

Técnicas de Marketing en Instagram

Social Media Marketing

Financiado por:



Qué es el Social Media Marketing (SMM)



SOCIAL MEDIA MARKETING

- Es una combinación de acciones de marketing en internet a través de los medios sociales: blogs, redes sociales (RR.SS), emailing,...
- Incluye: Gestión de la reputación de la empresa y acciones de influencia positiva: diálogo entre la empresa y los usuarios, sean clientes o no: **ENGAGEMENT**.

Finalidad del SMM

- **PUBLICIDAD** de nuestra empresa
- **COMUNICACIÓN** de nuestros productos, servicios, novedades, etc
- **ATENCIÓN AL CLIENTE** (y usuarios no clientes) y **FIDELIZACIÓN**
- **DESARROLLO** del producto y servicio

ESTRUCTURA de un Plan SMM

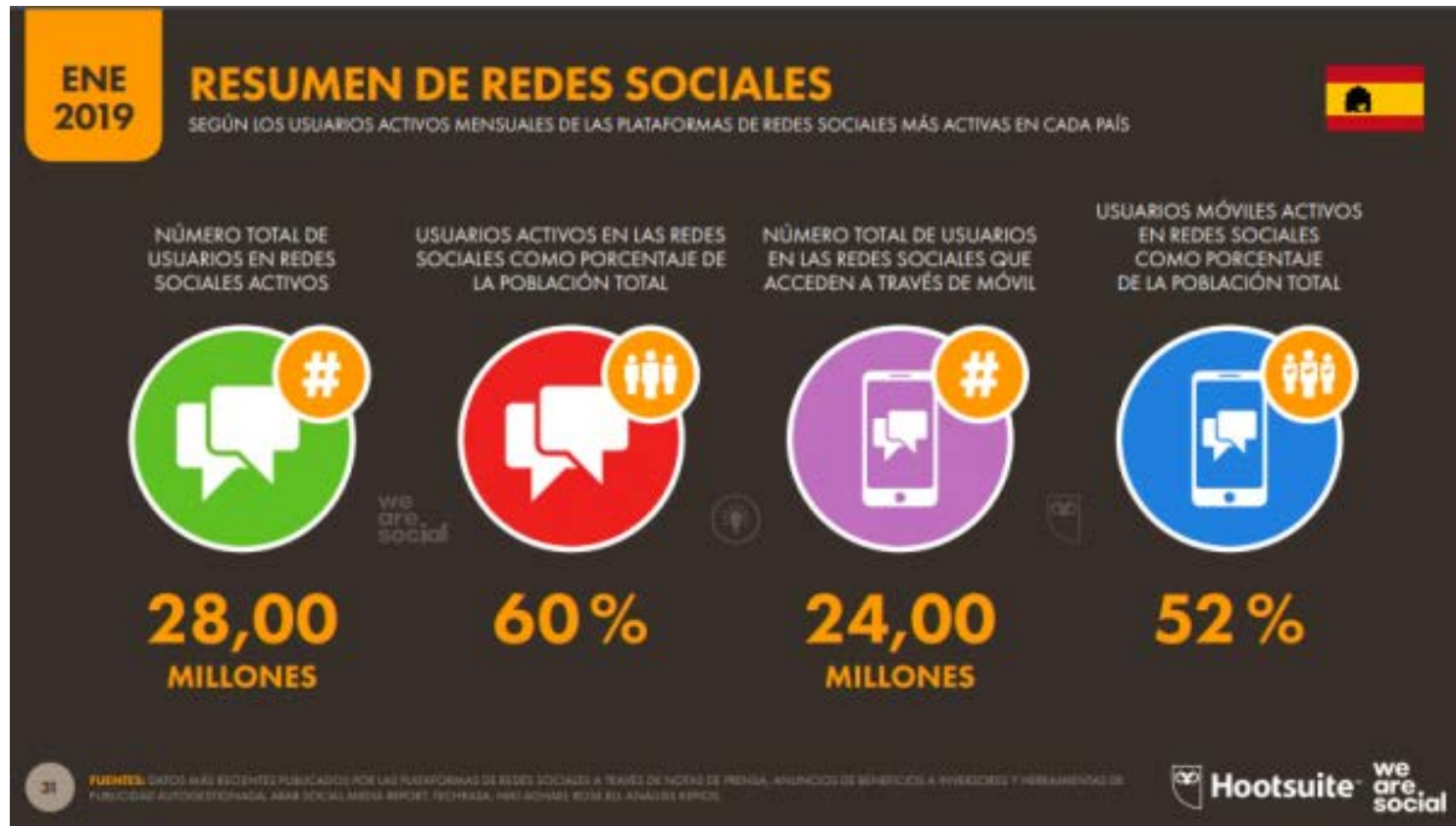
Hay 10 puntos clave en esta estructura:

- Análisis
- Presupuesto
- Objetivos
- Público objetivo o target
- Estrategia
- Mensaje/s
- Acciones
- Medios: canales y herramientas
- Cronograma o calendario
- Control / Seguimiento

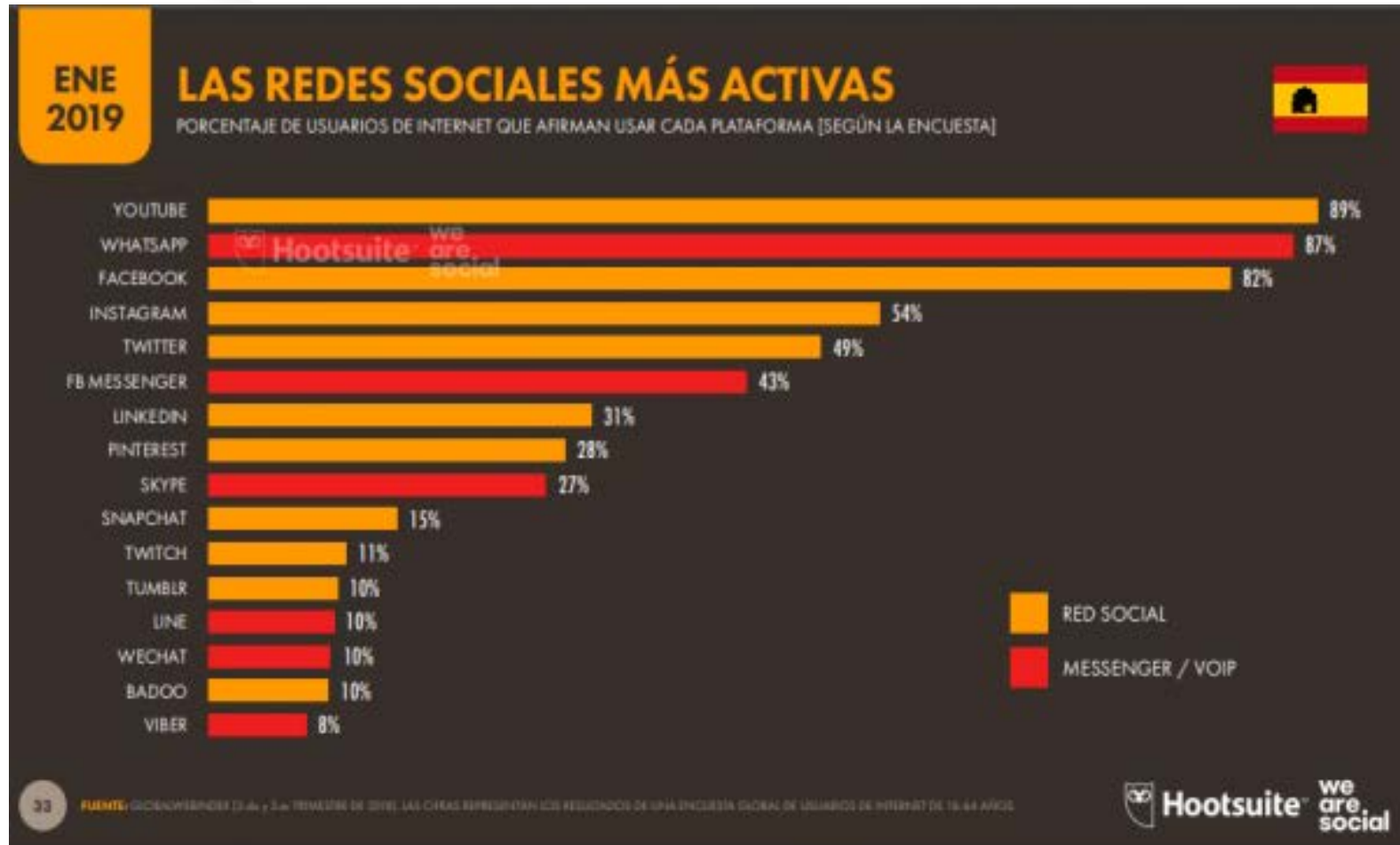
USO DE FB e IG EN ESPAÑA: ESTADÍSTICAS



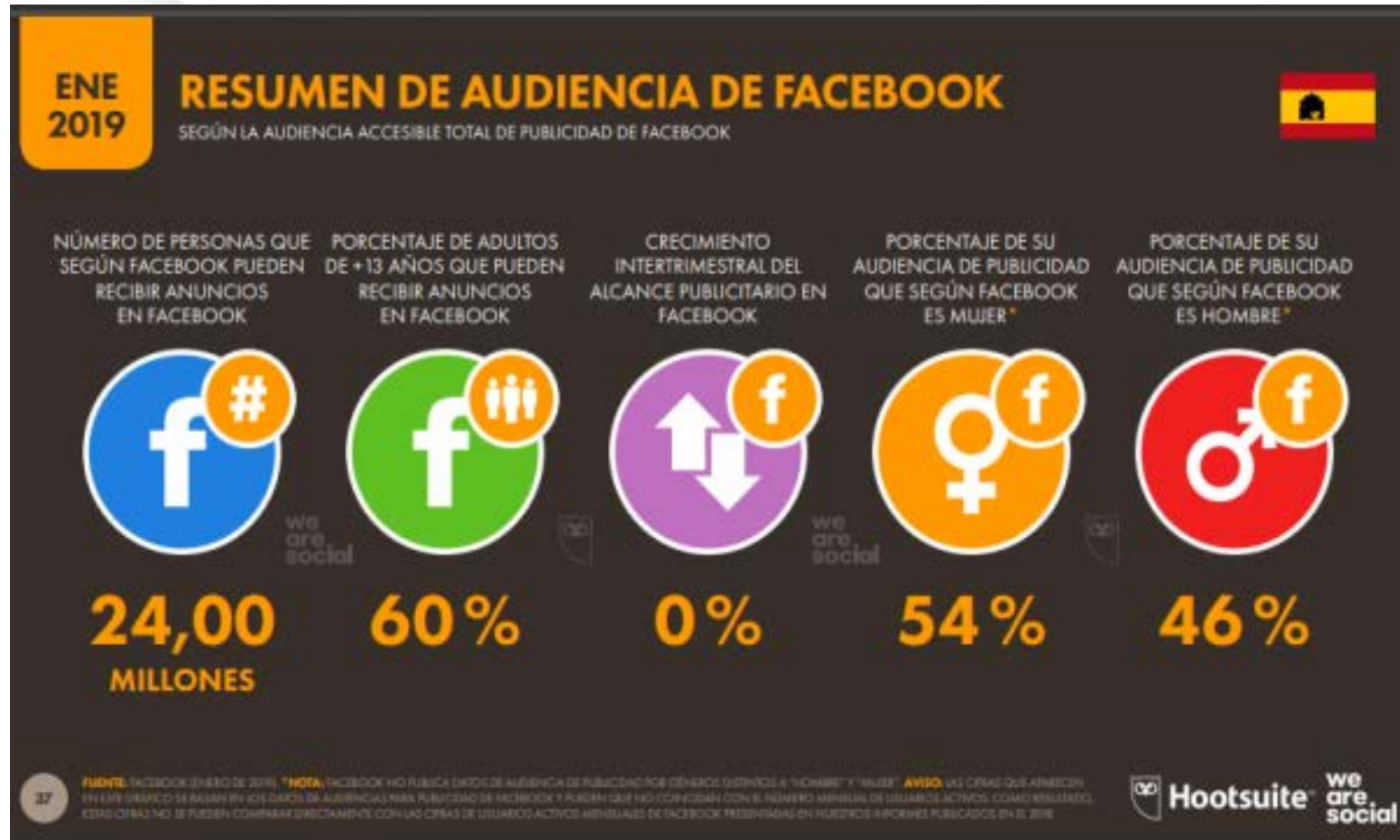
ESTADÍSTICAS



ESTADISTICAS



ESTADISTICAS



ESTADISTICAS



ESTADISTICAS



CIUDADES CON MAYOR PENETRACIÓN DE RRSS EN FUNCIÓN DE SU POBLACIÓN:

Facebook: Granada - Barcelona - S.C Tenerife

Twitter: Granada - Sevilla - Valencia

Instagram: Barcelona - Granada - Hospitalet de L.

CIUDADES CON MENOR PENETRACIÓN DE RRSS EN FUNCIÓN DE SU POBLACIÓN:

Facebook: San Cristóbal de la L. - Torrejón de A. - Dos Hermanas

Twitter: Tarrasa - Hospitalet de L. - San Cristóbal de la L.

Instagram: Dos Hermanas - Vitoria - Elche

POR QUÉ MI EMPRESA DEBE ESTAR EN RR.SS. VENTAJAS

