

Instagram

¿Cómo usarlo para dar
más visibilidad a tu
negocio?



Tecnología
para los negocios

ÍNDICE

01 | ¿QUÉ ES INSTAGRAM Y POR QUÉ DEBES DE UTILIZARLO?

02 | ¿CÓMO CREAR UNA ESTRATEGIA DE CONTENIDOS EN INSTAGRAM?

03 | ¿QUÉ SON LOS INFLUENCERS Y CUÁNDO CONVIENE INTEGRALOS EN TU ESTRATEGIA?

04 | ¿QUÉ SON Y PARA QUÉ SIRVEN LAS HISTORIAS DESTACADAS?

05 | ¿QUÉ ES IGTV Y CUÁL ES SU ALCANCE?

06 | ¿QUÉ ES INSTAGRAM REELS Y CÓMO FUNCIONA?

07 | ¿QUÉ ESTADÍSTICAS OFRECE INSTAGRAM?

08 | CONCLUSIONES

Instagram

¿Cómo usarlo para dar
más visibilidad a tu
negocio?



Tecnología
para los negocios

1) ¿QUÉ ES INSTAGRAM Y POR QUÉ DEBES UTILIZARLO?



Instagram la **aplicación para móvil y red social social** al mismo tiempo, que te permite compartir imágenes y videos, en esa misma plataforma o en cualquier otra, ya que pertenece a Facebook.

instagram nació en 2010 como una herramienta hecha a medida de fotografía, solo para IOs, con numerosas herramientas para retocar y modificar fotografías y videos.



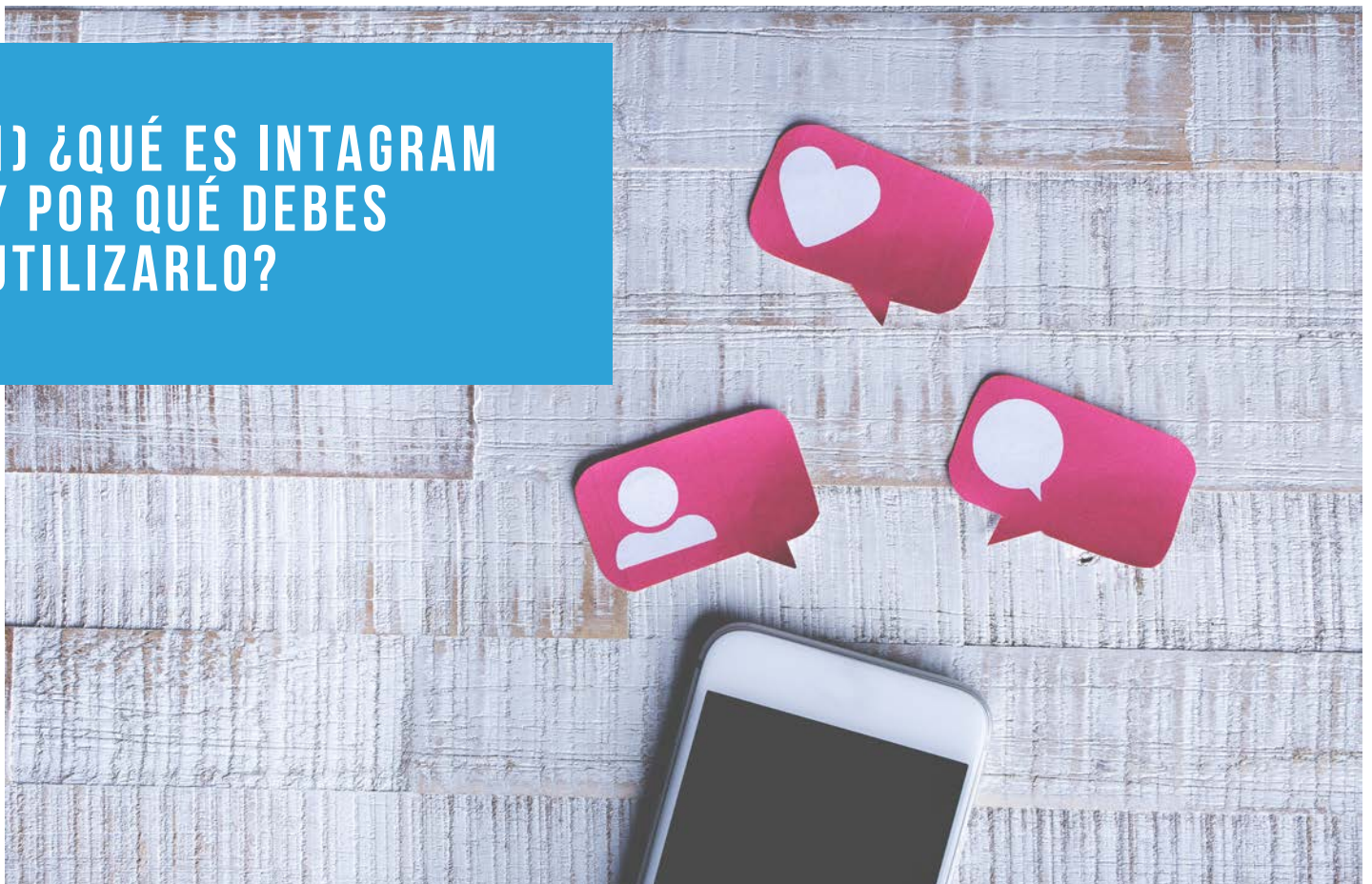
Lo más llamativo es que es una herramienta que está pensada para utilizarse directamente desde el smartphone, aunque ya tiene su versión de escritorio, esta, es un poco más limitada.

