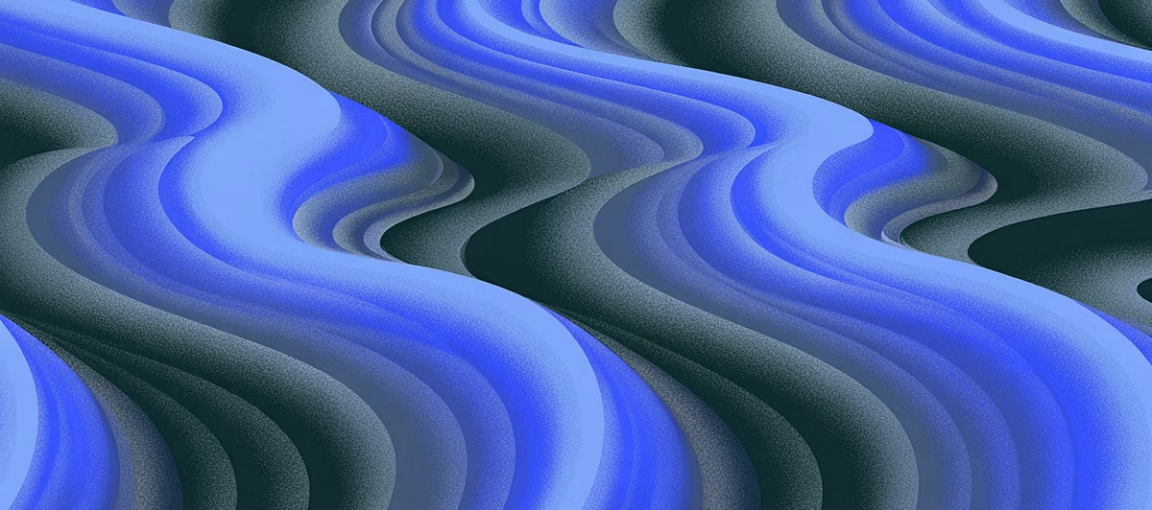




ANÁLISE DE PERFORMANCE

Instagram da Paiva Instituto Oral e Maxilofacial

Relatório Executivo de Métricas – Nova
Estratégia

Cirurgia Bucomaxilofacial – Campo Grande/MS

CONTEXTO

Sobre esta análise

Este relatório compara dois períodos distintos: **Maio (antes da nova estratégia)** e os **últimos 30 dias (com a nova estratégia)**. O objetivo é oferecer uma leitura executiva e estratégica da performance do Instagram da Paiva Instituto Oral e Maxilofacial, clínica da qual a Dra. Janayna Paiva é a cirurgiã responsável, com atuação em Cirurgia Ortognática, ATM, Implantes, Patologias Bucais e Reconstruções Maxilofaciais.

Período anterior

Maio – antes da nova estratégia

Período atual

Últimos 30 dias – nova estratégia ativa

Objetivo

Diagnóstico, evolução e plano de ação

OBJETIVO

Para que serve o Instagram da Paiva Instituto Oral e Maxilofacial?

O Instagram não é apenas um canal de seguidores. É um instrumento estratégico de posicionamento, autoridade e geração de agendamentos qualificados.



Autoridade

Posicionar a clínica como referência regional em cirurgia bucomaxilofacial



Confiança

Gerar credibilidade e conexão com pacientes antes mesmo do primeiro contato



Agendamento

Converter atenção em consultas via WhatsApp e link da bio



Reconhecimento Regional

Ampliar presença em Campo Grande/MS e região como referência especializada

O que mudou em 30 dias

+252%

Visualizações

De 20.650 para 72.813

+257%

Alcance

De 4.275 para 15.283 contas

+285%

Interações

De 507 para 1.952

+73

Seguidores Líquidos

Virada de -29 para +73

A nova estratégia produziu crescimento expressivo em todos os indicadores de topo de funil. O principal desafio agora é converter essa atenção em agendamentos.

