Como usar

Instagram

para potenciar tu negocio

#instagram #seirendigital #business
#love #icons #content #like

Seiren
digital

Como usar Instagram para potenciar tu negocio

Esta guía que te cuenta todo lo que necesitas saber para usar Instagram y potenciar las ventas en tu empresa o negocio.

¿Por qué este contenido es el adecuado para mi?

Este es un contenido desarrollado y pensado para personas que apenas comienzan a interesarse por el marketing de contenidos, marketing digital o inbound marketing. Con este E-book conocerás algunos conceptos a manera de introducción que fueron redactados de la forma más didáctica posible. Este gran contenido es realizado por el Partner de Seiren Digital S.A.S, RD Station, empresa brasileña líder en latinoamérica como plataforma de Inbound Marketing.

Contenido

1 Introducción

2 Funciones de Instagram

3 Videos de Instagram

4 Cómo usar la historias de Instagram

5 Album de Instagram

6 Cómo conseguir más seguidores en Instagram

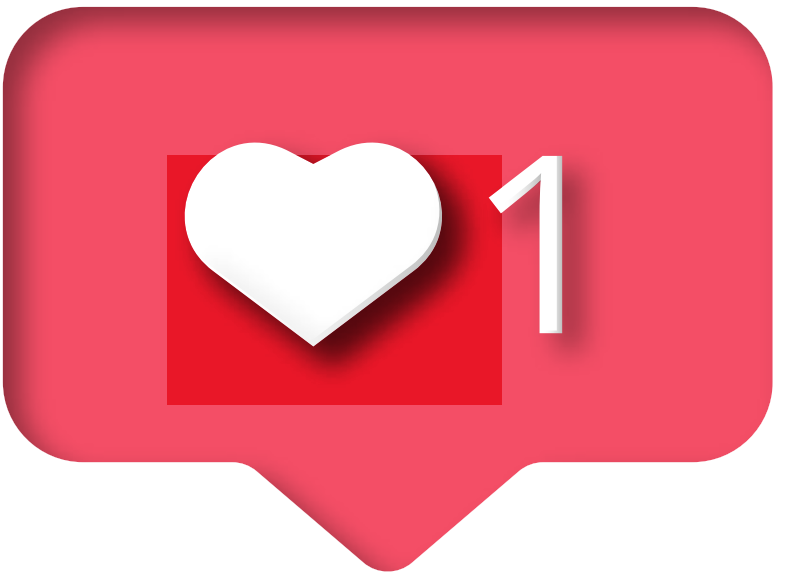
7 Herramientas para Instagram

8 Guía para Instagram Ads

1 Introducción

Instagram es una red social creada por Kevin Systorm y Mike Kieger en el año 2010, dos jóvenes que buscaban revolucionar las plataformas de interacción social de una manera divertida, en la cual las personas debían recurrir a su creatividad a través de las fotografías para poder comunicarse en el mundo digital.

Conforme Instagram comenzó a ganar fuerza entre los usuarios, las empresas y las marcas vieron la necesidad de ser parte de esta red social y comenzar a comunicar sus contenidos. Así fue como dieron un paso más en el desarrollo de estrategias de marketing sumamente efectivas, que incluso hoy en día continúan funcionando.



Ventajas de usar Instagram

Las ventajas que trae usar Instagram como estrategia de marketing de contenidos son muchas y variadas, ya que es una plataforma fácil de usar y cuyo número de usuarios, que abarca edades entre los 18 y 35 años de edad, asciende cada día.

Instagram desde sus orígenes fue una plataforma móvil y aunque hoy en día cuenta con un sitio web para ser ingresado desde los computadores, su fuerte continúan siendo los celulares y tabletas, lo que significa que es una aplicación de uso frecuente entre los usuarios sin importar el lugar en el que se encuentren. En otras palabras, esto representa una oportunidad muy grande para establecer comunicaciones constantes y duraderas entre las marcas y los usuarios.

Su planteamiento determina el uso de imágenes, y se ha demostrado que su uso trae resultados sorprendentes para cualquier tipo de negocios que se encuentren generando estrategias, al ser fácilmente consumibles y al establecer vínculos fuertes con los usuarios.

Estadísticas reales de Instagram

Estas son algunas estadísticas que comprueban las ventajas del uso de Instagram a nivel empresarial:

60 %

de los usuarios activos se conectan diariamente a la red.

500 millones

de usuarios activos.

95 millones

de fotos son compartidas cada día.

12 minutos

en promedio que los usuarios permanecen en la aplicación.

42 %

de los smartphones tienen la aplicación instalada.

Además, Instagram es hoy en día la red social con mayor potencial de inversión actual, ya que **crece en un impresionante 23% cada año**, más del doble del crecimiento comparado a otras redes sociales. Esto significa que aprovechar al máximo a Instagram puede traer un retorno increíble para las empresas.

Reiterando esta información y sabiendo que para leer este e-book ya debes estar familiarizado con el uso de la aplicación, preparamos este nuevo contenido para ampliar las estrategias que puedes usar en tu marketing por Instagram y así aumentar tus resultados y ser un éxito en la red social.

¡Esperamos que te sea de utilidad!

2 Funciones de Instagram

Instagram es la plataforma basada en contenidos visuales más grande del mundo y trabaja siempre por mejorar la experiencia móvil de los usuarios. Como se dijo en la introducción, es sumamente fácil de utilizar, sobre todo porque sus funciones básicas se resumen en: subir fotos y videos bien sea al perfil o a Stories.

No obstante, a pesar de ser una aplicación muy intuitiva, ahondaremos a continuación en las funciones básicas de la red social, ya que creemos que el éxito de esta plataforma no se basa simplemente en subir fotos y videos, sino en desarrollar contenidos de calidad y que tengan algo que contar, aunque claro, de acuerdo al público al que se le desea llegar.

Fotos en Instagram

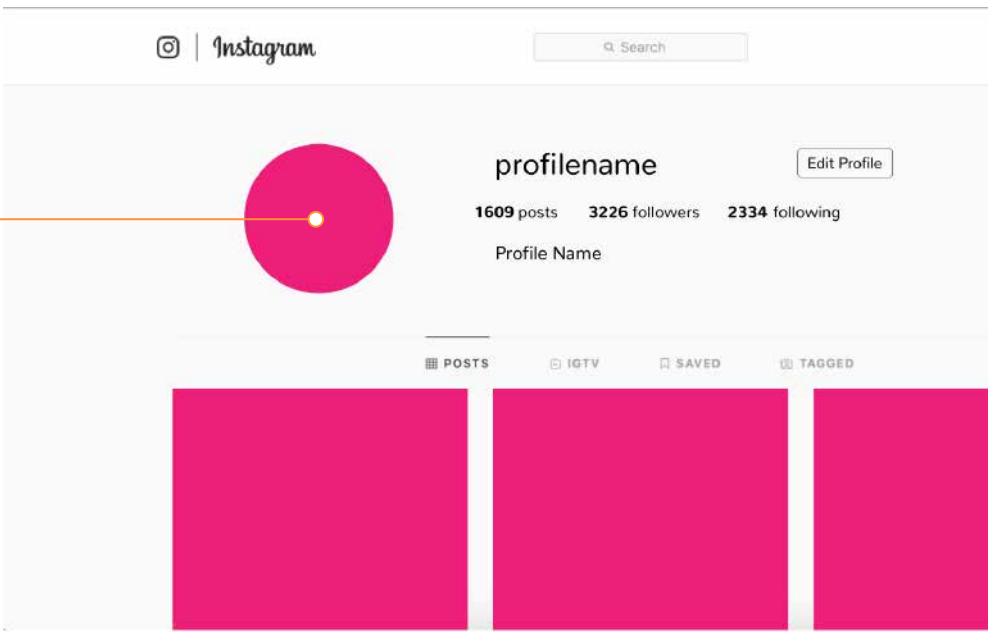
El primer paso a tener en cuenta para las fotos en Instagram, es su tamaño.

