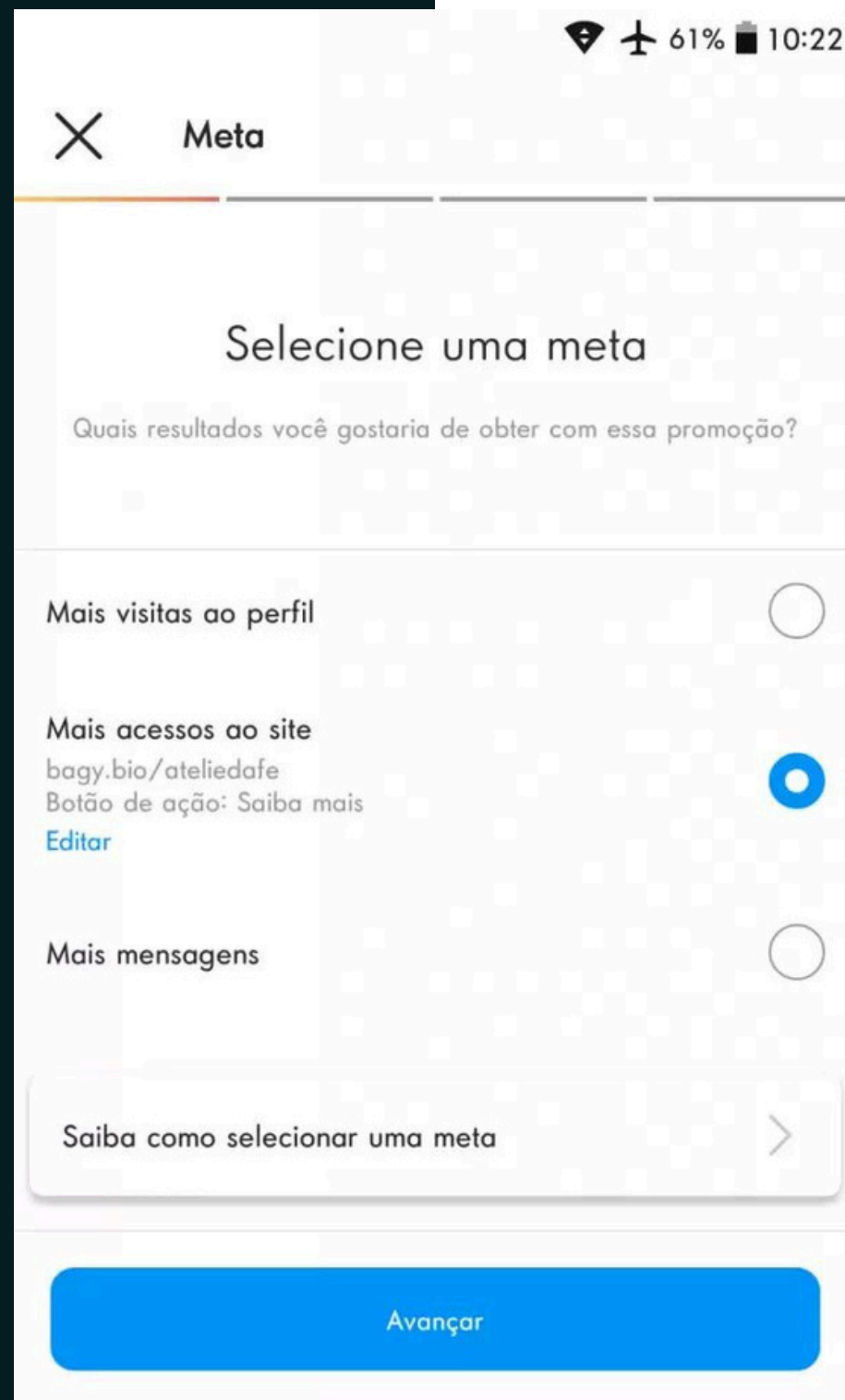
Dica: Analise a publicação orgânica do seu perfil que teve muito engajamento dos seguidores. Pois, quando você utiliza uma postagem que já teve engajamento no orgânico, as chances dela também ter engajamento com esse anúncio, são muito maiores.

Por que isso? Basta pensar logicamente: se a sua audiência, que é o seu público-alvo, engajou com uma publicação orgânica, significa que essa publicação chamou a atenção de alguma forma, o público gostou, achou interessante, e provavelmente gostaram do conteúdo.

Dessa forma, provavelmente, as outras pessoas que têm interesses parecidos com os interesses da sua audiência também vão gostar dessa publicação, então a chance de o seu anúncio ter resultados melhores é muito maior.