ANTES X DEPOIS

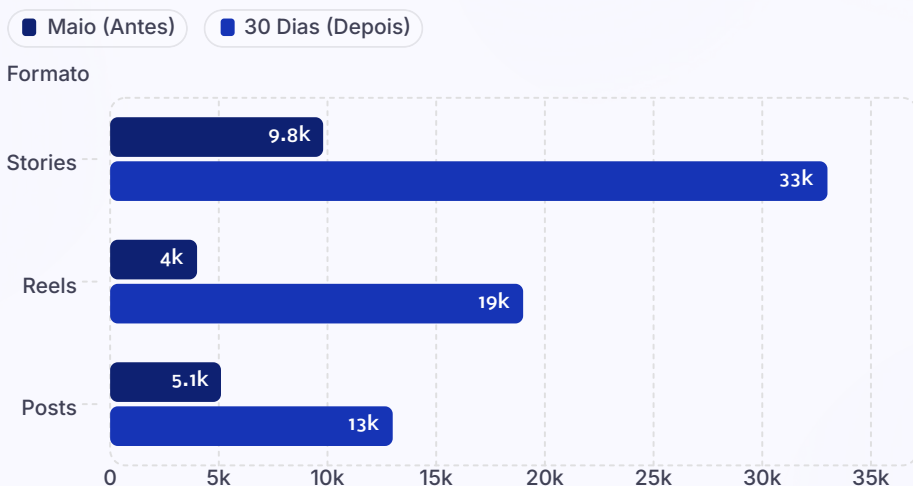
Comparativo Geral de Métricas

Métrica	Maio (Antes)	30 Dias (Depois)	Evolução
Visualizações	20.650	72.813	+252%
Contas alcançadas	4.275	15.283	+257%
Interações	507	1.952	+285%
Seguidores líquidos	-29	+73	Virada positiva
Visitas ao perfil	368	731	+98%
Cliques no link da bio	45	38	-15%

O crescimento de topo de funil foi expressivo. A queda nos cliques no link sinaliza um gargalo de conversão que precisa ser endereçado na próxima fase.

VISUALIZAÇÕES

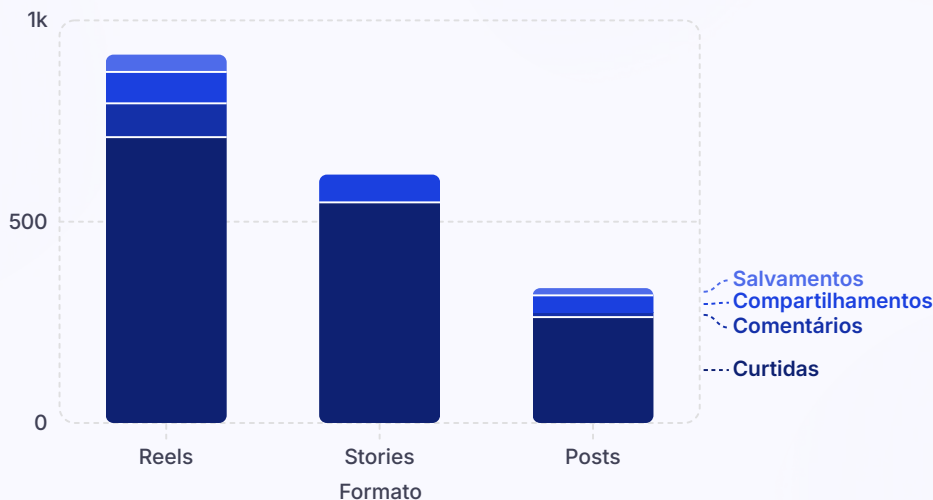
Distribuição de Visualizações por Formato



Os Reels cresceram **375%** em visualizações, tornando-se o principal motor de descoberta. Os Stories quase triplicaram, enquanto os Posts sustentam a autoridade orgânica do feed. A nova estratégia ativou todos os formatos simultaneamente.

INTERAÇÕES

Engajamento por Formato – Últimos 30 Dias



Reels lideram em todas as dimensões de engajamento ativo. Os 84 comentários e 78 compartilhamentos em Reels sinalizam conteúdos com forte apelo e identificação do público. Salvamentos indicam percepção de valor e autoridade.

SEGUIDORES

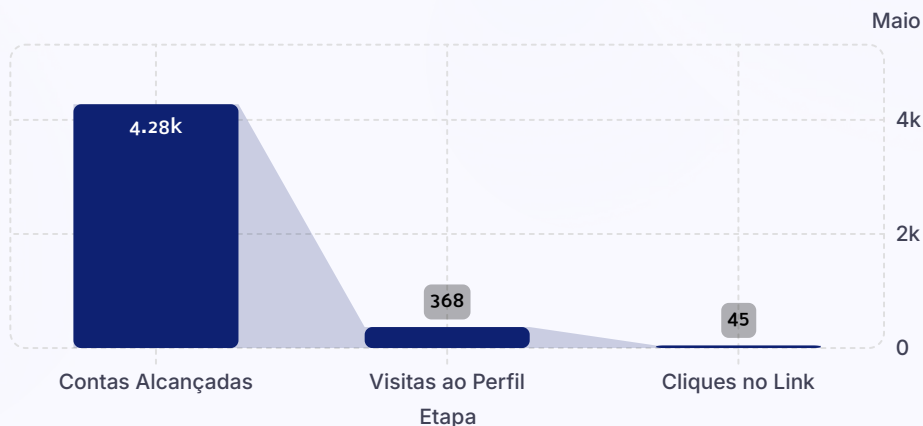
Virada de -29 para +73 Seguidores Líquidos

