

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO DE CIÊNCIAS DA EDUCAÇÃO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO
CURSO DE GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO

Nadine Najdzion

Usando o Instagram para construir um relacionamento com o público alvo:

O caso do salão de beleza.

Florianópolis

2023

Nadine Najdzion

Usando o Instagram para construir um relacionamento com o público alvo:

O caso do salão de beleza.

Trabalho Conclusão do Curso de Graduação em Ciência da Informação do Centro de Ciências da Educação da Universidade Federal de Santa Catarina como requisito para a obtenção do título de Bacharel em Ciência da Informação

Orientador: Prof. Sonali Paula Molin Bedin

Florianópolis

2023

Ficha de identificação da obra elaborada pela autora através do programa de geração automática da
Biblioteca Universitária da UFSC.

Najdzion, Nadine

Usando o Instagram para construir um relacionamento com o público alvo: : O caso do salão de beleza. / Nadine Najdzion ; orientadora, Sonali Paula Molin Bedin, 2023.

32 p.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) - Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Ciências da Educação, Graduação em Ciência da Informação, Florianópolis, 2023.

Inclui referências.

1. Ciência da Informação. 2. Marketing Digital. 3. Instagram. I. Bedin, Sonali Paula Molin. II. Universidade Federal de Santa Catarina. Graduação em Ciência da Informação. III. Título.

Nadine Najdzion

Usando o Instagram para construir um relacionamento com o público alvo:

O caso do salão de beleza.

Este Trabalho Conclusão de Curso foi julgado adequado para obtenção do Título de “Bacharel em Ciência da Informação” e aprovado em sua forma final pelo Curso de Graduação em Ciência da Informação

Florianópolis, 07 de Julho de 2023.

Prof.(a) Sonali Paula Molin Bedin, Dr.(a)
Orientador(a)

RESUMO INFORMATIVO

Este documento apresenta um guia prático para a criação e otimização de perfis no Instagram destinado a pequenas empresas do ramo de beleza e estética. O guia foi desenvolvido para suprir a necessidade de pequenos empreendedores, que muitas vezes não têm recursos para contratar um especialista em mídias sociais ou marketing. O objetivo geral do trabalho é ajudar as empresas a fidelizar mais clientes pela plataforma do Instagram, transmitir confiança, aumentar a visibilidade, aumentar o engajamento e o relacionamento com o público-alvo. A pesquisa realizada revelou que a maioria dos clientes do mercado estético segue perfis de salões no Instagram e utiliza essa plataforma para obter informações sobre esses estabelecimentos. A autora identificou uma deficiência no gerenciamento de mídias sociais no salão de beleza onde estagiou, o que reforçou a importância de desenvolver esse guia. A metodologia adotada foi pesquisa aplicada, exploratória e qualitativa. O guia foi estruturado de forma prática, abrangente e coloquial, para tornar os ensinamentos compreensíveis mesmo para aqueles com poucos conhecimentos técnicos no assunto. O guia contém os seguintes capítulos principais: "Sua Empresa", com foco em análise SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities e Threats), público-alvo e personas; "O Instagram", detalhando o funcionamento dos algoritmos do Feed, Stories e Reels; "Criando Conteúdo", que apresenta seis ferramentas úteis para criação de conteúdo; "Identidade Visual", que aborda a estrutura ideal do perfil no Instagram; "Seus Seguidores", com enfoque em conectar-se com o público-alvo; e "Monitoramento", destacando a importância de seguir tendências e métricas do perfil. Na seção sobre o Instagram, foram apresentados detalhes dos algoritmos de classificação para cada canal da plataforma. O Feed leva em conta a atividade do usuário, informações presentes na postagem e informações do próprio usuário. Os Stories consideram a proximidade do usuário com o autor do conteúdo e o histórico de engajamento. O Reels, consideram os sinais de compartilhamento, visualização completa, curtida e acesso à página de áudio. O guia tem como principais objetivos auxiliar os pequenos empreendedores a melhorar a presença de suas empresas no Instagram, estreitar o relacionamento com o público-alvo, transmitir confiança e aumentar o engajamento. Para alcançar esses objetivos, o documento oferece informações detalhadas sobre cada aspecto relevante da plataforma, possibilitando a criação de perfis de sucesso, mesmo para empreendedores com pouca experiência em marketing digital. Com a aplicação deste guia, os empreendedores do ramo de beleza e estética têm a oportunidade de aproveitar o potencial das mídias sociais, especialmente o Instagram, para fortalecer sua presença no mercado, conquistar novos clientes e impulsionar seus negócios.

Palavras-chave: Marketing Digital. Salão de Beleza. Instagram.