Como has visto, Instagram cuenta con una interesante característica y es la de promover imágenes generalmente en formato cuadrado, aunque desde el año 2015, permite el uso de imágenes en formato de retrato y de paisaje.

Tamaño de las imágenes

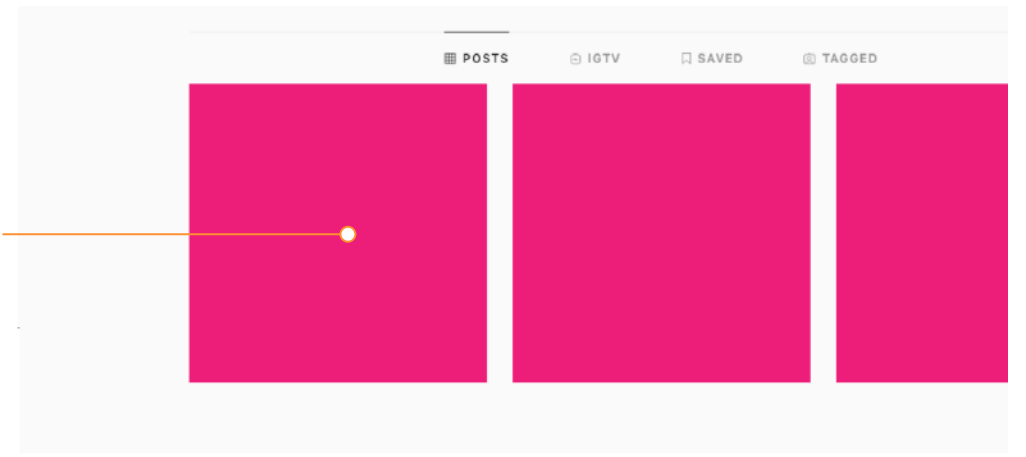
Imagen de perfil: 152 x 152 pixeles

Perfil
152 x 152



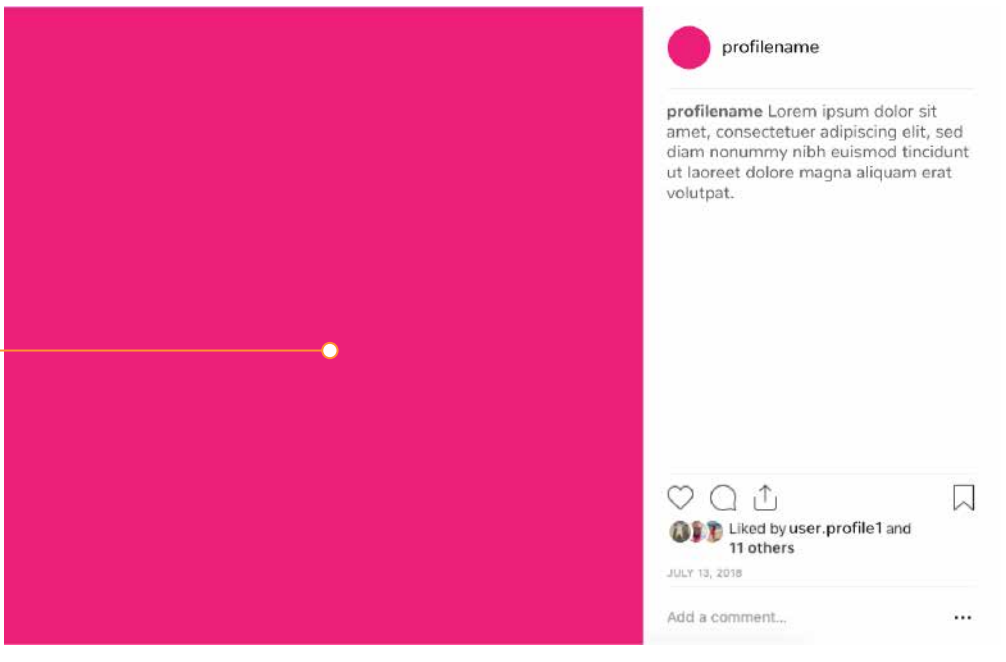
Display miniaturas: 292 x 292 píxeles

Miniatura
292 x 292



Feed: 600 x 600 píxeles.

Feed
600 x 600



La resolución máxima que puedes hacer al subir en Instagram es de 2048 x 2048 pixeles variando de acuerdo con otros dispositivos.

Mejora tus habilidades

Fotos, fotos y más fotos, es lo encuentras en esta red social. Por lo tanto, te traemos algunos consejos para que tus contenidos visuales se destaquen entre tanto material que se encuentra allí.

En primer lugar, debes centrarte en establecer un tono de comunicación y un estilo definido en la imagen para que puedas ser reconocido. Luego, continúa la aplicación de los siguientes consejos:

1. Piensa siempre en cuadrado.

Ya mencionamos que Instagram permite otros formatos de imagen como es el de paisaje, pero, para ser sinceros, ¡el formato cuadrado es el que hace ser a Instagram excepcional!

Es más, cuando usas la cámara de la aplicación, la pantalla de tu móvil mostrará inmediatamente el área visible para la nueva foto con el formato 1:1, es decir, cuadrado perfecto.

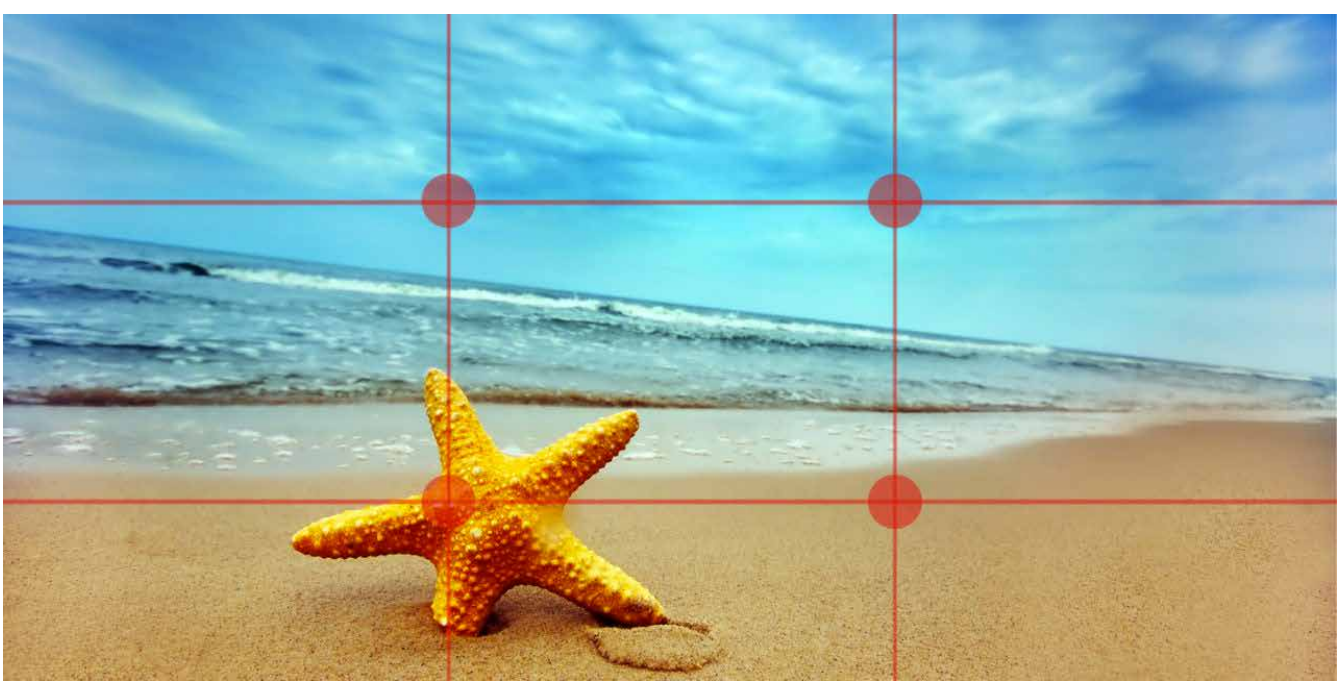
Claro que tienes la posibilidad de importar las fotografías desde la garía de tu celular, que por lo general son tomadas de forma rectangular y podrán visualizarse así. No obstante, al ingresarlas a la aplicación, podrás perder visualizaciones al no presentarse la imagen completa en la sección de noticias.

