

O uso do Instagram como ferramenta de vendas para pequenos negócios

17 Setembro de 2026

VANCEP

Sumário

- **Introdução**
- **Contextualização do tema**
- **Microempreendedor Individual (MEI)**
- **Marketing digital**
- **Redes sociais e o comportamento do consumidor**
- **O Instagram como ferramenta de marketing**
- **Instagram como ferramenta de vendas**
- **Estratégias de vendas no Instagram**
- **Ferramentas do Instagram utilizadas pelos MEIs**
- **Jornada de compra do consumidor**
- **Relacionamento e fidelização de clientes**
- **Vantagens do Instagram para os MEIs**
- **Desafios enfrentados pelos MEIs**
- **Problema de pesquisa**

- **Justificativa**
- **Objetivos geral**
- **Objetivos específicos**
- **Hipótese / pressuposto**
- **Metodologia**
- **Público-alvo da pesquisa**
- **Instrumento de pesquisa**
- **Análise dos dados**
- **Resultados esperados**
- **Contribuições do estudo**
- **Limitações da pesquisa**
- **Cronograma**
- **Estrutura do TCC**
- **Considerações finais**
- **Referências**

Introdução

O avanço da internet e das redes sociais modificou a maneira como os consumidores conhecem empresas, pesquisam produtos e realizam suas compras.

Nesse cenário, o Instagram tornou-se uma importante ferramenta de comunicação e divulgação para empreendedores que buscam apresentar seus produtos e serviços ao público. Para os Microempreendedores Individuais (MEIs), a utilização das redes sociais pode representar uma oportunidade de ampliar a visibilidade do negócio, conquistar novos clientes e estabelecer um relacionamento mais próximo com os consumidores.

O Instagram pode, portanto, atuar não apenas como um meio de divulgação, mas também como parte do processo de vendas.

Contextualização do tema

Por que o Instagram se tornou importante para os pequenos negócios?

A transformação digital mudou o comportamento das empresas e dos consumidores. Atualmente, as redes sociais fazem parte do cotidiano das pessoas e também passaram a ocupar um espaço importante nas estratégias de divulgação e vendas.

Nesse cenário, o Instagram permite que pequenos negócios tenham contato direto com seus consumidores por meio de:

- Publicações;
- Stories;
- Reels;
- Mensagens diretas;
- Comentários;
- Anúncios;
- Divulgação de produtos.

Assim, compreender o funcionamento dessa plataforma torna-se importante para entender como os pequenos negócios podem utilizá-la de maneira estratégica.

Microempreendedor Individual (MEI)

Por que estudar os MEIs?

Os MEIs representam um grupo importante de empreendedores e possuem características específicas que tornam relevante o estudo de suas estratégias de marketing.

Em muitos casos, o próprio empreendedor é responsável por diversas atividades do negócio, como:

- Produção;
- Atendimento;
- Administração;
- Divulgação;
- Controle financeiro;
- Vendas;
- Relacionamento com clientes.

Dessa forma, ferramentas digitais que possibilitam divulgar o negócio e estabelecer contato com consumidores podem ter importância significativa na rotina desses empreendedores.

Marketing digital

A importância do marketing digital para os pequenos negócios

O marketing digital reúne estratégias utilizadas pelas empresas para divulgar produtos, serviços e marcas por meio da internet. Com o crescimento das redes sociais, essas estratégias passaram a fazer parte da rotina de muitos pequenos negócios.

Entre as principais possibilidades estão:

- Criação de conteúdo;
- Divulgação de produtos;
- Anúncios online;
- Interação com consumidores;
- Construção da imagem da marca;
- Relacionamento com clientes.

Dessa forma, o marketing digital pode oferecer aos pequenos negócios novas possibilidades de divulgação e comunicação com seu público.

REDES SOCIAIS

Como as redes sociais influenciam o consumidor?

As redes sociais modificaram a forma como os consumidores conhecem produtos, procuram informações e tomam decisões de compra. Antes de adquirir determinado produto, o consumidor pode pesquisar a empresa, observar avaliações e comparar diferentes opções.

As redes sociais podem influenciar diferentes momentos da compra:

- Descoberta de produtos;
- Busca por informações;
- Comparação de opções;
- Avaliação da empresa;
- Decisão de compra;
- Relacionamento após a compra.
-

Dessa forma, entender o comportamento do consumidor nas redes sociais é fundamental para compreender o papel do Instagram no processo de vendas.