En 2012 cuando salió la versión abierta para Android, consiguió en 24 horas más de un millón de descargas.

Desde que esta red social apareció en 2010 no ha dejado de sorprender con sus constantes actualizaciones.

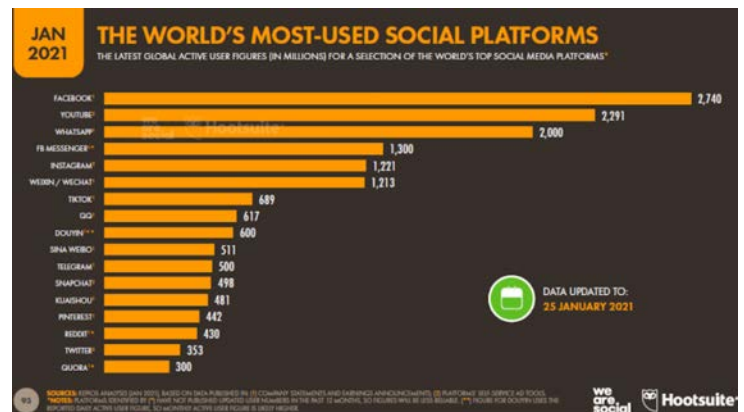
Recientemente, en diciembre de 2020, renovó su interfaz e incorporó nuevas funcionalidades como "Instagram Reels" e "Instagram Shopping".

1) ¿QUÉ ES INSTAGRAM Y POR QUÉ DEBES UTILIZARLO?



Actualmente, la red social cuenta con 1.221 millones de usuarios. La llegada de la pandemia le ha dado a Instagram un salto importantísimo, pasando del sexto puesto en 2020 (1.000 millones de usuarios), al cuarto lugar en el ranking de las redes sociales con más usuarios en el mundo, lo que le lleva actualmente, en 2021, a contar con un total de 1.220 millones de usuarios (+22%).

Sus constantes actualizaciones en la interfaz, hacen más fácil llegar a nuestros clientes, gracias a la incorporación en la red social de Reels, IGTV y las stories, ya que en 2021 los vídeos reproducidos en el móvil representan el 78% del tráfico de datos móviles.



1) ¿QUÉ ES INSTAGRAM Y POR QUÉ DEBES UTILIZARLO?

Instagram te permite compartir contenido de una manera cercana, y de gran calidad, cómo fotografías, o videos con los seguidores de tu cuenta, y alguno de los beneficios que puede ofrecer a tu empresa o servicio son los siguientes:

1. Es una gran manera de promover tus productos y servicios.
2. Al ser considerada más personal que otras redes sociales, sobre todo al incorporar Instagram Stories te permite crear un contenido de calidad y atractivo para tus seguidores.
3. Tiene un gran impacto en la forma en que las personas interactúan con tu empresa.
4. Es una fuente clave de entretenimiento, entendimiento, y comunicación con la empresa.

5. Aumenta el tráfico de tu web, añadiendo la URL en el perfil de instagram, todos los usuarios que visiten tu Instagram, tienen acceso directo a la web.

6. Aumenta el engagement, los usuarios de Instagram interactúan mucho más que en otras RRSS, gracias a su formato y presentación los usuarios se sienten más cómodos a la hora de realizar las interacciones que en cualquier otra plataforma.

7. La incorporación de los hashtag en cada una de las publicaciones, te permite usar aquellos más buscados, los de temática relacionada con tu sector, y aparecer en cada una de las búsquedas que se realicen de esa palabra.

1) ¿QUÉ ES INSTAGRAM Y POR QUÉ DEBES UTILIZARLO?

Un buen hashtag, o una buena combinación de estos, expondrán tu marca para que llegue a audiencias más grandes y más específicas. Es decir, audiencias que se conviertan en posibles clientes, que verdaderamente están interesados en eso que les ofreces.

8. Es una plataforma de descubrimiento social, los usuarios no solo siguen a empresas que conocen, sino que continuamente están interactuando y siguiendo a nuevas empresas de su interés, la plataforma facilita el descubrimiento de nuevas fotos, marcas etc.



2) ¿CÓMO CREAR UNA ESTRATEGIA DE CONTENIDOS EN INSTAGRAM?



2) ¿CÓMO CREAR UNA ESTRATEGIA DE CONTENIDOS EN INSTAGRAM?



Un plan de contenidos para instagram es algo que actualmente es casi esencial, todo lo que compartimos en redes sociales, es para acercarnos a nuestro cliente, es por ello que tener una estrategia planificada se convierte en un punto a favor a la hora de interactuar con nuestro cliente.