PASSO 2



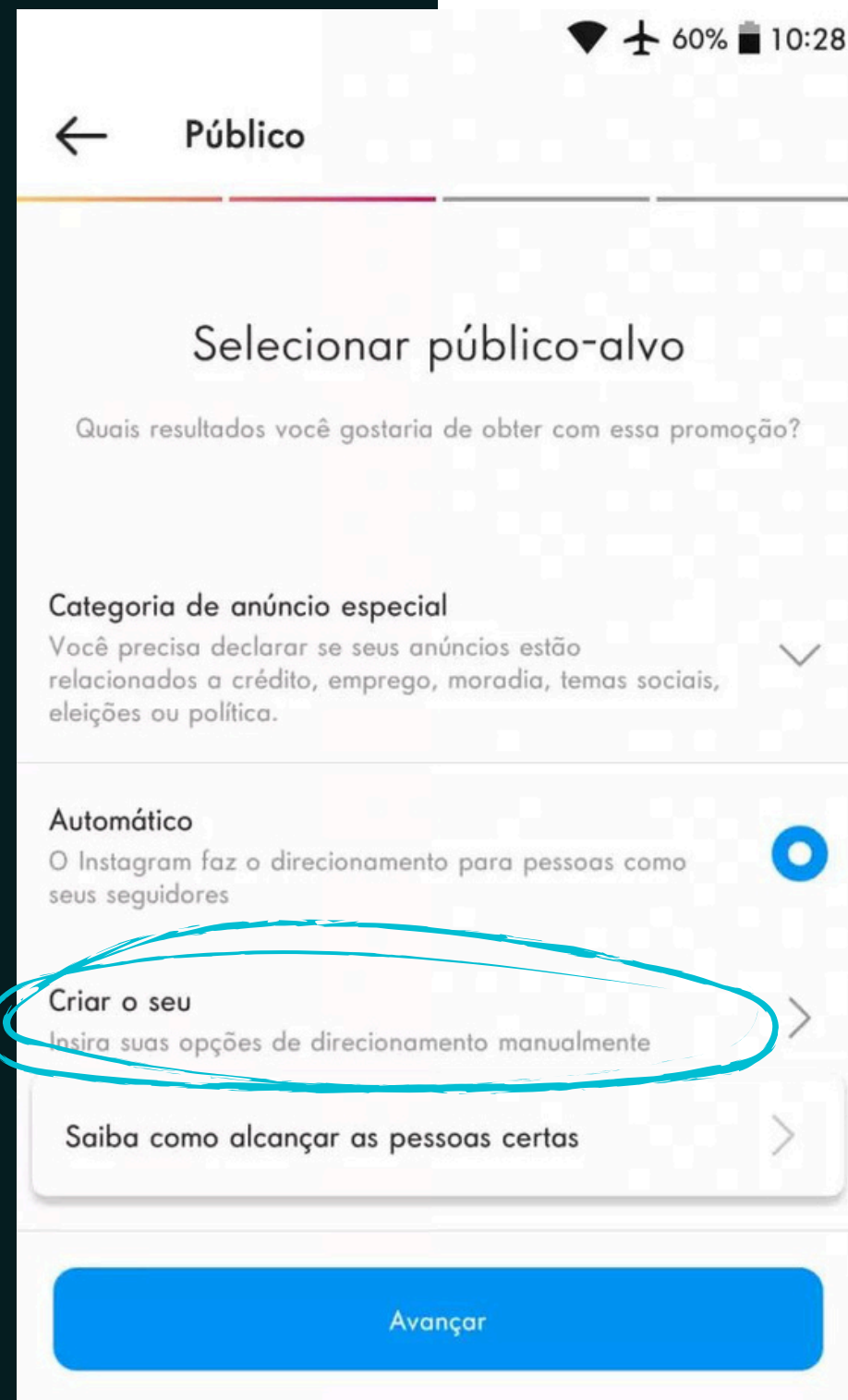
Selecione uma publicação, e selecione qual a sua meta, se você deseja mais visitas ao perfil, mais acessos ao seu site ou mais mensagens, por exemplo.

Quando você coloca mais visitas ao perfil, o Instagram direcionará mais pessoas para o seu perfil. Sendo assim, essa meta é fundamental para quem quer aumentar o número de seguidores, porque a pessoa entrará no seu perfil, e caso ela goste do que está vendo, ela vai te seguir, e passar a te acompanhar.

Já em acesso ao site, você pode colocar o site que você quer levar esse tráfego, ou mais mensagens, então você pode escolher, por exemplo, o aplicativo de mensagens, como, por exemplo, o WhatsApp, ou levá-los direto ao Direct do Instagram. Após selecionar clique em avançar.