- No estar hoy día en las RR.SS nos supone una desventaja: la **COMPETENCIA**.
- Hoy día actuar la margen de las RR.SS es una **percepción negativa** para nuestros clientes y potenciales consumidores.

VENTAJAS

- Nos hace **más visibles**: NOTORIEDAD
- Es una vía de **comunicación con nuestros clientes**: establecer conversaciones bidireccionales
- Es un canal más de **atención al cliente**
- Genera empatía, cercanía, **fidelización**, etc
- Muestra **apertura y transparencia**
- Ayuda al **posicionamiento de nuestra web** en los buscadores de internet (SEO)

ERRORES A EVITAR EN LAS RR.SS

- **A evitar por encima de todo:**
 - No tener un plan** de Social Media
 - Poner frente a las RR.SS al cuñado o al primo**, a no ser que sean profesionales del tema
 - Crear que todo es GRATIS:** diseños, imágenes, etc,...
 - Descuidar tu imagen:** cuidar la composición y la estética

ERRORES A EVITAR EN LAS RR.SS

- Sistematizar tus publicaciones:** NO se puede actuar igual en todas las RR.SS
- No publicar contenido interesante:** el contenido es el rey
- Querer ganar seguidores rápidamente:** es un proceso lento que requiere tiempo y dinero
- No reconocer nuestros errores = Gestión de clientes.**

ERRORES A EVITAR

- 1. NO tener claros los objetivos:** sin ellos, es complicado conseguir resultados ni mediciones.
- 2. Solo hablar de sí mismo: ¡No solo existes tú!** Hay que hablar de otros temas relacionados, no solo de tu marca
- 3. Hablar de forma muy personal o muy corporativo:** utilizar un tono intermedio

ERRORES A EVITAR

4. Ser más informativo que interactivo:

-los fans siguen a una marca o empresa esperando obtener algo a cambio: entretenimiento, descuentos, premios, ofertas, etc...