No período anterior, o perfil **perdia audiência**. Em 30 dias com a nova estratégia, o saldo tornou-se positivo – crescimento de **+1,4%** desde 9 de junho, com total atual de **5.149 seguidores**. O conteúdo de I-PRF sozinho gerou +32 novos seguidores, evidenciando o potencial de temas com apelo educativo e visual.

Visitas ao Perfil x Cliques no Link

1.05%

Total conversion rate



Taxa de Clique – Maio

368 visitas / 45 cliques =

12,2%

Taxa de Clique – 30 Dias

731 visitas / 38 cliques =

5,2%

O perfil ganhou muito mais tração, com o volume de visitas mais que dobrando – um sinal excelente de alcance e interesse crescente. Como acontece naturalmente quando a base de visitas aumenta, a taxa percentual de clique se ajustou para baixo, o que é esperado nesse novo patamar de volume. O próximo passo é otimizar bio e CTAs para transformar esse tráfego maior em ainda mais cliques absolutos.

AUDIÊNCIA

Perfil de Gênero e Faixa Etária



Mulheres · 65.8%

Homens · 34.2%

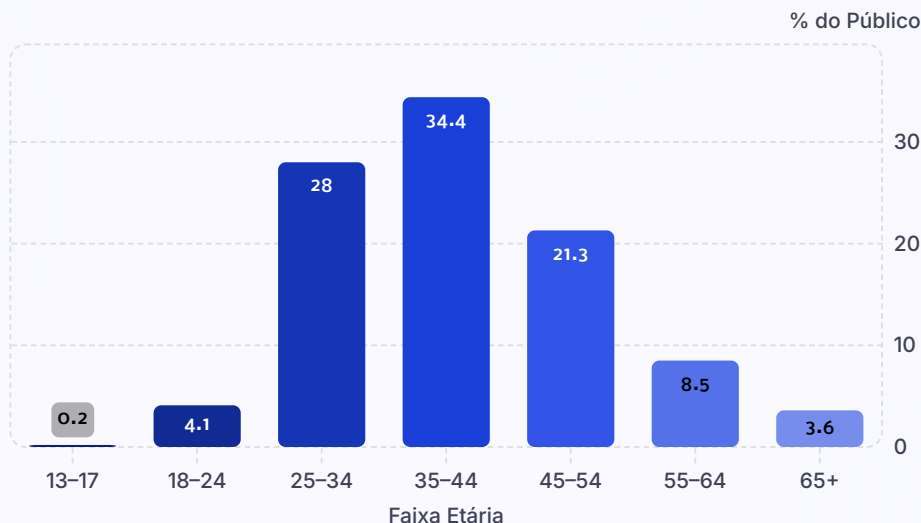
Interpretação estratégica

O público principal está entre **25 e 54 anos**, com maior concentração entre 35 e 44 anos – fase de poder de compra, responsabilidade familiar e busca por tratamentos especializados.

A maioria feminina favorece indicação familiar e tomada de decisão em saúde. Perfil ideal para uma clínica premium.

AUDIÊNCIA

Distribuição por Faixa Etária



O grupo de **35-44 anos** representa 34,4% do público – o maior segmento. Somado ao grupo 25 - 34 e 45 - 54, o público de maior potencial de conversão representa **83,7% da audiência**. Dados excepcionais para uma clínica especializada e premium.

Onde está o público e quando ele está ativo

Distribuição por Cidade

Campo Grande/MS: 46,9%

São Paulo/SP: 3,0%

Dourados/MS: 1,5%

Rio de Janeiro/RJ: 1,1%

Terenos/MS: 0,9%

Melhor Janela de Publicação

Segunda, quinta e sexta – **18h às 21h**. Pico geral entre 12h, 15h e 18h.