PASSO 2

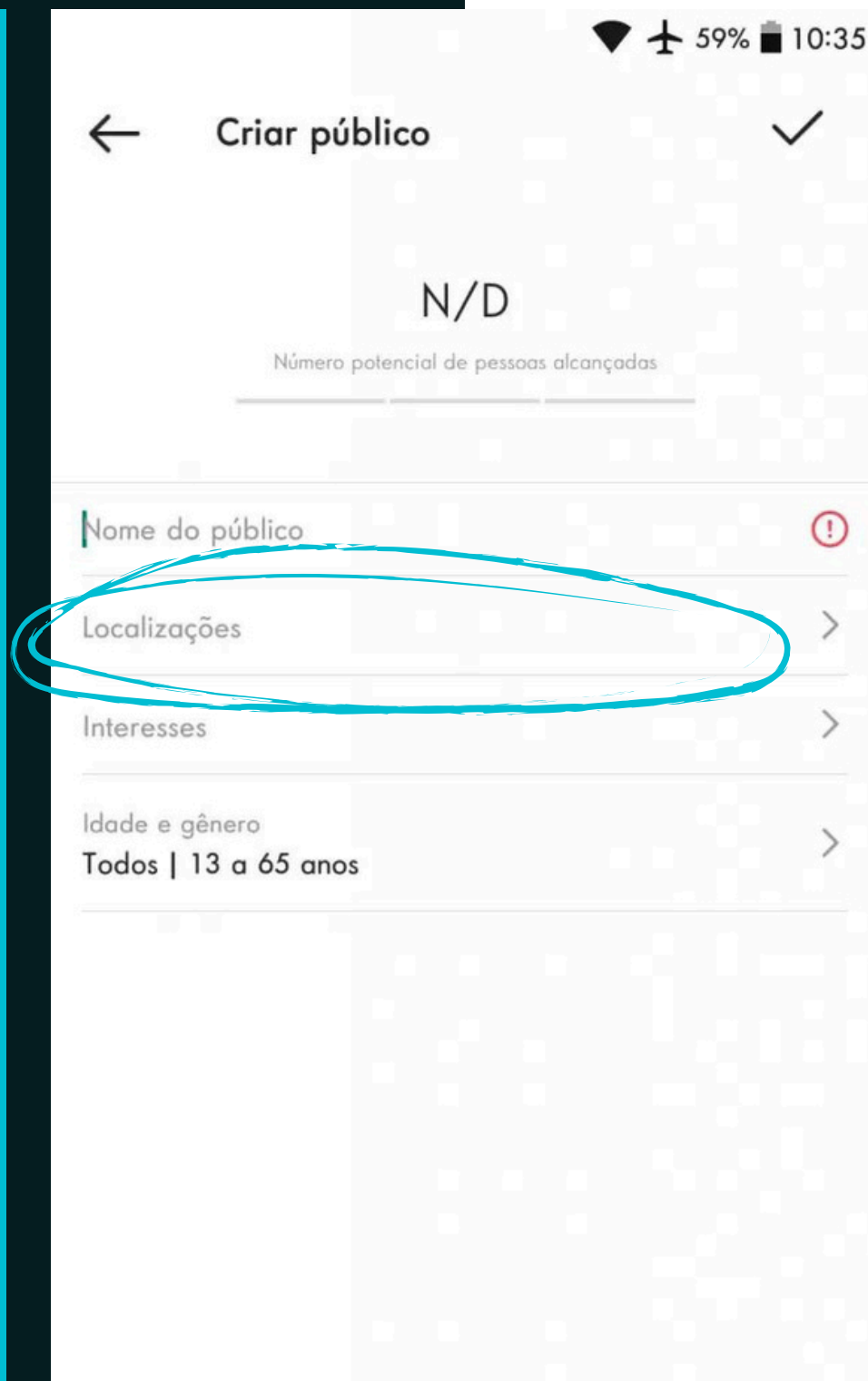


Feito isso, o Instagram oferece a opção de criar um anúncio automático. O que isso significa? Significa que o algoritmo do Instagram busca informações para criar um público-alvo com base em sua expertise. No entanto, essa prática não é muito recomendada. É melhor escolher um público personalizado de acordo com o que você deseja alcançar.

Escolha criar o seu público, e dê um nome para ele. Exemplo: “Teste psicólogos”, utilize um nome que você possa utilizar depois. Dessa forma, você terá o público salvo, de forma que não precise fazer todas essas etapas novamente. Então, se esse anúncio deu muito certo com esse público que você selecionou, você pode testar outros anúncios com o mesmo público.