-Premiar la fidelidad de tus fans a través de acciones online

5. Abrir un perfil en todas las RR.SS:

Cada marca tiene su público objetivo al igual que cada red social. No todas son adecuadas.

ERRORES A EVITAR

6. **Spam:** No “bombardear” con posts a tu público, ello cansa y provoca “unfollowers”.

7. **Los fans no se multiplican tan fácilmente:** Algunas empresas piensan que por pagar un Community Manager automáticamente le lloverán los seguidores y no es así. Es un proceso lento y muy trabajado.

8. **Obsesionarse con la cantidad y no con la calidad:** El **Engagement** vale más que la cantidad, entendido como el grado en que un consumidor interactúa con tu marca o empresa.

El compromiso entre la marca y los usuarios de la red.

ERRORES A EVITAR

9. Esperar resultados sin haber hecho nada: solo 3 o 4 post al mes??!!!... Mínimo 10 / mes.

10. Ver a los fans como clientes: hay que tratarlos como fans, complacerlos y hacerlos sentir bien para que ellos se conviertan en clientes voluntariamente.

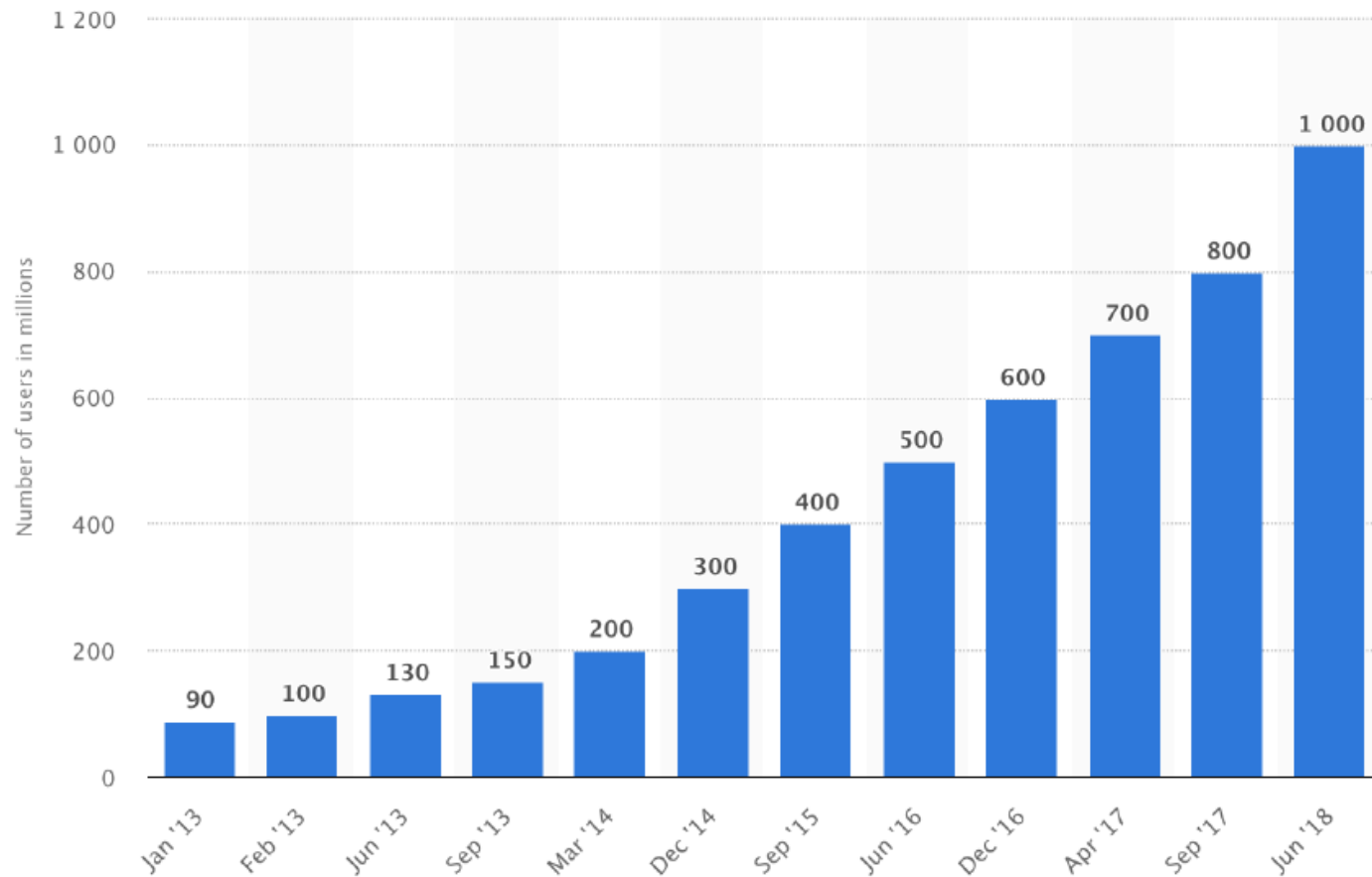
INSTAGRAM: QUÉ ES Y PARA QUÉ SIRVE



QUÉ ES INSTAGRAM

- Instagram es una **red social** fundada por Kevin Systrom y Mike Krieger.
- Juntos lanzaron en octubre del 2010 la primera versión y además, al principio solo estaba disponible para el sistema operativo IOS de Apple.
- Principalmente, se utiliza Instagram para subir **fotos y vídeos de corta duración.**
- Tiene numerosas herramientas para retocar y modificar fotografías y vídeos.
- Esta red social que está pensada para ser utilizada directamente desde un **smartphone.**
- De hecho, nació como una aplicación móvil y aunque ya han sacado la versión de escritorio, esta es muy limitada.

USUARIOS MUNDIALES IG



