

digitale.

RELATÓRIO MENSAL · LINKEDIN · 04/26

CAPÍTULO 01 · PORTA-VOZ · ABRIL 2026

# *Porta-voz* Samuel Leite.

Leitura editorial de 10 publicações no LinkedIn entre 01 e 30 de abril de 2026. Cadência, alcance, formato e o pico que carregou o mês.

DIGITALE · ESPECIALISTAS EM LINKEDIN  
ESTUDO 048 · SÃO PAULO · BR

dgt.

# Dez publicações, *um pico* que carregou o mês.

Samuel publicou 10 vezes em abril. 7.949 impressões somadas. 299 engajamentos. Um único post respondeu por mais de um terço do alcance.

POSTS PUBLICADOS

10

Concentrados em três dias do mês.

IMPRESSÕES TOTAIS

7.949

9 posts mensurados. 1 sem leitura privada.

REAÇÕES

263

Média 29 por post. Curtir domina.

COMENTÁRIOS

29

Apenas 11% das reações puxam conversa real.

COMPARTILHAMENTOS

7

5 concentrados em um único post.

TAXA DE ENGAJAMENTO

3,76%

Sobre impressões medidas. Acima do benchmark setor.

# Metade do mês *em silêncio.*

Distribuição irregular: 50% dos posts em um único dia (14/04). Janelas de 13 e 7 dias sem publicação. Para um perfil com selo Influencer e 22 mil seguidores, esse é o gargalo número um.



DIA SEM PUBLICAÇÃO     DIA COM PUBLICAÇÃO

**17/30**

dias do mês sem nenhuma publicação.

**50%**

do volume mensal em apenas um dia (14/04).

**3 dias**

com qualquer publicação: 14, 16 e 23 de abril.

# O post que *carregou* o resultado.

14 de abril, imagem única. "Começar nem sempre é o mais difícil." Hook curto, tese reconhecível pra executivos em transição, fechamento com call coerente. Único post de abril com volume relevante de compartilhamentos.

TRECHO · 14/04/2026 · TEXTO PURO

*"Começar nem sempre é o mais difícil. Às vezes, o mais difícil é parar de insistir no lugar errado."*

– SAMUEL LEITE

IMPRESSÕES

2.808

REAÇÕES

102

COMENTÁRIOS

5

COMPARTILHAMENTOS

5

LEITURA EDITORIAL

Hook provocativo, tese auto-aplicável, fechamento que abre porta de venda sem soar comercial. Funcionou porque cumpriu três funções de uma vez: *reflexão, identificação e convite.*

# Quatro posts, *quatro réguas* diferentes.

Maior alcance, maior taxa, maior densidade conversacional, maior alcance qualificado. Cada um cumpre uma função distinta na construção de autoridade.



## Maior alcance

IMPRESSÕES

2.808

## Portas fechadas

Texto puro. Hook + tese + fechamento. Único post do mês com 5 shares.

14/04 · IMAGEM



## Maior taxa

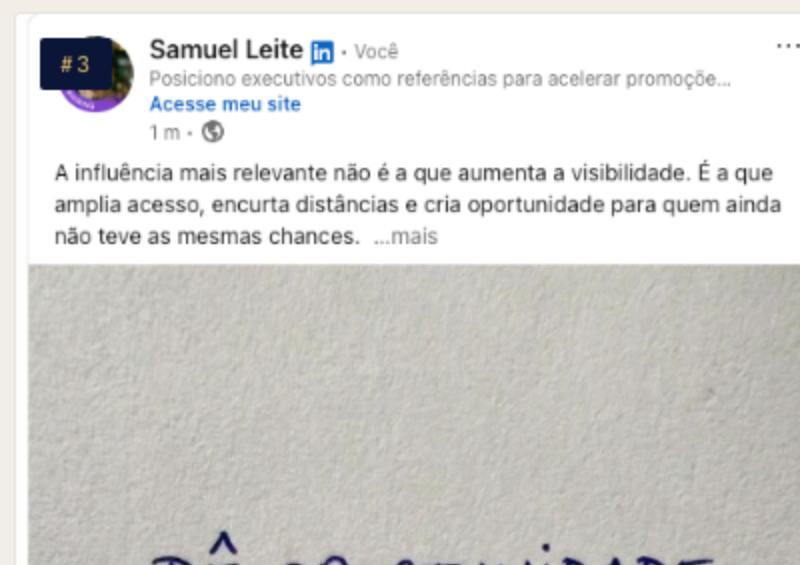
ENGAJAMENTO

5,59%

## Autoridade real x esquecível

Carrossel. Régua auto-aplicável. 61 reações, mas zero comentários: ressoa por concordância.

16/04 · CARROSSEL



## Alcance qualificado

IMPRESSÕES

810

## Influência ampla acesso

Texto. Posicionamento elevado, cita o livro sem soar vaidoso. Reabre canal de venda.

14/04 · IMAGEM + LIVRO



## Densidade

COMENTÁRIOS / REAÇÃO

44%

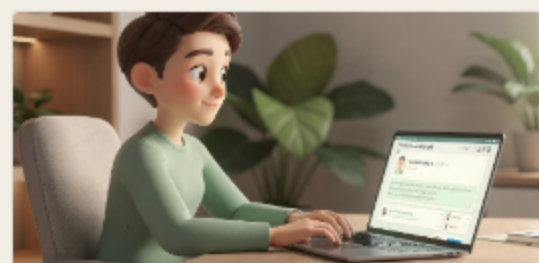




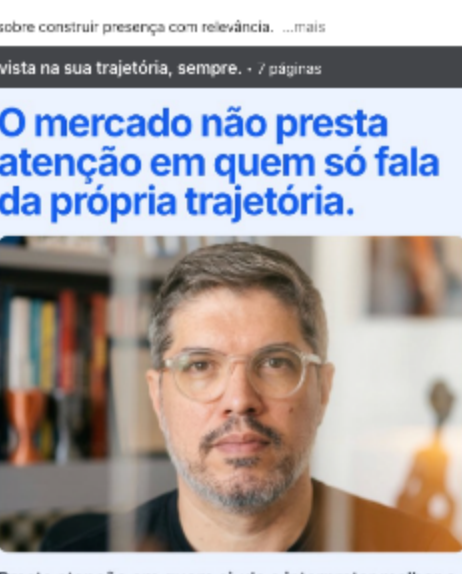
## 83 milhões, minoria publica

Estatística forte. 7 comentários para 16 reações: maior taxa do mês de conversa real.

14/04 · IMAGEM

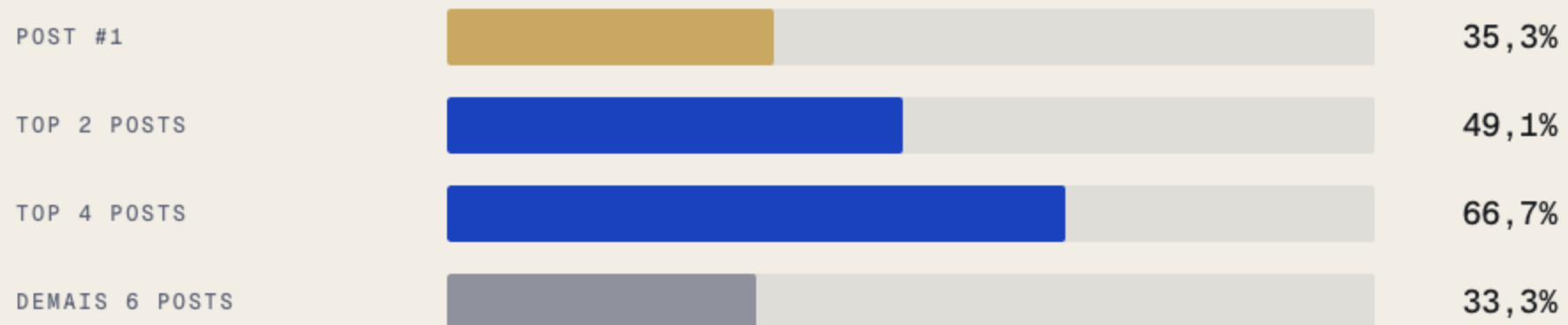
# As outras *seis* publicações de abril.

Posts que não entraram no top 4 mas compõem o repertório do mês. Distribuem leitura, reforçam temas adjacentes ao posicionamento ou cumprem função reputacional fora do eixo de autoridade executiva.

 <p><b>O LinkedIn não é mais só um currículo online</b></p> <p>1,3 bilhão de membros, 1,4 bilhão de visitas mensais. A plataforma virou um mecanismo de descoberta, reputação e posicionamento profissional. Role para entender o que isso significa para a sua carreira. 📌</p> <p>Fonte: Sprout Social, "LinkedIn statistics", 2026</p>	<p>Samuel Leite · Você</p> <p>Posiciono executivos como referências para acelerar promoções... Acesso meu site</p> <p>1 m · 🌐</p> <p>Hoje, no Dia Mundial do Transtorno Bipolar, vale lembrar uma coisa simples e importante: saúde mental não é um tema lateral. ...mais</p> 	<p>Samuel Leite · Você</p> <p>Posiciono executivos como referências para acelerar promoções... Acesso meu site</p> <p>1 m · 🌐</p> <p>Eu acredito um pouco em superstição.</p> <p>Não porque números mudem a realidade, mas porque às vezes ...mais</p>  <p><b>Samuel Leite</b> ✓ Ele/Dele</p> <p>Posiciono executivos C-level como referências para promoções e oportunidades.</p> <p>Top Voice</p>	<p>Samuel Leite · Você</p> <p>Muita gente me procura achando que "chegou atrasada" na construção de presença digital. ...mais</p> <p>Você está atrasado? → páginas</p>  <p><b>Você não está atrasado. Está subaproveitado.</b></p> <p>Experiência não perde valor. O que muda é a forma de torná-la visível, compreensível e relevante para o</p>	<p>Samuel Leite · Você</p> <p>Posiciono executivos como referências para acelerar promoções... Acesso meu site</p> <p>3 sem · 🌐</p> <p>Racientemente, o blog oficial do time de marketing do LinkedIn publicou um texto assinado pela Yolanda Zaw, Global Head of Content, com uma mensagem importante: ...mais</p> 	<p>Samuel Leite compartilhou isso</p> <p>dgt. Digitele</p> <p>4.638 seguidores</p> <p>3 sem · Editado · 🌐</p> <p>Visibilidade não é sobre aparecer por aparecer.</p> <p>É sobre construir presença com relevância. ...mais</p> <p>Invista na sua trajetória, sempre. · / páginas</p> <p><b>O mercado não presta atenção em quem só fala da própria trajetória.</b></p> 
<p>23/04 · CARROSSEL</p> <p>Infraestrutura de carreira</p> <p>760 IMP    13 REACT    3 COM</p>	<p>14/04 · IMAGEM</p> <p>Dia mundial do bipolar</p> <p>619 IMP    11 REACT    1 COM</p>	<p>14/04 · IMAGEM</p> <p>22.222 seguidores</p> <p>563 IMP    11 REACT    9 COM</p>	<p>23/04 · CARROSSEL</p> <p>Subaproveitamento</p> <p>386 IMP    6 REACT    1 COM</p>	<p>23/04 · CARROSSEL</p> <p>Like não paga boleto</p> <p>378 IMP    10 REACT    0 COM</p>	<p>23/04 · CARROSSEL</p> <p>Visibilidade estratégica</p> <p>n/a IMP    0 REACT    1 SHARE</p>

# Um terço do alcance veio de *um único post.*

Curva de Pareto puxada. Sem o pico de 14/04, o mês teria fechado em 5.141 impressões. A entrega não é distribuída, é dependente de acerto editorial isolado.



RISCO

1x

Sem o pico do post "portas fechadas", abril teria sido um mês mediano. Dependência de viral pontual é o oposto de cadência de autoridade.

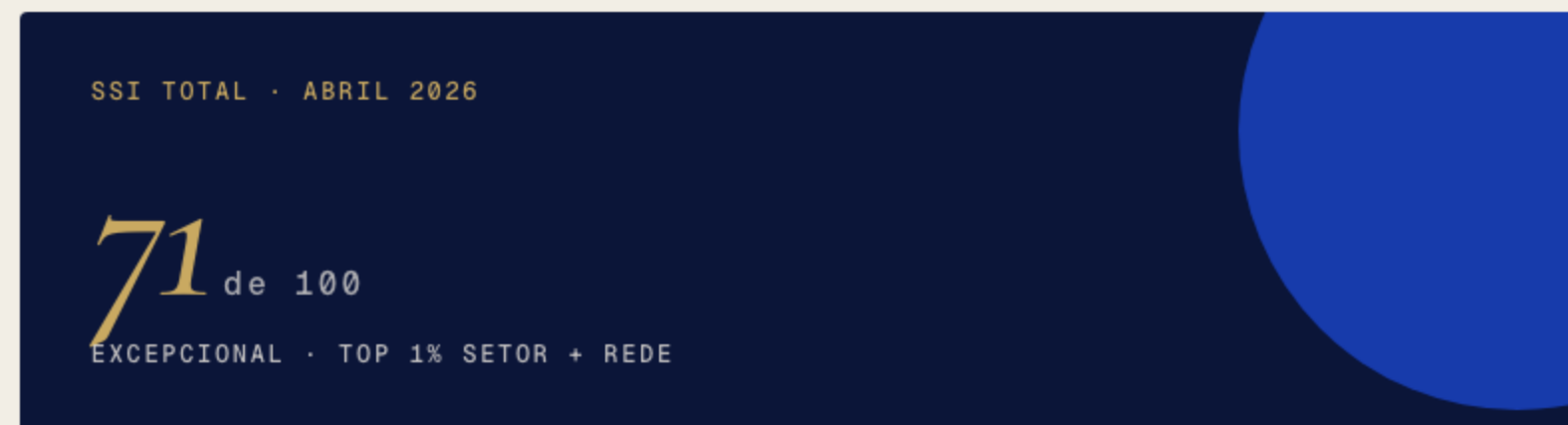
# Imagem única venceu *carrossel* em alcance e em conversa.

Todos os posts de abril levaram peça visual. A divisão foi 5 posts com imagem única ancorando o texto e 5 carrosséis/documentos. A imagem única performou melhor em alcance médio e em engajamento, invertendo o padrão da company page Digitale.



# SSI 71/100. Top 1% do setor.

Faixa excepcional do LinkedIn. Setor Publicidade tem média 35; rede média 42. Samuel quase dobra os dois. Pilar "Criar relacionamentos" no máximo; pilares de prospecção ativa e interação em terceiros são os vetores de evolução.



PILAR MÁXIMO · ÂNCORA  
**Criar relacionamentos: 25/25.** Rede ativa, alta aceitação de conexão, interação consistente.

PILAR FORTE  
**Marca profissional: 19,20/25.** Sustenta o trabalho editorial visto nos 10 posts de abril.

VETOR DE EVOLUÇÃO · 1  
**Localizar pessoas certas: 13,26/25.** Indica busca avançada e Sales Navigator subutilizados.

VETOR DE EVOLUÇÃO · 2  
**Interagir oferecendo insights: 13,56/25.** Pouco comentário denso em conteúdo de terceiros. Confirma o diagnóstico editorial.

# O que sustentou e o que *limitou* abril.

Quatro forças que vale conservar. Quatro pontos que custaram alcance e conversa, mesmo com um perfil de elite.

## FORÇAS · CONSERVAR

### Consistência temática

A régua "autoridade real ajuda o mercado a pensar melhor" aparece em quatro posts por ângulos distintos.

### Profundidade

Texto longo + imagem ancorando a tese. Nada raso. Diferencia da maior parte do feed.

### Sinalização de venda elegante

"Acesse meu site" repetido sem soar agressivo. Mantém o canal aberto.

### Pilar de relacionamento no máximo

SSI 25/25 em "Criar relacionamentos". Base de rede ativa e qualificada.

## LIMITES · CORRIGIR

### Cadência destruída

50% dos posts em um dia. 17 dos 30 dias sem publicar. Gargalo número um do alcance.

### Dependência de pico

Um post isolado responde por 35% do alcance. Sem ele, mês mediano.

### Carrossel rendeu pouco

654 imp médias contra 1.067 da imagem única. Quando o tema cabe em texto, manter texto.

### Conversa abaixo da reação

29 comentários para 263 reações (11%). Conteúdo ressoa, mas raramente provoca debate.

# Quatro *sinais* para maio.

Movimentos específicos ancorados em padrões de abril e no SSI capturado. Cada um endereça um limite identificado, sem amplificar o que já está bem.

001

## Fixar cadência em dias âncora

Comprometer terça, quinta e sábado como dias de publicação. Mede sustentação versus pico. Distribui alcance ao invés de depender de viral pontual.

002

## Replicar a fórmula "portas fechadas"

Não copiar tema. Copiar estrutura: abertura curta + tese reconhecível para executivo + fechamento com oferta. Testar em três variantes ao longo do mês.

003

## Comentário denso em terceiros, 15 min por dia

Endereça os dois pilares medianos do SSI (Pessoas certas e Insights) sem custo de criação. Contraponto, complemento, dado em posts de C-levels do setor.

004

## Pergunta real no fecho, sempre

Não pergunta retórica. Pergunta com contraponto possível. Em abril, os dois posts com maior conversa abriram debate explicitamente no fim.

# O que este relatório *não vê*.

Métrica omitida vale tanto quanto métrica entregue. Quatro limitações conhecidas. Documentar, não inventar.

## IMPRESSÕES EM CLIENTE EXTERNO

### Dado privado, só do dono do perfil

Para porta-voz Samuel (Digitale), [visível](#) porque é o próprio perfil logado. Para cliente externo, só dados públicos: reações, comentários, compartilhamentos.

## SEM COMPARATIVO HISTÓRICO

### Abril é a primeira rodada

Não temos março como base. A série começa agora. Maio em diante traz  $\Delta$  mês a mês por métrica e por pilar SSI.

## DEMOGRAFIA BLOQUEADA

### LinkedIn não expõe seguidores de perfil pessoal

Não há leitura de localidade, função, setor ou tamanho de empresa dos seguidores. Restrição estrutural da plataforma, não da skill.

## PRINT SSI = ÚNICO PEDIDO AO CLIENTE

### Sem o print, não tem relatório

Para porta-voz de cliente externo, o cliente envia o print de [linkedin.com/sales/ssi](https://www.linkedin.com/sales/ssi). Único insumo solicitado. Sem ele, o relatório não fecha.

ENCERRAMENTO · CONTINUA EM MAIO

# A série *começa aqui.*

Primeira rodada do relatório porta-voz Samuel Leite. Abril estabelece a régua. Maio terá  $\Delta$  mês a mês por métrica, por formato e por pilar do SSI. A leitura editorial passa a ser comparativa: tendência substitui foto isolada.

DIGITALE · ESPECIALISTAS EM LINKEDIN  
ESTUDO 048 · SÃO PAULO · BR · MAIO 2026

dgt.