PASSO 3

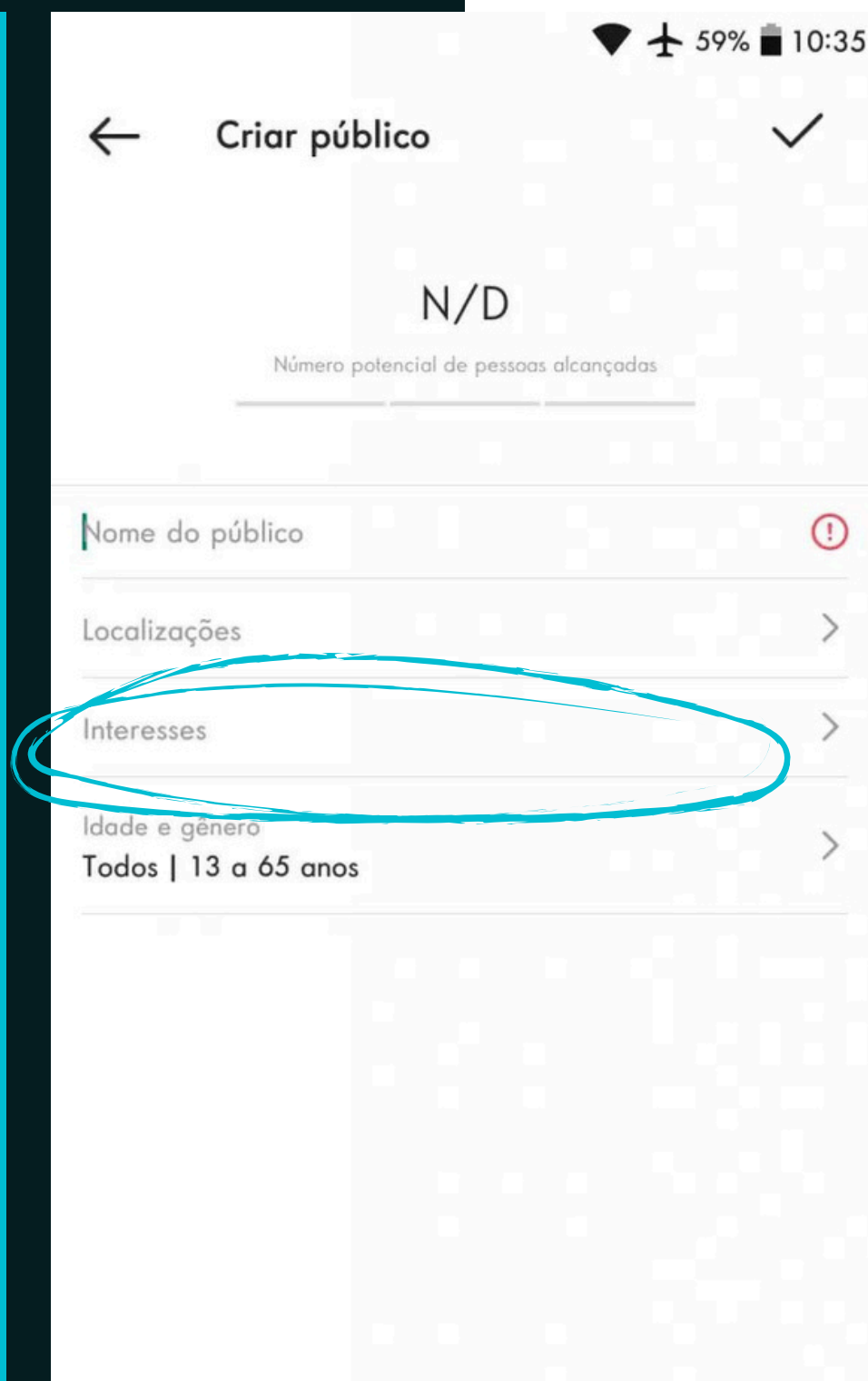


Em seguida vamos à **localização**. Coloque a localização que você quer que o anúncio atinja, onde essas pessoas estejam localizadas. Vamos supor que você queira atingir pessoas que estejam em Campinas, ou pessoas que estejam no Rio Grande do Sul, pesquise a cidade e selecione, logo você verá na tela o tamanho estimado do público de acordo com sua seleção.

Coloque quantas localizações desejar. É interessante que você faça sempre essa segmentação para você ser assertivo, atingir as pessoas que você tem que atingir, não uma gama gigantesca de pessoas que você nem sabe se vão se interessar pelo que você está oferecendo. Após colocar a localização, conclua.