○ Instagram como ferramenta de marketing

Como o Instagram pode ser utilizado no marketing?

O Instagram se tornou uma ferramenta de marketing utilizada por empresas de diferentes tamanhos. Sua característica visual permite apresentar produtos, criar conteúdos e desenvolver uma comunicação mais próxima com os consumidores.

Entre os recursos utilizados pelas empresas estão:

- Publicações no feed;
- Stories;
- Reels;
- Lives;
- Anúncios;
- Divulgação de produtos;
- Interação com seguidores.

Assim, o Instagram pode funcionar não apenas como espaço de divulgação, mas também como ferramenta de relacionamento e fortalecimento da marca.

Instagram como ferramenta de vendas

Como o Instagram pode contribuir para as vendas?

Além da divulgação, o Instagram pode participar de diferentes etapas do processo de vendas. A plataforma permite que o empreendedor apresente seus produtos, desperte o interesse do consumidor e mantenha contato com possíveis clientes.

O processo pode envolver:

- Apresentação dos produtos;
- Divulgação de preços e promoções;
- Atendimento por mensagens;
- Esclarecimento de dúvidas;
- Direcionamento para o canal de compra;
- Pós-venda.

Dessa forma, o Instagram pode aproximar o consumidor do negócio e contribuir para transformar a divulgação em oportunidades de venda.

Estratégias de vendas no Instagram

Quais estratégias podem ser utilizadas?

Para utilizar o Instagram de maneira eficiente, os pequenos negócios podem desenvolver estratégias que chamem a atenção do público e estimulem o interesse pelos produtos ou serviços.

Entre essas estratégias estão:

- Produção de conteúdos relevantes;
- Divulgação de promoções;
- Uso de vídeos e imagens;
- Publicação de depoimentos de clientes;
- Interação com seguidores;
- Divulgação de novidades;
- Utilização de chamadas para ação.

Assim, uma utilização planejada da plataforma pode contribuir para aumentar o alcance do negócio e aproximá-lo de potenciais consumidores.

Ferramentas do Instagram utilizadas pelos MEIs

Quais ferramentas podem ajudar os pequenos negócios?

O Instagram oferece diferentes recursos que podem ser utilizados pelos MEIs para divulgar seus produtos e estabelecer contato com os consumidores. Cada ferramenta pode ser utilizada de acordo com o objetivo do negócio.

Entre os principais recursos estão:

- Feed: divulgação de produtos e informações;
- Stories: comunicação rápida e frequente;
- Reels: produção de vídeos curtos e atrativos;
- Lives: interação em tempo real;
- Mensagens: atendimento e relacionamento;
- Anúncios: divulgação direcionada para públicos específicos.

Dessa forma, conhecer e utilizar esses recursos pode ajudar o empreendedor a desenvolver uma presença mais estratégica na plataforma.

Jornada de compra do consumidor

Como acontece o processo de decisão de compra?

A decisão de compra não acontece necessariamente de forma imediata. O consumidor passa por diferentes etapas até conhecer um produto, avaliar suas opções e decidir realizar a compra.

Essa jornada pode envolver:

- Descoberta do produto;
- Interesse;
- Busca por informações;
- Consideração das opções;
- Decisão de compra;
- Pós-venda.

O Instagram pode estar presente em diferentes momentos dessa jornada, desde o primeiro contato do consumidor com o produto até o relacionamento após a compra.

Relacionamento e fidelização de clientes

Como o Instagram pode ajudar a manter os clientes?

A relação entre empresa e consumidor não termina após a realização da venda. Manter uma comunicação próxima pode contribuir para aumentar a satisfação e criar oportunidades para novas compras.

O relacionamento pode ser desenvolvido por meio de:

- Respostas aos comentários;
- Atendimento por mensagens;
- Conteúdos direcionados ao público;
- Divulgação de novidades;
- Pós-venda;
- Interação frequente.

Dessa forma, o Instagram pode contribuir não apenas para conquistar novos clientes, mas também para fortalecer o relacionamento com aqueles que já conhecem o negócio.

Vantagens do Instagram para os MEIs

Quais são as principais vantagens?

O Instagram pode oferecer diversas possibilidades para os pequenos negócios, principalmente por permitir que o empreendedor tenha presença digital e divulgue seus produtos diretamente para os consumidores.

