

Rômulo

CEO da bagunça

@viralata.romulo

776 mil pessoas alcançadas em 30 dias

1,47 mi visualizações

98,4% não seguem o perfil

PRAZER, ESSE É O RÔMULO

Um vira-lata que faz rir porque parece o seu.

O Rômulo é um vira-lata de casa e tem uma personalidade que rende. Ele dorme atravessado na cama, anda pra cima e pra baixo com a pelúcia dele, e deixa bem claro quando acha que a comida atrasou.

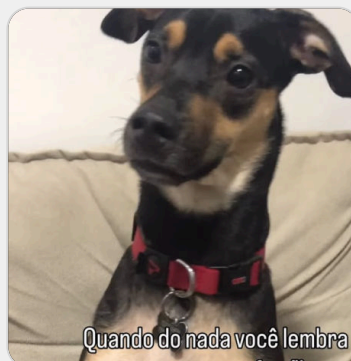
Os vídeos saem daí, do que acontece na casa mesmo. Quem escreve a legenda é ele, em primeira pessoa, sempre se explicando de alguma coisa que ninguém perguntou.

“Oi, eu sou o Rômulo. Todo arranhão no sofá foi o gato. Spoiler, não temos gato.”

Quando são 5h da manhã e minha mãe começa a gritar alguém chamado: “paradelamberedorme” mas o meu nome é Romul por isso estou safo



Ninguém vê o recall perfeito de Ninguém vê a obediência dele quando tem uma distração.



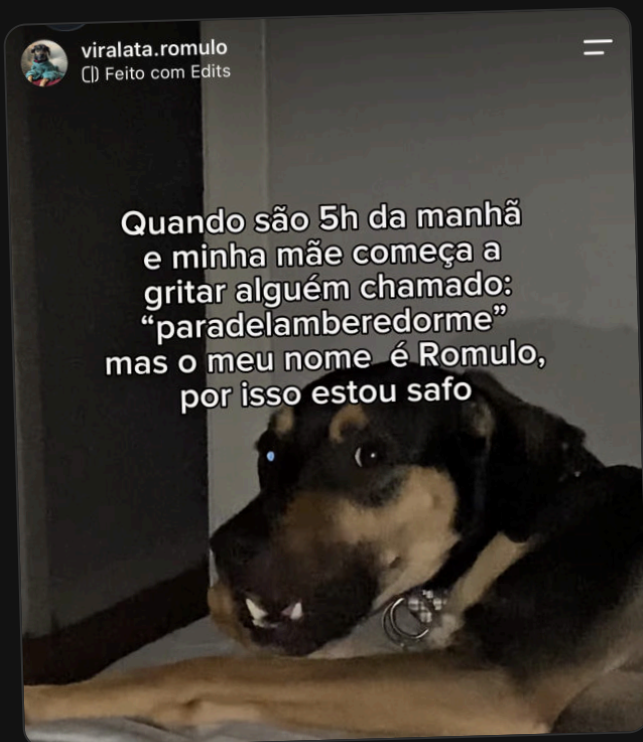
Quando do nada você lembra

Sono, passeio, comida e as desculpas dele para tudo.



Todo mundo conhece **um cachorro assim.**

A graça faz a pessoa parar, mas o que segura ela é se reconhecer ali. Aí ela manda pra alguém que também vai rir, e o vídeo vai longe. Foram 35 mil pessoas mandando esses vídeos pra alguém.



1,39 milhão

visualizações, 73,6 mil curtidas
e 16,8 mil compartilhamentos

"Quando são 5h da manhã e minha mãe começa a gritar alguém chamado paradelamberedorme, mas o meu nome é Rômulo, por isso estou safo."



122,8 mil

visualizações, 14,2 mil curtidas
e 1,4 mil compartilhamentos

"Regra da casa: o cachorro deitou em você, automaticamente você está isento de toda tarefa que envolva levantar."