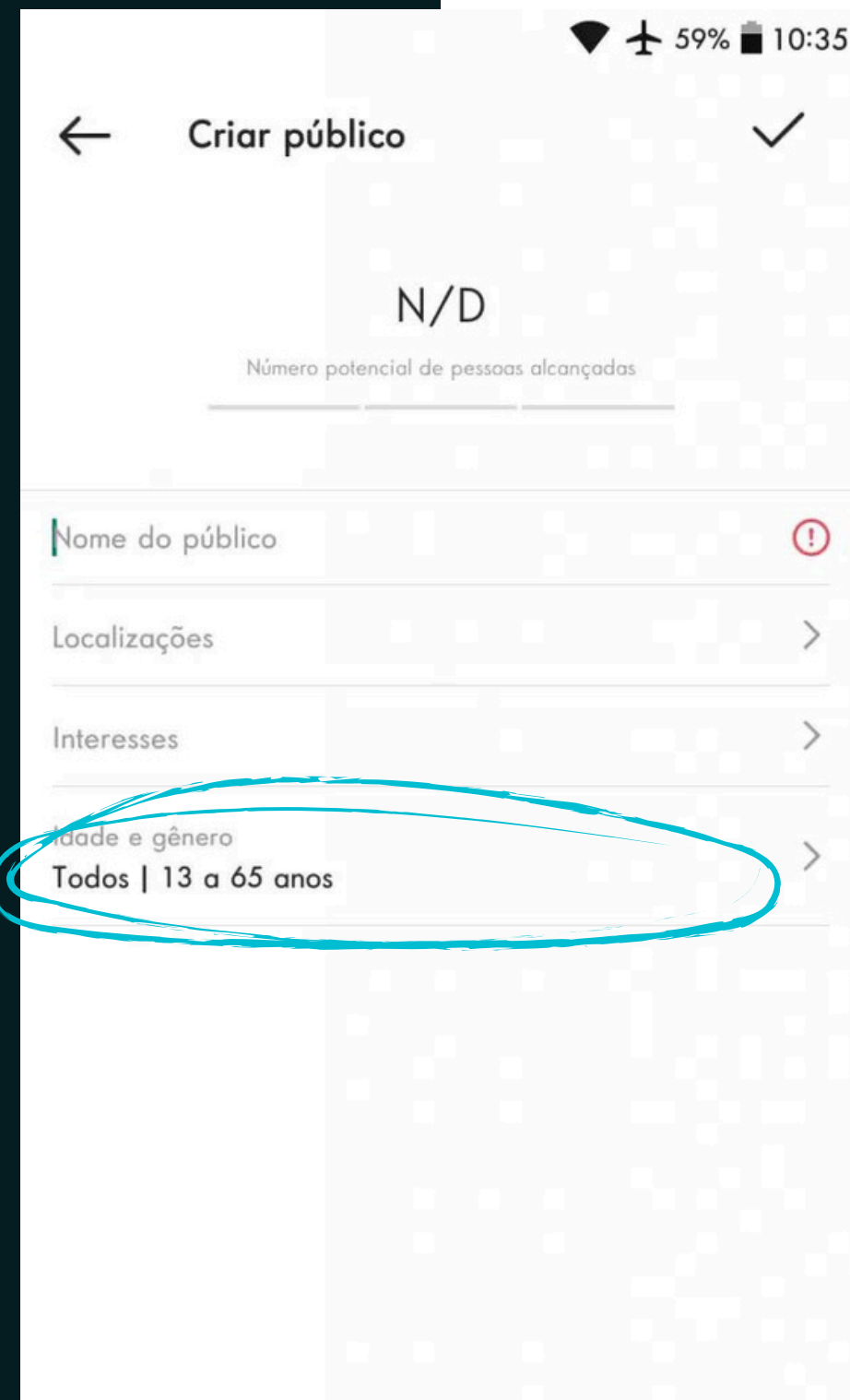
PASSO 4



Em **Interesses**, coloque os interesses do público que quer atingir. Você, psicólogo, pode colocar, por exemplo, “consulta psicológica”, dessa forma, ele te oferece várias sugestões de outras categorias, outros interesses relacionados àquele interesse principal, por exemplo, ajuda psicológica, psicólogo, consultório de psicologia. Selecione o que faça sentido para você, clique em concluir.



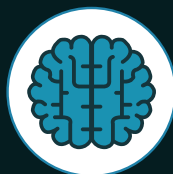
Passo 5



Após definir os interesses, chegou a hora de definir a **faixa etária**. Você já sabe qual é a idade que o seu público tem, qual é a idade das pessoas que você quer atingir? Esses são dados muito importantes, pois define com quem você quer falar.

Nessa etapa, ressaltamos o quão importante é você conhecer o seu público-alvo, conhecer suas dores, e interesses do seu público, para, na hora que você criar seus anúncios, você tenha outras possibilidades mais detalhadas, você saber o que você colocar aqui para sua segmentação atingir as pessoas que você quer atingir.

Suponhamos que você queira atingir pessoas de 20 a 45 anos. O Instagram vai te mostrar a quantidade de pessoas que estão dentro dessa segmentação que você selecionou. Clique em concluir, e em avançar.