Recomendação

Publicar os conteúdos mais estratégicos entre 18h e 21h nos dias de maior atividade.

- ❑ Campo Grande concentra quase metade do público – excelente para uma clínica local e um forte sinal de penetração na praça principal.

Top Conteúdos por Visualizações

1

Regeneração / I-PRF

9.200 visualizações e +32 novos seguidores – conteúdo de maior impacto do período

2

Tumor / Diagnóstico e Tratamento

7.600 visualizações e +14 seguidores – apelo de curiosidade médica e impacto emocional

3

Força para Fechar a Boca (ATM)

5.900 visualizações – identificação imediata com dúvida comum do paciente

4

Caso Classe III – Ortognática

2.100 visualizações – caso real com transformação visual de alto impacto

O que os melhores conteúdos têm em comum



Caso Real

Antes e depois, bastidor cirúrgico, narrativa visual



Impacto Emocional

Medo, curiosidade, identificação, transformação



Linguagem Acessível

Dúvida comum do paciente respondida com clareza



Presença da Médica

Humanização e autoridade combinadas no mesmo conteúdo

Os conteúdos que mais cresceram não são os mais institucionais – são os que entregam transformação, curiosidade e percepção de autoridade especializada simultaneamente.

Aberturas que reduzem o desempenho

Abertura fria – evitar

"Hoje realizamos uma ulectomia."

Substituir por: **"Esse dente permanente estava preso na gengiva."**

Abertura fria – evitar

"O tratamento consiste na remoção..."

Substituir por: **"Quando um dente não nasce, nem sempre é só esperar."**

Abertura fria – evitar

"A artrocentese é..."

Substituir por: **"Nem toda dor na ATM precisa começar com cirurgia."**

Aberturas explicativas não despertam curiosidade imediata. A primeira frase é o filtro mais importante do conteúdo – deve gerar identificação ou tensão narrativa.



ANÁLISE DE FORMATOS

Reels – O Principal Motor de Crescimento

19K

Visualizações

919

Interações

84

Comentários

78

Compartilhamentos

Reels têm maior capacidade de descoberta, atração de novos públicos e construção de autoridade. Com 710 curtidas, 43 salvamentos e 13 reposts, consolidaram-se como o formato prioritário da estratégia.

Stories e Posts – Relacionamento e Autoridade

Stories

33 mil visualizações. 647 interações. 548 curtidas. 24 respostas diretas.

Ferramenta essencial de relacionamento e bastidores. Abertura fraca reduz retenção – conteúdos técnicos performam menos.

Posts / Carrosséis

13 mil visualizações. 337 interações. 18 salvamentos. 43 compartilhamentos.

Sustentam autoridade e organização do feed. Devem ser usados para conteúdos educativos e provas de autoridade – não são o principal formato de descoberta.

DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO

O que a nova estratégia construiu – e onde está o gargalo



A estratégia foi eficaz em ampliar presença e visibilidade. O próximo ciclo deve focar na conversão: ajuste de bio, CTAs mais claros e conteúdos de fundo de funil que conduzam ao agendamento.

O que a nova estratégia entregou

- Crescimento consistente em todos os indicadores de topo de funil

Visualizações +252%, alcance +257%, interações +285%

- Reels como formato central de descoberta e autoridade

Motor principal de seguidores, comentários e compartilhamentos

- Público de alta qualidade e poder de compra

83,7% entre 25 e 54 anos – perfil ideal para clínica especializada premium

- Conteúdos de caso clínico elevam percepção de valor

I-PRF, Tumores, ATM e Ortognática geraram os maiores resultados

- Virada nos seguidores líquidos

De -29 para +73 – o perfil passou a crescer organicamente

Gargalos e Oportunidades de Conversão

Conversão do perfil

O volume de visitas ao perfil cresceu muito, o que abriu uma oportunidade clara de melhorar a conversão com ajustes na bio e nos CTAs. Nesse cenário, o número absoluto de cliques ganha mais relevância, e o foco passa a ser otimizar bio e CTAs para transformar esse alcance maior em mais acessos.

Retenção nos Stories

Alguns stories ficaram entre 50 e 100 visualizações. Aberturas mais fortes e conteúdo mais dinâmico são necessários.

Fundo de funil ausente

Falta conteúdo voltado à decisão: objeções de pacientes, provas sociais, caminhos claros para agendamento.

Presença da Dra. em vídeo

Aumentar a quantidade de vídeos com a Dra. falando fortalece humanização e confiança direta com o paciente.