Entre as principais vantagens estão:

- Maior visibilidade;
- Divulgação de produtos;
- Alcance de novos consumidores;
- Comunicação direta com o público;
- Possibilidade de criar conteúdos;
- Fortalecimento da marca;
- Relacionamento com clientes.

Dessa forma, a plataforma pode representar uma alternativa acessível para auxiliar os MEIs em suas estratégias de marketing e vendas.

Justificativa

Por que realizar esta pesquisa?

A escolha do tema está relacionada ao crescimento da utilização das redes sociais como ferramentas de divulgação e vendas. Para os pequenos negócios, compreender essas ferramentas pode ser importante devido à necessidade de alcançar consumidores e competir em um mercado cada vez mais digital.

A pesquisa torna-se relevante por abordar:

- A importância do Instagram para os pequenos negócios;
- As estratégias utilizadas pelos empreendedores;
- O comportamento dos consumidores;
- As oportunidades proporcionadas pela plataforma;
- Os desafios enfrentados pelos MEIs.

Dessa forma, o estudo busca contribuir para uma melhor compreensão da utilização do Instagram no contexto dos pequenos negócios.

Objetivo geral

O que a pesquisa pretende alcançar?

O objetivo geral representa o principal propósito deste trabalho: analisar a utilização do Instagram como ferramenta de vendas pelos pequenos negócios.

A pesquisa pretende compreender como a plataforma pode contribuir para:

- Divulgação dos produtos;
- Aproximação com consumidores;
- Relacionamento com clientes;
- Fortalecimento da marca;
- Geração de oportunidades de vendas.

Assim, o estudo busca compreender a importância do Instagram dentro das estratégias comerciais dos pequenos negócios.

Objetivos específicos

Quais pontos serão analisados?

Para alcançar o objetivo geral, a pesquisa será desenvolvida a partir de objetivos específicos que permitem analisar diferentes aspectos relacionados ao uso do Instagram.

Entre eles estão:

- Identificar como os pequenos negócios utilizam o Instagram;
- Analisar as principais estratégias de vendas utilizadas;
- Verificar a influência da plataforma sobre os consumidores;
- Identificar suas principais vantagens;
- Analisar os desafios enfrentados pelos empreendedores;
- Compreender sua contribuição para as vendas.

Esses objetivos irão orientar o desenvolvimento e a análise da pesquisa.

Hipótese / pressuposto

O Instagram pode realmente contribuir para as vendas?

Parte-se do pressuposto de que o Instagram, quando utilizado de maneira planejada e estratégica, pode contribuir positivamente para as vendas dos pequenos negócios.

Essa contribuição pode ocorrer por meio de:

- Maior divulgação dos produtos;
- Alcance de novos consumidores;
- Comunicação direta com o público;
- Fortalecimento da marca;
- Construção de relacionamento com clientes.

A pesquisa buscará verificar se essa expectativa é confirmada a partir dos dados coletados.

Metodologia

Como a pesquisa será realizada?

A metodologia apresenta os procedimentos que serão utilizados para desenvolver a pesquisa e alcançar os objetivos estabelecidos. Essa etapa é importante para garantir que a investigação seja organizada e adequada ao problema proposto.

A pesquisa deverá definir:

- Abordagem da pesquisa;
- Tipo de pesquisa;
- Procedimentos utilizados;
- Forma de coleta de dados;
- Público participante;
- Forma de análise dos resultados.

Dessa maneira, a metodologia irá estabelecer o caminho utilizado para obter informações sobre o uso do Instagram pelos pequenos negócios.

Público-alvo da pesquisa

Quem será analisado na pesquisa?

O público-alvo será formado por pequenos empreendedores que utilizam o Instagram como parte de suas estratégias de divulgação e vendas.

A pesquisa poderá considerar aspectos como:

- Perfil dos empreendedores;
- Tipo de negócio;
- Tempo de utilização do Instagram;
- Frequência de publicações;
- Estratégias utilizadas;
- Percepção sobre os resultados.

A escolha desse público permitirá compreender a utilização da plataforma a partir da experiência de quem está diretamente envolvido com pequenos negócios.

Instrumento de pesquisa

Como serão coletadas as informações?

Para obter os dados necessários ao desenvolvimento da pesquisa, será utilizado um instrumento de coleta adequado ao público escolhido.