PASSO 6

The screenshot shows a mobile app interface for setting budget and duration. At the top, there's a status bar with a Wi-Fi icon, an airplane mode icon, 57% battery, and the time 10:44. Below that, a back arrow and the title "Orçamento e duração" are visible. The main content area displays "R\$30 por 5 dias" in large text, with "Orçamento total" below it. Underneath, "420 - 1.100" is shown, with "Alcance estimado" below it. There are two sliders: "Orçamento" with a blue dot at "R\$6 por dia" and "Duração" with a blue dot at "5 dias". At the bottom, there's a blue button labeled "Avançar". A link with a right arrow says "Saiba como definir o orçamento e a duração adequados".

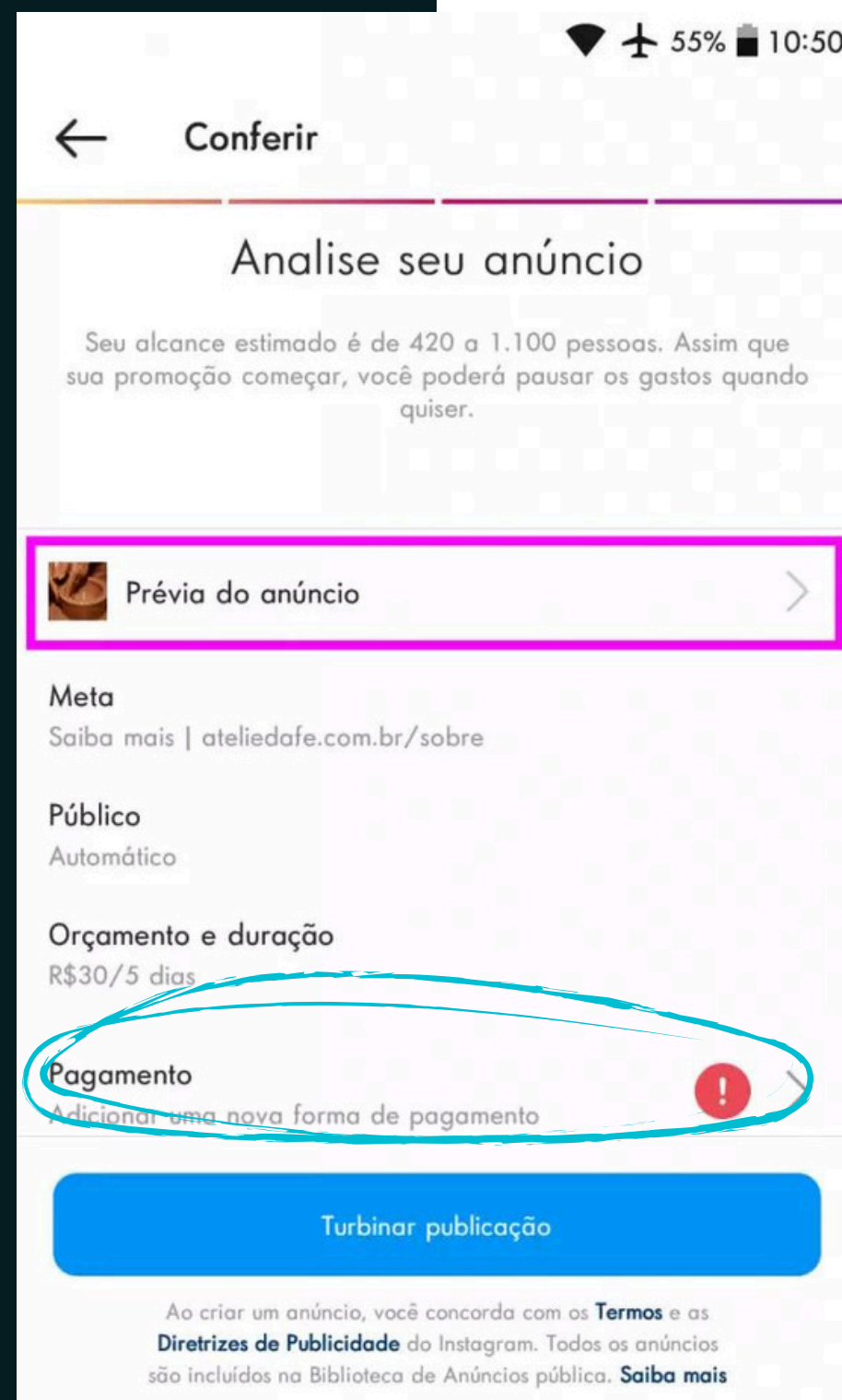
Chegou a hora de você criar o seu orçamento. O mínimo da ferramenta é R\$10,00 por dia. Mas lembre-se que se você tem mais verba para isso, quanto mais dinheiro você investir, mais pessoas você atingirá.