106,8 mil

visualizações, 6,8 mil curtidas
e 3,2 mil compartilhamentos

"Ninguém vê o recall perfeito dele, a obediência dele, o passeio impecável sem guia. Porque ele não faz essas coisas."

Olha o que aconteceu **em um mês.**

776.227

peessoas alcançadas em 30 dias, num perfil de 1.980 seguidores

1.466.230

visualizações no período

118.731

curtidas, comentários e compartilhamentos

98,4%

de quem vê ainda não segue o perfil

15,3%

de engajamento sobre quem viu

+1.247

seguidores novos no mês

Como um perfil de 1.980 seguidores chega em 776 mil pessoas

Reels não dependem de seguidor, eles vão parar na tela de quem o Instagram acha que vai gostar, e 64% das visualizações vêm da aba de Reels. Em 30 dias o perfil ganhou 1.247 seguidores, um crescimento de 170%.

Tudo isso está no Insights da conta.



Prints do painel do Instagram, período de 15 de agosto a 13 de setembro. Pode pedir a conferência a qualquer momento.

OS MELHORES REELS DESDE QUE O PERFIL COMEÇOU

E não aconteceu só uma vez.

REELS	VISUALIZAÇÕES	PESSOAS	CURTIDAS	COMPART.	NOVOS SEG.
"Paradelamberedorme"	1.386.779	695.151	73,6 mil	16,8 mil	+309
"A pelúcia azul"	331.600	261.058	27 mil	12,6 mil	+150
"Regra da casa"	122.757	74.057	14,2 mil	1,4 mil	+288
"Ninguém vê o recall"	106.759	67.608	6,8 mil	3,2 mil	+53
THE AUFFICE, episódio 1	27.814	20.130	3,6 mil	423	+797
"Família que te sequestrou"	22.769	19.208	2,1 mil	450	+20
"Comeu um sofá"	22.412	7.001	2,2 mil	440	+16
Total destes sete	2.020.890		129,5 mil	35,3 mil	+1.633

até 5,5%

compartilharam o vídeo, taxa que o Instagram marca como alta

24,6%

pularam o melhor Reels, e quanto menos, melhor

2 mi

de visualizações somando só estes sete, em 90 dias de perfil

Por que a soma passa do último mês

Esses sete são os melhores entre os 77 posts publicados desde que o perfil começou, há cerca de 90 dias, por isso a soma passa das visualizações do último mês. Juntos, eles tiveram 35,3 mil compartilhamentos, gente lembrando de alguém e levando o vídeo até lá.

FORMATO NOVO NO PERFIL

THE AUFFICE, a série falada.

O Rômulo passou a falar. THE AUFFICE é uma série no clima de The Office, com ele contando as próprias histórias em depoimento, como quem está sendo entrevistado num documentário. Foi um jeito de trazer fala para o perfil sem virar aquele vídeo de pet narrado que todo mundo já viu, e são vários episódios, não um vídeo solto.

+797

seguidores, o vídeo que mais trouxe seguidores no mês

27.814

visualizações no primeiro episódio

22s

de tempo médio num vídeo de 49 segundos

Por que isso interessa para a marca

Com 2% das visualizações do vídeo mais visto do perfil, o episódio trouxe 2,6 vezes mais seguidores. Série é espaço fixo, a marca entra como parte da história em vez de aparecer uma vez e sumir, e o público é adulto, com 78% entre 25 e 54 anos. A série também vai para o YouTube Shorts, canal que em 9 dias já somava 39,2 mil visualizações. Até agora foram três episódios, e o primeiro foi o que mais rodou, os dois seguintes ficaram entre 2 mil e 3 mil visualizações.

Um documentário sobre um cachorro sem qualquer compromisso com a verdade.



Gente adulta, brasileira, e com um cachorro no sofá.