Por meio desse instrumento, poderão ser analisados aspectos como:

- Frequência de utilização do Instagram;
- Principais ferramentas utilizadas;
- Estratégias de vendas;
- Forma de relacionamento com clientes;
- Percepção sobre aumento das vendas;
- Principais dificuldades encontradas.

Dessa forma, as informações coletadas poderão contribuir para compreender, na prática, como os pequenos negócios utilizam o Instagram.

Análise dos dados

Como as informações serão analisadas?

Após a coleta das informações, os dados serão organizados e analisados de acordo com os objetivos da pesquisa. Essa etapa permitirá identificar padrões, opiniões e informações relevantes sobre a utilização do Instagram.

A análise poderá considerar:

- Respostas dos participantes;
- Frequência das respostas;
- Estratégias mais utilizadas;
- Principais benefícios percebidos;
- Principais dificuldades;
- Relação entre Instagram e vendas.

Assim, a análise dos dados permitirá relacionar os resultados obtidos com os conceitos apresentados na fundamentação teórica.

Resultados esperados

O que se espera encontrar com a pesquisa?

Espera-se compreender de que maneira os pequenos negócios utilizam o Instagram e quais estratégias são consideradas mais importantes para divulgação e vendas.

A pesquisa busca identificar:

- Como os empreendedores utilizam a plataforma;
- Quais ferramentas são mais utilizadas;
- Quais estratégias apresentam maior relevância;
- Quais vantagens são percebidas;
- Quais dificuldades são encontradas;
- Como os empreendedores percebem a influência do Instagram nas vendas.

Com isso, espera-se obter uma visão mais clara sobre o papel da plataforma no desenvolvimento dos pequenos negócios.

Contribuições do estudo

Como esta pesquisa pode contribuir?

O estudo poderá contribuir para ampliar a compreensão sobre o uso das redes sociais como ferramentas de marketing e vendas, especialmente no contexto dos pequenos negócios.

As informações obtidas poderão auxiliar:

- Pequenos empreendedores;
- MEIs;
- Profissionais de marketing;
- Estudantes e pesquisadores;
- Pessoas interessadas em empreendedorismo digital.

Dessa forma, a pesquisa poderá apresentar informações úteis para compreender como o Instagram pode ser utilizado de maneira mais estratégica pelos pequenos negócios.

Limitações da pesquisa

Quais podem ser as limitações do estudo?

Toda pesquisa pode apresentar limitações relacionadas ao período de realização, quantidade de participantes e disponibilidade das informações. Esses fatores devem ser considerados na interpretação dos resultados.

Entre as possíveis limitações estão:

- Número limitado de participantes;
- Tempo disponível para a pesquisa;
- Dificuldade de acesso aos empreendedores;
- Respostas baseadas na percepção dos participantes;
- Mudanças constantes nas ferramentas do Instagram.

Assim, os resultados deverão ser analisados considerando o contexto e as características do grupo pesquisado.

Estrutura do TCC

Como o trabalho será organizado?

O TCC será organizado de maneira a apresentar inicialmente o tema e sua fundamentação teórica, seguindo para a metodologia e posteriormente para a análise dos dados obtidos.

A estrutura será composta por:

- Introdução;
- Fundamentação teórica;
- Metodologia;
- Análise e discussão dos resultados;
- Considerações finais;
- Referências.

Essa organização permitirá desenvolver o tema de forma lógica e apresentar os resultados de maneira clara.

Considerações finais

O que será apresentado ao final da pesquisa?

Nas considerações finais serão retomados os principais pontos desenvolvidos durante o trabalho, relacionando os resultados encontrados aos objetivos e ao problema de pesquisa.

Será analisado se a pesquisa conseguiu:

- Responder ao problema proposto;
- Alcançar o objetivo geral;
- Atender aos objetivos específicos;
- Confirmar ou não o pressuposto inicial;
- Compreender a importância do Instagram para os pequenos negócios.

Dessa forma, as considerações finais apresentarão uma síntese dos principais conhecimentos obtidos ao longo da pesquisa.

Referências

Quais fontes serão utilizadas?

As referências apresentam as fontes utilizadas para construir a fundamentação teórica e desenvolver a pesquisa. A utilização de fontes confiáveis é fundamental para garantir a qualidade e a credibilidade do trabalho.

Poderão ser utilizadas fontes como:

- Livros;
- Artigos científicos;
- Trabalhos acadêmicos;
- Sites institucionais;
- Dados oficiais;
- Publicações relacionadas ao marketing e empreendedorismo.