- En Instagram, los usuarios de instagram crecen un 5% cada trimestre.
- Instagram ofrece hasta 58 veces más interacción por seguidor que Facebook y 150 veces más que Twitter, según una encuesta realizada por **Forester Research**.

Teniendo en cuenta estos datos, una estrategia de contenidos para instagram te permitirá un mejor posicionamiento de marca y conseguir tus objetivos de marketing.

Para ello, se deben crear contenidos de calidad y siguiendo unas pautas:

Un contenido definido. Un contenido interesante, que genere valor de marca y de calidad, utilizando fotografías atractivas para el usuario, con un tono definido, es importante que las publicaciones y todo lo que se comparta en la red social mantenga el mismo hilo conductor y con un modelo de mensajes a transmitir.

2) ¿CÓMO CREAR UNA ESTRATEGIA DE CONTENIDOS EN INSTAGRAM?



Que el usuario sea capaz de identificar la marca cuando vea una publicación de tu empresa.

Un contenido que permita humanizar tu marca. Instagram es la mejor red social para ello, el contenido a crear en una buena estrategia debe de permitir humanizar la marca, que los usuarios conozcan el personal que hay detrás de cada trabajo, de los procesos internos, el día a día, y demostrar constantemente la cultura de la empresa.

Contenido interesante y atractivo en vídeo. En 2020 el 80% de las marcas ya realizaban “video marketing” para conectar con sus usuarios de una forma más rápida, directa y emocional.

Utilización y creación de hashtags. Un buen uso de los hashtag es esencial, un hashtag se añade en cada foto o vídeo publicado, estos deben de elegirse de forma estratégica que vinculen tu marca con hashtag de calidad y acordes a lo que se quiere transmitir y al sector que se pertenece, se deben aplicar filtros, y tener en cuenta que no se deben utilizar en exceso, ya que si no las publicaciones pueden verse saturadas y obtener como resultado lo contrario a lo que se busca con su utilización.

Influencer. Utilizar influencers, en muchos casos, es muy importante ya que son líderes de opinión que conectan directamente con tu público objetivo.

2) ¿CÓMO CREAR UNA ESTRATEGIA DE CONTENIDOS EN INSTAGRAM?



Estrategia y contenido bien elaborado:

Seguir una estrategia de contenidos bien elaborada es algo esencial, que se puede complementar con otras plataformas como linktree o metricool, herramientas que facilitarán la gestión de tus redes sociales.

Algunas de las **ventajas de crear una estrategia de contenidos en Instagram** para empresa son:

1. Dar visibilidad a tu empresa; y es un aspecto muy importante tener presencia donde está nuestro público objetivo, y casi el 80% de usuarios de Instagram siguen a negocios o empresas.

2. La publicidad en Instagram; es más barata que en otras plataformas, y permite crear cualquier publicación en un anuncio en un clic, pero aún así, con una buena estrategia de contenidos no será necesario pagar por ello.

3. Creación de engagement; Los servicios y productos que se ofrecen en instagram suelen crear engagement, es decir, crean relaciones sólidas con los clientes, convirtiéndose en un gran escaparate para productos y servicios.

- Uno de los principales puntos a favor de esta red social, es la facilidad de mantener contacto con nuestros clientes.

2) ¿CÓMO CREAR UNA ESTRATEGIA DE CONTENIDOS EN INSTAGRAM?



Podrás interactuar con ellos en cualquier momento, responder a comentarios en publicaciones, stories, mensaje directo etc. Instagram siguen a negocios o empresas.

4. Conectar a las personas con tu marca; ya que permite crear contenido más cercano, en el que los usuarios interactúan de una manera más fácil, la mejor forma de vender, además de atraer clientes nuevos, es mantener los que ya tenemos, y para ello interactuar constantemente es primordial.

The background image shows an outdoor event, possibly a festival or market. In the upper part, there are strings of yellow and green triangular flags hanging across the frame. Below the flags, a person with blonde hair tied in a bun is seen from the side, sitting on a wooden chair. They are wearing a denim vest over a light-colored shirt. The setting appears to be a paved area with other people and chairs visible in the background.

3) ¿QUÉ SON LOS INFLUENCERS Y CUÁNDO CONVIENE INTEGRARLOS EN TU ESTRATEGIA DE REDES SOCIALES?

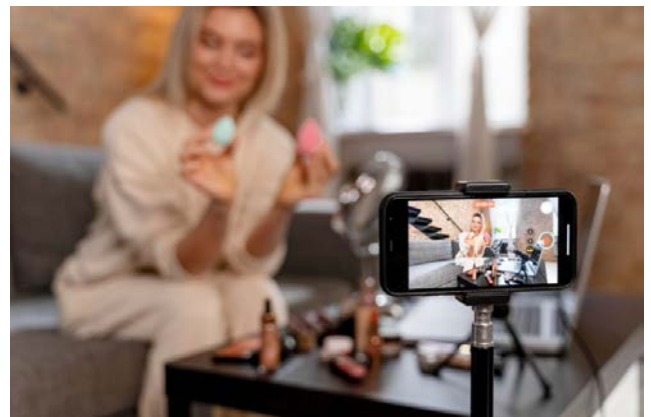
3) ¿QUÉ SON LOS INFLUENCERS Y CUÁNDO CONVIENE INTEGRARLOS EN TU ESTRATEGIA DE REDES SOCIALES?