Idade de quem acompanha



Quem está do outro lado

- 74,4% tem entre 25 e 54 anos, que é quem escolhe a ração e paga por ela
- Maioria mulheres, segundo o próprio Instagram
- 96,3% no Brasil, o resto do mundo não chega a 4%

Melhor hora de publicar

- O público está mais ativo sexta e sábado, das 15h às 18h
- Os Reels continuam somando visualização por semanas depois
- O vídeo de maior alcance ficou subindo por mais de 20 dias

Onde o perfil é forte, e onde ainda não é

O forte aqui é alcance e gente compartilhando. O que o perfil ainda não faz bem é levar as pessoas para clicar em link, então uma campanha montada só para venda por link não teria como ser avaliada direito. Para medir venda, o melhor caminho é um cupom com código próprio, que a marca acompanha do lado dela.

O que o Rômulo **topa** fazer.

O QUE É

INVESTIMENTO

Reels dedicado

Ideia, gravação e edição, publicado no feed com legenda e marcação

A combinar

3 Stories seguidos

Com marcação, caixinha de pergunta e link quando tiver

A combinar

Reels + 3 Stories

O mais indicado, o Reels leva longe e os Stories reforçam

A combinar

Pacote do mês

2 Reels e 6 Stories espalhados no mês, com as datas combinadas antes

A combinar

Foto avulsa para a marca usar

O Rômulo com o produto, foto tratada, sem precisar publicar no perfil

A combinar

Os valores acima valem para vídeos de até 40 segundos.

Vem junto em qualquer formato

- Trabalho com o briefing da marca ou crio a ideia por aqui
- Até 3 refeições antes de publicar
- Prints dos resultados 7 e 14 dias depois

Uso do material

- Repostagem nos canais da marca, a combinar
- Uso em anúncio pago, a combinar
- Os arquivos originais vão em alta resolução

Como o valor é definido

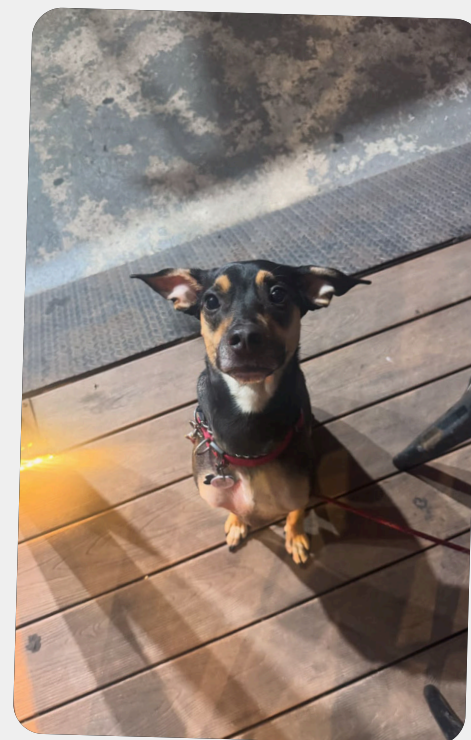
Cada campanha é orçada na hora, olhando formato, duração do vídeo, prazo, uso do material e exclusividade de categoria. Prazo e data de publicação também são combinados caso a caso, e permuta entra na conversa quando faz sentido para a rotina do Rômulo.

Se fizer sentido **pro seu produto, me chama.**

A gente combina a ideia, o prazo e o valor antes de qualquer coisa, você olha o vídeo pronto e só depois ele sobe. Depois de publicar eu te mando os números do Insights, com print, aos 7 e aos 14 dias.

Sobre permuta

O Rômulo topa permuta quando o produto tem tudo a ver com a rotina dele. O critério é simples, entra o que ele usaria de verdade, porque cachorro fingindo que gosta de algo aparece no vídeo e ninguém acredita.



Bora combinar a próxima publi?

@viralata.romulo

gestao@theourdigital.com

Giovana (11) 91477-3888 · Renata (11) 99374-5939