Los usuarios activos en Instagram en 2018 ya son más de 1.000 millones

VENTAJAS DE INSTAGRAM

1. Visibilidad para tu negocio o marca personal

- **Incremento de visibilidad** para tu negocio o marca.
- Ya son más de 1.000 millones de personas las que están en esta plataforma social y este número **va a ir creciendo**.
- **El 80% de los usuarios sigue un negocio en Instagram.**
- Probablemente **tu público objetivo está ya en esta red social**, por lo que es recomendable que empieces a definir una estrategia ya.

VENTAJAS

2. Hacer publicidad en Instagram está siendo más barata que en otras plataformas.

- Si eres una empresa o tienes una marca, tienes que saber que **es ahora el momento** de hacer publicidad en Instagram.
- Los anunciantes están empezando YA, por lo que en el momento en que haya más competencia, los costes empezarán a encarecerse.
- Es lo mismo que ha pasado con Facebook: al principio hacer publicidad en Facebook era más económico que hoy en día. Ahora ambas **hacer publicidad en ambas redes va unida.**

VENTAJAS

3. Los productos en Instagram tienen engagement

- A diferencia de lo que pasa en otras redes sociales cuando publicas contenido de **productos en Instagram SÍ que gusta** a los usuarios.
- De hecho, el 65% de las publicaciones en Instagram con mejor rendimiento presentan productos.
- Hay que saber hacerlo de una forma no abusiva: 2-3 post / semana
- Estamos hablando de un **auténtico escaparate para tu marca.**

VENTAJAS

4. Humaniza tu marca

- Es una ventaja de Instagram que hay que resaltar.
- Este canal social nos va a permitir **mostrar nuestra marca personal o la marca de empresa** de una forma mucho **más cercana** al público.
- Conecta a las personas entre sí y a las marcas con las personas.