Após colocar o valor, vá observando como funcionará essa segmentação, se o seu anúncio está ou não dando certo.

Escolha a duração do seu anúncio, por quantos dias esse anúncio será veiculado. Você tem duas opções: veicular o anúncio até pausar, o que não é muito indicado, porque você precisa lembrar de entrar no anúncio para pausá-lo, ou selecione um período padrão para deixar o anúncio rodando. Escolha um período e clique em avançar.



PASSO 6



Após essas etapas você terá a prévia do anúncio, a meta, o público, seu orçamento e período. Já na parte de pagamento, você adicionará entre as opções: cartão de crédito, PayPal, boleto, ou PIX.

Pronto! Seu anúncio já está pronto, mas calma, não pense que seu trabalho acabou por aí. Uma das partes mais importantes a partir de agora é a análise do anúncio.

Fique de olho se o seu anúncio está ou não dando certo, para você não persistir nos erros, investir nos acertos, e fazer mais anúncios parecidos com o que deu certo.



PASSO 7



Para visualizar os resultados de uma publicação, basta clicar sobre ela e clicar em "Ver insights". Assim, você poderá acessar diversos dados, como o número de curtidas, comentários, compartilhamentos, alcance da publicação, quantidade de visitas ao seu perfil, entre outros. Essas informações são essenciais para entender o desempenho do seu conteúdo no Instagram.

Ao seguir esses passos, você poderá impulsionar suas publicações no Instagram de forma eficaz, alcançando um público mais amplo e aumentando o engajamento com sua marca.

Esperamos que seus objetivos sejam alcançados e que você tenha sucesso em todos os seus anúncios!



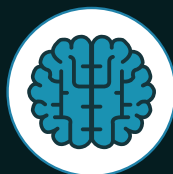
PASSO 7

Dica extra: faça um teste inicial por pelo menos 10 dias e analise as métricas. Observe o alcance de cada post e quantas visitas ao perfil cada anúncio gerou.

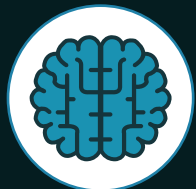
Continue com os posts que obtiveram melhores resultados. Persista mesmo se não obtiver resultados imediatos em novos seguidores. Teste constantemente novos posts para descobrir o que mais atrai sua audiência.

À medida que sua base de seguidores cresce, mantenha a conexão através dos stories. Use a caixinha de perguntas como estratégia para interagir com sua audiência. Não se esqueça de incluir um link de contato na bio do seu perfil para facilitar o contato com você.

Ao anunciar no Instagram, você tem a oportunidade de alcançar um público que ainda não segue seu perfil, inspirando-os a realizar ações. Lembre-se de criar conteúdo relevante e interativo para engajar seus seguidores.