Por eso es mejor acostumbrarse a pensar en cuadrado, incluso si usas otras aplicaciones para tomar fotos.

Una vez entres en la onda de pensar en cuadrado, procura acostumbrarte también a que las personas o los objetos que quieres que aparezcan en la imagen, salgan en el centro de la misma, así, al subirlas, no cortarás a nadie ni a nada vital y podrás usar los filtros sin perjudicar su apariencia.

2. Juega con la simetría

¿Has escuchado sobre la ley de los tercios?
Es una técnica básica que siguen muchos fotógrafos para otorgar ese toque interesante y de destaque a las imágenes.



Si bien es un recurso estéticamente agradable, en Instagram es buena idea dejar esta técnica de lado y concentrarse en tomar fotos simétricas, es decir, centradas, debido a la forma cuadrada.
Para lograrlo, divide la imagen en 4 o en más áreas, ubicando en cada una de ellas elementos que sean atractivos. Pon en medio el objeto principal, ya sea de forma horizontal o vertical y toma la foto.

3. Combina aplicaciones

Instagram no es la única aplicación que te deja editar fotografías con filtros. Existen otros aplicativos móviles que contienen mayor cantidad de filtros para usar creativamente en tus fotos.
Prueba estas otras aplicaciones y guarda las imágenes para luego publicarlas en Instagram. Usar otras herramientas te ayudará a encontrar un estilo personal y diferente al del resto de las imágenes en la red social.

4. Que no todo sea filtros

Así como te recomendamos usar otras aplicaciones o incluso editores de imagen tipo Photoshop para editar tus imágenes, también sugerimos en ocasiones no usar ningún tipo de filtro creativo.

¿Por qué?

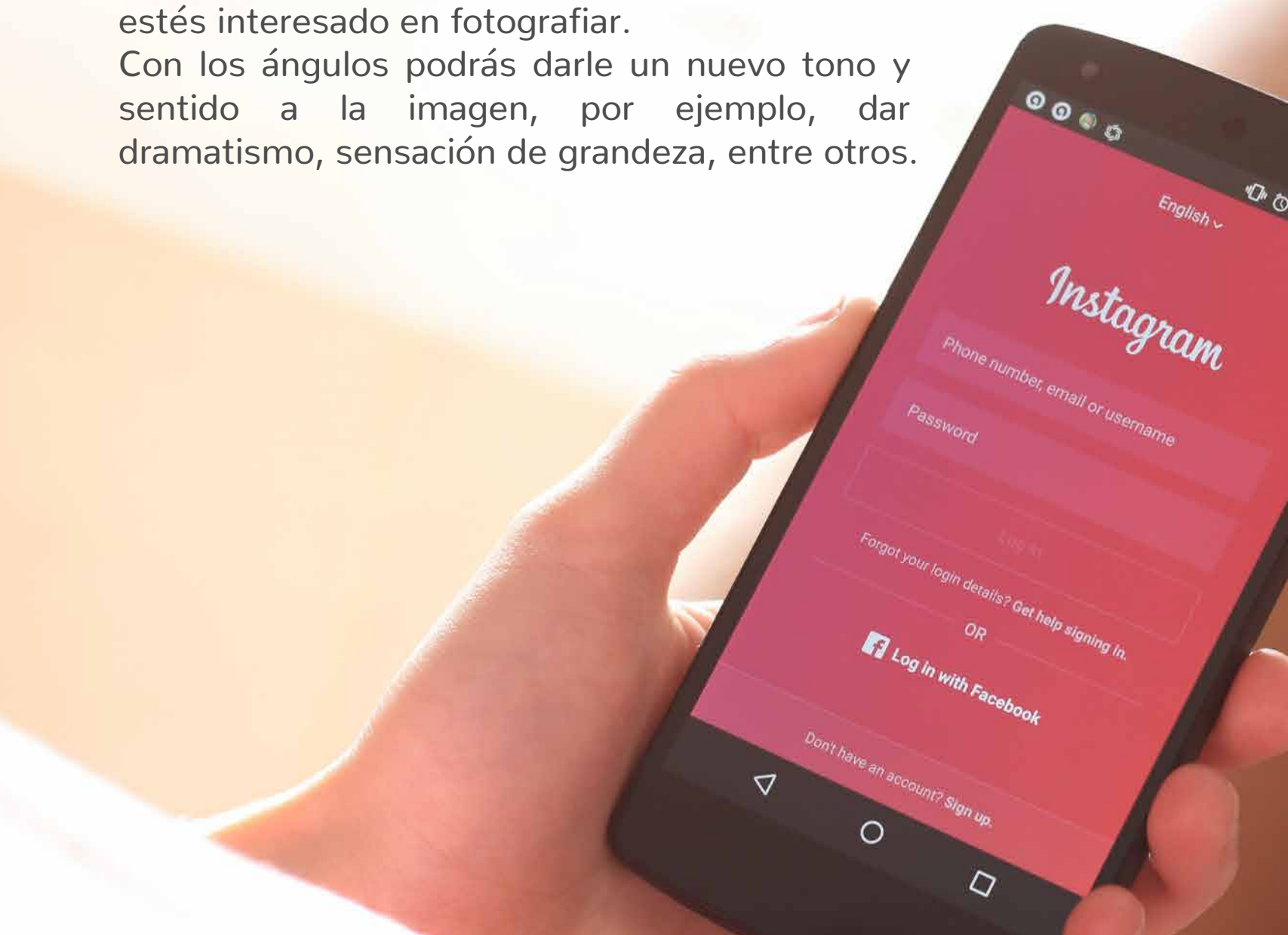
De este modo dejarás que los usuarios aprecien las cosas que muestras de forma natural y tal cual son. Eso sí, asegúrate de que cuentes con buena iluminación y que las fotos estén nítidas.

5. Experimenta con los puntos de vista

De igual modo, así como te sugerimos nivelar las fotografías y centrarlas debido a la forma cuadrada de Instagram, no significa que no puedas experimentar con nuevos ángulos o puntos de vista. ¡Por el contrario!

Es cierto que el formato 1:1 no te permitirá tomar fotografías de cosas de gran tamaño como edificios o montañas. Para evitar este problema puedes tomar las fotos de manera diagonal o inclinándote por encima o por debajo de lo que estés interesado en fotografiar.

Con los ángulos podrás darle un nuevo tono y sentido a la imagen, por ejemplo, dar dramatismo, sensación de grandeza, entre otros.



3 Videos de Instagram

Desde que fue adquirido por Facebook en el año 2013,Instagram permite subir videos de un minuto de duración y actualmente, la visualización del clip es de 640 x 640 píxeles.

A continuación te ofrecemos algunos consejos para que utilices de la mejor manera esta aplicación.

Detrás de Cámara

Los detrás de cámaras siempre parecen tener éxito en las redes sociales. Es de hecho, una fórmula muy efectiva para las empresas de todo tipo.
Experimenta mostrando más sobre la rutina en la empresa, de este modo se le otorga un toque de humanidad al negocio.

Con un detrás de cámaras podrás demostrar que existen personas en los centros de atención, que el producto es elaborado con cariño, que cada etapa de la producción es supervisada con cautela y, además, ofreces un buen contenido para saciar la curiosidad de muchos seguidores, reforzando, al mismo tiempo la autoridad de tu negocio en el mercado.

