

COMUNICADO À IMPRENSA

## Pequenas empresas que mais crescem no Brasil apostam em vendas pelo Instagram durante recesso da Covid-19

*Segundo levantamento do Berkeley Institute, 61% das PMEs contam com canais de comercialização na rede social*

As Pequenas e Médias Empresas (PMEs) de crescimento acelerado no Brasil apostam cada vez mais nas vendas pelos canais digitais durante o recesso da Covid-19. Em especial, pelo Instagram. Nada menos do que 61% delas contam hoje com comercialização de produtos e serviços pela rede social.

O levantamento é do Berkeley Institute, realizado com base nas 100 PMEs que mais crescem no Brasil, estudo publicado pela Deloitte no ano passado. Apesar da evidente necessidade de avanço nas vendas digitais, 35% das organizações de crescimento acelerado não têm nem mesmo contas no Instagram. Das que têm, 39% ainda não implementaram um canal de vendas propriamente dito pela rede social.

“O que pode explicar essa timidez no Instagram por parte de empresas fortes em crescimento é a dificuldade que negócios de vendas complexas têm nesta rede social”, explica Luiz Chinan, fundador do Berkeley Institute no Brasil e coordenador do levantamento. “Organizações que vendem para outras organizações (B2B), principalmente aquelas que vendem serviços ou projetos de alta complexidade, não sabem como usar um aplicativo baseado sobretudo em imagens”, complementa.

Um dado que comprova esse argumento é o fato de que 61% dos posts das PMEs analisadas no Instagram são exclusivamente compostos por imagens isoladas. Apesar da atual facilidade com a produção de vídeos por meio de smartphones, somente 20% dos posts das pequenas e médias empresas de crescimento acelerado são compostos por gravações.

Segundo Chinan, a saída para as empresas de vendas complexas – bem como para profissionais liberais, como contadores, nutricionistas, advogados, etc. – é justamente pelo uso mais frequente do tipo de post menos utilizado: o carrossel. Os carrosséis são uma sucessão de até 10 posts ou vídeos em um único post no Instagram. A tática já é utilizada por grandes empresas, tais como Adobe, IBM, Itaú, McKinsey, Google, Microsoft, Netflix, Lego e 3M, entre outras.

Para ajudar empreendedores e profissionais liberais a usar com sucesso esse recurso de vendas no Instagram, o Berkeley Institute acaba de lançar uma masterclass online e gratuita denominada “Estrategista de Marketing de Conteúdo no Instagram”.



## COMUNICADO À IMPRENSA

A grande novidade é que a masterclass pode ser baixada diretamente no computador do usuário e realizada a qualquer momento. Formatada pelos princípios do “gamefication”, a aula é realizada por meio de Educards, ou seja, cartões virtuais que estimulam o aprendizado. Entre outros benefícios, as cartas potencializam o recall ativo, ou seja, a criação de conexões neurais mais fortes para o rastreamento da memória.

Os participantes vão poder baixar também gratuitamente um kit de ferramentas de treinamento sobre marketing de conteúdo no Instagram, bem como um planner para desdobrar a estratégia de postagens. Além dos Educards e dos textos explicativos, a masterclass é acompanhada por mais de 15 minipodcasts, com lições adicionais aos usuários.

### **Sobre o Berkeley Institute**

O [Berkeley Institute](http://berkeleyli.com.br) (berkeleyli.com.br) é uma entidade criada para promover a especialização profissional no estilo do Vale do Silício. Como primeira ação, acaba de lançar a masterclass gratuita “Estrategista de Marketing de Conteúdo no Instagram”, além de trazer quatro testes de avaliação, igualmente gratuitos e digitais, sobre inteligência emocional, engajamento, performance e o perfil de atuação no trabalho.

### **Para mais informações, contatar:**

Renata Domingues  
renata@retohc.com.br  
RETOHC  
Telefone: (11) 99976-4207