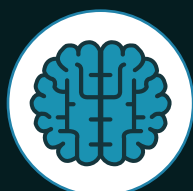
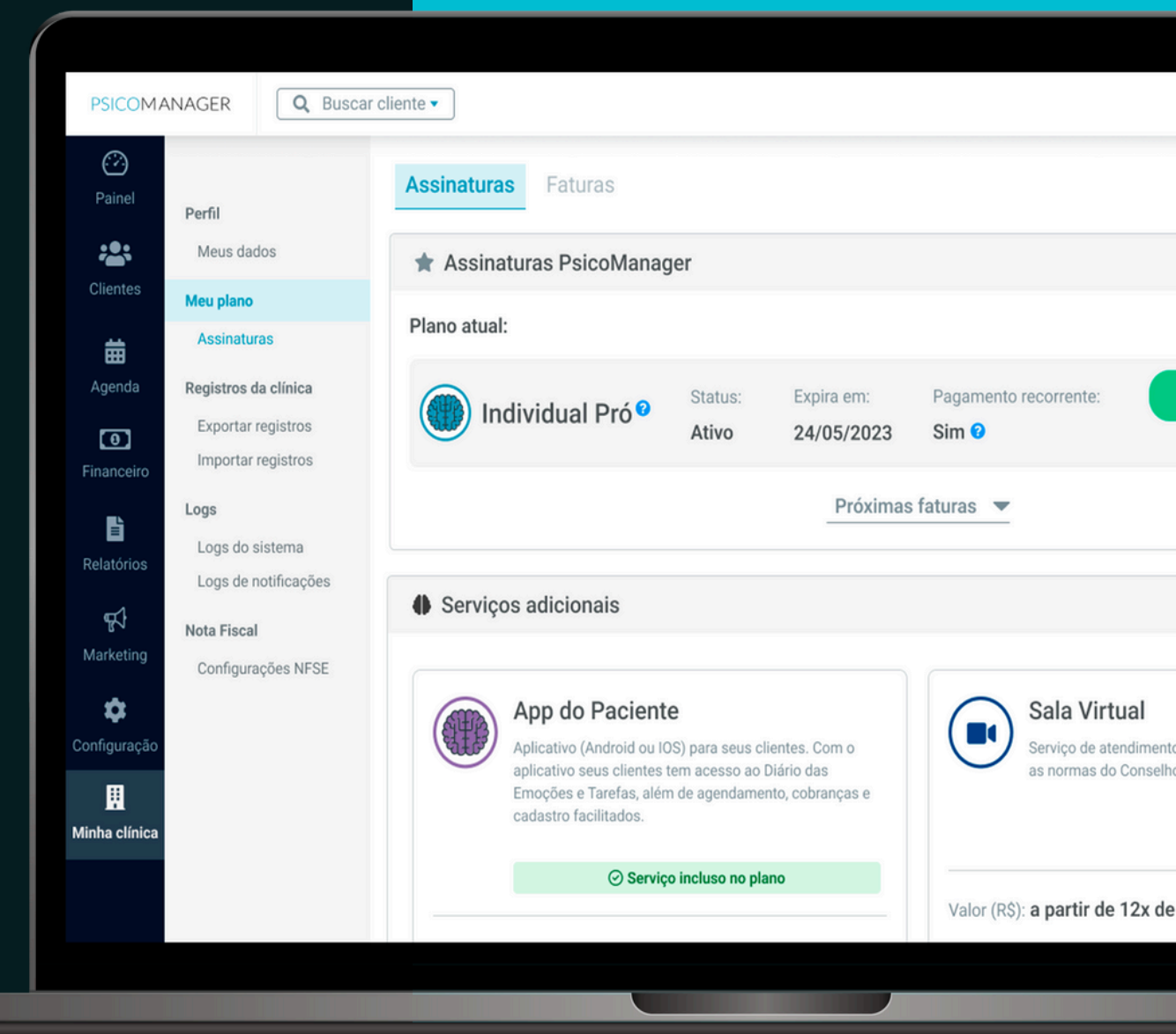
PsicoManager: inovação digital na prática psicológica



Por falar em tecnologia, **o PsicoManager é a ferramenta essencial para otimizar a rotina do psicólogo, especialmente no ambiente digital.** Com atualizações constantes e tecnologias de ponta, o PsicoManager oferece recursos únicos para melhorar a experiência do profissional e a qualidade do atendimento aos pacientes.

Uma das principais funcionalidades é o app do paciente, facilitando a comunicação e o agendamento de consultas. Já, a agenda on-line integrada permite gerenciar horários e enviar lembretes de consultas, reduzindo faltas e otimizando o tempo do profissional.

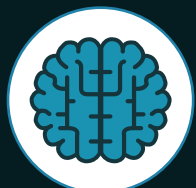
O PsicoManager também oferece um sistema de controle financeiro completo, permitindo o gerenciamento das contas a receber, contas a pagar e pagamentos de clientes com pacotes e convênios. Com dashboards e relatórios inteligentes, o psicólogo pode tomar decisões mais assertivas.



O controle de sessões é eficiente e seguro, permitindo o gerenciamento dos prontuários e anotações dos clientes. Os formulários das sessões podem ser personalizados de acordo com a abordagem do profissional, garantindo um atendimento diferenciado.

Outra vantagem é a geração de documentos personalizados, como atestados, contratos e recibos, com a logo da clínica e acesso sigiloso. As notificações automáticas ajudam a reduzir as faltas dos pacientes, enviando lembretes de sessões via e-mail, WhatsApp, SMS ou mensagens automáticas pelo aplicativo.

Para a telepsicologia, o PsicoManager oferece uma sala virtual integrada e segura, com diversos recursos terapêuticos disponíveis para sessões interativas. Com o PsicoManager, o psicólogo pode fortalecer sua presença online, atrair mais pacientes e proporcionar um atendimento de qualidade.



Juntos, o PsicoManager e as estratégias deste e-book podem transformar a maneira como você se relaciona com seus pacientes e expande sua atuação no ambiente digital.



Aproveite e leia também:

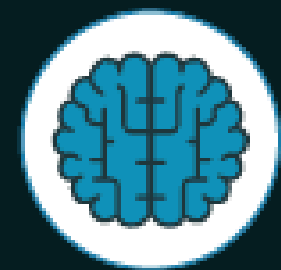
Guia essencial para construir uma imagem profissional como psicólogo

Guia de Início Rápido: experimente, contrate e explore as funcionalidades do PsicoManager

E-book prático de utilização do PsicoManager **para Psicólogos**

Organizador Financeiro





PSICOMANAGER



psicomanager.com.br



/psicomanager



@psico_manager



@PsicoManager