Usa Hashtags

Los Hashtags están disponibles desde los inicios de Instagram y, así como en Twitter y Facebook, son fundamentales para que el usuario pueda encontrar contenido relacionado a la palabra clave usando el signo numeral (#).

Descubre los principales Hastags de tu nicho y distribúyelos por tu contenido. Con el tiempo podrás crear tu propio Hashtag e invitar a tus usuarios para que ellos lo uen en los contenidos que ellos compartan

Por último, los hashtags son canales que permiten el fácil encuentro de nuevos seguidores en la aplicación. Eso sí,intenta no inundar las descripciones de los videos con hashtags, de lo contrario, las posibilidades de atraer público que no le interesa tu negocio son grandes.

Y recuerda, además, los hashtag no son solo un recurso para los videos sino también para las fotos.

No temas promover tu producto

Los videos de demostración siempre son buscados por los usuarios que todavía tienen dudas a la hora de hacer una compra. Aprovecha el potencial de Instagram para mostrar todo lo que tu producto haces, sea este físico o un servicio, y con certeza ayudarás al aumento de la conversión en tu negocio.

Piensa en maneras distintas de hacer esa promoción y no desperdicies la oportunidad de mezclar un poco de storytelling en tus campañas para generar más engagement.

Encuentra el tono de tu persona

Probablemente ya sabes esto, pero nunca está demás reforzar: Antes de comenzar cualquier estrategia de marketing, es fundamental que tengas a tu persona bien definida.

Eso porque es necesario estar atento al tono de voz usado para tener el control sobre el modo de abordar cada tipo de asunto y que sea de forma adecuada para que tu contenido sí sea capaz de transmitir el mensaje con el mínimo ruido para tu persona.
Puedes encontrar el tono interactuando directamente con tu público o incluso analizando tu competencia.

Permite los contenidos generados por los usuarios

UGC (User Generated Content), es el nombre dado a todo tipo de contenido generado por tu público y relativo a tu negocio. Ese tipo de alternativas es una oportunidad de oro en la búsqueda de engagement y aumento del alcance de tu marca y, lo más importante, es totalmente gratuito.

Con los videos de Instagram queda aún más fácil conseguir contenido producido directamente por tu público. ¿Quieres experimentar? Invítalos a grabar algo corto demostrando cómo hacen uso de tu producto. Sugiere una competencia y premia el video más creativo.

En poco tiempo la internet estará poblada de contenidos de tu marca, permitiendo que el alcance crezca y llegue a amigos de los amigos de tu público ya cautivado.

Insiste en tu identidad visual

¿Tu marca usa un logo azul con fondo verde? Entonces, esfuérzate para mantener todos tus videos más o menos en ese mismo patrón. ¿Necesitas un ejemplo?
Observa la publicidad de las operadoras de celular.
Prácticamente todas son muy bien pensadas en esa cuestión, ya que utilizan filtros de colores u organizan el escenario del video para que tan solo un color prevalezca.

Estar atento a la identidad visual ayuda en el momento de volver a tu marca de fácil identificación en el mercado, además de hacer que tus publicaciones sean instantáneamente reconocidas por el público, diferenciándolo de la competencia.

Construye un FAQ

¿Has visto las preguntas que aparecen siempre en los comentarios? ¡Los videos en Instagram pueden ayudar a resolverlas de una vez por todas!

Para el primer FAQ, haz un contenido general, pero que sea interesante y capaz de ayudar realmente a tu público. Toma las preguntas básicas como:

"¿Cómo hago para comprar en la tienda?" o "¿Dónde encuentro más información de contacto?" y has una explicación concisa de ello.

Después, es posible hacer videos temáticos, enseñando a usar el producto o revelando trucos para que el usuario tenga la mejor experiencia posible con su compra.

Desafíate

¿Cansado del mismo contenido todo el día? ¡Desafíate y crea cosas nuevas a través de Instagram y ten la seguridad de que tus visitantes lo adorarán!
Si tu empresa invierte en la rama de deportes, por ejemplo, vale la pena buscar un desafío físico, un juego importante para grabar en tu cuenta.
O si tu negocio está en el área de la tecnología móvil, recuerda aquellos videos de pruebas de resistencia de smartphones que siempre tienen mucho éxito cuando salen.

Lo importante aquí es salir de la zona de confort y buscar invertir en la creación de contenidos relevantes para tu marca, sin dejar de respetar los parámetros que estableciste
para tus personas.

Si continúas haciendo lo mismo cada día, tu público no tendrá motivos para seguir y ser fieles a tu negocio. Recuerda también que uno de los secretos para tener éxito en Instagram, es saber pensar en tu propio formato. Si tu contenido no es específico para el formato en que quieres distribuirlo, olvídalo. En esas condiciones es mucho más fácil dar en el punto cierto.

4 Cómo usar las historias de Instagram

Instagram Stories es una de las funcionalidades de esta red social que más popularidad ha tenido desde su lanzamiento.
Es cierto que esta funcionalidad es algo parecida a Snapchat, eso nadie lo puede negar, pero, increíblemente, tiene con qué ganarle.

Instagram Stories o Historias de instagram, dan a los usuarios la posibilidad de compartir fotos de 5 segundos y videos de 15 segundos que duran 24 horas publicados y no tiene límite de publicaciones por día.

Esta funcionalidad se estableció en la aplicación para evitar la sobre publicación de contenidos y así permitir que tu perfil y tu sección de noticias permanezcan siempre con contenidos de suma importancia.

No obstante, además de evitar la sobrecarga en la aplicación, Stories también es una increíble táctica para desarrollar propuestas de marketing de contenidos, ya que sugiere crear un mayor sentido de intimidad con los seguidores.

Para generar una buena percepción usando Instagram Stories, puedes basarte en los consejos que te dimos a la hora de tomar fotos y videos, pero también tenemos otras puntos importantes para que apliques en el momento de usar la función.

Consejos

1. No necesitas migrar entre redes sociales

Partamos del hecho de que ya tienes una audiencia formada en Instagram.
Con Stories, puedes publicar videos con contenidos de un minuto máximo y darlos a conocer a la base de personas que ya te siguen y que quieren consumir tu contenido.
En caso de que aún no tengas una audiencia formada en Instagram, es una buena idea avisar en las otras redes sociales que estás generando contenido en Instagram e invitarlos a pertenecer a la comunidad.

2. Conoce tu audiencia

Instagram te da la posibilidad de saber exactamente cuántas y cuáles personas están interactuando con tu contenido. Esto te da la posibilidad de probar contenidos y ver cuáles de ellos están siendo mejor recibidos por tu audiencia y cuáles puedes descartar antes de lanzar un video que permanezca en tu biografía.

3. Contenido en el tope del historial

Cuando un usuario publica un video en Stories, una foto rodeada por los colores de Instagram aparecen en la parte superior del historial de todos aquellos que siguen aquella cuenta. Esa funcionalidad permite que explores bastantes opciones de poner contenido orgánico bueno, de frente a tus seguidores.

En una era donde casi todas las tentativas de promover contenido requieren de pagar cierta cantidad, esta funcionalidad vino con una ventaja para ayudar a las marcas a propagar sus publicaciones sin gastar nada. Pero ten cuidado, no abuses llenando a tus usuarios de historias o acabarás perdiéndote. ¡Sé moderado!

5 Álbum de Instagram

Una vez domines muy bien el funcionamiento de las fotos y de los videos en Instagram, llega el momento de explorar la última de las funcionalidades que lanzó esta red social: El Álbum de fotografías y videos, que no es más que otra forma de narrar historias en la aplicación.

¿Recuerdas que en el apartado de las fotografías hablamos de lo importante que es seleccionar una o dos fotos para subir luego de realizar una sesión fotográfica?

Bueno, ahora con esta funcionalidad podrás elegir hasta 10 fotos para compartir en una sola publicación, dando la ilusión de crear una presentación con diapositivas o, literalmente, un álbum fotográfico.

