

raiseUP

Estruturação do Instagram

Mudanças estratégicas que
comunicam autoridade.





Nova BIO

Autoridade imediata – a garantia de 1 ano e meio sobe para a primeira dobra da legenda.

Diferencial claro – bateria de lítio removível e frete.

Benefício concreto – sem CNH e sem emplacamento, resume a proposta de valor.

CTA funcional – aponta pro link (foco comercial de vocês é o whats).

Destaques

Problema da estrutura atual: os destaques atuais não guiam o visitante novo nem comunicam o maior trunfo da RT, que é confiança. A estrutura abaixo resolve isso e ainda cobre as dúvidas operacionais básicas.

Nova Estrutura:

Horários – Card informativo: Seg–Sex 8h30–12h e 13h30–18h30 / Sáb 8h30–12h.

Local – Card informativo: endereço da loja e link do maps.

Modelos – Cada tela com foto e especificações principais.

Clientes – As fotos de entrega. Cliente recebendo a moto, sorrindo.

Feedbacks – Prints de clientes, depoimentos e avaliações do Google.

LINHAS EDITORIAIS

Vitrine Inteligente

Objetivo: Gerar venda sem parecer só catálogo. Contextualizar o produto.

Formatos: Feed com copy estratégica · Reels do produto em uso

Exemplos de conteúdo:

X15 no dia a dia de quem trabalha; WD2 pra ir e voltar do serviço sem gastar com combustível; "quanto tempo você leva do Areal ao Centro"

Conexão e Comunidade

Objetivo: Criar pertencimento, engajamento e identificação cultural.

Formatos: Reels com pegada humana · Feed com datas e cultura regional.

Exemplos de conteúdo:

Cliente recebendo a moto; "sua primeira elétrica"; economia mensal real de quem trocou a gasolina; presença em eventos da região; capacete de presente na entrega.

Autoridade e Confiança

Objetivo: Construir credibilidade e diferenciação da concorrência.

Formatos: Carrossel educativo · Reels com Tiago.

Exemplos de conteúdo:

Lítio removível x chumbo, o que muda na prática; o que a garantia de 1 ano e meio cobre; "como desligar a scooter do jeito certo pra não queimar a bateria"; bastidores da entrega e do pós-venda.

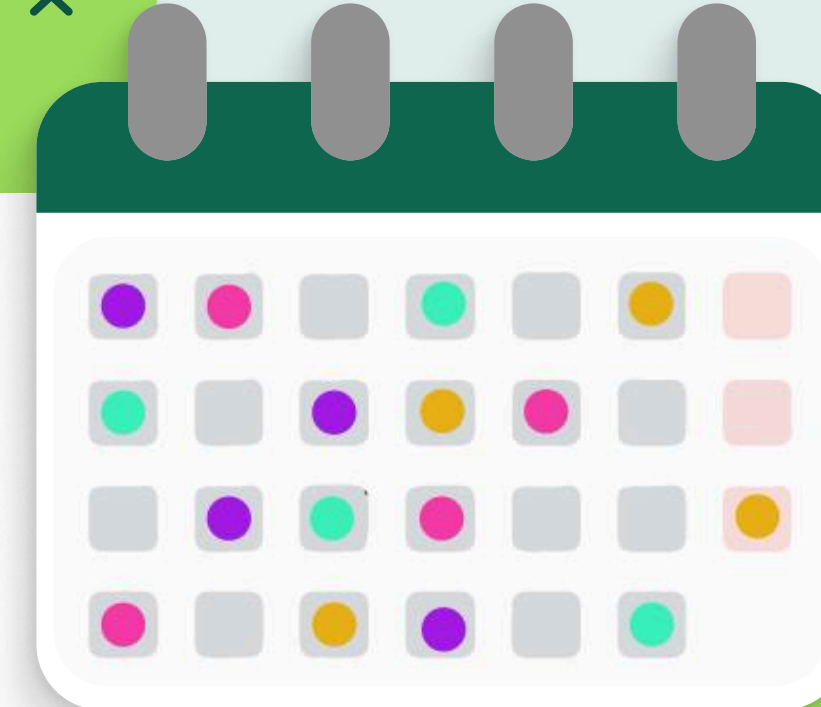
Oportunidade e Urgência

Objetivo: Gerar fluxo e conversão.

Formatos: Feed com arte de oferta · Stories com CTA WhatsApp

Exemplos de conteúdo:

Modelo de entrada como isca; condições (3x sem juros, até 24x, aberto a negociar); frete grátis 200km em datas-chave; estoque das principais sempre disponível.



POSTS FIXADOS:

Theo Becker

Reels já feito pelo Theo será mantido.

O que você precisa saber antes de comprar uma elétrica

Carrossel informativo, porta de entrada do perfil. Pra quem acabou de chegar e ainda sabe pouco sobre elétrica.

O que os clientes falam

Carrossel com prints de avaliações do Google, comentários no Instagram e mensagens no Whatsapp. Objetivo: Construir confiança imediata para quem ainda não conhece a loja.

raiseUP

Este material foi desenvolvido pela RaiseUp
– Agência de Marketing, na cidade de Pelotas,
em 2025. Uso exclusivo para clientes RaiseUp.

A reprodução, total ou parcial, sem
autorização prévia, não é permitida.

