

— JUNHO 2026 · 01 JUN → 30 JUN

O perfil em movimento.

Villa Mármore.

Relatório de gestão de redes sociais: o que crescemos, o que engajou, o que aprendemos e o que muda no próximo período. Dados orgânicos direto das plataformas.

CLIENTE

Villa Mármore

PERÍODO

01 Jun—30 Jun

CANAIS

Instagram

RESPONSÁVEL

Equipa UP

— 01 · SNAPSHOT DO PERÍODO

Os números que importam.

Junho consolidou o reposicionamento premium: alcance +38% e o maior salto de seguidores qualificados do trimestre, puxado por Reels de bastidores de obra.

184 mil

Alcance

+38% vs. mai

+1.240

Novos seguidores

+52% vs. mai

6,8%

Taxa de engajamento

+0,4 p.p.

9.320

Visitas ao perfil

+21% vs. mai

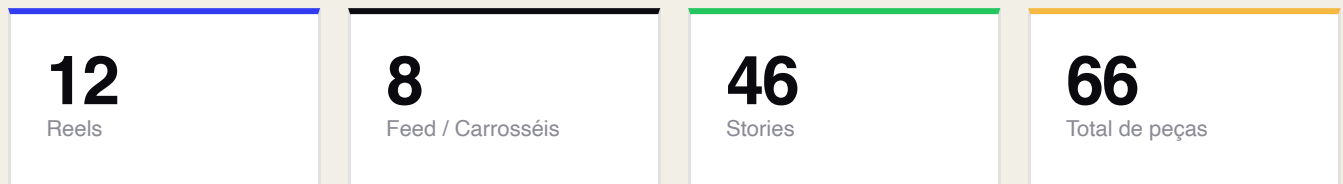
CRESCIMENTO DE SEGUIDORES · ÚLTIMOS 6 PERÍODOS



— 02 · O QUE PUBLICAMOS

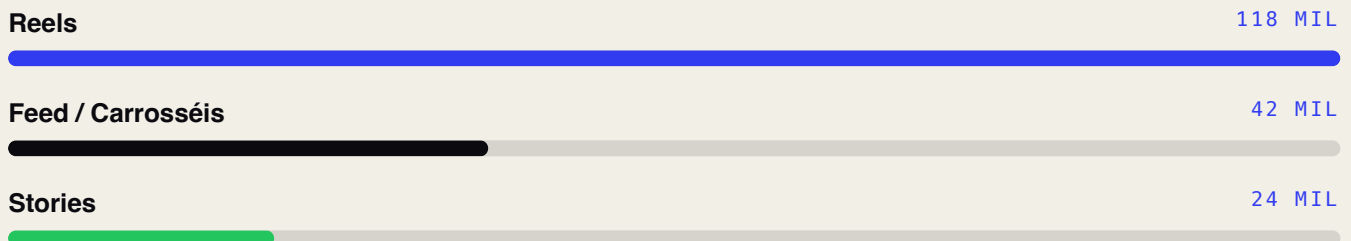
Entregas do período.

Volume por formato no período. Consistência é o que constrói alcance orgânico.



— 03 · ALCANCE POR FORMATO

Onde a atenção foi.



LEITURA DO PERÍODO

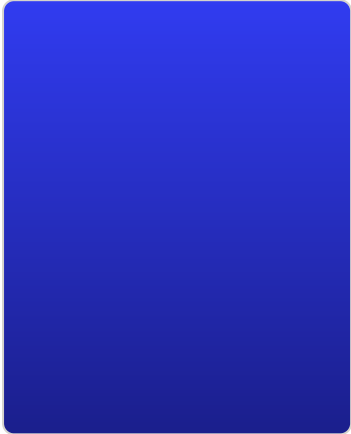
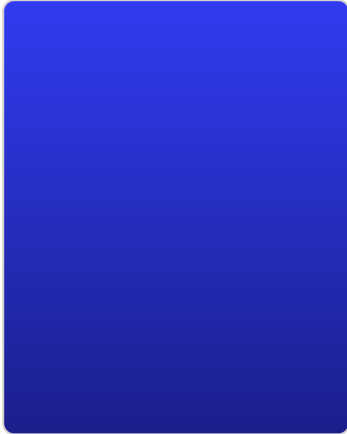
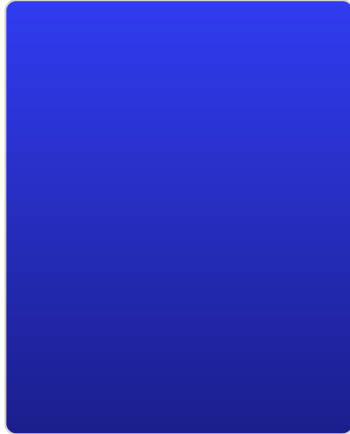
Reels responderam por 64% do alcance total com 18% das peças — o formato de maior retorno.

Recomendação: subir de 3 para 4 Reels por semana.

— 04 · CONTEÚDOS VENCEDORES

O que engajou.

Top 3 peças do período por alcance e salvamentos. Base para replicar no próximo ciclo.

01 · TOP  Reel · Bastidores de obra Alcance 47 mil · 820 saves Tour pela cobertura duplex antes da entrega.	02  Carrossel · Educativo Alcance 21 mil · 540 saves 5 acabamentos que valorizam o imóvel.	03  Reel · Lifestyle Alcance 16 mil · 310 saves O hall de entrada que virou assunto.
--	---	---

— 05 · APRENDIZADOS

O que o período ensinou.

WIN Reels de bastidores de obra bateram 3x o alcance médio — autenticidade converte.	APRENDIZADO Carrosséis educativos geram mais saves; ideais para topo de funil.
A CORRIGIR Stories sem CTA de link tiveram baixa ida ao perfil — inserir sticker sempre.	DADO CURIOSO 68% do alcance veio de não-seguidores — sinal forte de descoberta.

— 06 · PILARES DE CONTEÚDO

Como comunicamos.

Distribuição temática do período. Cada pilar serve um objetivo — autoridade, conexão ou conversão.

01	Bastidores de obra Autoridade & prova	35%
02	Lifestyle premium Conexão & desejo	30%
03	Educativo imobiliário Topo de funil	20%
04	Prova social Conversão	15%

— 07 · TESTES RODANDO

O que estamos a experimentar.

T1	Reels 9:16 nativos vs. reaproveitados 4:5	Em curso
T2	Legenda curta vs. longa hook nas 2 primeiras linhas	Semana 2

— 08 · PRÓXIMO PERÍODO

O que fazemos a seguir.

01	Escalar Reels de obra de 3 para 4 por semana	Jul S1
02	Série 'Plantas comentadas' carrossel semanal	Jul S2
03	CTA de link em todos os stories sticker fixo	Imediato
04	Colab com arquiteto parceiro 1 Reel co-autoral	Jul S3

META PRÓXIMO PERÍODO

Chegar a 210 mil de alcance e +1.500 seguidores qualificados, mantendo engajamento acima de 6,5%.

ASSINADO

Equipa UP

UP Marketing & Comunicação

02 JUL 2026