De este modo los usuarios podrán ver las imágenes una detrás de la otra en el orde que establezcas, tan solo deslizando el dedo.

Para diferenciar cuándo es una publicación de fotos o video regular a cuando es un álbum, Instagram incluyó un pequeño panel de puntos que indican cuántas fotos y en qué posición del álbum se encuentra el usuario.

De igual modo, con la actualización, en el álbum podrán seguir usándose filtros y los efectos de video que la aplicación ya tenía a cada una de las piezas.

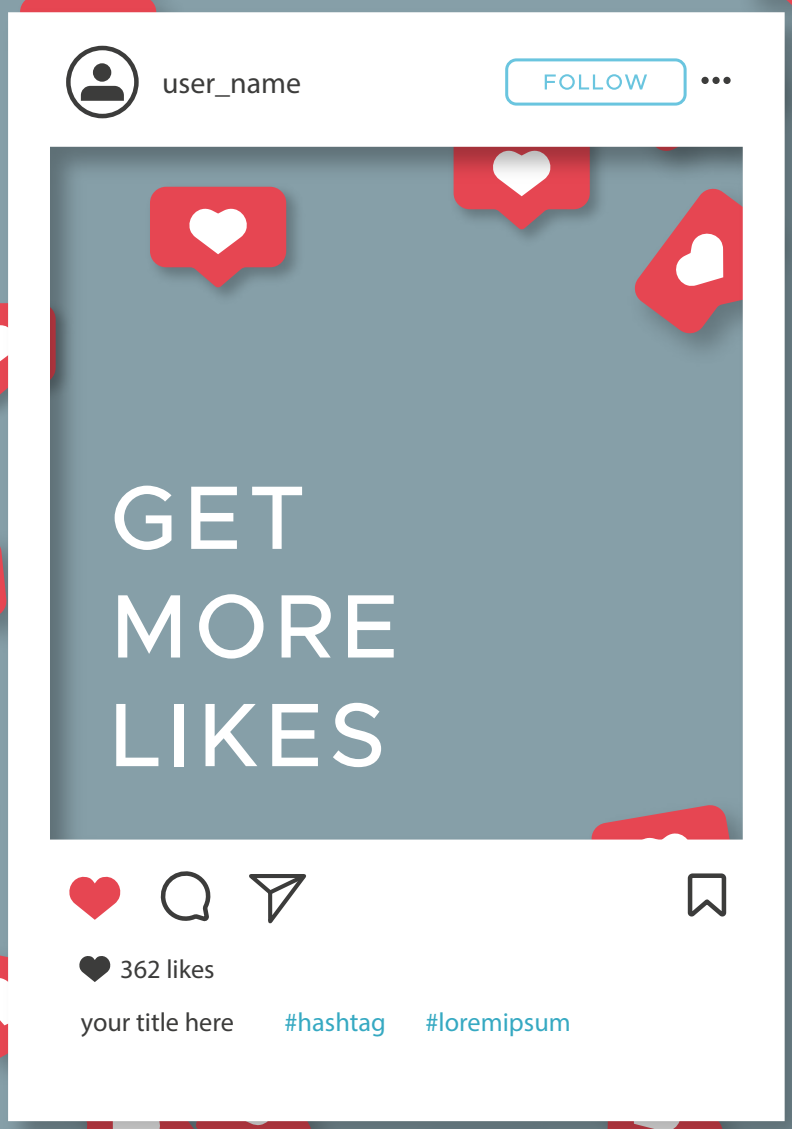
Algo que debe tenerse en cuenta es que por ahora la aplicación solo permite que sean publicados en modo álbum materiales cuadrado.

6 Cómo conseguir más seguidores de Instagram

Existen diversas maneras de conseguir seguidores en Instagram. Seguramente se te pasó por la cabeza la vieja confiable compra de seguidores. Y bueno, la verdad nos gustaría decirte que si crees que comprar paquetes de seguidores es la mejor alternativa para tu marca te cuento que no es así.

Antes de hablar de las técnicas aconsejables, vale la pena mencionar que comprar usuarios en Instagram es igual a estar agregando, de manera no orgánica, una enorme cantidad de números que luego se tornarán en adorno para tu perfil.

Esas compras traen perfiles de usuarios inactivos y, lo peor de todo, usuarios activos que no son de tu nicho. Para evitar caer en la tentación de comprar usuarios, recuerda que los números en sí no garantizan ventas ni popularidad. En Seiren Digital a eso le llamamos indicadores de vanidad, porque son simplemente cantidad de usuarios para decir “tengo un millón de seguidores”, pero si tu empresa, negocio o clientes están en Colombia, por ejemplo, de que te sirven miles de seguidores de India, China o Pakistán.



Para lograr seguidores reales y valiosos, puedes seguir los siguientes consejos:

1. Conecta tu Instagram a otras redes sociales

Para divulgar tu perfil y aumentar el número de seguidores, la primera cosa que debes hacer es conectar tu cuenta a tus otras redes sociales. Para eso, ingresa al área de opciones de la aplicación, escoge “cuentas enlazadas” en configuraciones y luego selecciona las alternativas de tu preferencia.

De este modo, podrás compartir tus imágenes en otras platafor como Facebook, Twitter, Flickr, entre otras; y así aumentar el alcance de tus publicaciones y la oportunidad de ser visto y descubierto por otros potenciales clientes.

2. Aprende a usar los Hashtags.

Un Hashtag se crea usando el símbolo numeral (#) y seguido pones una palabra clave que quieras presentar como descripción de aquella publicación.
Es muy probable que ya hayas visto por ahí, algunos hashtags populares como #instafood en publicaciones de Instagram, Twitter e incluso en Facebook.

El uso adecuado de este recurso permite a los usuarios encontrar tu negocio con mayor facilidad. Además de permitir la organización de tu contenido por categorías dentro de la red.

¡Eso sí! Intenta siempre utilizar hashtags que tengan relación directa con tu imagen y evita inundar las publicaciones de hashtags.

Por más que hacer eso aumente el alcance de tu negocio, confunde a los usuarios y hasta puedes terminar atrayendo público que no comparte tu idea de marca.

En caso de querer usar realmente una gran cantidad de hashtags, procura hacerlo en el área de los comentarios de tus publicaciones. Así no contaminarás la línea de tiempo de las personas.

3. Busca fotos que de verdad sean interesantes

Otro factor que ayuda mucho a hacer realmente la diferencia en la red y atraer más usuarios, es la calidad de las fotos que publicas.

No tengas miedo de usar ángulos, ni de experimentar una buen iluminación. Ese diferencial puede garantizar un gran número de "me gustas" y llamar la atención de quien esté paseándose por la línea de tiempo.

Como lo explicamos más arriba en los consejos para tomar fotografías, recuerda que también es fundamental la definición de una identidad visual específica para tu negocio, así tendrás más posibilidades de tener una foto reconocida como tuya en cualquier lugar de la red social. Eso ayuda a establecer un vínculo mucho más fuerte con el usuario.

Recuerda también que es fundamental entender qué es lo que tiene éxito con tu persona. Experimentar es la clave para el alineamiento de tu marca con los intereses del público, y ese es un paso importante a la hora de garantizar el engagement.

4. Estar presente en la red

Tu presencia en las redes sociales es muy importante a la hora de mantener el público interesado en tu contenido. De nada sirve que sigas todos los consejos, publiques fotos increíbles y hagas los mejores comentarios solo una vez por semana.
Para aumentar la tasa de engagement, necesitas ser un usuario recurrente en la red social. No economices en los "me gusta" en las fotos de otros usuarios, comenta cuando tengas algo relevante que decir (sin publicidad disfrazada de comentario) y mantén un buen ritmo de publicación.
También vale compartir imágenes de otras cuentas en tu área de actuación. Quién sabe, así puedes ganarte luego la mención con un enlace hacia tu perfil.

5. Alimenta el engagement en tu cuenta.

Tus publicaciones no recibirán interacciones si no propones la iniciativa. Por tanto, da un primer paso y estimula esos nuevos contactos. Dale "me gusta", comenta y marca las fotos más geniales que encuentres, siempre optando por publicaciones que tengan relación con tu negocio o de personas influyentes en el área.

Una buena alternativa es comenzar conversaciones con los usuarios en tus propias publicaciones, o también saber responder a quien dedica tiempo para comentar en tus fotos. así muestras que estás activo y te importan los visitantes.

6. Aprovecha la alternativa de las publicaciones patrocinadas

Así como en los anuncios para Facebook, el uso de publicaciones patrocinadas por Instagram permite la segmentación del público de interés, lo que optimiza mucho los resultados de tus campañas.

Aprovecha las posibilidades abiertas de inserción de mensajes patrocinados para dar a conocer eventos, ofrecer ventajas y llamar la atención del público que todavía no sigue tu negocio, garantizando así,que más usuarios tengan acceso a tus novedades.

No obstante, no te olvides de que esa alternativa requiere de una inversión proporcional al éxito de tu campaña, y necesita ser muy bien planeada para generar los resultados deseados.

7. Varía el contenido

Experimenta variar el formato de tus publicaciones, valiéndote de las alternativas de video e imagen que pueden ser subidas a Instagram.

Se vale todo: demostraciones de productos, entrevistas, vista previa de los lanzamientos y todo lo demás que tu marca puede producir. Lo importante es ser consciente con tu propuesta de marketing.

8. Aprende de la competencia

¿Conoces alguna acción súper genial que tu competencia hizo y generó gran resultado? Pues, tu puedes y debes aprender de esto y aplicar lo que se puede en tu propio negocio.
Pero, ¿y si las acciones fallan? Ellas también necesitan ser analizadas y, créelo o no, puede terminar enseñando mucho más que el éxito de la competencia.

Eso porque este tipo de análisis será fundamental para que entiendas mejor el público con el cual tu competencia lidia y que, en algún momento, puede acabar volviéndose el tuyo.

Por eso, sigue a la competencia y mantente atento de todo y cualquier interacción en la red. Comentarios, "me gusta", publicaciones y acciones diferenciadas, necesitan ser monitoreadas todo el tiempo para que no quedes atrás.

9. Aprende a adminsitrar tus cuentas.

Existen varias aplicaciones que ayudan en la gestión de tus cuentas en Instagram. Con múltiples cuentas activas queda mucho más fácil mantener la frecuencia de publicaciones; además del acompañamiento que se hace del comportamiento de cada una.

Apps como Latergram, Instamizer, TakeOff, Machinegram y Schedugram, por ejemplo, ayudan en ese proceso de monitoreo y pueden, inclusive, garantizar algunas funciones extras como el agendamiento de las publicaciones.

Existe una enorme diversidad de aplicativos que pueden ser útiles, como InstaCommentor, que monitorea y administra los comentarios. InstaFollow, que revela quien ha dejado de seguir la marca.

10. Elabora una parrilla de publicaciones

La organización es la clave para el éxito de cualquier estrategia de marketing digital, y un calendario editorial puede economizar tiempo y garantizar una buena distribución de contenido a lo largo del año, o del tiempo que dure la campaña, principalmente, en fechas especiales como Navidad, Pascuas o el cumpleaños de la empresa.
Es claro que existen publicaciones de momento, pero es extremadamente importante definir el contenido a ser exhibido previamente. Al final, una buena estrategia exige tiempo para ser planeada y, con un buen calendario desarrollado puedes alterar el guión en cualquier situación fuera de lo común.

11. Encuentra el tono de tu marca.

No insistas en intentar repetir la misma fórmula: cada negocio tiene un tono específico para tratar a su público y eso depende tanto de la manera como te posicionas delante de tu persona como de la manera en cómo ella consume e interpreta tu marca.

Por eso, es necesario adaptar la manera en cómo te comunicas con base a la edad, al nicho y en el tipo de producto ofrecido para garantizar que ella pueda crear un sentido de identificación en el perceptor.

La informalidad y el uso de jergas pueden no ser lo ideal para todos los segmentos. De ahí es válido experimentar y ver lo que realmente funciona con tu negocio.

12. Apoya causas sociales

No tengas miedo a adherirte a algún movimiento interesante para las redes sociales. Es importante evaluar la posición ideológica de tu empresa y así entonces mostrarte empático en las luchas por las mejoras sociales.

¿Tu empresa actúa en la rama de las tiendas de mascotas? considera promover campañas de adopción de animales y producir contenido de concientización.

El posicionamiento inteligente ayuda en el engagement y comunicación con tu público, además de promover acciones por un mundo mucho mejor.

13. Interactúa con otras marcas.

Los seguidores no son el único público de una empresa B2C. La interacción con otros stakeholders, como los socios de negocios, proveedores y hasta la misma competencia, puede ser una excelente estrategia para expandir las posibilidades comerciales y ayudar en la promoción de tu marca.

14. Monitorea y analiza los resultados constantemente.

El análisis de los resultados es una estrategia extremadamente eficiente en cualquier tipo de medio digital, y es claro que eso no sería diferente por Instagram. Existen varias herramientas que auxilian en la colección de datos de la plataforma, como Iconosquare, SimpleMeasured, InstaFollow, Union Metrics y Crowdfire.

Definir metas y métricas es uno de los principales pasos en la formulación de tu estrategia online, y estas son esenciales para el acompañamiento de los resultados y visualización de la necesidad del cambio de posicionamiento.

Por eso, enfócate en construir metas realistas a corto y largo plazo, de modo que sea posible observar la evolución de tu negocio sin dejar de garantizar espacio para reformulaciones de emergencia.

15. No tengas miedo a las pruebas.

Haz publicaciones iguales en horarios o días diferentes y observa cuál tiene el mejor desempeño. Analiza el tamaño del texto, lenguaje, la calidad de las imágenes, la mezcla de contenidos, el uso de hashtags, etc, y descubre cuáles poseen mejores índices de engagement.

Anota tu resultado y descubre cómo tu persona se comporta con respecto a tu marca y no tengas miedo de arriesgarte. Si los resultados no están variando, vale la pena también considerar hacer una investigación con tu público para saber, directamente, cuáles son los puntos fuertes y flacos de tu estrategia en Instagram.

16. Personaliza tu perfil

El espacio destinado para la biografía en Instagram puede ser utilizado por tu empresa de manera inteligente y estratégica. Aprovecha esta área para enlistar los principales links de tu negocio, priorizando el sitio web, blogs y por último, redes sociales como Facebook, por ejemplo.

17. Descubre las aplicaciones satélites de Instagram

Instagram posee dos aplicativos satélites: Layout, utilizado para reorganizar más de una foto dentro de un mismo cuadro, y Boomerang, utilizado para crear pequeñas animaciones en loops con tus videos.

Ambos permiten que exportes el contenido para Instagram y los pone a disposición de tu línea de tiempo, creando publicaciones diferenciadas que pueden ayudar en la tasa de engagement.

18. Utiliza más de un canal para promover tu perfil en Instagram.

Si tu empresa tiene otras redes sociales puedes aprovecharte de su alcance para divulgar el perfil de Instagram. Siempre que compartas una foto, por ejemplo, intenta poner el link del Instagram, distribuye algunos Hashtags o indica un atajo en los perfiles de las redes.

19. Haz guest posts

Por Instagram también se vale la regla del Guest Posting, y esa puede ser una óptima alternativa para crear nuevas relaciones de trabajo y garantizar más seguidores en tu perfil. Experimenta fotografiar el producto de la empresa asociada junto al tuyo y realiza una leyenda creativa. Puedes incluso sugerir alguna broma entre las dos marcas, integrando las publicaciones y adoptando un tono más informal.
La ventaja del Guest Post es que es una forma gratuita de divulgación que traerá beneficios para todos los participantes.

20. Escribe copys intereantes

Muchas empresas obvian las leyendas de la foto, olvidándose de que el contenido abarca todo lo que tu empresa pone en la red, sea texto, imagen e incluso emojis.
Experimenta haciendo textos interesantes o que inspiren a tu público. Vale la pena también considerar preguntas para aumentar el engagement o el mismo CTA que invita al público a comentar alguna historia interesante.
Lo importante aquí es no dejar la leyenda para el final. Ella necesita tener coherencia con tu imagen y es todavía una poderosa herramienta de enganche.

21. Aprende a utilizar llamado a la acción en tus publicaciones

CTAs, Llamados a la acción o como se conoce en el mundo del marketing, Call to actions, son aquellos pequeños llamados a la acción que ponemos al final de un contenido invitando al lector a realizar el clic o lo que nosotros deseemos.
En Instagram puedes aprovecharte del área de la leyenda para insertar CTAs que intriguen a tu persona y la lleve a descubrir más sobre tu negocio.
Considera la posibilidad de un CTA con un enlace a las otras redes sociales. También, CTAs que llamen al usuario a comentar en tu publicación o a compartir alguna experiencia. Vale sugerir:

- # La descarga de materiales ricos
- # Dar “me gusta” en las fotos
- # Volverse en un seguidor
- # Conocer alguna campaña
- # Visitar el blog, inscribirse en las newsletter,
- # etc.

Recuerda adecuar el CTA al tono de comunicación con la persona y con la imagen publicada. La coherencia lo es todo en Instagram.

22. #S4S Y #FollowFriday

Los Hastags #S4S (Share for Share, o comparte a cambio de ser compartido) y #FollowFriday (algo como, sigue el viernes), son dos alternativas para quien quiere un atajo a la hora de conseguir nuevos seguidores y aumentar el alcance de la red.
Esas etiquetas garantizan que los que usuarios que están interesados en seguir nuevas cuentas a cambio de ser recíprocamente seguidos, lleguen hasta tu marca y se sumen a los números. Claro que esa es una estrategia floja y que tiene poco retorno para tu marca. Pues, solo logras incrementar los números, y pierdes la oportunidad de alcanzar a alguien que esté realmente interesado en tu negocio. Aunque creemos que vale la pena entrar en el juego y aprovechar las interacciones generadas por cada hashtag específico de la red.

23. Para tener en cuenta

Todas estos consejos pueden ayudarte en la construcción de una legión de seguidores para tu Instagram, pero no olvides que lo más importante es que sepas comunicarte y mantener una consistencia en el tono de voz de tu empresa. Recuerda que las personas están en esa red para compartir buenos momentos, por lo tanto, pregúntate qué es lo que tu empresa puede hacer para contribuir en ese sentido.

7 Herramientas para Instagram

A continuación te mostraremos varias herramientas para Instagram que complementan y mejoran la gestión de un perfil en esta red social.
Encontrarás herramientas desde edición de imágenes y videos hasta de gerencia y divulgación, aquí conseguirás todo lo que necesitas para hacer publicaciones certeras y de calidad.

Para la edición de imagen

A continuación, conoce algunos aplicativos que dejarán tus fotografías más bonitas y con un toque profesional.

Afterlight

Afterlight tal vez sea el aplicativo más famoso de edición de imágenes para Instagram.
Eso se da por ser súper completo en cuestiones de tratamiento de fotografías.
Una vez listas, las imágenes pueden ser compartidas en redes sociales como Facebook, Flickr y por supuesto, Instagram.
Afterlight está disponible para Android, iOS, Windows Phone y en versiones desktop, con un precio de U$0,99.

Repost for Instagram

¿Ya has pasado por la situación en que querías publicar en tu perfil una fotografía que fue posteada por otra cuenta de Instagram?
Como la red social no da la opción de compartir otras publicaciones, como en Facebook, es necesario recurrir a alternativas para mostrar en tu perfil la publicación de otro.
El aplicativo es gratuito y está disponible para Android y iOS.

Quick

El aplicativo Quick cumple la función de agregar texto en fotos, de forma rápida y simple.
Es una buena herramienta para quien usa Instagram como una vitrina de venta de productos y que quiere, por ejemplo, insertar precios en las imágenes.
El aplicativo es gratuito, pero es posible comprar expansión de paquetes dentro de él.

Layout from Instagram

Layout from Instagram es una herramienta lanzada por la propia red social para hacer collage de fotos.
Antes de este, ya existía toda una gran variedad de aplicativos que hacían ese papel, algunos pagos, otros gratuitos, y, Layout, surgió de la identificación de la demanda de ese estilo de publicaciones, muy común en la red social.

VSCO

Un aplicativo más para la edición de imágenes súper completo, y lo mejor de todo ¡gratuito!
VSCO viene con filtros predeterminados para adicionar a tus fotos, que dan una cara mucho más bonita y profesional, pero también, es posible editar todos los detalles como la luminosidad, el contraste, la sombras y hasta el tono de piel.

Aunque es gratuito tiene paquetes de filtros que pueden ser comprados dentro de la aplicación.

Está disponible para Android y iOS.

Edición de video

¿Sabes que el contenido en formato de video es el futuro del marketing?

Por eso, ten cuidado con los videos que estás publicando en Instagram, porque son muy importantes.

Invertir en contenidos divertidos, montajes especiales y en videos bien editados, puede ser el punto de partida de un óptimo retorno.

¡Mira a continuación los principales aplicativos de la edición de videos para Instagram!

Boomerang

Así como Layout, Boomerang también es un aplicativo del propio Instagram.
Boomerang tiene como principal función, hacer videos en loop, también conocido como bucle.

Este tira varias fotos en secuencia para, enseguida, finalizar en un video que va y vuelve, casi como un gif.
Una vez hecho, es posible editar la velocidad y la proximidad del marco, y también cortar alguna parte innecesaria.
Boomerang es gratis y puede descargarse en Android y iOS.

Flipagram

Flipagram es ideal para quien quiera contar una historia, reunir los mejores momentos, o mostrar fotografías en secuencia, para sus seguidores. En el aplicativo es posible hacer algo como una "presentación de slides" de fotos y, todavía mejor, escoger una banda sonora para acompañarla.
Allí se puede reunir imágenes de los mejores momentos de un evento o mostrar la variedad de productos disponibles de una tienda. Las posibilidades de uso de ese aplicativo son muchas.
Filipagram es gratuito y está disponible para Windows Phone, Android y iOS.

Magisto

Magisto es una aplicación de edición de videos muy práctica y completa.
En esta, es posible cortar y editar videos de forma simple y, también, adicionar imágenes y bandas sonoras a la edición.
Gran parte de las funciones son automáticas y su uso es simple e intuitivo, siendo ideal para cuando necesitamos hacer ediciones rápidas de videos.
Magistro es gratuito y puede ser usado en smartphones Android, iOS y en el propio navegador web (Google Chrome, Opera, Mozilla Firefox, Safari, etc)

Para la administración

Al usar Instagram en los negocios, es importante que exista una frecuencia de publicación y un acompañamiento de las métricas.

Una buena gestión del perfil en Instagram puede ser facilitada con el uso de varias herramientas como las que enlistamos a continuación.

Si necesitas agendar tus publicaciones o quieres mejorar la experiencia del usuarios con tu tienda virtual, ¡mira!

Instamizer

Instamizer es una herramienta para Instagram que es excelente para quien necesita agendar publicaciones o manejar más de una cuenta.
A través de este, es posible crear nuevas publicaciones y programar su día y hora, además de publicar videos directamente desde el escritorio, para ahorrar tiempo de procesamiento del celular, por ejemplo; además de agregar más de una cuenta para administrar.
La herramienta tiene muchos puntos a favor, pero un contra es que su plan gratuito es muy limitado. Para aprovechar al máximo sus funciones, es inevitable pagar por un plan.

Iconsquare

Tal vez conozcas Iconosquare por su nombre antiguo: Statigram. **¿Te suena?**

A pesar del cambio de nombre, sus funciones continúan siendo las mismas ¡y son esenciales! Iconosquare analiza los principales números de tu cuenta y proporciona información como por ejemplo: cuál es la foto con más "me gusta", el promedio de los "me gusta", promedio de los comentarios y más.
Ofrece datos generales, y mejor aún, analiza con gráficas mensuales y por categoría, el engagement, el contenido, entre otros.
Iconosquare tiene planes gratuitos y pagos, que dependen de la demanda de los usuarios. Funciona también en el navegador web.

SocialRank

SocialRank tiene como enfoque, analizar la información demográfica de tus seguidores.
Es excelente para identificar oportunidades y direccionar tu contenido de la mejor manera posible. SocialRank funciona en el navegado web y tiene planes gratuito y pagos.

Latergram

Latergram, como Instamizer, es una herramienta de agendamiento de publicaciones, pero tiene algunas diferencias.
Además de la posibilidad de agendamiento, es posible realizar ediciones simples, como cortes, directamente en la plataforma.
Latergram proporciona, también, una visualización de las publicaciones por calendario: es posible visualizar de forma simple, cuáles posts ya están agendados y así, optimizar su gestión.
La herramienta funciona directamente en el navegador web y tiene planes pagos y gratuitos.

Soldsie

Soldsie es la herramienta ideal para realizar ventas por Instagram. Promete transformar tu perfil en la red social, ¡en una tienda virtual!
Instagram no es exactamente un facilitador para insertar links en las leyendas o en las imágenes publicadas, pero Soldsie consigue revertir eso a tu favor.

Al registrar tus productos en la herramienta y a través de ella, publicarlos en Instagram, el usuarios pasa a tener acceso a informaciones como precio y disponibilidad, algo que le llevaría un poco más de tiempo sin ella. Soldise funciona en los navegadores web y tiene planes pagos y gratuitos.

Etus

Así como algunas herramientas citadas, Etus también es una plataforma de agendamiento de publicaciones en Instagram.
Su diferencial es que, además de esa red social, también agenda publicaciones en Facebook y en Twitter, lo que puede ser ventaja, en caso de que manejes muchas redes sociales al mismo tiempo y busques una manera de actualizarlas de forma simple y rápida.

Además de eso, la plataforma posee algunos detalles como establecer hashtags predeterminados, que siempre serán insertados en las publicaciones, y, también, la inserción de emoticones, que pueden hacer la diferencia en tu estilo de publicación.
Puedes acceder a Etus a través del navegador web y tiene planes gratuitos y pagos.

Para divulgación

No tiene sentido tener fotos bonitas y videos bien hechos si no se tiene un buen sistema de divulgación en Instagram.
Mira a continuación, cómo hacer campañas de anuncios en esa red social y la mejor manera de divulgar tu perfil entre tus seguidores y seguidores en potencia.

Facebook

Sí, ¡Facebook es una herramienta de divulgación para Instagram!
A través de la generación de negocios de Facebook, es posible acceder a Power Editor y a partir de él, vincular tu cuenta de Instagram y crear los anuncios que quieras vincular en la red social.
Para quien ya tenga alguna experiencia con Facebook Ads, es una tarea simple y rápida.
Anuncios pagos en Instagram son una gran oportunidad, entonces considera bien hacer una campaña ahí.

Crowdfire

Crowdfire es la herramienta ideal para la divulgación en Instagram.
A través de él, es posible organizar fácilmente quienes son tus seguidores, y también, recibir notificaciones de personas que tienen perfiles parecidos con estos y que tengan, así mismo, oportunidades de volverse seguidoras.
Además de eso, muestra cuáles usuarios sigues, pero que no te siguen de vuelta; listas de quien dejó de seguirte y de tus nuevos seguidores.
Es una herramienta buena para encontrar oportunidades y ejecutar acciones bien direccionadas para tus seguidores.
Crowdfire es gratuito y funciona en el navegador, y puede ser instalado en smartphones con Android y iOS.

8 Guía para Instagram Ads

Instagram es el lugar de preferencia para consumir historias a través de las imágenes. Cuenta, en la plataforma, con propuestas de divulgación y patrocinio de fotos y videos sobre negocios, productos, aplicaciones, ideas, servicios, entre otros.

Se han realizado diversos estudios sobre las experiencias de los usuarios con relación a los anuncios en Instagram. Y créenos, aunque ya sea un asunto normal entre muchas marcas y empresas, algunos usuarios siguen temiendo a esta función.

¿Por qué?

Sienten que la publicidad puede llegar a dañar sus experiencias en la app.
En un inicio, Instagram escogió tan solo a algunas de las agencias y marcas más importantes del mercado mundial para anunciarse en la plataforma, con el fin de realizar una tutela de contenido y así no empobrecer la experiencia de los usuarios.
Es importante entender que los tiempos han cambiado y para el usuarios es muy sencillo evadir cualquier tipo de publicidad paga que encuentren en las redes sociales.

¿Qué son los anuncios en Instagram?

Los anuncios creados en una aplicación poseen un formato típico de fotos o videos que están haciendo que las empresas inviertan más en un contacto directo con clientes y clientes potenciales.
Desde el inicio, la red dejó claro que los anuncios deben ayudar aún más a mejorar la experiencia del usuario, garantizando que puede continuar recibiendo contenidos de calidad en su línea temporal.
Está permitido que los usuarios den "me gusta" en la foto o que sigan la marca, así como lo harían con cualquier usuario o empresa presente en Instagram. También es posible hacer una retroalimentación al respecto de los anuncios, tan solo dando un clic en la opción apropiada que se encuentra en el botón de puntos suspensivos (...) en la parte inferior izquierda del anuncio.

¿Cómo identificar un contenido pago?

Por más que los contenidos quieran pasar por desapercibido en Instagram, la plataforma siempre contará con una etiqueta que dice: patrocinado o sponsored, con el logo en la parte superior de la imagen, con el fin de distinguirla.

¿Cuándo anunciar en Instagram?

Hoy en día, cualquier marca puede pagar para anunciarse en la red social. Lo importante aquí, de hecho, es que la empresa se encuentre muy bien preparada para crear anuncios creativos y con contenido bien elaborado para todos los usuarios de la red.

¿Por qué anunciarse en Instagram?

En efecto, Instagram es la red social con más presencia en los jóvenes y esto es un dato sumamente importante para los anunciantes.
La base de clientes tiende a crecer en Instagram con su asombroso crecimiento anual, donde cerca de 300 millones de personas poseen cuentas activas en todo el mundo.
Instagram es la red de la cual nadie quiere quedarse por fuera. ¿No crees que pautar allí sería una gran oportunidad para darte a conocer?

Conclusión

Instagram puede ser un gran aliado para tener éxito con el marketing digital. Sus características hacen de esta ser una red social increíble para conseguir un engagement sincero y la permanencia del grupo con tu marca.

No existe una herramienta mágica para acertar en Instagram, no obstante, en este e-book hay muchas que puedes probar y verificar cuál de todas funciona para ti. Cada marca es única, pero recuerda adaptarte siempre a lo que la red pide de ti.

Esperamos que este contenido sea útil para ti y para tu empresa. Que te pueda ayudar a conseguir mejores resultados con el uso de esta red social que de por sí, es bien genial.

En caso de que tengas alguna duda sobre algún punto que no abarcamos completamente aquí, no dejes de visitar nuestro blog de Marketing de Contenidos. Allí encontrarás información valiosa para complementar sobre Instagram.

Como usar Instagram para potenciar tu negocio

Contenido creado por @RockContent RD Station y Seiren Digital.

www.seiren.co

Seiren
· digital ·

2019