DESVENTAJAS

1. Cambios en los algoritmos de Instagram

- La principal desventaja de Instagram para empresas son sus cambios de algoritmo.
- Cada vez más, la visibilidad de Instagram es más reducida y llegará un momento en el que “obligue” a las marcas a pagar por aparecer en el feed de Instagram.
- De hecho, esto mismo lo estamos viendo en Facebook con su reducción del alcance orgánico.
- Es más, el 70% de las publicaciones en Instagram no se ven: De ahí que se recomienda promocionar (pagar) ciertos posts.

DESVENTAJAS

2. No es posible añadir enlaces a nuestras publicaciones

- El texto de las publicaciones son en texto plano, excepto las menciones y los hashtags.
- Esto es un problema, porque si queremos poner un enlace (web, FB, blog,...) el usuario está obligado a tener que abrir el navegador y escribir directamente nuestra URL.
- Este es un proceso que muy poca gente está dispuesta a hacer: resulta incómodo.

DESVENTAJAS

3. Es más difícil compartir las publicaciones que en otras redes sociales:

- A diferencia de otras redes sociales, no existe de forma nativa un “botón de compartir” a todo el público al mismo tiempo, como es en el caso de FB.
- Esto limita que el contenido se difunda y llegue a más personas.

DESVENTAJAS

3. La versión de ordenador es muy limitada.

- Esta red social nació como una aplicación pura para móviles por lo que la versión web de Instagram está muy limitada.
- En ella puedes ver tu feed, contestar a los comentarios y ver las Stories y poco más.
- Esto supone un handicap a la hora de trabajar en equipo...**MEJOR: El Smartphone.**

DESVENTAJAS

La práctica del Unfollow en Instagram

- Son muchas las empresas o personas que nos comienzan a seguir en Instagram para que les devolvamos el “follow”.
- Pero en cuanto los seguimos, puede ocurrir que nos dejen de seguir automáticamente porque lo único que quieren es “engordar” su número de seguidores: ¿Cómo conservar tus nuevos seguidores? → **ENGAGEMENT= FIDELIZACIÓN**
- También existen **aplicaciones para saber quién te deja de seguir en Instagram**: Followers Tracker for Instagram, Ig Analyzer, Followers Pro For Instagram



PARA QUE SIRVE EL

Su función básica es la **de agrupar diferentes contenidos sobre una misma temática** para que los usuarios de la red social, que estén interesados en obtener más información sobre ese tema, puedan acceder a ellos de forma fácil y rápida.

Pero también sirve para:

- **Promocionar** un producto, servicio, noticia, concurso o evento.
- **Aumentar el alcance de tus publicaciones.** Tus publicaciones sin hashtags llegarán sólo a tus seguidores, pero si les añades algún hashtag, llegarán a tus seguidores y a todas las personas que busquen información sobre ese tema a través de esa misma etiqueta.
- **Aumentar la visibilidad.** Por la misma razón que en el caso anterior, tu perfil aparecerá cuando se haga una búsqueda con las mismas palabras clave que hayas utilizado.
- **Fomentar conversaciones en torno a un tema.** Es una buena forma de mantener una conversación sobre una temática con múltiples usuarios de una red social.

PARA QUE SIRVE EL

- **Monitorizar conversaciones.** Al acceder al hashtag podrás ver todas las conversaciones que se han mantenido a través de esa etiqueta.
- **Encontrar información útil.** Si estás buscando información sobre un tema en concreto, buscar un hashtag te mostrará todos los contenidos que se están compartiendo sobre éste y podrás acceder a ellos para aprender más sobre ese tema.
- **Mostrar apoyo por una causa o un acontecimiento.** En Twitter, cuando ocurre alguna catástrofe natural o algo causa un impacto en la sociedad, suelen convertirse en trending topic (o tendencia) para dar más información o para mostrar apoyo y descontento por la situación.

¿Cómo usar los #?