Los influencers son una herramienta más a tu alcance utilizada desde hace años. En la actualidad, el porcentaje de empresas que los utilizan ha crecido exponencialmente, ya que es una parte importante a la hora de potenciar tu estrategia online en Instagram.

Los influencers. Un influencers es una persona que destaca sobre otros, en un cierto sector o tema concreto, estos tienen una cantidad de seguidores importante, en sus redes sociales, sus seguidores valoran y comparten, sus opiniones y gustos, y además sus seguidores los tienen en cuenta a la hora de realizar cualquier compra o adquisición de un servicio.

Un influencer puede cambiar la percepción sobre un producto o servicio a sus seguidores.



Integrar un influencer en mi estrategia

Definir el momento en el que integrar un influencer en una estrategia de redes sociales es vital para un negocio. A continuación te contamos por qué debes integrar un influencer en tu estrategia.

3) ¿QUÉ SON LOS INFLUENCERS Y CUÁNDO CONVIENE INTEGRARLOS EN TU ESTRATEGIA DE REDES SOCIALES?



Necesitas incluir frescura en tu negocio. Un influencer puede hacer más fácil esta interacción con los clientes de una forma más natural, se dedican a ello y conocen el público.

Constancia, actividad, y diálogo. Cuando creamos una estrategia en redes sociales, es primordial ser constantes, dar contenido continuo a nuestros seguidores y de valor, por ello un influencers puede aportar esto a nuestras redes, además saben cómo deben de dialogar e interactuar con los seguidores.

Necesitas ganar confianza de tus clientes actuales y potenciales

Necesitas ganar confianza de tus clientes actuales y potenciales.

La confianza en una marca, sea cual sea su servicio o producto que ofrece es algo que debe de ir formándose y manteniéndose continuamente, contar con un influencers que sea fiel a lo que vendemos, y confíe en ello, será un punto a favor a nuestra empresa, ya que este transmitirá a sus seguidores esa confianza, dan mayor credibilidad y despiertan más simpatía en nuestro público.

3) ¿QUÉ SON LOS INFLUENCERS Y CUÁNDO CONVIENE INTEGRARLOS EN TU ESTRATEGIA DE REDES SOCIALES?



¿Qué tener en cuenta a la hora de elegir un Influencers?

A la hora de escoger un influencer para nuestra campaña en redes sociales, lo principal es establecer los objetivos a poder medir tras la campaña, diseñar la campaña y los contenidos para ella, para que nuestro influencers se adecue a lo que necesitamos.

Se debe de tener en cuenta lo siguiente a la hora de escoger un influencers;

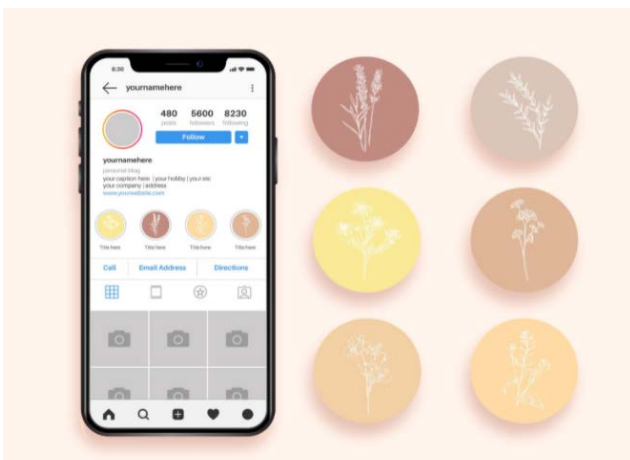
- Que se adecue con la marca y servicio que prestamos, y confíe en él.

- Si el potencial que tiene sobre la audiencia es el adecuado para nosotros.
- El nivel de participación y el entendimiento que posee sobre el producto o servicio que ofrecemos.
- Que encaje con nuestro proyecto y le aporte valor.

4) ¿QUÉ SON Y PARA QUÉ SIRVEN LAS HISTORIAS DESTACADAS?



4) ¿QUÉ SON Y PARA QUÉ SIRVEN LAS HISTORIAS DESTACADAS?



Las historias destacadas de Instagram

Estas te permiten fijar el contenido de las Stories todo el tiempo que quieras en tu perfil, lo que es una muy buena estrategia para potenciar tu marca, con la creación de carpetas destacadas situadas debajo de los datos del perfil, estas stories te permiten poner un nombre específico a cada carpeta y una imagen de portada.

El poder mantener estas historias en el perfil tiene una serie de ventajas para un perfil de empresa, como las siguientes;

- Creación de contenido versátil, creativo e interactivo.

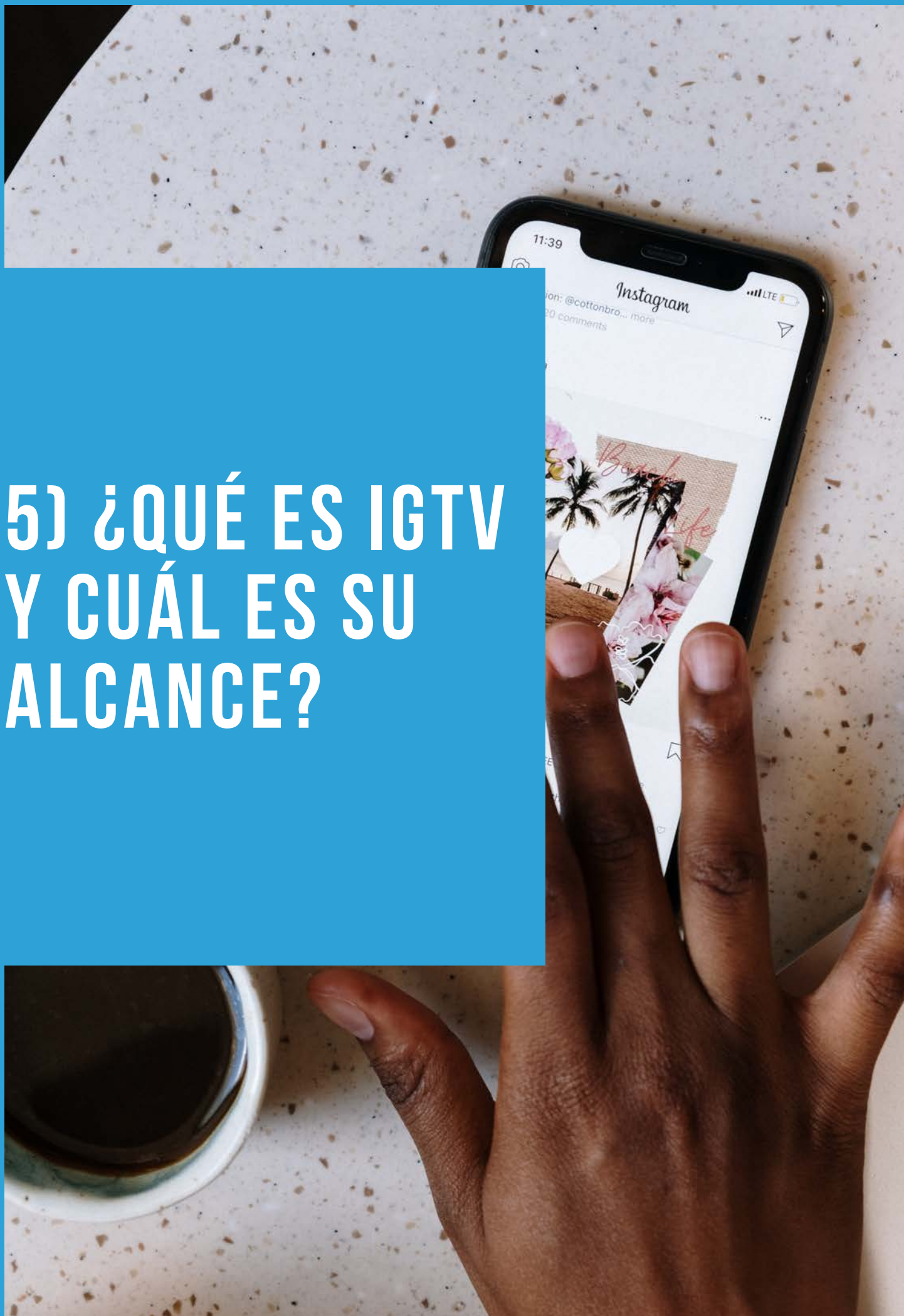
Las stories o historias de instagram, son contenido volátil que se sube a la plataforma, con una duración determinada, y que tras ese periodo desaparecen, pudiendo verse hasta 24 horas después de su publicación.

4) ¿QUÉ SON Y PARA QUÉ SIRVEN LAS HISTORIAS DESTACADAS?



- Podrás contar la historia de tu empresa, quienes sois y qué hacéis, como una carta de presentación al seguidor que quizá aún no os conoce, un primer acercamiento.
- Respuesta a preguntas frecuentes, podrás colocar la respuesta a las preguntas más frecuentes realizadas por tus seguidores, que permita que otros puedan conocer la respuesta ante la misma pregunta..
- Podrás dar tips acerca de tu empresa y dejarlos destacados- Sugerencias, recomendaciones, etc. Siempre con contenido que te acerque más al cliente.
- Tutoriales de los productos o servicios que comercializas.
- Fotos de los productos, servicios, etc.
- Logros de tu empresa, es una buena opción dejarlos en destacado, ya que puede ayudarte a ganar la confianza de tus usuarios.

5) ¿QUÉ ES IGTV Y CUÁL ES SU ALCANCE?



5) ¿QUÉ ES IGTV Y CUÁL ES SU ALCANCE?



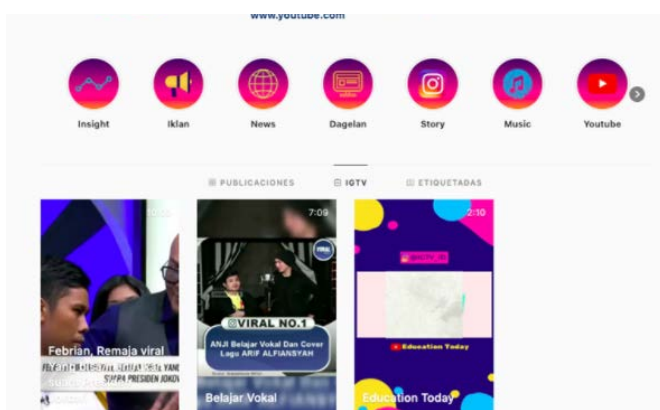
Instagram TV, o IGTV, es una aplicación propia de Instagram basada en vídeo y especialmente para dispositivos móviles, que permite subir vídeos en formato vertical de entre 10 segundos y 15 minutos.

Dependiendo de la cuenta que utilices, para cuentas verificadas, la duración puede ser de hasta una hora.

Estos vídeos no desaparecen después de las 24 horas, cómo pasa con *Stories* y su formato permite que se adapte a la pantalla de los móviles, al abrir IGTV, los videos comienzan a reproducirse sistemáticamente solos, pero también está la opción de poder buscarlos por contenido explícito.

IGTV, te permite llegar a un público completamente nuevo, con un formato envolvente, dotando a tu Instagram de más flexibilidad y menos limitaciones a la hora de promocionar tus productos y servicios, demostraciones, etc.

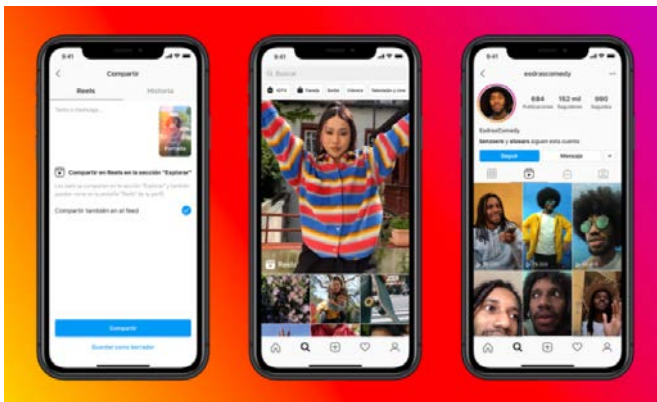
Estos vídeos de larga duración permiten poder contar toda la historia de tu marca, llegar a más personas y conectar con el público.



6) ¿QUÉ ES INSTAGRAM REELS Y CÓMO FUNCIONA?



6) ¿QUÉ ES INSTAGRAM REELS Y CÓMO FUNCIONA?



Instagram incorporó en su plataforma los Reels a finales de 2020, creando por así decirlo una competencia para TikTok, vídeos con música y/o texto.

Este tipo de video, graba y edita videos de varios clips suele ser con temáticas que se ponen de moda bailes, retos, cambios de lugar, en el que los usuarios participan y se hacen virales con facilidad.

En estos videos de reels podrás incorporar::

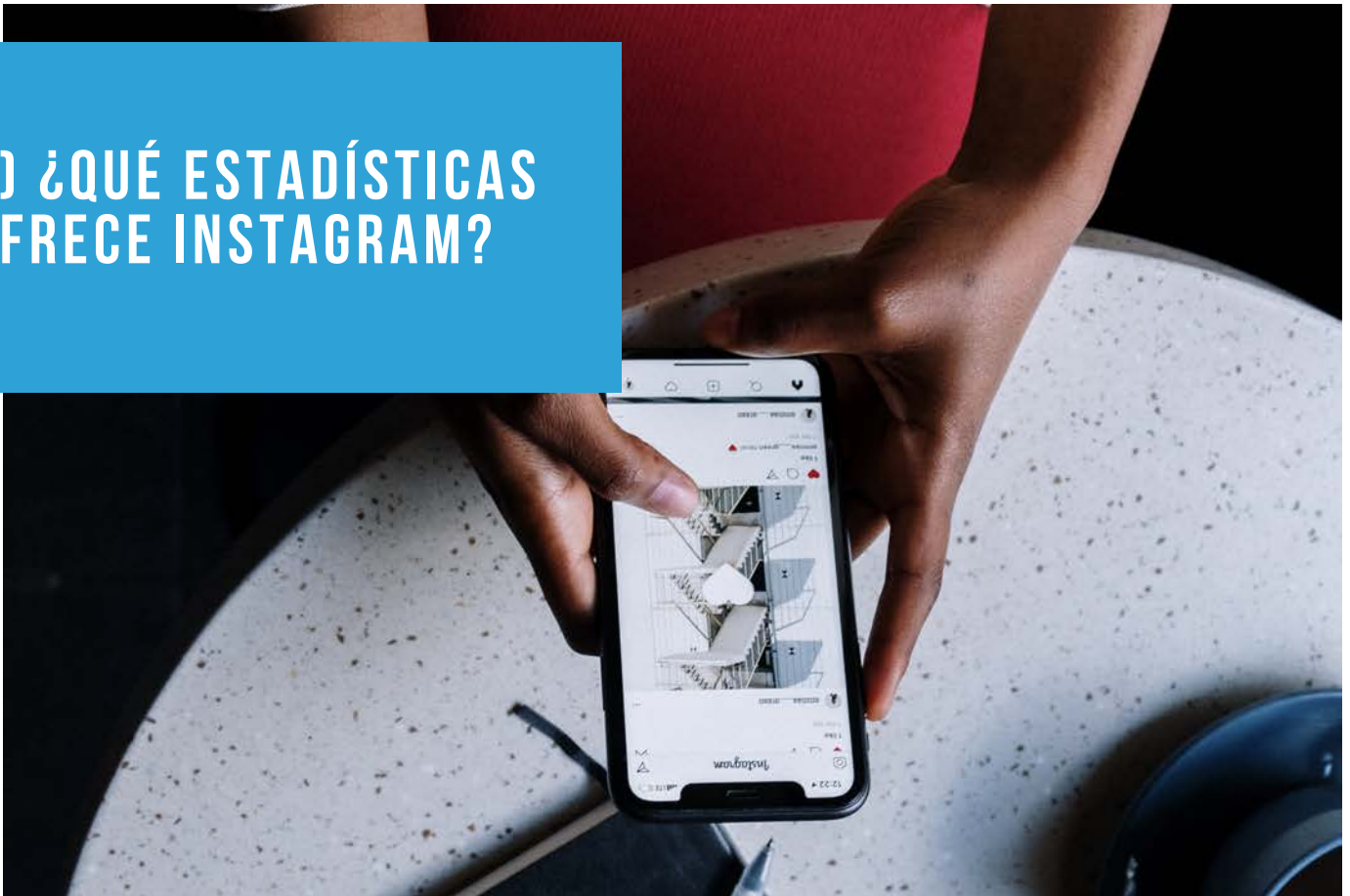
- Audio o música en el vídeo.
- Efectos diferentes en cada clips.
- Cuenta con un temporizador, permitiéndote grabar con las manos libres.
- Permite la aceleración y deceleración de los videos, e introducir transiciones.
- Se puede grabar el vídeo por partes, dividiéndose en clips.

Otro formato de vídeo que nos ofrece Instagram, más divertido, y desenfadado para poder acercarnos al cliente.

6) ¿QUÉ ESTADÍSTICAS OFRECE INSTAGRAM?



6) ¿QUÉ ESTADÍSTICAS OFRECE INSTAGRAM?



La aplicación Instagram, ofrece a sus usuarios con una cuenta de empresa obtener gratuitamente las siguientes estadísticas, sobre seguidores, publicaciones, historias, y horas del día de más tráfico.

Estadísticas generales sobre:

- Las visitas al perfil.
- Las horas de más interacción.
- El alcance que obtiene nuestra cuenta.
- Los clicks en nuestro sitio web.
- Las veces que hemos sido mencionados en alguna interacción de nuestros clientes.

Análisis de nuestra audiencia:

- Ofrece datos de ubicación, sobre los 5 primeros países o lugares a los que pertenece nuestra audiencia.
- Los desglosa por edad y género.

Estadísticas publicaciones:

Te permite ver todas las estadísticas de entre los últimos 7-30 días con métricas generales de audiencia y contenido.

- Datos en tiempo real de los resultados de rendimiento de las publicaciones de cada día, individual o por ranking de todas las publicaciones.
- Información sobre seguidores y cómo interactúan en las publicaciones.

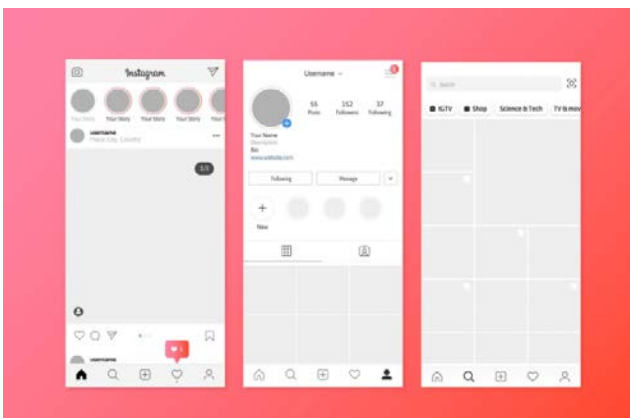
6) ¿QUÉ ESTADÍSTICAS OFRECE INSTAGRAM?



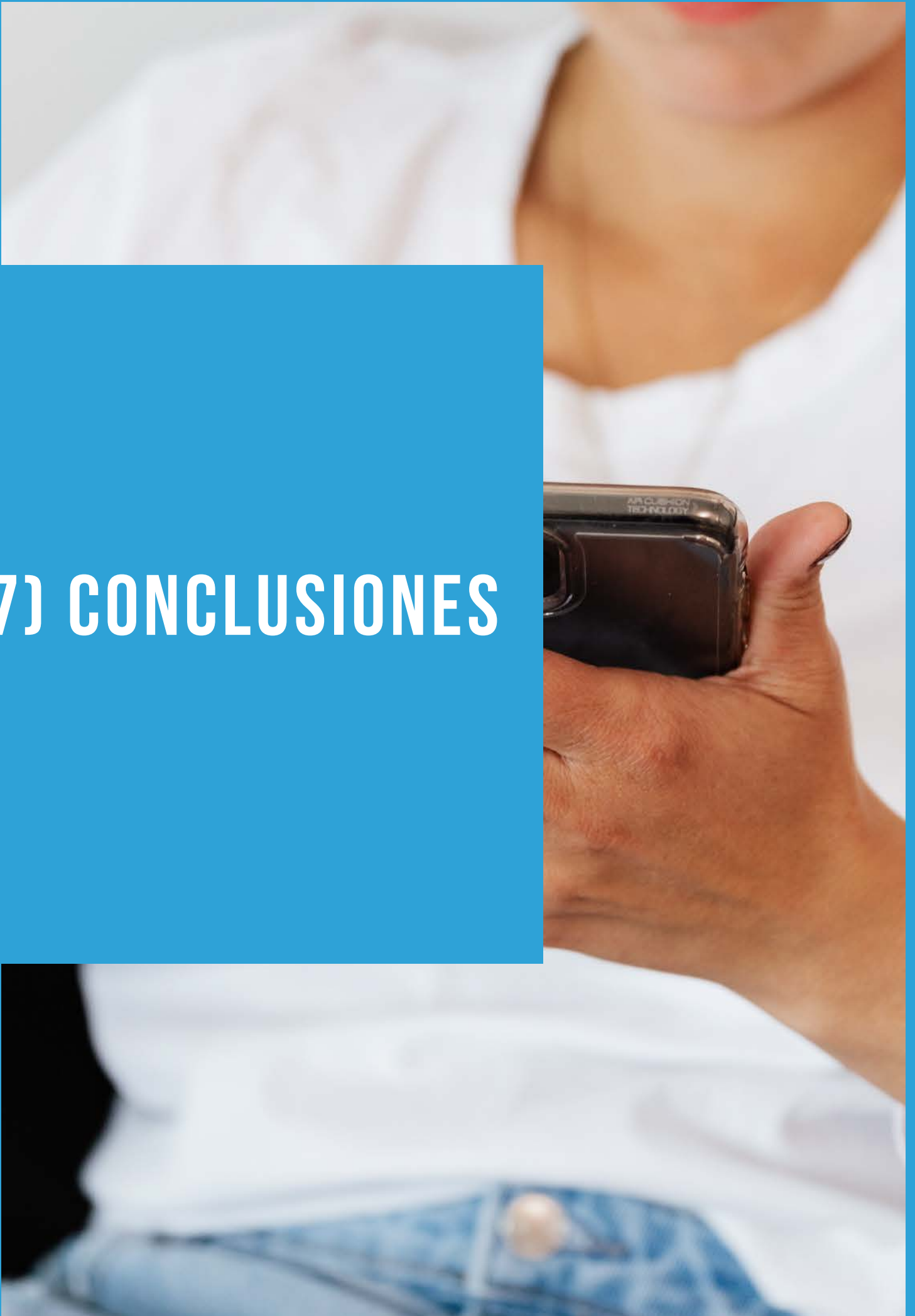
Estadísticas sobre las historias de Instagram: permitiéndote ver el número de espectadores, y las estadísticas, tanto de las historias activas, como de las anteriores hasta unos 14 días. Así como las veces que nuestros seguidores se han saltado una storie, indicando que no es de su interés.

comentado antes, plataformas que darán unos datos mucho más exactos.

Estas estadísticas ofrecidas por Instagram, te permiten conocer un poco más a tus clientes y a los posibles clientes potenciales, en función de sus gustos, lo que buscan y con qué tipo de publicaciones interactúan, estos datos son bastante importantes y dan a conocer si la estrategia de contenidos que se está siguiendo está siendo efectiva.



7) CONCLUSIONES



7) CONCLUSIONES



Como hemos podido observar a lo largo de este recorrido por la plataforma de Instagram, esta red social ha tenido un aumento exponencial de usuarios activos, convirtiéndose en una de las redes sociales más de moda tanto nacional como internacionalmente. Es por ello que no debemos quedarnos atrás y ofrecer a nuestro cliente lo que nos demanda.

El poder de transmitir lo que queremos de nuestra empresa, a través de contenido multimedia, con fotos o vídeos es mucho más efectivo que con un simple texto, una imagen es más rápida y más creíble, este formato permite poder transmitir la imagen de marca de una forma más rápida y con un estilo personal.

Además es una aplicación que está en continuo cambio, intentando mejorar día a día, y sirviendo como mejor escaparate para nuestros productos o servicios.

Ofrecer a nuestros clientes un contenido de calidad, acorde a lo que busca, y con una atención más personalizada, hará que cada seguidor nuevo de tu Instagram, se convierta en un cliente.