Relevância da pesquisa

RELEVÂNCIA ACADÊMICA

Contribuir para o estudo sobre marketing digital, redes sociais, comportamento do consumidor e empreendedorismo .

RELEVÂNCIA EMPRESARIAL

Compreender como MEIs podem utilizar o Instagram para melhorar sua comunicação, divulgação e relacionamento com consumidores.

RELEVÂNCIA PRÁTICA

Apresentar informações que possam auxiliar microempreendedores a utilizar a plataforma de maneira mais planejada e estratégica.

PARCEIROS CHAVES  • Fornecedores de produtos/serviços • Influenciadores locais • Plataformas de pagamento	ATIVIDADES CHAVES  • Criação de conteúdo • Divulgação de produtos • Atendimento • Análise de métricas	PROPOSIÇÕES DE VALORES  • Aumentar visibilidade • Atrair clientes • Facilitar vendas • Baixo custo	RELACIONAMENTO COM CLIENTES  • Atendimento rápido • Interação nos comentários e direct • Pós-venda • Promoções	SEGMENTOS DE CLIENTES  • Pequenos negócios • Empreendedores locais • Consumidores que usam Instagram
	RECURSOS CHAVES  • Conta profissional • Celular • Internet • Fotos e vídeos • Ferramentas do Instagram		CANAIS  • Instagram Feed • Stories • Reels • Direct • WhatsApp	

CUSTOS  • Produção de conteúdo • Internet • Anúncios impulsionados • Embalagens/entrega quando aplicável	RECEITAS  • Vendas dos produtos/serviços • Pedidos pelo Direct/WhatsApp • Promoções e campanhas
--	---



Pág. 09

Tabela de preços na região



Pequenas empresas

R\$2.500,00 à
R\$5.000,00 por mês
para gestão de
presença e tráfego
inicial.



Médias empresas

R\$4.000,00 à
R\$8.000,00 por mês
para funis de vendas
completos e
campanhas ativas.



Grandes empresas

Acima de R\$8.000,00
por mês para
estratégias avançadas
de expansão.

COMO VAMOS ORGANIZAR E FORTALECER O INSTAGRAM DA

Cantinho
do
PÃO DE QUEIJO

Nosso objetivo é transformar o Instagram da **Cantinho do Pão de Queijo** em uma vitrine atrativa que gera desejo, conecta e aumenta suas vendas!



COMO VAI FICAR O PERFIL



O QUE VAMOS FAZER POR VOCÊ:



OTIMIZAÇÃO DO PERFIL

Bio estratégica, destaques organizados e visual profissional.



PLANO DE CONTEÚDO

Feed organizado, com identidade visual e foco no que realmente importa: o seu produto!



REELS E VÍDEOS

Conteúdos dinâmicos e criativos para alcançar mais pessoas e gerar desejo.



ESTRATÉGIA E CRESCIMENTO

Mais alcance, mais engajamento e mais clientes para o seu negócio.



EXEMPLOS DE REELS

PÃO DE QUEIJO
QUENTINHO
SAINDO DO FORNO! 🍞

SALGADOS
FEITOS COM
MUITO CARINHO!

CROCANTE POR FORA,
MACIO POR DENTRO!

COMBO
PERFEITO
PARA QUALQUER
HORA!



BENEFÍCIOS PARA O SEU NEGÓCIO

- ✓ Mais visibilidade e reconhecimento da sua marca
- ✓ Conteúdo profissional que transmite confiança e qualidade
- ✓ Atração de novos clientes todos os dias
- ✓ Mais pedidos e vendas pelo Instagram e WhatsApp
- ✓ Relacionamento e fidelização de clientes
- ✓ Resultados reais e crescimento constante!



SOMOS ESPECIALISTAS EM DESTACAR
O **MELHOR** DO SEU NEGÓCIO!



Vamos juntos transformar
seguidores em **clientes fiéis**!

Cantinho
do
PÃO DE QUEIJO



VANCEP

— CRESCIMENTO DIGITAL —

Transformamos presença em crescimento.



Agradecemos pela atenção!



**Adriana Regina
Carolina Gonçalves
Éllen Grotoli
Nicolly Cássia
Pedro Galdino
Victor Dias**

Supervisor: Leandra Monteiro

12 March 2030