Simplemente tienes que **seleccionar las palabras clave que quieres compartir** (y que se corresponden al tema del contenido que estás compartiendo) y poner una **almohadilla antes de la palabra**, por ejemplo: #agmegrx , #redessociales.

Una de las funciones de un **Community Manager** es conocer qué hashtag son tendencia para planificar tu plan de contenidos.

COMO SE USA

Qué es promocionar una foto en Instagram

- Al igual que otras redes sociales, por ej. FB, Instagram tiene su propia **plataforma de publicidad**, en la que puedes realizar campañas según tus objetivos.
- Si has cambiado tu perfil a empresa te aparecerá la opción de “promocionar”, o lo que es lo mismo: hacer campañas de pago.

¿Qué es el engagement en Instagram?

- El **engagement** es una métrica que te va a permitir conocer le **nivel de fidelidad de tu comunidad** y que básicamente tiene en cuenta el número de interacciones que tienes en tus publicaciones en relación con tu número de seguidores.
- Tener engagement en Instagram se traduce que **tus seguidores tienen un interés y una interacción** con el contenido que publicas.
- Conseguir un nivel de engagement alto, no es nada sencillo y requiere de una **estrategia de contenidos bien planificada**.

COMO SE USA

¿Cómo tener Engagement en Instagram?

- Se **pro activo**, pregunta a tu audiencia, contesta a cada comentario simplemente dando las gracias por su tiempo.
- Mantén un **diálogo cercano y natural** con tus seguidores.
- Mide **qué contenido** genera más interacción, qué **día y hora es la mejor** para publicar.
- Se **constante**, no vale de nada estar una semana publicando a diario y luego dejar el perfil abandonado dos semanas, por eso es necesario tener un plan de contenidos de 3-6 meses.
- **NO** trates de **vender en todas las publicaciones**, el público está cansado de tanta publicidad.
- Recuerda que **el contenido más valioso es el creado por los seguidores**, así que animales y motívalos para que formen parte de tu marca.
- Y para finalizar recuerda que es mucho **más importante tener buen engagement que el número de seguidores** que tenga una marca, paradójicamente se da más importancia a esto último, y **NO ES ASÍ: MEJOR CALIDAD QUE CANTIDAD.**

TAMAÑO FOTOS EN IG



Tamaño de las imágenes de los ANUNCIOS en Instagram

Antes de ponerte a crear los anuncios en Instagram tienes que ver cuáles son las medidas correctas para que tus anuncios se muestren en la mejor resolución posible y no se pixelen tus imágenes.

Una imagen: 1200 × 628 px

Secuencias de imágenes:

1080 × 1080 px

Anuncios con vídeos: Relación de aspecto recomendada de 4:5 y un ancho mínimo de 600px

***Duración videos normales:** no más de 60 segundos y para Stories: 15 segundos.

TAMAÑO FOTOS EN FB

Dimensiones Página de Empresa



Nombre página

Imagen de portada

851 x 315 px

Vídeo portada

820x 462px

Medidas de las imágenes en Facebook en versión móvil

Cuando diseñes las imágenes para Facebook no solo tienes que tener en cuenta las medidas para ordenador, también lo tienes que hacer para la versión móvil.

El móvil es cada vez más utilizado por las personas para buscar información y suele ser el dispositivo preferido para acceder a las redes sociales, por lo que es necesario conocer también el tamaño de las publicaciones en Facebook en móvil.

Foto de perfil: 32 x 32 px

Tamaño de la imagen de portada: 560 x 315 px

Información y Consultas en
masempresas.cea.es



/CEA.es



@CEA.es_



/CEA.es



Gracias

Email: lauritanperprofesional@gmail.com

Instagram: [@lauritanper](https://www.instagram.com/lauritanper)

Financiado por:

ANIVERSARIO
CEA 40
Confederación de
Empresarios de Andalucía



Información y Consultas en
masempresas.cea.es



/CEA.es



@CEA.es_



/CEA.es



Financiado por:



Colaboran:

